

Otomotiv Ticaretinde Vergi Yaklaşımları Toplantısı'nın ikincisi gerçekleştirildi.

FullCharger, dünyadaki bir ilki gerçekleştirdi ve yan yana 10 adet hızlı şarj istasyonu kurdu.

Tofaş'tan tarihi adım
Doblò'nun "Otomotivin Anavatanı ABD"ye ihracatı başladı.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2014 yılı 11 aylık dönemde %14 azaldı.

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR

OYDER, Denizli'de 21. Diyalog Toplantısı'nı gerçekleştirdi



**“Yeni yatırımlar için
1 milyonluk pazara ulaşmalıyız”**

**Toyota Türkiye Pazarlama
ve Satış A.Ş. CEO'su
Ali Haydar Bozkurt**

**“Müşterimiz sekiz yaşındaki
aracını hala yetkili
servisimize getiriyor”**

**Subaru Türkiye Genel Müdürü
Halil Karagülle**

Son pişmanlık fayda etmez!

**“İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı
konusunda 200 bin TL'ye varan
cezalar kapıda...”**

www.oyder-tr.org

66

Sayı: 66 KASIM 2014

YAKIT EKONOMİSİ TECH PERFORMANSI TECH YENİ PEUGEOT 308 BENZİNLİ 1.2 L 130 HP PURETECH



Edirne'den Ardahan'a 1.718 km'lik parkurda
Sadece 1 depo yakıt tüketimi!
ŞİMDİ, BENZİNLİ TAM OTOMATİK SEÇENEĞİYLE TÜRKİYE'DE!



YILIN OTOMOBİLİ 2014



Yılın Otomobili Yeni Peugeot 308, yeni motoruyla sınıfına fark atıyor. Motor üretiminde öncü Peugeot tarafından geliştirilen Yeni PureTech motoruyla yakıt tüketimini azaltırken performansından ödün vermiyor. Volkan Işık Akademi ve TOSFED tarafından yapılan testte, Edirne'den Ardahan'a toplam 1.718 km'yi, 100 km'de sadece 3.2 L yakıt tüketerek gitmeyi başaran Yeni Peugeot 308 1.2 L PureTech 130 hp, Peugeot Yetkili Satıcıları'nda sizi bekliyor. Üstelik şimdi, benzinli tam otomatik seçeneğiyle Türkiye'de!

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44



twitter.com/PeugeotTurkiye



facebook.com/peugeotturkiye

Yeni Peugeot 308 1.2 L Benzinli PureTech 130 hp CO₂ emisyon değeri 107 g/km'dir. İlanda kullanılan görsel Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir. Yakıt tüketim testi Edirne'den Ardahan'a olan rotada, fabrika seri üretimi ve trafik şartlarına tamamen uygun olan Peugeot 308 1.2 L Benzinli Puretech 130 hp düz vites versiyonu ile gerçekleştirilmiştir. Şehir içi ve şehirler arası trafik koşullarında gerçekleştirilen test sonucunda 3.2 L/100 km yakıt değerine ulaşılmıştır.

YENİ PEUGEOT 308

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
Z. Alp GÜLAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Özgür TEZER

Yayın Kurulu
Murat GÜRÜNLÜ
Ruhan ÖZÖN
Uğur YALÇINKAYA
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. Aynlıkçeşme 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
alinti yapılabilir. OTOBAN Dergi parayla satılmaz.



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM

Şirketlerimizi ileriye taşımak için değişen dünyayı takip etmeliyiz

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,

Zor bir yıl geçirdik ve büyük fedakarlıklarla 2014 yılını tamamlamak üzereyiz. Yılbaşında yaşanan siyasi kriz ve ardından gelen ÖTV artışları, kurlardaki önemli artışlar, sıkı para politikası ile beraber BDDK'nın kredilere getirdiği sınırlamalar, faizlerdeki artış ve düşük büyüme süreci neticesinde yılbaşında 600-650 bin adetler seviyelerini konuştuğumuz otomotiv pazarının son çeyrekte gösterdiği önemli performans ve fedakarlıklarla 750 bin adedin üstünde kapatacağı netleşti.

Tüm bu sorunlar satış performansımızı etkilediğinden dolayı 1 milyonluk hedefimizi 2015 senesi için telaffuz edemeyeceğimizi göstermekte. Bu dönemde şirketlerimizi yeniden gözden geçirmeli ve ne gibi kontrol ve yenilikler yapacağımızı da iyi planlamamız gerekiyor, bu sebeple; Şirketlerimizde kar merkezlerinin etkin kullanılması için gerekli altyapıları oluşturmak, çalışma verimliliğini artıracak prensipleri oluşturmak, rekabette avantaj sağlayacak sistemlere sahip olmak, iç denetimlerimizi yaptırmak ve kaçak noktaları tespit ederek maliyet unsurlarını kontrol altına almak gibi konular 2015 senesi için bizlerde kritik öneme sahip başlıklarımız olacak.

Ayrıca daha başarılı olabilmede hiç şüphesiz en önemli unsurlardan birisini de nitelikli eleman istihdamı oluşturuyor. Sahip olduğu nitelikli elemanlar ile farklılaşan bazı Yetkili Satıcılar aynı zamanda kadrosunda yer alan çalışanlarına gereken eğitimleri verecek hizmet kalitesini de arttırmaya çalışıyorlar.

Şirketlerimizi ileriye taşımak istiyorsak sektörümüzü ilgilendiren kalite, aile şirketleri yönetimi, finansal uygulamalar, uluslararası sempozyumlar gibi toplantılara ya kendilerinin ya da yöneticilerinin katılımını sağlamalı, işlerini geliştirmek için değişen dünyayı yakından takip etmelidirler.

OYDER'in yukarıda bahsettiğim konuların çoğu ile ilgili hazırlıklar yaptığını ve bunlardan faydalanmak için Diyalog adı ile gerçekleştirdiğimiz bölge toplantılarımıza katılımınızı bekliyoruz. Bununla beraber üyelerimizden oluşturacağımız ekipler ile Avrupa'daki meslektaşlarımızı ziyaret edip Avrupa'daki yetkili satıcı işletmelerinin durumu, kullanılmış araç ticaretinin şekli, finansman metodları, kiralama sistemleri gibi konularda işbirlikleri yaratacak ortamları hazırlamaya gayret edeceğiz.

Bunlardan haberdar olmak için OYDER'in yayınlarını takip etmenizi öneririm.

2015 yılının bu yıldan daha iyi bir yıl olmasını ve sağlıklı bir yıl geçirmenizi dilerim.

Saygılarımla,



6



12



16

İÇİNDEKİLER



38

EDİTÖRÜN YORUMU

3 Şirketlerimizi ileriye taşımak için değişen dünyayı takip etmeliyiz

ÖZGÜR TEZER

OYDER Genel Sekreteri

DİYALOG

6 OYDER, Denizli'de 21. Diyalog Toplantısı'nı gerçekleştirdi

OYDER'DEN HABERLER

10 Otomotiv Ticaretinde Vergi Yaklaşımları Toplantısı

SEKTÖR ÖNGÖRÜLERİ

12 "Yeni yatırımlar için 1 milyonluk pazara ulaşmalıyız"

ALİ HAYDAR BOZKURT

Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş. CEO'su

16 "Müşterimiz sekiz yaşındaki aracını hala yetkili servisimize getiriyor"

HALİL KARAGÜLLE

Subaru Türkiye Genel Müdürü

İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

22 "İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı konusunda 200 bin TL'ye varan cezalar kapıda..."

LEVENT KÜTÜK

İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı Uzmanı

ÜYELERİMİZDEN

28 "Yetkili satıcılar iş yapış biçimlerini değiştirmek zorunda"

FIRAT FİDAN

FDN Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve Medos Otomotiv & Agras Otomotiv Genel Müdürü

32 "Bize gelen her müşteri bir aile ferdimizdir"

HAMİD GÜRSOY

Gülpar Motorlu Araç A.Ş.

34 "Felsefemiz kalite bilincini artırarak müşteri bağlılığını sağlamaktır"

ADNAN BAYKOÇ

Baykoçlar Otomotiv Genel Müdürü

36 OYDER'İN YENİ ÜYESİ
Karakaslar Şirketler Grubu

TÜRKİYE EKONOMİSİ

38 Türkiye Ekonomisi Göstergeleri ve İdeal Ölçüler

MAHFİ EĞİLMEZ

Ekonomist

MAKRO EKONOMİ

42 Bütçede 11 ayda 11.3 milyar TL açık

OTOMOTİV DÜNYASI

48 Uluslararası ödüller
Avis&Budget Türkiye'nin

50 FullCharger, dünyadaki bir ilki gerçekleştirdi ve yan yana 10 adet hızlı şarj istasyonu kurdu

51 Otokoç'un ikinci Ford Trucks 4S tesisi İstanbul Sultanbeyli'de açıldı

SEKTÖRDEN HABERLER

52 Doblò'nun "Otomotivin Anavatanı ABD"ye ihracatı başladı

SOSYAL SORUMLULUK

54 Trafikte Gençlik Hareketi'yle gençler bilinçlenmeye devam ediyor!

55 Sürdürülebilir bir ulaşım ve çevre için liseliler işbaşında!

SEKTÖR ANALİZİ

56 Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2014 yılı 11 aylık dönemde %14 azaldı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %14,23 azalarak 620.692 adet olarak gerçekleşti. 2013 yılı on bir aylık dönemde 723.660 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

CITROËN C4 CACTUS BUGÜNÜN SORULARINA CEVAP VEREN OTOMOBİL



Darbeye
Dayanıklı
Airbump®



Küçük darbelerle karşı koruyan
yumuşak malzeme ile kaplı hava kapsülleri.

Kanepeler
Ön Koltuklar



Kanepeler şeklinde, geniş ve rahat
ön koltuklar.

7" Dokunmatik
Tablet Ekran



Sürüş ve konfor fonksiyonlarının yönetildiği
7" dokunmatik tablet ekran.

Tasarruflu
Motor
Teknolojisi

3.5 L/100 KM

Hem düşük yakıt tüketimi hem de daha az karbondioksit
salınımı sağlayan yeni nesil motor teknolojisi.

Bayraktar CITROËN C4 CACTUS e-HDi 92 HP ETG6 S&S FEEL ortalama yakıt tüketimi 3.5 L/100 km, bileşik CO₂ emisyonu 92 g/km'dir.

Bugünün sorularına cevap vermek için yenilikçi tasarım ve kullanışlı teknoloji
CITROËN C4 CACTUS'le bir araya geldi. Tasarruflu motor teknolojilerinden
7" dokunmatik tablet ekrana, darbeye dayanıklı Airbump®'lardan kanepeler tarzı
ön koltuklara bugüne kadar görmediğiniz akıllı yenilikler CITROËN C4 CACTUS'te!
Bu özel ve heyecan verici otomobili yakından görmeyi için sizi de
Citroën Yetkili Satıcısı'na bekliyoruz.

CREATIVE TECHNOLOGIE





OYDER, Denizli'de 21. Diyalog Toplantısı'nı gerçekleştirdi



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Z. Alp Gülan, Denizli'de düzenlenen OYDER 21. Diyalog Toplantısı'nda dünyadaki ve ülkemizdeki gelişmeleri değerlendirdi. Alp Gülan 2014 yılının yetkili satıcılar açısından çok zor bir yıl olduğuna işaret ederek, "Yıl sonundaki sürpriz ÖTV, faizler ve banka kredilerindeki artış, BDDK'nın yaptığı kredi düzenlemeleri ve genel olarak yatırımlardaki daralma, seçim belirsizlikleri sektöre olumsuz bir şekilde yansıdı. Sektör 2014 yılında yüzde 30'lara ulaşan bir daralma ile karşı karşıya kaldı. 11 ayın verilerine baktığımızda ise toplamda yüzde 14'lük bir küçülme gerçekleşti. Geçen yıl 11 aylık dönemde 723 bin adet olan pazar satışları, bu yıl 620 bin adet seviyesinde kaldı" diye konuştu.

Son iki aydır ticari araç kullanımında bir zorunluluk olan K1 belgesinin fiyatlarındaki indirimlerin hafif ticari araç satışlarına olumlu yansıdığına değinen Z. Alp Gülan, "Uzun bir dönemden sonra ilk defa hafif ticari araç satışlarında bir düzelme başladı. 2014 yılının ilk



OYDER YÖNETİM KURULU BAŞKANI Z. ALP GÜLAN

yarısı otomotiv sektörü için zorluklarla geçen bir dönem oldu” dedi.

Hafif ticari araçların kiralanabilmesi ile ilgili bir çalışma başlattıklarını dile getiren Z. Alp Gülan, konuyla ilgili olarak Ulaştırma Bakanlığı Kara Ulaştırma Müsteşar Yardımcısı Talat Aydın ile görüşme gerçekleştirdiklerini söyledi. Görüşmeler sonucunda olumlu gelişmelerin olacağını bilgisini verdi. OYDER Başkanı Gülan, “Özellikle hafif ticari araçların muayene sürelerinin artık teknik belge üzerinden değil de tescilden sonra başlaması konusunda da adımlar atarak belli bir mutabakata vardık. Yetkili satıcıların ya da sağlayıcıların stoğunda duran bir ticari aracın söz gelimi altı ay sonra müşteriye satışı gerçekleştiğinde muayeneye gitmesi gerekiyor. Bu açıdan muayene başlangıç sürecinin tescil ile başlaması konusunda mutabakat sağladık. Büyük bir ihtimalle kısa bir zaman dilimi içerisinde konuyla ilgili adımlar atılmış olacaktır” diye konuştu.

OYDER Başkanı Z. Alp Gülan, 'otomobil satışları artıkça cari açık artıyor' algısı üzerine değerlendirmelerde bulundu. Z. Alp Gülan, “Son yedi sekiz yıllık zaman dilimi içerisinde otomotivde ihracat ve ithalat dengesi açısından rakamlar incelendiğinde ortaya sektör lehine bir artı değer yaratmış durumdayız. Geçen yıl 325 milyon dolar fazlası olan otomotiv sektörü, bu yılı 2.7 milyar dolarlık bir fark ile kapatacak

gözüküyor. Yani sektörün tüm yaptığı ihracat ile ithalatı kıyasladığımız zaman sektörün ihracatta 2.7 milyar dolar fazla getirisi olduğunu görüyoruz. Artık yeniden bir ÖTV artışı olur ya da olmaz tartışmalarında tabloyu bu şekilde okumak gerekmektedir.

OYDER olarak kamu nezdindeki tüm girişimlerimizde bu konunun önemle altını çiziyoruz” dedi.

Dünya otomotiv sektörün gelişimine de değinen Z. Alp Gülan 2008 yılındaki dramatik daralmaya rağmen, bugüne kadar dünya otomotiv satışlarında yukarıya doğru bir ivmenin yakalandığı tespiti yaptı. Dünya otomotiv pazarında Türkiye'nin de içinde bulunduğu Doğu Avrupa'da bir daralma, Batı Avrupa'da ise bir düzleme yaşandığına işaret etti. Z. Alp Gülan, Çin'in başlı başına büyük bir dev olmaya devam ettiğinin bilgisini verdi. Bunun yanı sıra BRIC ülkelerinde otomotiv pazarının inanılmaz bir şekilde büyüme eğilimi taşıdığını söyleyerek, “Yapılan tahminler 2018 yılında 100 milyon aracın üretilmesinin yanında bir o kadar aracında satılmasını öngörüyor. Bu rakamın sadece 30 milyonunun Çin'de üretilip satılması tahmin ediliyor” diyerek, bir yetkili satıcı olarak her yıl katlanarak büyüyen bir pazarı hayal dahi edemediklerini dile getirdi.

İç pazar yeterli değilse yeni yatırım da gelmiyor

Kuvvetli bir pazar oluşmamasının yatırımları da etkilediğine değinen Z. Alp Gülan, “Türkiye'ye son dönemde yatırım gelmiyor. Otomotiv yatırımcıları sürekli gelişerek büyüyen Çin ve Hindistan pazarlarına yatırım yapmayı tercih ediyorlar. Bu yüzden iç pazarımızın ÖTV artışlarıyla sürekli



dalgalandığı, K1, K2 SRC belgeleriyle hafif ticari araç satışlarının daraldığı bir ortamda yatırımcılar gelişen pazarları tercih ediyorlar. OYDER misyonu gereği bu konu üzerinde her platformda sesini duyurmaya çalıştı. Sonuç itibarıyla kamu yönetimi de bu durumu görmeye başladı, önümüzdeki dönemde iç pazarımızın kuvvetlendirilmesiyle ilgili çalışmaların hızlandırılmasını temenni ediyoruz” dedi.

Gerçek çevrecilik araçların karbon salınımının önlenmesinde yatıyor

Araçların son 20 yıl içerisindeki teknolojilerinin çok değiştiğine işaret eden OYDER Başkanı Z. Alp Gülan, “Geçmiş dönemin araçlarında 100 kilometre sabit hızla giden bir araç ani frenlemede 52 metrede durduğunda bu iyi bir frenleme sistemiydi. Günümüzde araçlarda duruş mesafesi 32-33 metrelere indi. Eski teknoloji araçlarda 1 kilometrede 220 gr karbon salınımı var. Yeni nesil araçlarda ise bu rakam 130 gr seviyesine düştü. Aradaki 90 gr’lık farkı ortalama 3,5 milyon adet araç ile çarptığımızda 550 milyon ağacın temizlemesi gereken karbon salınımı ortaya çıkıyor. 550 milyon ağaç, 200 adet Belgrad ormanına denk geliyor. İşte gerçek çevrecilik araçların karbon salınımının önlenmesinde yatıyor” dedi.

İstatistiklere göre Avrupa’da 20 yaşındaki bir aracın çevre kirliliği açısından yarattığı etkinin temizlenme bedelinin 8.494 Euro olduğu bilgisini verdi. Ekonomik ömrünü tamamlamış araçlar ile ilgili yapılacak sürekli bir uygulamanın, hem Türkiye’deki çevresel etkiye hem güvenlik, hem de ekonomik açıdan katkı sağlayacağını önemli olduğunun altını çizdi.

Kamu yönetiminin 2023 vizyonuna da değinen Z. Alp Gülan, “Şu andaki verilerle 2023 Strateji Belgesi’nde hedeflerin gerçekleşmesi konusunda bazı sapmalar olabilir. Kamu yönetimi de bu



İSTANBUL ANADOLU YAKASI AKTİF İŞ HUKUKU HAKİMİ İBRAHİM HALİL ŞUA

konuda çeşitli düzenlemeler yapıyor. Sektör olarak umudumuz 2023 hedeflerine doğru iyileştirmelerin gündemde olmasıdır” diye konuştu.

Yetkili satıcıların 5 milyon metrekarede 7 milyar dolarlık bir tesis yatırımına sahip olduğunu dile getiren Z. Alp Gülan Türkiye’de yetkili satıcıların 70 bin personel ile 400 bin kişinin dolaylı istihdamına katkı sağladığını söyledi. Türkiye’de 47 markanın yaygın bayilik ağını yürüten yetkili satıcıların otomotivde müşteriyle tek temas noktası olduğunu söyledi. Z. Alp Gülan, “Müşteri ile tek temas noktası olan yetkili satıcıların hayatı hep birilerini mutlu etmek ile geçmiştir. Ya müşteri ya da sağlayıcı memnuniyetini sağlamaktan yetkili satıcıların kendi memnuniyetleri hep geri planda kalmıştır” dedi.

İstanbul Anadolu Yakası Aktif İş Hukuku Hakimi İbrahim Halil Şua sektörü ilgilendiren, sözleşmelerin hazırlanması, fesih, ihbarname hazırlanması, kıdem ve ihbar tazminatı, fazla mesailer, satış ve servis hizmetleri konusunda bilgiler verdi. Sektörde özellikle iş hukuku konusunda bir çok hata yapıldığına dikkat çeken İbrahim Halil Şua, yetkili satıcıların davaya söz konusu olan konularda, 'nasıl olsa iş mahkemesinde kaybederiz' anlayışına sahip olduklarına işaret etti. İş hukuku konusunda yetkili satıcıların yaptıkları temel hatalara değindi. Basit önlemlerle haksız bir şekilde davaların kaybedilmesinin önüne rahatlıkla geçilebileceği konusunda bilgiler verdi. <<<





59 TL'ye Fiat Linea, sadece Budget'ta!

Budget'la kimse bu kış araçsız kalmıyor.
Ocak sonuna kadar kiralayacağınız tüm
Fiat Linea'lar **günlük 59 TL**'den başlayan
fiyatlarla Budget'ta sizi bekliyor.

www.budget.com.tr

444 4 722

 budgetturkiye  budgetturkiye

 **Koç**

 **Budget®**

Otomotiv Ticaretinde Vergi Yaklaşımları Toplantısı

1 2 Aralık 2014 tarihinde OYDER ve İTO üyelerinin katılımı ile İTO Eminönü Binası Meclis Salonu'nda "Otomotiv Ticaretinde Vergi Yaklaşımları-2" adı bir toplantı gerçekleştirildi.

Düzenlenen toplantıya Maliye Bakanlığı'nın değerli üst düzey bürokratları T.C. Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı Gelir Yönetimi Daire Başkanı Mehmet Arabacı, T.C. Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı Gelir Yönetimi Daire Başkanlığı KDV Müdürlüğü Grup Başkan Vekili Muhammet Ali Ayaz, T.C. Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı Gelir Yönetimi Daire Başkanlığı ÖTV Müdürlüğü Grup Başkan Vekili Adem Bilgili, T.C. Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı Büyük Mükellefler Vergi Dairesi

Başkanı Bülent Sarıgül katılarak konularıyla ilgili bir çok konuya cevap verdiler.

Toplantıda dolaylı-dolaysız vergi dağılımı ve dolaylı vergilerin payının yüksek olması, ÖTV konusu ana konular olarak ele alındı. ÖTV'nin toplam vergi gelirleri içindeki payı 2011 yılında yüzde 25,3 olarak gerçekleşmişti. Devletin ÖTV gelirleri içindeki en büyük payı akaryakıt ürünleri oluşturmaktadır. Bu oran yüzde 50'dir. Bunun arkasından yüzde 27,8'lik oranla tütün mamulleri gelmektedir.

Motorlu taşıtlar sektörünün payı da 2007-2011 yılları arasında yüzde 5'ten yüzde 11,7'ye yükselmiştir.

Toplantıya katılan kamu görevlileri, kullanılmış araç ticaretinde, özellikle ticari

araçlarda yaşanan KDV sorunları, vergi dairelerinden yaşanan sorunlar, yanlış yatan vergilerin düzeltilmesi, gelir vergisindeki uygulamalar, 2015 yılı vergi düzenlemeleri gibi konularındaki sorulara cevap verdiler.

OYDER'in kullanılmış araçlardaki KDV konusunda kamuya önerdiği çözümlerin de masada tartışıldığı toplantıda konu hakkında değerlendirmelerde bulunuldu.

OYDER Başkanı Z. Alp Gülan, sektörün genel vergi sorunlarının tartışıldığı ve sektörün kendilerine yönelttiği sorulara ilk ağızdan cevaplar veren Maliye Bakanlığı bürokratlarına gösterdikleri olumlu ve yol gösterici yaklaşımları için teşekkür ettiklerini ifade etti. 🌟🌟🌟





Prestij yolunda daima yan yana.

Sizlerin güveni ile büyüdük ve her geçen gün artan hizmet kalitemizle güçlendik. Daha iyisi için çalışmaya ve sizi yolların en gözalıcı kahramanlarıyla buluşturmaya devam edeceğiz.

Birlikte çıktığımız bu yolculukta, Koluman'ı tercih ederek bizi zirveye taşıyan tüm müşterilerimize teşekkür ederiz.

www.koluman.com.tr
www.koluman2.com
www.facebook.com/koluman.as



Mercedes-Benz

Koluman Motorlu Araçlar Tic. ve San. A.Ş. Mercedes-Benz Türk A.Ş. Bayi
İstanbul Sancaktepe Telefon 0216 311 80 50 - Göztepe Telefon 0216 363 00 22 Ankara Çankaya Telefon 0312 583 73 00 - Gölbaşı Telefon 0312 497 55 00
Mersin Tarsus Telefon 0324 651 42 42 - Huzurkent Telefon 0324 646 21 14 Gaziantep Şehitkamil Telefon 0342 437 85 00

Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş. CEO'su Ali Haydar Bozkurt:

“Yeni yatırımlar için 1 milyonluk pazara ulaşmalıyız”

Yeni bir yıla girerken 2014 yılını otomotiv sektörü açısından değerlendirir misiniz?

2014 yılını değerlendirdiğimizde ilk 6 ayın zorlu geçtiğini söylemek mümkün. Yılın ilk aylarında yüzde 28’ler seviyesinde daralan toplam pazar, yılın ikinci yarısında özellikle seçimler sonrasında toparlanmaya ve iyileşmeye başladı. Ocak-Kasım 2014 satış rakamları geçen senenin aynı dönemi ile kıyaslandığında toplam ve binek otomobil pazarında yüzde 15 daralma gerçekleşti. Tahminimiz Aralık ayı sonunda 2014 yılı toplam pazarın yüzde 14 - 15 civarında bir daralma ile 730-735 bin seviyelerinde olmasıdır.

Geçen yıla göre sektör rakamları o kadar kötü değil. Orta vadede sizce bu rakamlar yeterli mi? 1 milyona ulaşır mı?

Türkiye’deki pazar potansiyeli 1 milyonun üzerindedir. ÖTV olmasaydı, yani Avrupadaki gibi olsa, 1,5 milyonluk pazar rakamlarına ulaşılabilir. 2011 yılı rekor senemiz olmuştu, 864 binli adetlere ulaşmıştık. Toplam pazar 700 binlerin altına düştüğünde biz sarı alarm durumu algılıyoruz. Bizim, 1 milyon değilse bile 850-900 binlik pazarlarda olmamız gerekiyor. Yeni yatırımların devreye alınması için ise 1 milyonluk pazarlara ulaşmalıyız.

Şimdi 700 binli rakamları konuştuk. Önümüzdeki yıl sarı alarmda mı olacağız?

Hayır. Genel seçimlerin yapılacağı 2015 yılında sektörün oluşacak ekonomik atmosferden etkilenebileceğini değerlendirmek gerekir. 2014 yılında olduğu gibi temkinli bir duruş sergilenmesi gereken 2015 yılında pazarın bir miktar daha toparlanma ile 780 binler seviyesinde olacağını öngörüyoruz. Ancak 2011 yılı seviyelerine çıkmayacağını (853K) düşünüyoruz. Önümüzdeki yıllarda pazarın toparlanmasını ve 2018 yılında 1 milyon seviyelerine ulaşmasını öngörmekteyiz.

Bizim sektörümüzde döviz kuruyla çok paralel bir hayatımız var. İniş çıkışın yüksek olduğu dönemlerde plan yapmakta zorluk çekiyoruz. Döviz kuru uzun dönem yüksek seyrederse kaçınılmaz olarak fiyatlara yansıyor. Ama hiçbir zaman döviz kurunu birebir yansıtamayan bir sektörüz.

Özellikle döviz kurlarındaki hareketlilik fiyatlara yansıyor? 2015'te FED'ten faiz artırım beklentisi var. Bunlar 2015 yılında nasıl yansır fiyatlara?

Bizim sektörümüzde döviz kuruyla çok paralel bir hayatımız var. İniş çıkışın yüksek olduğu dönemlerde plan yapmakta zorluk çekiyoruz. Döviz kuru uzun dönem yüksek seyrederse kaçınılmaz olarak fiyatlara yansıyor. Ama hiçbir zaman döviz kurunu birebir yansıtamayan bir sektörüz.

Üretimden satışa kadar geniş bir alanı kapsayan strateji belgesi, 2010-2014 yılını kapsıyordu. 2014 yılında sona erdi. Bu belgede başarılan ve başarılmayanlar neler?

Temelde beklentilerimiz belliydi. Dünyanın genel akışına göre farklı yönde akan regülasyonlarımız vardı. Örneğin araçlar yaşlandıkça vergileri de artar. Türkiye'de tam tersi oluyor. Bunun çevreye zararının yanında, güvenlik açısından da zararlı. Çok temel güvenlik sistemleri bazı araçlarda yok. Bizim beklentimiz yaşlı araç parkının yenilenmesi ile ilgili. Ayrıca, vergi sisteminin de dünyadaki uygulamalara paralel şekilde iyileştirilmesini bekliyoruz. Tabii bu iyileştirme kademe kademe yıllara yayarak uygulanabilir. Hibrit teknolojilerin teşviğinde de



Bizim, 1 milyon değilse bile 850-900 binlik pazarlarda olmamız gerekiyor. Yeni yatırımların devreye alınması için ise 1 milyonluk pazarlara ulaşmalıyız.

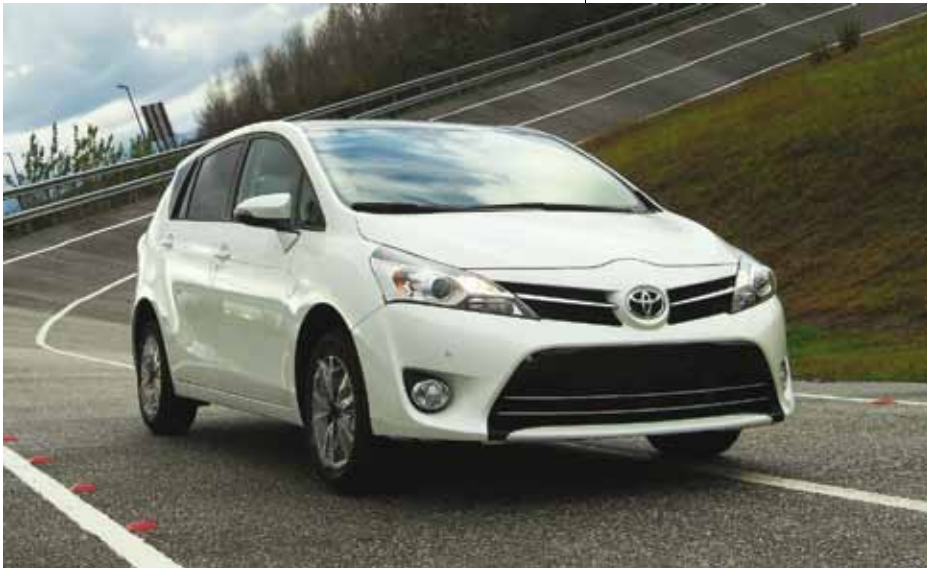
gelişmeler bekliyorduk. Bu konuda da henüz bir karar yok ama çalışmaların olduğunu biliyoruz.

9 maddelik ekonomik kalkınma planında sektörümüze yakından ilgilendiren maddeler yer alıyor. Ayrıca programın açıklanması ile birlikte Başbakanımızın çeşitli platformlarda yaptığı enerji verimliliği ve çevreci araçlar ile ilgili açıklamaları sektör açısından son derece olumlu buluyoruz. Beklentimiz tüm bu olumlu açıklamaların, daha detaylı ve belirli konularda aksiyonlar alınarak hayata geçen projeler ile desteklenmesi.

Hibrit ve elektrikli otomobiller. Elektrikte bir vergi indirimi yapıldı. Hibrit için de olumlu bir sinyal bekliyoruz demiştiniz. Hibrit mi, elektrikli mi? Bu konuda ne söylersiniz?

Toyota'nın hibrit konusundaki geçmişi 1970'li yıllara uzanıyor. Yani hiç kimse bu konuyla ilgilenmezken Toyota bu konuya yatırım yapıyordu. Baktığınızda şarj süresi, elektrikli otomobilin en büyük engeli. Bu nedele Toyota orta ve uzun vadede batarya kiralama maliyetleri olmayan, şarj istasyonu ve benzeri alt yapı gereksinimi duymadan kendi kendini şarj eden hibrit teknolojisini en ekonomik ve ekolojik çözüm olarak görmektedir.

Dünyada Toyota hibrit otomobil satışı 7 milyon adedi, Avrupa'da ise 800 bin adedi geçti. Artık Toyota yılda 1 milyondan fazla hibrit otomobil satar hale geldi. Tabii yüksek satış adetlerinde Avrupa ülkelerinde uygulanan emisyonla bağlı vergilendirmenin ve 5.000 Euro'ya varan tesviklerin büyük etkisi var. Türkiye'ye baktığımızda ise bu teknolojinin henüz tam olarak tanınmadığını gözlemliyoruz. Ancak giderek artan bir oranda hibrit otomobillere karşı ilgi mevcut. Türkiye'de bu konuda bazı teşvikler çıkarsa hem ekonomimize,



Otomobil Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER) önemli bir misyon üstlenmiştir. OYDER, yetkili satıcılık mesleğinin gelişimine katkıda bulunmanın yanında, otomotiv sektörü ile ilgili araştırmaları ile de sektöre yön veren derneklerimizden biri konumundadır. Üreticiler, distribütörler ve son nokta olarak yetkili satıcılar arasında köprü vazifesini başarıyla yürüten OYDER'e gelecekte de büyük görevler düşmektedir. Ancak, OYDER'e tüm otomotiv sektör bayilerinin üye olarak, çalışmalarına katılarak sahip çıkması ve destek vermesi gerektiğini düşünüyorum

hem de çevreye büyük katkısı olacaktır. Bu teşvik ayrıca 10. Kalkınma Planı hedeflerinden enerji ihtiyacı nedeniyle oluşan dış açığı azaltma, çevreyi korurken daha az girdi kullanma gibi hedeflere ulaşmayı kolaylaştıracaktır. Ayrıca hibrit otomobiller kullanıcısına sessiz ve konforlu bir sürüş sunmaktadır. Hibrit otomobil kullanmanın kişiye hissettirdiği sürüş keyfini anlamak için mutlaka bir hibrit otomobil test etmenizi öneririm. Bugün Türkiye' de her bayimizde Yaris Hybrid test aracımız mevcut.

Bu teşvikler nedir?

Dünyada farklı uygulamalar var. Vergi oranlarında yapılacak düzenleme ile teşvik sağlanabilir. Mesela elektrikli otomobilin ÖTV'sini yüzde 3'e indirildi. Hibrit'te de yüzde 45 dediğimiz ÖTV belki yarıya çekilebilir. Eğer böyle olursa hibrit kullanımı yüzde 10-15 seviyelerinde olur. Toyota hedef koymuştu, 2020 yılına kadar tüm modellerimizin hibrit versiyonları da olacak.

Son olarak OYDER ve faaliyetleri hakkındaki düşüncelerinizi sektörel açıdan değerlendir misiniz?

Sektörümüzde bulunan sivil toplum örgütleri, gerek mesleki dayanışma gerekse de sektörümüzün gelişimi için çok önemli bir yere sahiptir. Bunlardan



Dünyada Toyota hibrit otomobil satışı 7 milyon adedi, Avrupa'da ise 800 bin adedi geçti. Artık Toyota yılda 1 milyondan fazla hibrit otomobil satar hale geldi.

biri olan Türkiye'deki yetkili satıcıları çatısı altında buluşturan Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER) de önemli bir misyon üstlenmiştir. OYDER, yetkili satıcılık mesleğinin gelişimine katkıda bulunmanın yanında, otomotiv sektörü ile ilgili araştırmaları ile de sektöre yön veren derneklerimizden biri konumundadır. Üreticiler, distribütörler ve son nokta olarak yetkili satıcılar arasında köprü vazifesini başarıyla yürüten OYDER'e gelecekte de büyük görevler düşmektedir. Ancak, OYDER'e tüm otomotiv sektör bayilerinin üye olarak, çalışmalarına katılarak sahip çıkması ve destek vermesi gerektiğini düşünüyorum. Uzun yıllardır tüm otomotiv bayilerini temsilen kurulmuş olan böylesine önemli bir derneğe bayiler tarafından verilen desteğin yetersiz kaldığını düşünüyorum.

Sektörümüzde kamuoyu yaratılması yönünde düşünce ve hareket tarzıyla üzerine düşen görevleri başarıyla yerine getiren OYDER, sektörümüzdeki sözcülerimizden biri olmaya devam edecektir. Toyota olarak büyük önem verdiğimiz değerli yetkili satıcılarımızın da içinde bulunduğu OYDER'in başarılı çalışmalarının devamını sektörün bir temsilcisi olarak gönülden diliyorum. <<<

Bizim beklentimiz yaşlı araç parkının yenilenmesi ile ilgili. Ayrıca, vergi sisteminin de dünyadaki uygulamalara paralel şekilde iyileştirilmesini bekliyoruz. Tabii bu iyileştirme kademe kademe yıllara yayarak uygulanabilir. Hibrit teknolojilerin teşviğinde de gelişmeler bekliyorduk. Bu konuda da henüz bir karar yok ama çalışmaların olduğunu biliyoruz.

— Fiat 500 Ailesi —
%100 SEN
%500 TARZ

*Sen yeter ki %100 sen ol.
Bu ailede sana uygun bir Fiat 500 mutlaka var!*



#yüzde500tarz



Subaru Türkiye Genel Müdürü Halil Karagülle:

“Müşterimiz sekiz yaşındaki aracını hala yetkili servimize getiriyor”

Subaru daralmaya rağmen büyümesini sürdürdü

Pazarda bu yıl ciddi bir daralma yaşandı. Özellikle yılın başındaki ÖTV artışı, kredi kullanımının kısıtlanması, kurlardaki yukarıya doğru hareketlilik ve ülkenin yaşadığı seçim atmosferi sektörü bir daralmanın içine doğru çekti. 2014 yılının 11 aylık döneminde sektörde ortalama yüzde 14'lük bir küçülme gerçekleşti. Bu olumsuz tabloya rağmen 2014 yılında Subaru Türkiye olarak otomotiv pazarından farklı bir seyir izledik. Markamız Subaru geçen yılın aynı dönemindeki satışların üzerinde adetler yaptı. 2014 yılını muhtemelen 1.400 adete yakın bir satış ile kapatacağımızı düşünüyoruz. Geçen yıl 1.101 adet ile pazarı kapatmıştık.

Keza bu yıl öngördüğümüz 1.400 adetlik satışın belki biraz altında rakamlar ile karşılaşsak bile bu yıl yüzde 25'lik bir artış gerçekleştirmiş durumdayız. Pazardaki daralmaya rağmen Subaru'nun büyümesi, ürünlerimizin biraz niş olmasından kaynaklanıyor. Biz lüks otomobil markası değiliz ama oraya yakın duruyoruz, parası olanların tercih edebileceği segmentlerde araçlar satıyoruz. Markamız ürünlerinin hemen hemen hepsini dört çeker SUV araçlar oluşturuyor. Sadece BRZ ürünümüz iki çeker olmasına rağmen çok farklı bir kulvarda durarak müşterilere hitap ediyor.

Türkiye otomotiv pazarında SUV araçların satışında görebildiğimiz kadarıyla beş altı yıldır sürekli bir artış yaşanıyor. Bizim ürünlerimiz de bu segmentlerde yer aldığı için bu yıl tempomuzu kaybetmeden büyümeyi başardık. Elbette ürünlerimiz bu artışa çok büyük katkı sağladılar. 2013 yılının Mayıs ayında yeni Forester'in lansmanını yapmıştık. Keza yine aynı dönemde Outback'i Türkiye getirdik. O dönem yeni modellerimiz Forester ve Outback'teki yenilikler satışlarımıza olumlu katkı sağladı. 2,0 litrelik Boxer (150 PS) ve Turbo Boxer (240 PS) motor seçenekleri ile sportif sürürlü SUV araçlarımız bizi pazardan ayırıyordu. Bizde o büyüme trendini devam ettirdik.

Üreticimizden aslında biraz daha fazla adetlerde

Subaru Türkiye Genel Müdürü Halil Karagülle, Türkiye'de SUV araçlara olan ilginin giderek arttığına değindi. Karagülle, “Kullanıcılar trafikte kendilerini yüksekte ve güvende hissetmek istiyor. Yollarımızın durumu ve yağışlı havalarda ağırlaşan yol şartları güvenliği otomobil sürüş önceliklerinde ilk sıraya taşımaya başladı. Dört çeker özelliğine sahip tüm ürün gamımız bu anlamda ihtiyaçları maksimum seviyede karşılamak üzere geliştirildi” diye konuştu.



alımolar yapabilseydik satış adetlerimiz daha üst seviyelerde gerçekleşebilirdi. Keza Subaru üretici olarak da yine niş bir yerde duruyor. Dünyanın belli başlı pazarlarında çok ciddi başarıları var. Özellikle Kuzey Amerika'da satışlarda üç yıldır her ay büyüme eğilimlerini sürdürüyorlar. Her ay bir önceki ayın yüzde yirmi beş üzerinde satış adetleriyle kapanıyor. Dolayısıyla üretim kapasitenin sınırlı olması nedeniyle büyüyen pazarlara araç tedarik ediliyor. Subaru'nun bu gelişimi bizi de tedarik anlamında etkiliyor. Tedarik konusunda sıkıntılar yaşamıyorduk, bizler belki biraz daha fazla satış yapabiliydik. Ama genel olarak 2014'ün performansından kendi markamız açısından memnunuz.

Türkiye otomotiv pazarının geçmiş yıllarına göre yetkili satıcılarımızın da keyfi biraz daha yerinde. Stok maliyetlerine katlanmadan, açıkçası fena olmayan bir tempomuz var bu yine aynı şekilde bayilerimiz tarafında da devam ediyor. Bu yıl yeni satış noktalarını kendi bayi ağımıza ekledik. Belli başlı büyük şehirlerde yapılanmayı sürdürüyoruz.

Türkiye otomotiv pazarının geçmiş yıllarına göre yetkili satıcılarımızın da keyfi biraz daha yerinde. Stok maliyetlerine katlanmadan, açıkçası fena olmayan bir tempomuz var bu yine aynı şekilde bayilerimiz tarafında da devam ediyor. Bu yıl yeni satış noktalarını kendi bayi ağımıza ekledik. Belli başlı büyük şehirlerde yapılanmayı sürdürüyoruz.

Ama bizim ana konsantrasyon alanımız büyük şehirler. Ürünlerimizin büyük bir çoğunluğu İstanbul'da satılıyor. Ankara çok iyi gidiyor, Bursa ve İzmir yine bizim için iyi pazarlar. Gelişim ivmemizin bu şekilde devam etmesini öngörüyoruz. Bu çerçevede büyük şehirler bizim yine ana oyun alanımız olacak.

Subaru'nun büyüme stratejisi

Kısa dönemde bir iki nokta daha devreye girecek, fakat yetkili satıcı yapılanmamızda çok agresif davranmıyoruz. Mevcut yapılarımızın bizi bir süre daha ileriye doğru taşımaya devam edeceğine inanıyoruz. Ama yine de eksik olduğumuz yerler ve bölgeler var. Buralarda karşımıza çıkan fırsatları bakıyor ve değerlendirmeye çalışıyoruz. Anadolu'da henüz eksik bıraktığımız yerlerin olduğu bilincindeyiz.

Yetkili satıcı olarak devreye aldığımız yerlerde özellikle XV ürün gamımız çok tercih ediliyor. XV ürün gamımızdaki fiyatı en uygun ürünlerden biri. C sınıfı Crossover diye geçmesine rağmen C segment SUV olarak değerlendiriliyor. Fiyatı özellikle Japon yeninin biraz daha iyi durumda olmasından dolayı rekabette bir avantaj elde etti. Bunu müşteri tercihlerinde de görüyoruz. Fiyat aralığı özellikle Anadolu'daki müşterinin de karşılayabileceği bir seviyede duruyor. Fiyat ve ürün dengesi bence bizim ürünlerin hepsinde çok daha anlamlı bir yere gelmiş durumdadır. Bunun temel nedenini Japonya'nın ülke olarak kur avantajını yakalamasından kaynaklanıyor. Son dört yıldır Japon markalı otomobiller dünya satışlarında geriye düşmüştü. Türkiye'de ve Avrupa'da da aynı şekilde daralma yaşadılar. Ama şimdi Japon markalarının dünya satışlarında bir toparlanması var, bu bizim markamıza da yansısı.

Niş markaların en büyük sorunlardan birisi ikinci el araç pazarında yeterince talep oluşturulamaması

Araçlarımızın ikinci el satışları konusunda ekstra bir çalışma yapmadık. Fakat rakamlardan gözlemlediğim kadarıyla Subaru'nun bütün modellerinin ikinci el rakamlarıyla pazarda hiç bir dezavantajı kalmadı. Bunun ana nedeni, eski modellerde, daha yaşlı olan ürünlerde benzinli motor olmanın ve vites aralıklarının geniş olmasının getirdiği fazla yakıt tüketmesi konusu oluşturuyordu. Son iki yıldır devreye giren yeni modellerin hiç birinde benzer dezavantaj yok. Ürünlerimizde ciddi anlamda bir iyileşme yaşanıyor. Bu iyileşme doğal olarak ikinci el fiyatlarına da yansısı. Çok eski modellerimizde ikinci el fiyatları sorun teşkil edebilir, fakat 2013 ve 2014 yılı modellerimizde pazara göre daha iyi bir konumdayız.

Halil Karagülle: Lise öğrenimini İstanbul Erkek Lisesi'nde tamamlayan Halil Karagülle, Boğaziçi Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümü'nden 1990 yılında mezun oldu. 1994 yılında aynı üniversitede MBA eğitimini tamamladı. 1991 - 1997 yılları arasında Koç Holding'e bağlı Otosan A.Ş.'de Bayii Geliştirme Müdürü olan Karagülle, daha sonra sırasıyla RJ Reynolds Ticari Pazarlama Müdürlüğü ve Bölge Müdürlüğü, Cet Otomotiv Genel Müdürlüğü, Beldeyama A.Ş. Pazarlama ve Satış Müdürlüğü görevini üstlendi. 2006 yılında Miele Elektrikli ev Aletleri Türkiye Pazarlama ve Satış Müdürlüğü görevini yürüten Karagülle, 4 Mart 2013 tarihinden bugüne Subaru ve Yokohama markalarının Türkiye Genel Müdürlüğü görevini yürütüyor. İyi derecede İngilizce ve Almanca bilen Halil Karagülle evli ve iki çocuk babasıdır.

Türkiye otomotiv pazarında SUV araçların satışında görebildiğimiz kadarıyla beş altı yıldır sürekli bir artış yaşanıyor. Bizim ürünlerimiz de bu segmentlerde yer aldığı için bu yıl tempomuzu kaybetmeden büyümeyi başardık.



XV modelimizin ikinci el fiyatlarına baktığımız zaman çok iyi rakamlarla el değiştirdiğini görüyoruz. Bu da yine modellerin yeniliğinden ve yakıt tarafındaki iyileşmeden kaynaklandı. Sonuçta markaların ikinci el satışlarının gelişimi, markanın iletişimi ile de ilgilidir. Bizler son iki yıldır iletişime daha fazla özen gösterdik. Kendi hedef kitlemizi yakalayabileceğimiz alanlarda televizyon, dijital mecra ve gazetelerde ürünlerimizin algısını daha iyi bir yerde konumlandırmayı başardık. Bu algıyı biraz daha yukarı çektiğimiz zaman ikinci eldeki fiyatların kabul görmesine faydası oluyor. Şu anda bana göre iyi bir noktaya geldik, önümüzdeki dönemde de bunun sürdürülebilirliği konusunda açıkcası çok rahatız. Biz bu tempoyu koruyabiliriz, ama yine de ikinci elde iyileşmenin pazara yansması tüketicinin onu anlaması ve algılaması ile gerçekleşiyor, bu da zaman alıyor.

Yeni ürün Outback geliyor

2015'e ilişkin planlarımızda bir kaç hamlemiz var. Bu hamleler bize yine bir büyüme alanı yaratacak. Bir takım kısıtları üretici gündemde tutuyor. 2015 Mart başında yeni Outback geliyor. Biz eski Outback'i 2014 Eylül'ünde tükettik. Şimdi tekrar o ürünün devreye girmesi bize yeni bir talep olarak yansıyacak. Dolayısıyla yine talebin tamamını karşılayamama gibi küçük de olsa bir riskimiz var bence.

Subaru'nun felsefesi: aktif ve pasif güvenlik

Bazı tüketiciler 4x4 ve güvenliği en üst seviyede olan araçları satın almak istiyor. Subaru'nun iki

Subaru önleyici güvenlik teknolojileri üzerinde 19 yıldır Japonya'da çalışıyor. Amerikan tüketicisi bizim insanımıza göre biraz daha fazla bilinçli olduğu için satışlar orada iyi noktalarda seyrediyor. Subaru'nun başarısının altında temel olarak bu felsefeler yatıyor. Türkiye'de de insanlar biraz daha bu konulara bakmaya başladılar. Tüketici de genel bir bilinç artışı var. O da beraberinde bazı unsurları değerlendirmelerine olanak sağladı.

ana felsefesi var. Bunu aktif ve pasif güvenlik olarak adlandırıyorlar. Aktif güvenlik kastedilen araçların 4x4 olması ve onun beraberinde getirdiği sürüş anında sağladığı ekstra güvenlik. Aracın yoldan çıkmasının engellenmesi ya da kötü yol şartlarında dört tekerin kendi kendini ayarlayarak durmadan yola devam etmesi de aktif güvenlik felsefesinin temel taşı oluşturuyor. Üretici zaten bundan hiçbir zaman ödün vermedi. Bütün araçlar 4x4 ve aktif güvenli olarak üretiliyor. Pasif güvenlik ilkeleri ise çarpışma esnasında aracın içerisindeki yolculara sağladığı güvenlik.

Amerika'daki IIHS (Otoyol Güvenliği ve Sigorta Enstitüsü) itibar edilen bir kurum. Bütün model ve markaların içerisinde en iyi puanı alan hep Subaru olmuştur. Subaru'nun her model ve segmenti en iyi dereceleri alıyor. Bu da pasif güvenliğin mantığı ve anlamını oluşturuyor. Yine Amerika'da ve Japonya'da daha yeni önleyici güvenlik sistemlerini devreye aldılar. Bunlarla birlikte; aktif, pasif ve önleyici olarak güvenlik unsurlarını da üçe çıkarmış oldular.

Subaru önleyici güvenlik teknolojileri üzerinde 19 yıldır Japonya'da çalışıyor. Amerikan tüketicisi bizim insanımıza göre biraz daha fazla bilinçli olduğu için satışlar orada iyi noktalarda seyrediyor. Subaru'nun başarısının altında temel olarak bu felsefeler yatıyor. Türkiye'de de insanlar biraz daha bu konulara bakmaya başladılar. Tüketici de genel bir bilinç artışı var. O da beraberinde bazı unsurları değerlendirmelerine olanak sağladı. Sıkıntılı yollarda araç kullanacak eşleri için Subaru tercih eden çok tüketici var, kafası rahat olsun istiyorlar.

Otomotiv pazarı gelecekte nasıl şekillenecek?

Teknoloji geliştikçe ve tüketici bilinci arttıkça pazardaki ürün yapısı da değişiyor. Otomobillerin boyutları, motor, şanzıman seçenekleri ve içindeki fonksiyonlar da bir değişim yaşıyor. 10 yıl öncesi gibi araçların artık durağan ve statik bir yapısı yok artık. Eskiden SUV araçlar 'jip' diye anılırdı, büyük bir otomobildi, herkes bu şekilde algıladı. Şimdi SUV araçlar neredeyse A, B ve C segmentlerinde üretiliyor. Keza motor hacimleri de değişmeye başladı. Tüketici talepleri, ürüne yansıyor. Tüketici her şanzımanı her segmentte satın almak istiyor. 4x4 olsun ister 4x2 olsun düz vitesli talep ediyor, otomotiv vitesli talep ediyor, düşük yakıt tüketimli SUV'lar istiyor. Elbette tüketicilerin bu değişime hızla ayak uydurabilmesi çok kolay değil. Fakat dünya hızla değişiyor. Markalar bir yandan kendi ürünlerini geliştirirken öte yandan otomobillerdeki yükselen eğilimleri de kendi ürünlerine yansıtmak durumunda. Pazara uyum sağlamak için ürünler değişiyor.

Öte yandan Avrupa'lı üreticiler Türkiye üzerinde etkili olmaya başladılar. Fakat yakın



Belirtilen bazı özellikler Yeni Ford Tourneo Courier modellerinde opsiyonel olarak sunulmaktadır. Tourneo Courier; 1.6L TDCi motoru, Otomatik Start/Stop Sistemi ve 100 km/s hız sınırlayıcısı ile 100 km'de ortalama 3.7L yakıt tüketmektedir.



Ticarette tek rakibi kendisi.

YENİ FORD **TOURNEO COURIER**

Sınıfında lider yakıt ekonomisi, dinamik tasarımı ve SYNC® Sesli Mesaj Okuma gibi akıllı teknolojileriyle Yeni Ford Tourneo Courier, sınıfındaki tüm rakiplerini solluyor, sadece kendisiyle yarışıyor. Siz de Ford Yetkilisi Satıcısı Gizerler'e gelip Yeni Ford Tourneo Courier'nin direksiyonuna geçin, öne geçin.

- > Sınıfında Lider Yakıt Ekonomisi
- > Geri Görüş Kamerası
- > 5" Türkçe Navigasyon
- > SYNC® Sesli Mesaj Okuma
- > Dijital Klima
- > Yağmur Sensörü

ford.com.tr/tourneo-courier

/FordTurkiye



Ford Yetkili Satıcısı
Gizerler

Adana : Tel: (0322) 346 80 80
Osmaniye : Tel: (0328) 812 00 40

bir gelecekte Avrupa dışındaki oyuncularında Türkiye pazarında ürünlerinin daha fazla talep görebileceğini düşünüyoruz. Yine aynı şekilde hayal olanlar gerçekleşecek. Örneğin insansız araçlar yaygınlaşacak. Şimdiden araçların üzerine konulan teknoloji parçalar bunu giderek doğruluyor. Kendi kendine park eden, otomatik fren yapan ve hızını ayarlayabilen araçlar şimdi yaygınlaşırken yakın gelecekte ise sanki insansız sürüş de gerçekleşecek.

Yetkili satıcılar tüketici davranışlarını iyi anlamalılar

Gözlemlediğim kadarıyla hangi fiyattan ürün satıyor oluyorsanız olun, her tüketicinin bir beklentisi var. Otomobil müşterisinin satın alma kararına baktığımızda dijital ortamın çok etkili olduğunu görüyoruz. İnternet dünyasının sağladığı bilgi tüketici davranışları üzerinde etkili oluyor. Tüketici araç satın alırken, ya da aracını satarken macerası artık internette başlıyor. Sonra test sürüşü aşamasına ve fiyat pazarlığı aşamasına geçiyor. Bu süreci yetkili satıcılar iyi kavramalıdır. Önümüzdeki dönemde bu sürece ayak uydurmak adına ne yapmalarını gerektiğini belirleyerek aksiyon almalılar.

Eskiden olduğu gibi showroomda oturarak müşteri gelmiyor. Hala yetkili satıcılarda; markanın sahibi reklam yapsın, bu reklamı gören müşteri bize gelsin ve satış yapalım havası egemen. Oysa müşteri farklı yerlerde ve farklı alanlarda ürünleri takip ediyor.

Eskiden olduğu gibi showroomda oturarak müşteri beklenmiyor. Hala yetkili satıcılarda; markanın sahibi reklam yapsın, bu reklamı gören müşteri bize gelsin ve satış yapalım havası egemen. Oysa müşteri farklı yerlerde ve farklı alanlarda ürünleri takip ediyor. Bu durum keza ikinci el otomobil ticareti için de geçerli. Hatta servis hizmetlerinde bile tüketici internet ortamını tercih ediyor.

Bu durum keza ikinci el otomobil ticareti için de geçerli. Hatta servis hizmetlerinde bile tüketici internet ortamını tercih ediyor. Müşteri "internete gir, randevunu al ve o gün o saatte git bırak ve söylenen saatte de geri al" mantığıyla düşünüyor. Artık tüketicilerin beklentileri buralara geldi. Bu ortama mutlaka ayak uydurulacaktır. Sanırım erken davranan biraz daha avantaj sağlayacak.

Pazar nasıl kapanacak?

2014 yılı başından bu yana sektör pazarın perakende ve filo satışını konuştu. Bu yıl filo satış rakamlarının daha ağırlık kazandığı gerçeğiyle karşılaştık. Belki de kredi imkanları kısıtlanınca kiralama tüketiciye daha avantajlı geldi. Yılın ikinci yarısında gözlemlediğimiz filo kiralama işinin canlı olmasından kaynaklı pazarda bir hareket yaşandı.

Otomobil ticaretinin perakende tarafındaki talep azalması belli oranda devam ediyor. Fakat filolar ve kiralama şirketleri bu işi biraz daha toparladı. Aslında bu durum yetkili satıcılar için iyi bir şey değil. Araştırmalar hala televizyon reklamının çok etkili olduğunu gösteriyor. Bunun yanında şimdi dijital diye tabir ettiğimiz uçsuz bucaksız bir dünya var. Eskisine göre çok daha iyi olmaya başladı.

Herhangi bir yere girdiğiniz zaman bunun üç tane ayağı var. Bunlar reklam, bilgi alma/verme ve satış amaçlı. Dolayısıyla burada hangisini yapacaksınız, hangisine daha fazla ağırlık vereceksiniz, buna biraz o kurumun karar vermesi gerekiyor. Öyle bir web sitesi yapabilirsiniz ki belki rakipler yapmadan çok daha makul bir faaliyetle birsürü şeyi karşılıyor ve veriyor olabilirsiniz. Tüketicinin hala televizyonda reklamını görelim diye bir talebi var. Çok reklam yapan bir markaysa belki o mevcutu korumak adına yapılan bir şey olabilir. Ama değişik markaların durdukları yer farklı olduğu için bence işi doğru yerde ve dozunda yapıyor olmak lazım. Her markanın realitesi farklı.

Markanın felsefesini biz anlatmaya çalışıyoruz. Güçlü yönlerini, neleri öne çıkarttığını ve bunun tüketiciye verdiği faydaları anlatmaya çalışıyoruz. Hangi mecrada ne yapıyorsak yapalım o bize doğru müşteriye getirsin yaklaşımımız var. Ona göre hangi kanalda ve hangi mecrada ne yapmamız gerekiyorsa onu şekillendirmeye çalışıyoruz. Markayı oralarda güçlendirmeniz lazım.

Pazar 800 bin civarında şekillenecek gibi bir öngörümüz var. Biz biraz pazardan bağımsız duruyoruz aslında. Yani bizim planlamamız biraz daha kendimiz için biraz daha iyi olacağı yönünde. Adetlerimizi daha fazla artırırız diye düşünüyoruz. Serviste de müşteri sadakatı çok yüksek. Sekiz yaşında aracı olan müşterimiz bile hala servise geliyor. <<<





“ÜLKEMİZ VAROLDUKÇA, YAPACAK ÇOK İŞİMİZ VAR”



Çorum - Ankara Yolu, İskilip Kavşağı
No: 184 Çorum



+90 (364) 224 01 44



info@karakaslargrup.com.tr

www.karakaslargrup.com.tr



facebook.com/karakaslargrup



instagram.com/karakaslargrup



twitter.com/karakaslargrup

İş Sağlığı ve İş Güvenliği şartlarına herkes uymalı

İş Güvenliği Uzmanı Levent Kütük yetkili satıcıları uyarıyor:

“İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı konusunda 200 bin TL'ye varan cezalar kapıda...”

30 Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6331 sayılı İş Sağlığı ve İş Güvenliği Kanunu, İşverenlere bir takım yükümlülükler getirmekte. Bu yükümlülüğü yerine getirmeyenlere büyük cezalar kapıda. İş Güvenliği Sağlığı uzmanı Levent Kütük son pişmanlık fayda etmez diyerek işverenleri uyardı.



Ülkemizde son günlerde yaşanan iş kazalarının artışı, akıllara işverenlerin iş sağlığı ve güvenliği bakımından sorumluluklarının ne boyutta ve nasıl düzenlenmiş olduğu sorularını getiriyor. Bu nedenle, işverenlerin 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu çerçevesinde yükümlülüklerini ve bu yükümlülüklerini yerine getirmemenin yaptırımlarını incelemek ve sağlıklı bir şekilde aktarabilmek önemlidir. 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda işverenler açısından düzenlenen işveren yükümlülükleri dikkate alınarak; işyerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması, mevcut güvenlik ve sağlık şartlarının iyileştirilmesi ile işyeri özelinde acil çözüm önerileri alınmalıdır. İşyeri özelinde riskler tespit edilerek yol haritası belirlenmeli ve operasyonel süreçlere kayıtsız kalınmamalıdır. Kanun kapsamında; yerine getirilmeyen risk değerlendirmesi, kontrol, ölçüm, araştırma ile acil durum planı, yangınla mücadele, ilk yardım ve kanunda yer alan diğer tüm yükümlülüklerin yerine getirilmesi ilk etapta işveren sorumluluğu açısından önem taşımaktadır. Çalışan sayısı ve tehlike sınıfına göre kademeli şekilde geçişi öngörülen işyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı bulundurma zorunluluğunun da göz ardı edilmemesi gerekir.

İşveren Vekilleri de Sorumlu

İşveren vekili, işveren adına hareket eden ve işin, işyerinin ve işletmenin yönetiminde yer alan kimselerdir. İşveren tarafından verilen bir yetkiye dayanarak hareket etmektedirler bu nedenle İşveren vekili olabilmek için işveren tarafından temsil yetkisinin verilmesi gerekmektedir. Örneğin şirketlerdeki müdürler, işveren tarafından temsil yetkisini almışsa, işveren vekilidir diyebiliriz. Kanun kapsamında işveren vekillerinin de işveren sayılacağı şeklindeki düzenleme, kanun koyucunun işveren tanımını genişletmek arzusunda olduğuna işaret ediyor. Söz konusu

tanımlama, ilk başta olumlu bir adım gibi gözükse de; pratikte daha güçlü konumda olan işverenin 6331 Sayılı Kanun kapsamındaki sorumluluklarını önemli ölçüde işveren vekillerine yüklemek ve dolayısıyla Kanun kapsamındaki sorumluluklarını hafifletmek bakımından bir çıkış kapısı olarak da değerlendirilebilir.

2012 yılından bu yana İş Güvenliği ve Sağlığı Yasası üzerinde durmadan revizyonlar yapıyor. Geneller ve yönetmelikler eklenerek değişiklikle uğruyor. 18 Aralık 2014 itibariyle iş yeri hekimlerinin çalışma süreleri değiştirildi. Arda arda gelen Soma ve Ermenek maden ocağı faciaları nedeniyle, madenlerdeki çalışma koşullarına ilişkin yönetmelikler yeniden ele alındı, bir çok yaptırım getirildi.

Bu yapılan girişimler ile İş Güvenliği ve Sağlığı yasının işletmeler açısından daha dikkate alınması ve daha fazla gündemde olmasına çalışıldığını gözlemleyebiliyoruz. Bütün bu gelişmeler yaşanırken bakanlık bu konudaki yaptırımlar için açıklamalarda bulundu. İşletmelerin üç aya kadar iş güvenliği ve iş sağlığı üzerine yaptığı çalışmaları İSG Katip üzerine yansımaları istiyor. Bunu yapmayan işletmeler için, bir yıl önceye yönelik olarak cezai yaptırımları uygulamaya başlayacaklarını dile getirdi.

Yükümlülükler Sınırlı Sayıda mı?

Dikkat edilecek olursa 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda işverenin sorumlulukları öncelikle genel olarak belirlenmeye çalışılmış ve ardından belli başlı sorumluluklar özel olarak düzenlenmiştir. Peki, bu yükümlülükler sınırlı sayıda mıdır? Hızlı gelişen teknoloji nedeniyle, zaman zaman mevzuatın uygulamaya uzak kaldığı bir gerçektir, bundan dolayı Kanun yerinde olarak; risklerin korunma ilkeleri altında işverenlere teknik gelişmeleri takip etme yükümlülüğü getirdi. Her ne kadar, Kanun'da belirtilen yükümlülüklerin sınırlı sayıda olup olmadığına net bir cevap olmasa da, bu düzenleme sanki Kanun'daki yükümlülüklerin sınırlı sayıda olmadığı ve genişletilebileceği yönünde bir izlenim bırakmaktadır.

Zorunlu İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi

Bir diğer yükümlülük ise çalışanların iş sağlığı ve güvenliği konusunda eğitilmesidir. Çalışanların iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinin usul ve esasları hakkında yönetmeliğe göre; çalışanlara yönetmelikte belirtilen asgari konuları içerecek şekilde iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinin verilmesi zorunludur. Verilecek eğitimin süresi ve yenilenme tarihi ise tehlike sınıfına göre değişiklik göstermektedir

İş Kazalarına Dur Demek İçin İş Güvenliği Şart

İş Sağlığı ve Güvenliği kanununun işaret ettiği üzere; iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve işveren ile çalışanların görev, yetki, sorumluluk, hak ve yükümlülüklerini düzenlemek amacıyla tüm işyerleri, kanun kapsamındaki yükümlülüklerini yerine getirmelidir. İşyerlerinde tahliye, iş kazası ve meslek hastalıklarının kayıt ve bildirimi, çalışanların sağlık gözetimi, çalışanların iş sağlığı ve güvenliği konusunda bilgilendirilmesi, çalışan temsilcisi ve destek elemanı seçilmesi, iş sağlığı ve güvenliği kurulu oluşturulması ile aynı çalışma alanını birden fazla işverenin paylaşması durumunda ise iş sağlığı ve güvenliği koordinasyonunun sağlanması gibi yükümlülükler bulunmaktadır.

2012 yılında çıkarılan 'İş Sağlığı ve Güvenliği Yasası' uyarınca 50'den fazla işçi çalıştıran tehlikeli ve çok tehlikeli işyerleri için 1 Ocak 2013'ten; 50'den az işçi çalıştıran işyerleri için de 1 Ocak 2014'ten itibaren iş güvenliği uzmanı ve işyeri hekimi ile sağlık personeli çalıştırma zorunluluğu getirildi.



İş Sağlığı ve Güvenliği Kanununda belirtilen yükümlülüklerin uyulmaması durumunda işverenlere ağır idari para cezaları öngörülmüştür. İdari para cezaları ile karşılaşma riski dışında işyerinin kapatılması riski de söz konusudur. Çalışanlar için hayati tehlike oluşturan bir husus tespit edildiğinde; bu tehlike giderilinceye kadar, hayati tehlikenin niteliği ve bu tehlikeden doğabilecek riskin etkileyebileceği alan ile çalışanlar dikkate alınarak, işyerinin bir bölümünde veya tamamında iş durdurulabilmektedir. Ayrıca çok tehlikeli sınıfta yer alan maden, metal ve yapı işleri ile tehlikeli kimyasallarla çalışılan işlerin yapıldığı veya büyük endüstriyel kazaların olabileceği işyerlerinde, risk değerlendirmesi yapılmamış olması durumunda iş durdurulmaktadır. Bundan dolayı çalışma hayatının risklerini en aza indirmek ve idari para cezasının uygulanmaması açısından işverenlerin sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekmektedir. Kanun'da yer alan bir başka önemli düzenleme ise; işletmeye başlanmadan önce, büyük endüstriyel kaza oluşabilecek işyerleri için, işyerlerinin büyüklüğüne göre büyük kaza önleme politika belgesi veya güvenlik raporunun işverenlerce hazırlanmasının zorunlu tutulmasıdır.

Özetlemek gerekirse işverenin yükümlülükleri, riskler konusunda gerekli tedbirleri almak ve bu kapsamda çalışanları eğiterek bilgilendirmek, değişen şartlar açısından uygun önlemleri almak, tedbirlere uyulup uyulmadığını denetlemek şeklinde sıralanabilir. İş sağlığı ve güvenliği bakımından genel prensipler belirlenerek, dışarıdan hizmet alıyor olmanın sorumluluğu kaldırmayacağı kanunda düzenlenmiştir.

İdari Para Cezaları Uygulanacak

İş güvenliği uzmanı veya İşyeri Hekimi görevlendirmedeğinde her bir kişi için 5 bin 601 TL ceza ödeyecek. Aykırılığın devam ettiği her ay için de aynı miktar ceza uygulanacak. Risk değerlendirmesi yapmayan veya yaptırmayan İşverene 3 bin 361 TL, aykırılığın devam ettiği her ay için 4 Bin 500 TL idari para cezası uygulanacak. Tehlikeli ve Çok Tehlikeli sınıfta yer alan İşyerlerinde çalışacaklar için yapacakları işe uygun olduklarını belirten sağlık raporu almamak 1.120 TL (Her Çalışan İçin), Çalışanlara İş Güvenliği



İş Güvenliği Uzmanı Levent Kütük, İş Güvenliği ve İş Sağlığı konusunda yetkili ve uzman kişilerden hizmet alınması konusunda dikkat çekiyor. Levent Kütük, "Yetersiz donanımına sahip kişi ve kurumlardan bu hizmetleri almak daha da can yakıcı sonuçlar doğurabilir. Yetkili satıcıların İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı konularında hizmet alımında OYDER'e danışmalarını tavsiye ederim" diye konuştu.

2014 yılı rakamlarıyla İş Güvenliği ve İşçi Sağlığı yükümlülüğüne uymayanlar iş güvenliği ve işyeri hekimi için kişi başına her ay 5 bin 600 lira, hemşire için de 2 bin 800 lira cezaya çarptırılıyor. Sadece birer kişi çalıştırmak zorunda kalan işyerleri bile aylık 14 bin lira üzerinden aralık ayı itibarıyla 168 bin lira ceza ile karşı karşıya kaldı.

İşçi sayısı 50'den fazla olan işyerlerinde çok sıkıntı yaşanmazken, bu yıldan itibaren uzman ve hekim çalıştırma zorunluluğu başlayan 50'den az işçi çalıştıran KOBİ ya da küçük işletme niteliğindeki tehlikeli ve çok tehlikeli işyerleri yükümlülüklerini yerine getiremiyor. Bu grupta yer alan işyerlerinin 400 bin dolayında olduğu tahmin ediliyor.

Eğitimi verme Yükümlülüğüne uymamak 1.120 TL (Her Çalışan İçin) İdari para cezası uygulanacaktır.

Toplum olarak bizler yasak savmak için iş yapıyoruz. İş Güvenliği ve İş Sağlığı konusunda yapılacaklar yasak savmak olarak algılanmamalıdır. Bu yasayla getirilen uygulamalar sadece işçiyi değil aynı zamanda işvereni de korumak anlamına geliyor. Yetkili satıcılarımız bir çoğu bu konuyu ihmal edebiliyor. "Aman canım bir şey olmaz" diye bakıyoruz. Fakat artık İş Güvenliği ve İş Sağlığı Yasası'yla beraber bir koruma geliyor. İş güvenliği konusunda artık eski düzen ve uygulamalar yok.

İş Sağlığı ve İş Güvenliği Şartına Herkes Uymalı

Bu yükümlülüklerden ilki, tehlike sınıfı ve çalışan sayısına bakılmaksızın tüm İş yerleri için " İşyeri Risk Değerlendirmesi Yapılması, Acil Eylem Planlarının Hazırlanması, Çalışanlara İş Güvenliği Eğitimlerinin Verilmesi ve Sertifikalandırılması, İşe Giriş Periyodik Muayene Raporlarının Verilmesi" işlemlerini 01.01.2013 tarihinden itibaren yapılmasını zorunlu kılmıştır. İşverenlerin ikinci yükümlülüğü ise, 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren Tehlikeli ve Çok tehlikeli sınıfta yer alan ve sigortalı işçi çalıştıran işyerleri için çalışan sayısına bakılmaksızın İş Sağlığı ve İş Güvenliği Hizmeti alma zorunluluğu getirilmiştir.

İşverenler bu yükümlülüğü çalışanları arasından İş Güvenliği Uzmanı, İşyeri Hekimi ve Diğer Sağlık Personeli sertifikasına sahip çalışanlarını görevlendirerek sağlayabileceği gibi, Çalışanları arasında belirlenen niteliklere sahip personel bulunmaması halinde, bu hizmetin tamamını veya bir kısmını Ortak Sağlık ve Güvenlik Birimlerinden (OSGB) hizmet satın alarak da yerine getirebilirler. Yine aynı Kanunun 26. Maddesinde yükümlülüklerini yerine getirmeyen işverenlerin karşı karşıya kalabileceği İdari Para Cezaları detaylı olarak anlatılmaktadır. <<<

İdari Para Cezaları Uygulanacak

İş güvenliği uzmanı veya İşyeri Hekimi görevlendirmedeğinde her bir kişi için 5 bin 601 TL ceza ödeyecek. Aykırılığın devam ettiği her ay için de aynı miktar ceza uygulanacak. Risk değerlendirmesi yapmayan veya yaptırmayan İşverene 3 bin 361 TL, aykırılığın devam ettiği her ay için 4 Bin 500 TL idari para cezası uygulanacak. Tehlikeli ve Çok Tehlikeli sınıfta yer alan İşyerlerinde çalışacaklar için yapacakları işe uygun olduklarını belirten sağlık raporu almamak 1.120 TL (Her Çalışan İçin), Çalışanlara İş Güvenliği Eğitimi verme Yükümlülüğüne uymamak 1.120 TL (Her Çalışan İçin) İdari para cezası uygulanacaktır



Teşekkürler Şenyıldız.

Audi Twin Cup'ta "Dünyanın en iyi Audi Servisi" Ödülü'nü kazanan Şenyıldız da; Otomotiv Boya Bakım ve Korumada Türkiye'nin Yeni Markası Mr. Car Guru'yu seçti.

www.mrcarguru.com



sahibinden.com'a sadece 1 ayda

30 MİLYON

tekil ziyaretçi geldi.



Peki bu 30 milyon ne yaptı?

Toplam

98 MİLYON

ziyaret gerçekleştirdi.



3,6 MİLYAR

sayfa görüntüledi.

DURUM BÖYLE OLUNCA
ALMAK, BAKMAK, SATMAK VE
KİRALAMAK İSTEYENLER YİNE
sahibinden.com'DA BULUŞTU.



sahibinden.com

FDN Grubu Yönetim Kurulu Üyesi ve Medos Otomotiv & Agras Otomotiv Genel Müdürü Fırat Fidan:

“Yetkili satıcılar iş yapış biçimlerini değiştirmek zorunda”

Yetkili satıcılıkta 0 km otomobil satış faaliyetlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bilindiği üzere 1996 yılında Avrupa’yla yapılan Gümrük Birliği Anlaşması sonrası çok daha kaliteli ve daha çeşitli marka ve modelde araç Türkiye otomobil piyasasına girdi. Hızla artan rekabetten dolayı yetkili satıcılıkların 0 km otomobilden kazandıkları para, başka deyişle sıfır otomobil kâr marjları düşmeye başladı ve bu düşüş hala devam ediyor. Türkiye’de sadece otomotiv sektöründe değil, diğer sektörlerdeki rekabetin de artması ve kârlılıkların azalması sonucu, son yıllarda daha küçük ölçekli firma sayısı azalmaya başladı. Kiralama sektörünün de gelişmesiyle (kaldı

ki önümüzdeki senelerde de bu gelişimin devam etmesi öngörülüyor) kârlı düşük miktardaki satışlar yerini kârsız yüksek hacimdeki satışlara bıraktı. Bir başka deyişle 0 km otomobil satışlarında filo oranı arttı ve artmaya devam ediyor. Bu da yetkili satıcılığın kârlılıklarını negatif olarak etkilemekte. 0 km otomobil satışında bir diğer etken ise distribütör firmanın yetkili satıcılıkla olan ilişkisi ve aralarındaki teşvik – prim sistemi. Ne yazık ki, distribütör firmanın odak noktası yetkili satıcılığın kârlılığı yerine daha fazla araç satışı olduğu için bu konuda da önümüzdeki dönemlerde çok fazla ilerleme beklenmemektedir.

Distribütör firma tarafından verilen yanlış ve yüksek hedefler aynı marka yetkili satıcılıkların birbirleriyle daha fazla rekabet etmesine neden olmaktadır. Orta ve uzun vadede bu rekabetin kazananı ne yetkili bayi, ne de distribütör firmadır. Yüksek hacim satan markaların bayileri daha az kârlı daha fazla araç satmadıkça, mevcut 0 km otomobil piyasasında zarar etmemeleri kaçınılmaz. Makroekonomik göstergelerin belirttiğine göre Türkiye’deki 0 km otomobil satışı orta ve uzun vadede artacaktır ama yıllar geçtikçe daha fazla araç satılan bu sektörde kârlılıkların da düşmesi bir başka tezatlığı ortaya çıkartıyor.

Sıfır otomobil satışlarında düşük kâr oranlarından bahsettiniz, peki yetkili satıcılıktak sistemindeki satış sonrası faaliyetleri sizce nasıl?

Sıfır satışta olduğu gibi yetkili satıcılık sisteminde de satış sonrası kârlılık oranları geçmişe göre düşmüştür ve düşmeye devam etmektedir. Kaldıraç Oranı diye tabir ettiğimiz (satış sonrası brüt kârının toplam şirket giderlerini karşılama oranı) geçmişte %100’ün üzerindeyken artık %70 seviyesinin altına düşmüştür. Kiralama sektörünün büyümesi sonucu servislere gelen araç sayısında büyük düşüşler yaşanıyor. Birçok büyük kiralama şirketi ya kendi kurdukları atölyelere ya da özel anlaşmalı servislere kiralama araçlarını göndermeye



Distribütör firmalar her geçen gün yetkili servislerden daha kaliteli hizmet bekliyor. Kalite algısının sürekli yükseltilmesi ek personel maliyeti doğuruyor. Belli bir kalite ve standartla çalışma zorunluluğunda olan yetkili servisler, 'sanayi' diye nitelendirdiğimiz özel servislerle rekabet gücünü kaybetti.

başladı. Yetkili satıcılarla çalışan kiralama şirketleri ise kendi lehlerine olan avantajlı anlaşmalar ile (yüksek iskonto oranları, ikame araç tedarigi gibi) yetkili servislere araçlarını yönlendiriyor. Sigorta şirketlerinin de aralarındaki rekabetten dolayı müşterilerine en uygun ve en indirimli fiyatları sunma konusunda büyük gayretleri var. Bu da, doğal olarak, hasar giderlerini azaltmakla mümkün oluyor. Hasar giderlerini azaltmak için çalıştıkları servislere indirim konusunda yoğun baskı uyguluyorlar. Distribütör firmalar her geçen gün yetkili servislerden daha kaliteli hizmet bekliyor. Kalite algısının sürekli yükseltilmesi ek personel maliyeti doğuruyor. Belli bir kalite ve standartla çalışma zorunluluğunda olan yetkili servisler, 'sanayi' diye nitelendirdiğimiz özel servislerle rekabet gücünü kaybetti.

Kaliteden çok fiyat algısını göz önünde bulunduran müşteriler artık daha az (belki sadece garanti süresince) yetkili servislere gelmeye başladı. Bu arada yetkili servisler aynı zamanda az riskli sanayi olarak da sayıldıklarından, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili diğer yasalara da tabiiler. Mutlaka can güvenliği ve çalışan sağlığı önceliktir ancak geçmişe göre kârlılıkların azalmasına etkenlerden biri de değişen çalışma koşullarıdır. Yetkili servisler bu konuda da belirli standartları uygulayan ciddi kurumlar. Fakat bu standartları ne kadar uyguladıkları belli olmayan ve genelde merdiven altı tarzda çalışan atölyelerle haksız rekabet ediliyor. Burada uygulanabilecek çözüm



Distribütör firma tarafından verilen yanlış ve yüksek hedefler aynı marka yetkili satıcılıkların birbirleriyle daha fazla rekabet etmesine neden olmaktadır. Orta ve uzun vadede bu rekabetin kazananı ne yetkili bayi, ne de distribütör firmadır. Yüksek hacim satan markaların bayileri daha az kârla daha fazla araç satmadıkça, mevcut 0 km otomobil piyasasında zarar etmemeleri kaçınılmaz.

haksız rekabetin ortadan kalkması için belirli denetim ve standartların her türlü firmaya aynı şekilde uygulanmasıdır. Distribütör firmaların, kendilerinin veya bayilerinin orijinal yedek parçayı yetkili servis dışındaki atölyelere satması yetkili servisin rekabetini kıran önemli etkenlerden biri. Özel servislerde veya sanayide de orijinal yedek parça kullanımı müşterileri bu kanallara itiyor. Aynı zamanda bazı markalarda olan bağlı noktalar veya satışı olmayan yetkili servis noktaları, pazarda var olan pastayı daha çok bölüyor.

Otomobillerin sergilendiği mağazalar her zaman için daha değerli ve daha maliyetli noktalardır. Bu yüzden de satışı olan yetkili servisler, satışı olmayan yetkili servislerle haksız rekabete girmektedirler. Sıfır otda olduğu gibi serviste de artık daha az kârlı günlere alışmalı ve yeni yapılandırmamızı bu yönde yapmalıyız.

Düşen kârlılıklarınıza en azından ikinci el faaliyetleriniz ilaç oluyordur diye düşünüyorum.

Başlangıçta sadece sıfır otomobil satışını arttırmak için yapılan bu faaliyet sıfır otomobil ve servis kârlılıklarının düşmesiyle artık daha fazla önem kazandı. Satıştan para kazanmak isteyen yetkili satıcıların artık mutlaka kendi 2. el departmanını kurup profesyonellerle çalışması gerekiyor. 2. el oto satışı artık yetkili satıcılık ana faaliyetlerinden biri haline geldi ve böyle de olmak zorundadır. 2.el temin kanallarından bir tanesi de sıfır otomobil satın almak için eski aracını takasa veren müşterilerimiz. Filo satışlarının artması sonucu takas alma oranında azalma ve dolayısıyla 2. el araç temininde de azalma oldu. Bu da 2. elde kârlılıkları negatif etkilemektedir. Bu yüzden sadece

FDN Grubu Hakkında: Medos Otomotiv, ASF Otomotiv, Agrads Otomotiv ve Faz Otomotiv ile, Fiat, Renault, Dacia ve Ford Bayiliklerine sahiptir. Grup bünyesinde ayrıca Sigortacılık işlemleri için Burç Sigorta ve 2. el otomotiv alım-satım-takas işlerinde Carros Otomotiv tic. A.Ş. bulunmaktadır. FDN Grubu Kiralama sektöründe ise Avrupa'nın en büyük bireysel otomotiv kiralama firması EUROPCAR'ın Türkiye distribütörlük haklarına sahiptir. Arıkrom madencilik ve Optimum Enerji ile, madencilik ve enerji sektöründe de yer almaktadır.

takasa gelen araçlarla 2.el faaliyeti yaparak para kazanmak artık çok daha zor. Stokları arttırmak ve çeşitlendirmek için mutlaka dış alımlara ihtiyaç duyuyoruz. Özellikle internetin hayatımıza girmesi ve 2.el piyasasına yön veren toplu ihale yapan firmaların artmasıyla 2.elde belirli bir fiyat standardı yakalandı.

Bu satın alan için iyi haberken, satış yapan için gerçekten kötü bir durumdur. Araştırarak firmalarımıza gelen müşterilere yüksek kârlı satışlar yapmak neredeyse imkânsız. Bu yüzden sıfır km otoda olduğu gibi 2.elde de yüksek hacimli satışlar yaparak para kazanmak mümkün ancak şimdilik en fazla kâr edebildiğimiz departmanımız söylediğiniz gibi ikinci el departmanı...

Toptan yedek parça faaliyeti yapıyor musunuz ?

Evet yapıyoruz. Bildiğiniz gibi satış sonrası faaliyetlerden olan toptan yedek parça satışı, yetkili satıcılığın gelir kalemlerinden bir tanesidir. Toptan yedek parça kârlılığı distribütör firmanın vermiş olduğu hedeflerle birebir ilgilidir. Bu faaliyetten kazanılan kârın önemi kadar bu kârı gerçekleştirmek için kullanılan sermaye de çok önemli. Toptan yedek parça satışında rekabetçi olmak için belirli stoklarla çalışma zorunluluğunuz var. Aynı zamanda diğer faaliyetlerden daha çok müşterilerle cari çalışmakta.

Burada mutlaka kullanılan sermaye ve onun getirisi esas alınmalı. Toptan yedek parça satışında genelde tezgah satışından çok, aktif satış önemlidir. İyi bir aktif satış ekibi de giderleri artırmaktadır. Piyasada muadil yedek parça veya distribütör kanalı kullanılmadan temin edilen orijinal yedek parça bulunduğundan rekabet etmek çok zor. Her ne kadar distribütör firmalar bayilerinden toptan yedek parça satışını yapmalarını istese de her yetkili satıcılık toptan yedek parça satışı yapmamaktadır. Burada önemli olan bu iş için giderinizin ve harcanacak sermayenin bu rekabetçi ortamda istenilen kârı getirip getirmeyeceğidir.

Can güvenliği ve çalışan sağlığı önceliktir ancak geçmişe göre kârlılıkların azalmasına etkenlerden biri de değişen çalışma koşullarıdır. Yetkili servisler bu konuda da belirli standartları uygulayan ciddi kurumlar. Fakat bu standartları ne kadar uyguladıkları belli olmayan ve genelde merdiven altı tarzda çalışan atölyelerle haksız rekabet ediliyor.



Özellikle araç almaya gelen müşteriler 50-60 bin TL harcamayı kabul etmişken, genelde birkaç yüz TL'den oluşan ek satışlar için harcama yapmayı daha rahat kabul eder. Ek satışlar kullanılan kredi içinde gerçekleştirilebilirse hem müşteri hem de bayi açısından çok daha avantajlı bir satış olacaktır.

Yetkili satıcılık faaliyetlerinizde ek gelir sağlayabildiğiniz alanlar var mıdır?

Azalan kârlılık oranları göz önüne alındığında ek satışların önemi tabi ki daha fazla artmaktadır. Ek satışlar için kısaca kredi, sigorta, estetik ve aksesuar satışlarından bahsedebiliriz. Yetkili satıcıya gelmiş hazır müşterileri ek satış yapmadan kaçırmamak gerekiyor. Özellikle araç almaya gelen müşteriler 50-60 bin TL harcamayı kabul etmişken, genelde birkaç yüz TL'den oluşan ek satışlar için harcama yapmayı daha rahat kabul eder. Ek satışlar kullanılan kredi içinde gerçekleştirilebilirse hem müşteri hem de bayi açısından çok daha avantajlı bir satış olacaktır.

Bunun dışında, müşteriyi kasko almaya ikna edemezsek bile zorunlu trafik sigortasını da satarak ek gelir elde edebiliriz. Yetkili satıcıdan araç alan müşteri zaten sigorta da alacaktır. Sadece bu konu üzerine biraz daha giderek daha fazla kazanç elde edebiliriz. Distribütör firmaların çıkardıkları kaskoları satarak aynı zamanda kendi servislerimize de ek iş hacmi sağlamış oluyoruz. 2.el ve özellikle daha ucuz satılan sıfır otomobillerde aksesuar satışı da çok önemlidir. Araç versiyonları yükseldikçe aracın satış fiyatı artar.

Versiyonlar arasındaki fark sadece bir özellikten değil de birkaç özellikten oluşmaktadır. Bu yüzden aksesuar satışı müşteriye versiyon dışında daha farklı alternatifler sunar. Özellikle dış görünüme

önem veren müşteriler için aksesuar satışı yapmak daha kolaydır. Aksesuar satışlarındaki kâr marjı hala yüzde 30-35 civarlarında olduğundan cazip bir gelir kanalıdır. Estetik satışlarındaki kâr marjı neredeyse % 80'e dayanır. Estetik gelirleriyle yıkama giderlerini karşılayıp az da olsa gelir elde edebiliriz. İyi bir satış danışmanı aracı sattıktan sonra birçok ek ürün de satabilmelidir. İyi bir primlendirme sitemiyle hem kendisi hem de bağlı olduğu kurum bu satışlardan ek gelir kazanır. Ek satış gelirleri az gibi gözükse de toplam da kayda değer miktarlar oluşturur.

Yetkili satıcılık faaliyetlerinizde giderleri nasıl yönetiyorsunuz?

Giderler, gelirlerin aksine daha fazla kontrolümüzün olduğu bir alandır. Bu yüzden eğer gelirleri artıramıyorsak kar etmenin en etkili yolu giderleri kısmaktır. Distribütör firmanın kalite ve iş standartlarını karşılamak için mecbur kaldığımız belirli gider kalemleri olabilir. Genelde distribütör firmalar oluşturulan kalite ve iş standartlarından geri adım atmak istememektedir.

Buradaki en büyük sorun; distribütörlerin sürekli uzun, yetkili satıcılıkların ise kısa vadeli düşünmesidir. Kısa vadedeki kayıplar distribütörler tarafından kabul edilir kayıp olarak görülüyor.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüm trendler değişmekte ve değişmeye devam ediyor. Özellikle uzun zamandan beri yetkili satıcılık faaliyetlerini sürdüren firmalar para kazanmak için iş yapış şekillerini de değiştirmek zorundalar. Daha tasarruflu çalışmayı öğrenmeliyiz. Örneğin; eskisi gibi gösterişli ve büyük mağazalar yerine daha küçük ve kullanışlı mağazalarda satış yapmalıyız. Yetkili satıcılık gider kalemleriyle varsa diğer işlerimiz veya şahsi giderlerimizin oluşturduğu giderleri birbirinden ayırmalıyız.

Özellikle aile şirketlerinde şahsi ve şirket giderleri iç içe geçmiştir. Doğru ölçümleme doğru ayırtırmayla olur. Giderlerimize hâkim olmalıyız. Kriz zamanları giderlerimizi tekrar gözden geçirmek için fırsat olsa da kriz olmadığı zamanlarda da giderlerimizin üzerinde kontrol sahibi olmalıyız. Giderlerimizi tahmin edebilmeli veya tahminimizden farklı sonuçları açıklayabilmeliyiz. Sürekli gelir-gider analizi yapmalıyız. Geliri olmayan giderler yapmaktan kaçınmalıyız. Marjinal giderleri, yani yapacağımız bir birim gidere kaç birim gelir elde edeceğimizi hesaplamalı ve bu hesabımızı sürekli kontrol etmeliyiz.

Sonuç olarak yetkili satıcılıkların tekrar kârlı bir hale dönmesi için ne yapmak gerekir?

Türkiye'de hala markalar eskisi gibi belli standartlarda tutucu davranmaktadır. Ancak yurt dışında, özellikle batıda, otomobil satan plazaları

Müşteriyi kasko almaya ikna edemezsek bile zorunlu trafik sigortasını da satarak ek gelir elde edebiliriz. Yetkili satıcıdan araç alan müşteri zaten sigorta da alacaktır. Sadece bu konu üzerine biraz daha giderek daha fazla kazanç elde edebiliriz. Distribütör firmaların çıkardıkları kaskoları satarak aynı zamanda kendi servislerimize de ek iş hacmi sağlamış oluyoruz. 2.el ve özellikle daha ucuz satılan sıfır otomobillerde aksesuar satışı da çok önemlidir. Araç versiyonları yükseldikçe aracın satış fiyatı artar.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tüm trendler değişmekte ve değişmeye devam ediyor. Özellikle uzun zamandan beri yetkili satıcılık faaliyetlerini sürdüren firmalar para kazanmak için iş yapış şekillerini de değiştirmek zorundalar. Daha tasarruflu çalışmayı öğrenmeliyiz.

Özellikle aile şirketlerinde şahsi ve şirket giderleri iç içe geçmiştir. Doğru ölçümleme doğru ayırtırmayla olur. Giderlerimize hâkim olmalıyız. Kriz zamanları giderlerimizi tekrar gözden geçirmek için fırsat olsa da kriz olmadığı zamanlarda da giderlerimiz üzerinde kontrol sahibi olmalıyız.

gezdığımızda aynı plazada birçok markanın satıldığını da görebiliyoruz. Bu firmalar tek marka değil, çoklu marka satışına odaklanmışlardır. Böylelikle batıdaki yetkili satıcılar tek plaza çoklu marka yöntemiyle değişen şartlarda para kazanmanın yolunu bulmuşlardır.

Bizdeki bazı zorunlu olduğu söylenen fiziki standartların bizden çok gelişmiş ülkelerde uygulanmadığını görmek de ayrıca büyük bir tezat oluşturmaktadır. Sonuçta her geçen yılda daha fazla araç satılması ve daha fazla aracın servise girmesine rağmen kâr marjlarımız düşüştü.

Rahatça söyleyebilirim ki, artık gelecekte hiçbir zaman 10-15 sene öncesi kâr oranlarını göremeyeceğiz. Rekabet daha da artacak ve bu çalışma metodlarıyla yaptığımız faaliyetlerden daha az para kazanacağız. Bu yüzden değişen şartlara göre biz de değişmeliyiz. Sadece tek taraflı değişiklik de yeterli olmayacaktır. Bunun için otomotiv sektöründeki tüm ayakların (üretici, distribütör, yetkili satıcı...) da değişmesi gerekir. Sadece sıfır otomobil veya sadece takastan gelen 2.el otomobil satışı yapmak ya da klasik satış sonrası faaliyetlerle para kazanma devri artık bitmiştir.

Sigorta, aksesuar ve estetik gibi ek satışlar yapmadıkça; 2.el alım- satım faaliyetlerinde bulunmadıkça; sermaye ve gider analizi yaparak yedek parça ve/veya kiralama (direkt veya aracı olarak) konusunda çalışmadıkça yetkili satıcı günümüz şartlarında para kazanamaz. Uzun vade düşünen distribütör firmalar da, kendi şubelerini kıyas kabul ederek, yetkili satıcılardan olması gerektiğinden fazla yük altına girmelerini istememeliler. Gerekirse bayi teşvik sistemini değiştirerek görevini yerine getiren yetkili satıcılıkların kârlı hale gelmesini sağlamalıdır. Yetkili satıcıların lehine bazı uygulamalar kısa vadede satışları geri çekiyor gibi gözükse de uzun vadede mutlu ve kârlı yetkili satıcı mutlu ve kârlı distribütör firma demektir. <<<

Gülpar Motorlu Araç A.Ş. Hamid Gülsoy: “Bize gelen her müşteri bir aile ferdimizdir”

Otomotiv yetkili satıcılığı mesleğine nasıl başladınız?

1 1993 yılında Baykay A.Ş. olarak yetkili satıcılığa Renault markasıyla adım atmış bulunmaktayız. 1994 yılında ise Gülsoy Parça isminin birleşimi olan Gülpar Motorlu Araç A.Ş. olarak isim değişikliği yapmış, 3 kardeş olan kurucu aile fertleriyle ikinci kuşağında katılımıyla birlikte daha güçlü kurumsal bir aile şirketi olarak yola devam etmekteyiz.

Bugüne kadar hangi markaları temsil ettiniz? Şu anda hangi markaların temsilciliğini yapmaktasınız?

Otomotiv alanında hali hazırda iki plaza olarak Kayseri de Renault ve Dacia markasını temsil etmekteyiz. Aynı plaza bünyesinde uzun dönem kiralama sektöründe Gülpar Filo Kiralama olarak hizmet veriyoruz. Bununla birlikte grup şirketimiz bünyesinde 2 istasyon halinde Gülsoy petrol, Gülsoy sarraf, Gül sigorta, Tepe Home Avm, Atasay bayiliği,

Gülpar bayiliği, Gülsoy Döviz ve Haspolat döviz bulunmaktadır.

İlk plaza oluşumunu ne zaman gerçekleştirdiniz?

1993 yılında bir Renault bayiliğini devir almış ve buradaki plazayla sektöre giriş yapmış bulunmaktayız. Akabinde 1994 yılında şehir merkezinde 1.500 m²'lik yeni plazamıza geçiş yaptık. Gelişen Pazar koşulları nedeniyle yetmeyen plazamıza 1997 yılında 7.000 m²'lik yeni bir yatırımla işimize devam ettik. Markamızın büyümesiyle birlikte 19.000 m²'lik alana sahip yeni bir plaza yaparak daha iyi hizmet etmek için yatırım yaptık.

Şubeleriniz var mı, nerelerde ve şube yatırımınız S-2S veya 3S şeklinde mi?

İki adet 3s plazamızla müşterilerimize hizmet etmekteyiz.

Tesisleriniz toplam kaç m² alana yayılıyor? Açık alan ve kapalı alanlarınız kaç m²'dir?

Ankara yolu üzerinde 15.500 m² kapalı, 3.500 m² açık alanla, şehir merkezinde ise 3.500 m² kapalı 3500 m² açık alanla hizmet vermektedir.

Servisiniz kaç m²'dir, sigorta şirketleri anlaşmalarınızda sorun yaşıyor musunuz, ne gibi sorunlarınız var?

İki plazamızda toplamda 8.000 m² servis alanımız mevcuttur. 17 Adet sigorta şirketiyle satış sonrasında anlaşmalı olarak çalışmaktayız. Sigorta şirketlerine vermiş olduğumuz yüksek iskontolar bizleri yormaktadır. % 100 memnuniyet ve kaliteyi maksimumda tutmaya çalışan biz yetkili servislerin bu kadar yüksek iskontolarla çalışması (zorunlu kılınarak) satış sonrası kanadının aksayan en büyük yaralarından bir tanesidir. Bizler yatırım yaparken mümkün olanın en iyisini tercih etmeye, müşterilerimize en iyi hizmeti sunmaya çalışıyoruz buna karşın yetkisiz, eğitimi tam olmayan sanayi dediğimiz işyerleri ile elektronik yatırımlarını tamamlamış, eğitime sürekli önem veren büyük yatırım yapmış yetkili servislerin mukayese



edilmesi bizleri üzmetmektedir. Anlam karmaşası yaşanan eş değeri parça kavramı da çözüm bekleyen konulardan bir tanesi olduğu kanaatindeyim. Son olarak da sigorta şirketlerinin yıpranma adı altındaki kesintilerinin de bir çözüme ulaşması gerekmektedir ancak farkların ne müşteriden talebi sonuç bulmakta ne de sigorta şirketiyle anlaşılabilirliktedir.

Müşteri memnuniyeti için nasıl uygulamalarınız var?

Müşteri her zaman haklıdır düsturu ana stratejimizdir. Bizler Gülpar olarak her an müşterilerimizi % 100 memnun etmek için sürekli takip altında tutmaktayız. Müşterilerimizi plazamızdan çıktığı andan itibaren ilk 5 gün, 2 ay ve her yıl dönümlerinde sürekli olarak arayıp memnuniyet sorgulamasında bulunuyoruz. Bizleri de her an hatırlamaları babında son görüşme anında ufak hediyeler le kutlama yaparak yolcu ediyoruz. Son yapılanmamızla beraber otomatik takip etme sistemi ile müşterilerimizin özel günlerini de kutlamak amacıyla bir sistem kurma aşamasındayız. Bize gelen her müşteri bizim bir aile ferdimizdir artık.

Şirketlerinizdeki toplam istihdamınız kaç kişidir? Personelinizin gelişimi için eğitim desteği alıyor musunuz?

2 plazamızda toplam 98 kişi istihdam etmekteyiz. Personel gelişimi için Renault Eğitim Merkezi ile sürekli eğitim planlaması yapılmaktadır. Ayrıca şirketimiz de iç eğitim verilmekte, dışarıdan da Kayseri Genç Girişimciler Derneğinin eğitim programlarıyla profesyonel destek alınmaktadır.

İş güvenliği konusunda profesyonel destek alıyor musunuz? Çalıştığınız firmadan ne gibi hizmetler alıyorsunuz?

Kayseri de bulunan yerel bir firmadan iş güvenliği, insan kaynakları ve işyeri hekimliği konusunda hizmet almaktayız. Haftalık rutin kontroller sürekli olarak yapılmakta, aylık ve 3 aylık planlamalarla takip edilmektedir. Emniyeti artırıcı ve yangın tatbikatı şirketimizde gerçekleştirilmiştir. Çalışanlarımızın mutluluğu hiç şüphesiz şirketimizin geleceğidir.

Zaman içinde mesleğinizde karşılaştığınız zorluklar nelerdir?

Bizler buralarda yüksek yatırımlar yaparak hizmet ediyoruz. Hepimiz ayrı ayrı markalarla da olsa en çok müşteriyi kazanma ve sürekliliğimizi sağlamaya çalışıyoruz ancak bizleri kârsızlık ortamı yormaktadır. Bu kadar yatırımın karşılığını almak günümüzde neredeyse imkansız gözükmektedir. Gerek teknolojik gelişmeler, gerek devlet tarafından



Bu kadar yatırımın karşılığını almak günümüzde neredeyse imkansız gözükmektedir. Gerek teknolojik gelişmeler, gerek devlet tarafından yapılması zorunlu kılınan yatırımlar, gerekse de distribütörlerin kıldığı çalışma, yenileme ve eğitim harcamaları bu kârsızlık ortamında bizleri daha da zorlamaktadır. Ne zaman ki distribütörler bizleri bayisi olarak değil de ortağı olarak görürse o zaman bir nebze de olsa rahatlayacağımızı düşünüyorum.

yapılması zorunlu kılınan yatırımlar, gerekse de distribütörlerin kıldığı çalışma, yenileme ve eğitim harcamaları bu kârsızlık ortamında bizleri daha da zorlamaktadır. Ne zaman ki distribütörler bizleri bayisi olarak değil de ortağı olarak görürse o zaman bir nebze de olsa rahatlayacağımızı düşünüyorum. Ve tabi birde araştırmalardan yola çıkarak kati bir şekilde önümüzde çok açık duran en büyük sorunumuz yüksek vergi oranıdır. Benzer gelir seviyesi ve kentleşme oranına sahip ülkelerdeki 1000 kişi başına düşen araç adeti ile ülkemizdeki adet arasında çok büyük fark vardır ve tabi yaşlı araç parkımızda bulunan araç sayısı da bu oranın üzerinde kalmaktadır. Bunun asıl sebebi ise alım gücüne oranla araçların pahalılığıdır. Araçların üzerindeki vergi yükü de ne yazık ki güzel ülkemizde çok yüksektir ve hatta vergiden vergi alınmaktadır. Vergi oranlarının daha aşağı seviyeye düşürülmesiyle araç satış adetleri artacak hem bizlere hem de çevreye büyük katkı sağlamış olacağız. Burada araç yaşı düştükçe yetkili eğitimli servislere eğilim artacak ve yine hem bizler hem de bakımsız (doğru bakım yapılmamış) araçlar nedeniyle olan kazalar azaltılarak hem insan sağlığına hem de gereksiz oluşacak kazalarda da azalma olacak ve ülke ekonomimize katkı sağlamış olacağız.

Bu mesleği yapmak isteyenlere tavsiyeleriniz nelerdir?

Sermayesi güçlü olmayan kimse bu sektöre girmemeli, her daim yüksek giderler ve yatırımlar gerekebilmektedir. Bununla birlikte şu an ki ortamda bu sektöre yatırım yapmanın doğruluğunu sorgulamaları elzemdir. Yüksek ciro yapabileceği bir marka veya kârlılık oranına önem veren bir marka seçilmelidir. <<<

OYDER'İN YENİ ÜYESİ

Baykoçlar Otomotiv Genel Müdürü Adnan Baykoç:

“Felsefemiz kalite bilincini artırarak müşteri bağlılığını sağlamaktır”

Baykoçlar Pet. İnş. Taah. Nak. Paz. Otom. San. Tic. Ltd. Şti. 24 yılı aşkın ticari tecrübesi ile müşterilerine modern, yenilikçi bir yapıyla hizmet vermektedir. Akaryakıt ve inşaat sektöründe faaliyet gösteren grup, 2009 yılında Nissan markasıyla otomotiv sektörüne girmiş, o günden bu yana Nissan Türkiye'nin başarılı bayileri arasındaki yerini almıştır.

Baykoçlar grubunun ulaştığı başarının arkasında müşteri memnuniyeti odaklı bir yönetim vardır.

Baykoçlar Nissan Plaza 1.750 m2 showroom alanı ve 3.500 m2 servis alanı ile sıfır araç satışından, servis ve yedek parçaya, sigortadan, oto kiralamaya kadar birçok hizmeti bir arada müşterilerine sunmaktadır. Öncelikle zamanın insanlar için önemini kavrayarak sistemli, kaliteden ödün



vermeden, bir işi tek seferde ve doğru şekilde yapmaya özen göstermektedir. Tüm bu gayretin sonucunda amacımız, müşteriler ile kurduğumuz yakın ilişkiler sayesinde Ankara pazarındaki güçlü ve lider konumumuzu sürdürmeyi devam ettirmektir.

Nissan A.Ş'nin en büyük yetkili satıcı ve servislerinden biri olarak koşulsuz müşteri memnuniyeti ilkesiyle hizmet vermek vizyonumuzdur.

Kalite Politikamız

- Müşteri ihtiyaçlarını, talep ve beklentilerini belirlemek, yerine getirmek ve müşteri memnuniyetinin devamlılığını sağlamak
- Tüm çalışanlarımıza kalite bilincini yaymak, eğitimlerle bilgi ve becerilerini arttırmak, takım çalışması prensibini benimsetmek ve böylece sürekli gelişme faaliyetlerine katkıda bulunmalarını sağlamak
- Çalışanlarımızı iş sağlığı ve güvenliği konusunda bilinçlendirmek ve bunun gereklerini yerine getirmek
- Çevre sağlığı konusunda duyarlı olmak, bu amaçla kaynakların ekonomik kullanımını sağlamak, bu konuda çalışanları eğitmek ve teşvik etmek

Baykoçlar Otomotiv, dürüst, iş ahlakına uygun profesyonel ve tarafsız bir yaklaşımla sürdürdüğü çalışmalarıyla sektörün güvenilir, gözde kuruluşlarından biri haline gelmiştir. Nissan markasının gücüne ve Baykoçlar markasının hizmet kalitesine sizleri de bekliyoruz...<<<

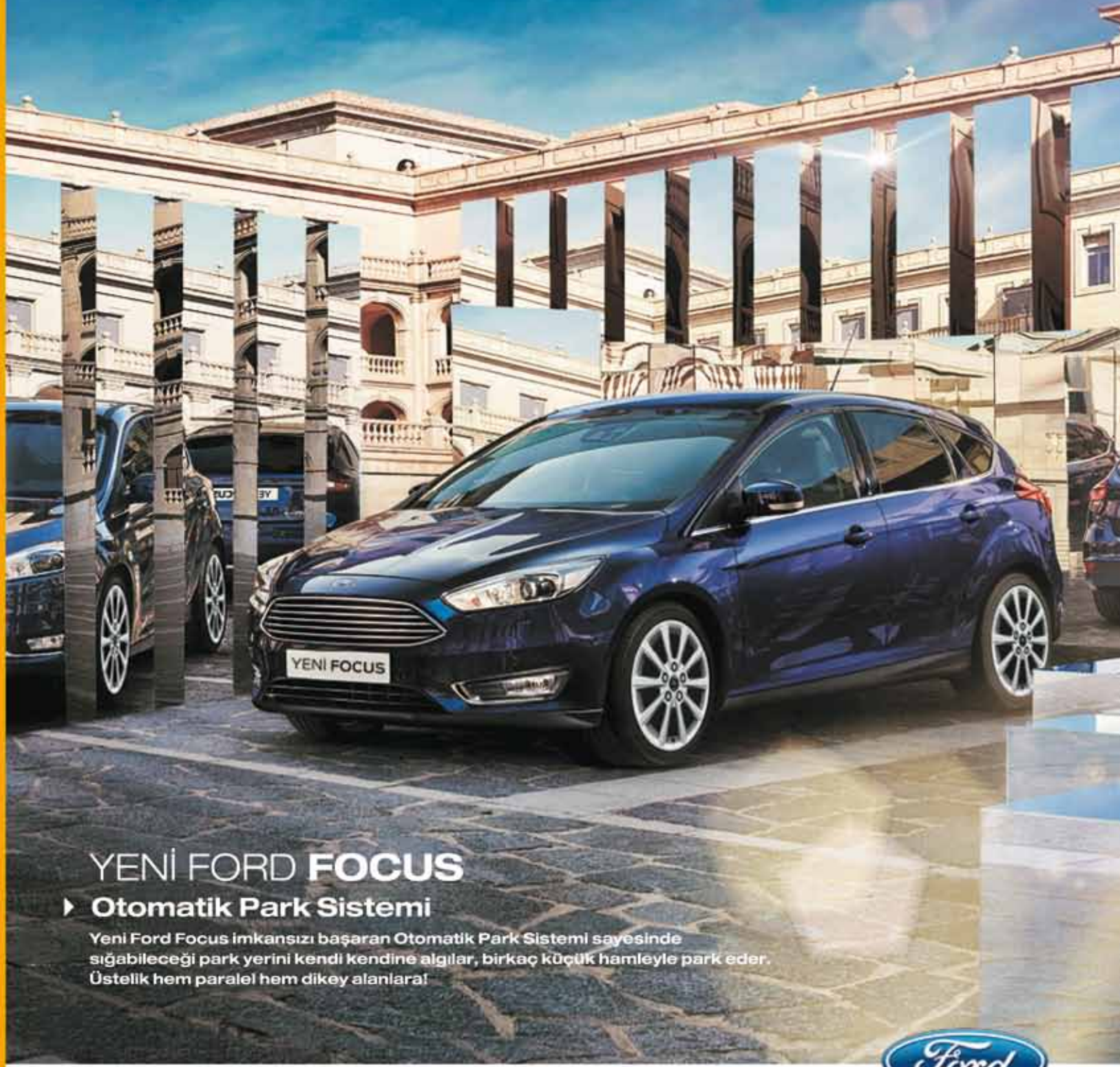
Baykoçlar Grubu olarak otomotiv sektörüne verdiği önem ve destek için OYDER yönetim kurulu ve tüm çalışanlarına teşekkür ederiz...



Bahsi geçen aracın ortalama yakıt tüketimi 100 km'de 4.8L ile 6.3L arasında,
CO₂ emisyon değerleri ise 110 g/km ile 117 g/km arasında değişmektedir.



Teknolojide en iyi hamle...



YENİ FORD **FOCUS**

► Otomatik Park Sistemi

Yeni Ford Focus imkansız başarıları Otomatik Park Sistemi sayesinde
sığabileceği park yerini kendi kendine algılar, birkaç küçük hamleyle park eder.
Üstelik hem paralel hem dikey alanlara!



ford.com.tr

Ford Yetkili Satıcısı

Şahsuvaroğlu®

www.sahsuvaroğlu.com.tr

MALTEPE

E-5 Gülsuyu Köprüsü yanı
No:1 Maltepe
Tel: 0216 441 42 78

PENDİK

E-5 Divan Asia Otel yanı
Üst Kaynarca Pendik
Tel: 0216 625 25 00

Pazar günleri açığız.

Şahsuvaroğlu®

Seçim Ford, Adres Şahsuvaroğlu

OYDER'İN YENİ ÜYESİ

Karakaşlar Şirketler Grubu

1 950 yılında temelleri atılan Karakaşlar Grup, başarılı geçmişiyle Çorum'un ve bölgenin önde gelen grupları içinde yer almakta ve çeşitli sektörlerde yaptığı yatırımlarla bölgesel lider olma vizyonu ile hareket etmektedir.

Grup; otomotiv, akaryakıt, tarım, hayvancılık, inşaat, nakliyat, beyaz eşya, dayanıklı tüketim ve sigorta olmak üzere dokuz sektörde faaliyet göstermektedir. Karakaşlar Grup ayrıca, hizmet verdiği mevcut sektörlerin yanı sıra yeme-içme ve hizmet sektörleri alanlarındaki yeni yatırımlarıyla da büyümesini sürdürmektedir.

Karakaşlar Grup'un ulaştığı başarının arkasında, müşteri odaklı ve verimliliği merkez alan bir yönetim yaklaşımı vardır. Bu yaklaşım, sadece maddi kazanımlarla değil, bütün insanlığın yararlandığı ve daha da yararlanacağı kurumsallaşma bilinci ile iç içe gelişmektedir. Grup, yine bu bilinç çerçevesinde çeşitli alanlarda

Karakaşlar Grup, faaliyette bulunduğu 9 ayrı sektör ve 200'ü aşkın çalışanı ile hizmet verdiği müşterilerine; üstün teknoloji, yüksek marka kalitesi ve dinamik bir insan kaynağı sunmaktadır. Grup, özellikle otomotiv sektöründe bölgesel bir lider olma vizyonunu ortaya koymaktadır.

kurumsal sosyal sorumluluk ve sponsorluk projelerini hayata geçirmektedir ve geçirmeye devam edecektir.

Destek verdiği alanlarda, sorumluluklarının bilincinde olan Karakaşlar Grup, topluma öncü ve örnek olmaya çalışan bir vizyonla hareket etmekte, yatırımlarıyla bölge ve ülke ekonomisine ve istihdama katkı sağlamaktadır. Karakaşlar Grup; yürüttüğü projelerle, toplumun refah düzeyini geliştirmek ve gelişimin ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel açıdan sürdürülebilirliğini sağlamaktadır.

Karakaşlar Grup, faaliyette bulunduğu 9 ayrı sektör ve 200'ü aşkın çalışanı ile hizmet verdiği müşterilerine; üstün teknoloji, yüksek marka kalitesi ve dinamik bir insan kaynağı sunmaktadır. Grup, özellikle otomotiv sektöründe bölgesel bir lider olma vizyonunu ortaya koymaktadır.

Karakaşlar Grup, hizmetlerini her zaman için müşteri memnuniyeti ve güven ilkelerini temel alarak sunmaktadır. Bunun sonucunda da dünya ölçeğinde saygın markalar ile yapmış olduğu iş birlikleri ile yoluna hızla devam etmektedir. Otomotivde Tofaş-Fiat,Otoeksper, Akaryakıtta Opet, Beyaz Eşyada Arçelik, Dayanıklı Tüketimde Merinos, Sigortacılıkta Ak Sigorta, Allianz, Güneş Sigorta gibi büyük küresel oyuncularla sağlanan sinerji de bu sürece çok önemli katkılarda bulunmaktadır.

Çorum'da değişimin öncüleri arasında yer alan Karakaşlar Grup, tüm bu birikim ve işbirliklerinin bir ürünü olarak, bölge ve Türkiye çapındaki gelişmelere hızla uyum sağlamaktadır. Grup, sahip olduğu geniş hizmet, bilgi, işbirliği ve deneyim ağını en iyi şekilde değerlendirmektedir.

Karakaşlar Grup; gerek Çorum gerekse bölgesel ve Yurt Çapındaki yatırımlarını arttırmak hedefiyle hareket etmektedir. Bu hedef aynı zamanda, Karakaşlar Grup'un hizmet verdiği sektörlerdeki bölgesel lider olma vizyonunun da önemli bir göstergesidir.

Hizmet verdiği tüm ana iş kollarında, güçlü işbirlikleri ile yoluna devam eden Karakaşlar Grup, şimdilik 3 Şehir ve 8 ayrı noktada faaliyetlerini sürdürmektedir. <<<



**Genel
Müdür
YILDIRIM
ORKUN
BAYINDIR**

YENİ DUCATO

BİNEN, BİLİYOR!



SINIFININ EN KAZANÇLI TİCARİ AİLESİ

Fiat Ducato ailesi yenilendi! Üstelik her ihtiyaca yönelik ürün gamıyla çok daha genişledi! Siz de hemen bir Fiat showroom'una gelip test edin, karşılaştırın, hesaplayın; sınıfının en az yakarı en çok taşıyanı Yeni Ducato'yla kazanmaya ilk günden başlayın!

DUCATO

- Sınıfının en düşük yakıt tüketimi
- Sınıfının en yüksek taşıma kapasitesi
- Sınıfının en geniş yükleme bölümü
- 7" dokunmatik ekranlı multimedya sistemi
- Sınıfının en ileri güvenlik donanımı

FIAT'LA HAYAT YOLUNDA
www.fiat.com.tr



Yeni Ducato 8 m³ Van 2.0 115 HP motor için ortalama 6,3 lt/100 km yakıt tüketimiyle sınıfının en az yakıt tüketimini sağlar. 1870 mm yükleme bölümü genişliğiyle sınıfının en geniş yükleme bölümüne sahiptir. Yeni Ducato'lar, Şerit Takip Sistemi, Uzun Far Tanıma Sistemi, Trafik İşareti Tanıma Sistemi ile sınıfında ilk defa sunulan güvenlik donanımına sahiptir. Tek arka tekerlekli araçlarda ön tekerlerde 2100 kg, arka tekerlerde 2400 kg ile sınıfının en yüksek taşıma kapasitesine sahiptir. Yeni Ducato, 3,5 ton taşıma kapasiteli hafif ticari araç sınıfındadır.

GÜNAY OTOMOTİV

E-5 Karayolu üzeri No: 104 PAYAS-HATAY Tel: (0326) 755 61 21
İbrahim Karaoğlu Cad. No: 92 İSKENDERUN-HATAY Tel: (0242) 259 67 67



MAHFI EĞİLMEZ

Türkiye Ekonomisi Göstergeleri ve İdeal Ölçüler

Ekonomik göstergeler için ölçü kabul edilebilecek bir takım oranlar belirleyebileceğimizi düşünüyorum. Ne var ki bunlar her yerde, her zaman, her koşulda geçerli oranlar olamaz. Enflasyon, bütçe açığı gibi alanlardaki kabul edilebilir oranlar evrensel bir ortaklık taşısa da cari açık, işsizlik, büyüme gibi alanlardaki kabul edilebilir oranlar ülkeden ülkeye, zamandan zamana, koşuldan koşula değişiklik gösterebiliyor. Örneğin ABD için erişilemeyecek kadar yüksek görünen yüzde 6'lık büyüme oranı Çin için neredeyse durgunluk düzeyi olarak kabul edilebiliyor. Ya da normal koşullarda ideal kabul edilebilecek yüzde 2 oranındaki bütçe açığı deflasyonist bir ortamda yüzde 5'e çıktığında bile anormal görülüyor. Burada ele almaya çalıştığım kabul edilebilir oranlar Türkiye ekonomisi için geçerli olduğunu düşündüğüm oranlardır.

Gerçekleşen büyüme oranı, potansiyel büyüme oranının altında seyrediyor

Türkiye'nin potansiyel büyüme oranı, 1923'den bu yana büyüme hızı ortalamasını alarak, yüzde 5 olarak hesaplanıyor (grafikteki siyah kırıklı çizgi.) Buna karşılık grafikten de görüleceği gibi Türkiye ekonomisi son üç yıldır bu potansiyel oranın altında büyüyor (2012'de yüzde 2,2, 2013'de yüzde 4,1, 2014'de yüzde 2,8'e gidiyor.) Türkiye'nin geçmiş büyüme modeli bütçe açıklarına, kamu borçlanmasına ve altyapı yatırımlarına dayalı bir büyüme modeliydi. Ekonomi bu modelle uzunca bir süre devam ettikten sonra modelin yarattığı enflasyonu taşıyamaz ve dolayısıyla yeterince büyüyemez hale gelmişti. Büyüme modeli son on yılda büyük ölçüde cari açığa, hane halklarını borçlandırarak talebi artırmaya dayalı bir modele döndü. Bugün, sistem artık cari açık verse bile büyüyemez aşamaya geldi.

Gerçekleşen işsizlik oranı, doğal işsizlik oranının üzerinde bulunuyor

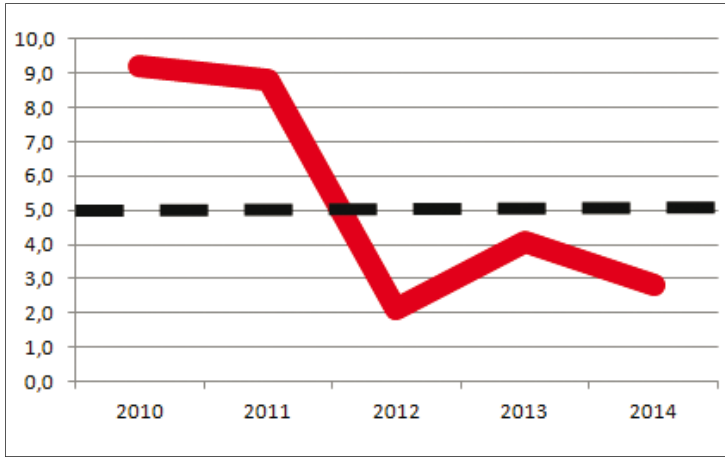
Ekonomi düşük büyümeye karşın istihdam yaratıyor ama işsizlik oranı düşürülemiyor. Bir ekonomi için ideal işsizlik oranı doğal işsizlik oranı olarak kabul edilebilir (bir ekonomide iş değiştirmek için işinden ayrılanlar, iş beğenmediği için iş arayanlar, geçici işsizler vb gibi işsizlerin oranı, doğal işsizlik oranı olarak alınabilir.) Türkiye'de bunu tam ölçemesek de uzun yıllar ortalamasından giderek yüzde 7,5 düzeyindeki bir oranı kabul edilebilir işsizlik oranı olarak almamız mümkündür (grafikteki

siyah kesikli çizgi.) Görüleceği üzere son beş yıldır bu oranın oldukça üzerinde (yüzde 10'larda) bir işsizlik oranına sahip bulunuyoruz.

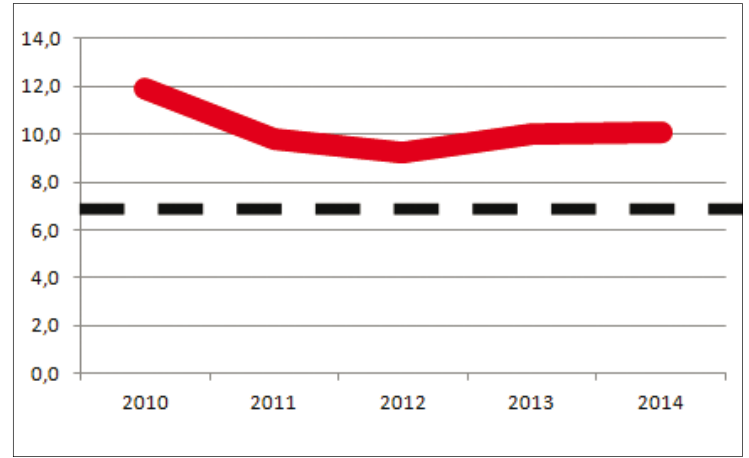
Gerçekleşen cari açık, ideal cari açık oranından oldukça yukarıda duruyor.

Son iki yılda cari açığı düşürücü önlemler alınmış, büyümeden ciddi anlamda fedakârlık edilmiş olmasına karşın cari açık yüzde 5'e yaklaşmış değil. Kaldı ki yüzde 5 bile çok yüksek bir oran. Türkiye ekonomisi için ideal cari açık oranı, ekonominin dışa daha fazla açıldığı dikkate alınarak, geçmiş yıllar ortalamasının (yüzde 2) biraz üzerine

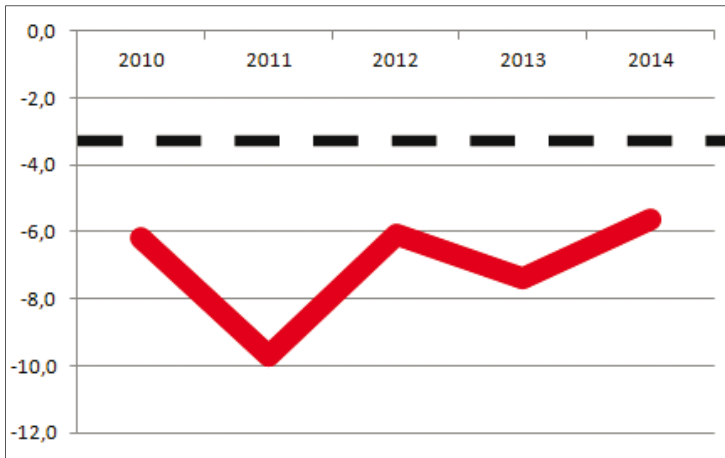




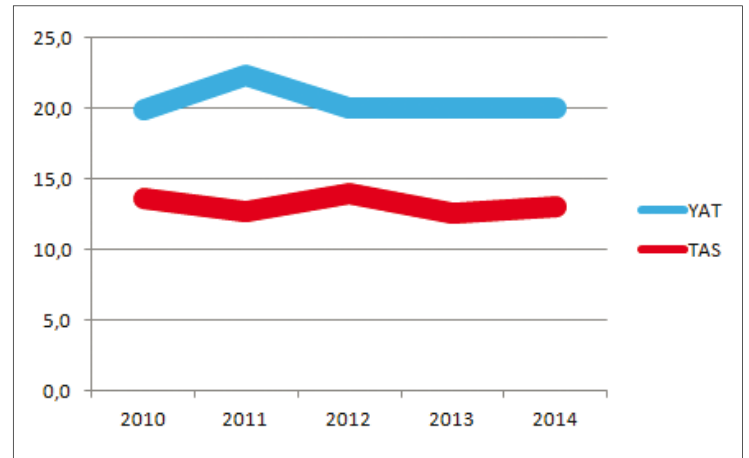
Gerçekleşen büyüme oranı, potansiyel büyüme oranının altında seyrediyor



Gerçekleşen işsizlik oranı, doğal işsizlik oranının üzerinde bulunuyor



Gerçekleşen cari açık, ideal cari açık oranından oldukça yukarıda duruyor



İç tasarruflar ideal orana yaklaşıyor

çıkılarak yüzde 3 – 3,5 olarak kabul edilebilir (grafikteki kesikli siyah çizgi). Cari açık oranımız 2014'de ideal çizgiye yaklaşmış olsa da hala yüksel bir düzeyde bulunuyor.

İç tasarruflar ideal orana yaklaşıyor

Cari açığımızın nedeni iç tasarruflarımızın yatırımlarımıza yetmemesi. Yüksek büyüme için yatırımları artırmak gerekiyor. Yatırımlar

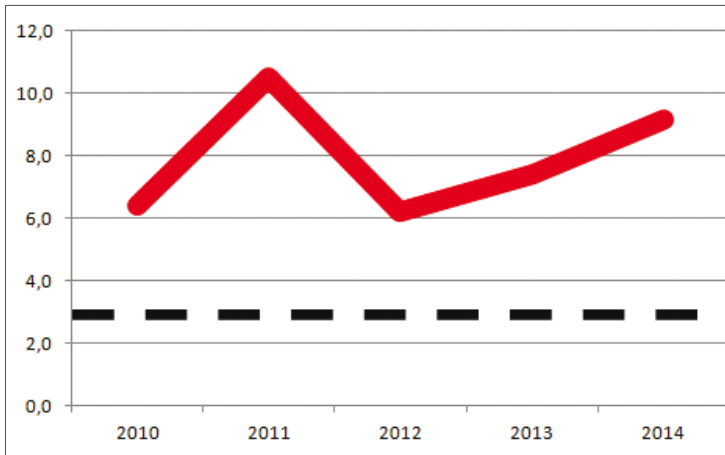
tasarruflarla oluyor. İç tasarruflarımız yetmeyince aradaki farkı dışarıdan bulmak zorunda kalıyoruz. Aşağıdaki grafik son 5 yılda karşılaştığımız tasarruf yatırım farkını gösteriyor. Bu farkı, büyümeyi düşürmeden kapatmanın yolu tasarrufları artırmaktan, faizi artırmadan tasarrufları artırmanın yolu da enflasyonu düşürmekten geçiyor.

Gerçekleşen enflasyon oranı, ideal enflasyon oranının çok üzerinde gidiyor

Yıllardır yüzde 5 oranındaki enflasyona ulaşmak için enflasyon hedeflemesine yönelik para politikası uygulansa da bu orana ulaşmak mümkün olamıyor. Kaldı ki hedef aldığımız yüzde 5'lik bir enflasyon oranı normal koşullar için bile yüksek bir oran olarak kabul edilirken bugünün sıfır dolayındaki enflasyon ortamı için çok yüksek bir oran. Enflasyonda kabul edilebilir oran yüzde 2 – 3 arasındaki orandır. Aşağıdaki grafik, Türkiye'nin kabul edilebilir oranın çok üzerinde olduğunu net bir biçimde ortaya koyuyor. Ayrıca bu açıklık son iki yılda daha da artmış bulunuyor.

Gerçekleşen bütçe açığı, kabul edilebilir oranın altında kalmaya devam ediyor

Türkiye'nin son yıllarda kabul edilebilir ölçüyü yakalayabildiği tek alan bütçe açığı olarak karşımızda duruyor. Genellikle yüzde 3'e kadar olan açık oranı, bütçe açığı için kabul edilebilir bir oran olarak



Gerçekleşen enflasyon oranı, ideal enflasyon oranının çok üzerinde gidiyor

Yıllardır yüzde 5 oranındaki enflasyona ulaşmak için enflasyon hedeflemesine yönelik para politikası uygulansa da bu orana ulaşmak mümkün olamıyor.

Gösterge (%)	Türkiye'deki son durum	Kabul edilebilir oran	Ölçü
Büyüme	2,8	5,0	Türkiye'nin 1923 – 2013 ortalama büyüme oranı
Enflasyon	9,15	2,0 – 3,0	Maastricht kriteri
İşsizlik	10,1	7,0 – 8,0	Türkiye'nin geçmiş ortalamalarına göre çıkarılmış ölçü
Bütçe açığı	1,4	< 3,0	Maastricht kriteri
Kamu borç yükü (AB tanımı)	36,0	< 60,0	Maastricht kriteri
Cari açık	5,6	3,0	Geçmiş ortalamalara göre bulunan ölçü

alınıyor (Euro'ya giriş koşullarını belirleyen Maastricht kriterleri bütçe açığı üst limiti olarak yüzde3'ü kabul ediyor.) Aşağıdaki grafikten de görülebileceği gibi Türkiye'de bütçe açığı, 2010 yılında küresel krizin etkisiyle yaşanan sapma dışında, bu limitin içinde kalmış görünüyor.

Gerçekleşen kamu brüt borç yükü kabul edilebilir oranın altında bulunuyor

Türkiye'nin kamu borç yükünde (kamu borç stoku / GSYH oranı) son yıllarda yaşanan düşüşler bu açıdan bizi uluslar arası standartlara göre oldukça rahat bir konuma sokmuş bulunuyor. Bu konuda alınabilecek ölçü, içinde bulunduğumuz gelişme

yolundaki ülkelerin ortalama kamu borç yükü oranıdır. Bu oran yüzde 40 dolayında çıkıyor (siyah kırıklı çizgi.) Grafikten görülebileceği gibi Türkiye bu konuda rahat bir konumda bulunuyor (Not: Türkiye açısından kamu borç yükü ölçümü AB Tanımlı Genel Yönetim Nominal Borç Stoku / GSYH ölçüsüne göre alınmıştır.)

Özet ve Sonuç

Yukarıdaki tablo Türkiye'nin yukarıda sayılan göstergelerdeki son durumunu kabul edilebilir oranlara göre karşılaştırmalı olarak gösteren özet tablodur.

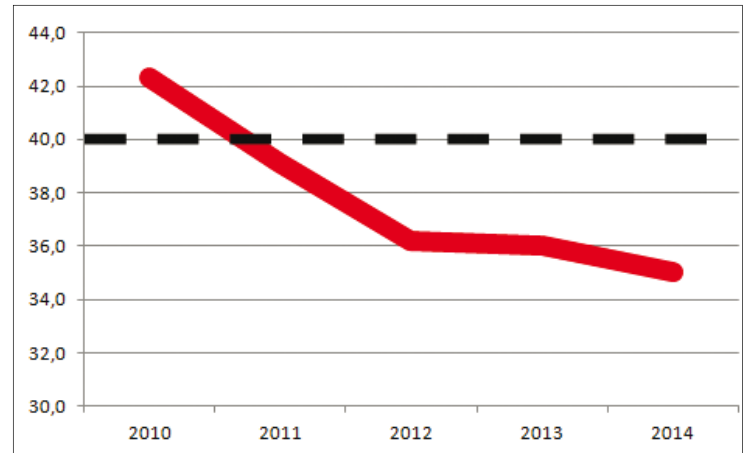
Türkiye, ele aldığımız 7 göstergenin 5'inde kabul edilebilir oranların dışında, 2'sinde ise

kabul edilebilir oranların içinde bulunuyor. Türkiye'nin gerçekleştirebildiği kabul edilebilir oranların ikisinin de kamu maliyesi alanında olması tesadüf değil. Aslında işin içine bankacılık kesimini katarsak orada da kabul edilebilir oranların içinde kaldığımızı görebiliriz. Bu da tesadüf değil. Her iki alanda da Türkiye 2001 krizinde batmanın eşğine gelmiş ve ister istemez bu iki alanda adımlar atmak zorunda kalmıştır. Öte yandan bütçe açığındaki düşüşün büyük ölçüde özelleştirme gibi bir seferlik gelirlerle, kamu borç yükündeki düşüşün de özelleştirmeler sonucu kamu borç yükünün özel kesime devriyle sağlanmış olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Diğer alanlarda ise yapısal reformlar yapılmadığı için kabul edilebilir oranları yakalamamız mümkün olamamıştır. Türkiye ekonomisi göstergelerinin, bütçe dengesi dışında, her alanda kabul edilebilir oranlardan saptasına yol açan bu dengesizliklerden kurtulabilmenin yolu yapısal reformları yapmaktan geçiyor. (Geçtiğimiz haftalarda yapısal dönüşüm paketi olarak sunulan programın, yapılması gerekli işler programı olarak aldığımızı, ancak bu programı bir yapısal reform programı olarak görmediğimi ifade etmeliyim).<<<

Kaynak: <http://www.mahfiogilmez.com/2014/12/turkiye-ekonomisi-gostergeleri-ve-ideal.html>



Gerçekleşen bütçe açığı, kabul edilebilir oranın altında kalmaya devam ediyor



Gerçekleşen kamu brüt borç yükü kabul edilebilir oranın altında bulunuyor

DÜNYAYLA BULUŞMA NOKTANIZ...

Point Bornova, İzmir'den aldığı ilhamla,
yaşamdan aldığı nefesle alışveriş alışkanlıklarınızı değiştirecek.



Bütçede 11 ayda 11.3 milyar TL açık

Maliye Bakanlığı, 2014 yılı Kasım ayı ve Ocak-Kasım dönemi bütçe uygulama sonuçlarını açıkladı. Buna göre, 2013 yılı Kasım ayında 6,4 milyar TL olan bütçe fazlası, 2014 yılı Kasım ayında 3,6 milyar TL olarak gerçekleşti. 2013 yılı Kasım ayında 8,2 milyar TL faiz dışı fazla verilmiş iken 2014 yılı Kasım ayında 6,8 milyar TL faiz dışı fazla verildi. 2014 yılı Kasım ayında bütçe gelirleri bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 6,2 oranında artarak 39,2 milyar TL oldu. Bütçe giderleri ise yüzde 16,8 oranında artarak 35,6 milyar TL olarak gerçekleşti. 2014 yılı Kasım ayında vergi gelirleri geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6 oranında artarak 35,1 milyar TL olarak gerçekleşti. Faiz hariç bütçe giderleri ise yüzde 12,8 oranında artarak 32,4 milyar TL oldu.

Merkezi yönetim bütçesi 2014 yılı Kasım ayında 3 milyar 601 milyon TL fazla verdi. 2014 yılı Kasım ayında 6 milyar 788 milyon TL faiz dışı fazla verildi. 2013 yılı Kasım ayında bütçe giderleri 30 milyar 496 milyon TL olarak gerçekleşti, 2014 yılının aynı ayında ise yüzde 16,8 oranında artarak 35 milyar

15 Aralık'ta yayımlanan 2014 Ocak-Kasım bütçe gerçekleştirmeleri önemli mali ipuçları içeriyor. Henüz bir ay eksik olsa bile, 2014 bütçesinin genel karakteristiğini Kasım gerçekleştirmelerinden okumak mümkün.



618 milyon TL oldu. 2013 yılı Kasım ayında faiz hariç bütçe giderleri 28 milyar 738 milyon TL olarak gerçekleşti. 2014 yılı Kasım ayında yüzde ise 12,8 oranında artarak 32 milyar 431 milyon TL oldu. Diğer taraftan 2014 yılı Kasım ayında faiz giderleri geçen yılın aynı ayına göre yüzde 81,3 oranında artarak 3 milyar 187 milyon TL olarak gerçekleşti. 2013 yılı Kasım ayında 36 milyar 918 milyon TL olan bütçe gelirleri, 2014 yılı Kasım ayında yüzde 6,2 oranında artarak 39 milyar 219 milyon TL olarak gerçekleşti. Vergi gelirleri ise yüzde 6 oranında artarak 35 milyar 85 milyon TL oldu.

2014 yılı merkezi yönetim bütçe giderleri için öngörülen 436 milyar 433 milyon TL ödenekten Kasım ayında 35 milyar 618 milyon TL gider

BÜTÇE DENGESİ (MİLYAR TL)

			Yıllık %	Ocak-Kasım	Ocak-Kasım	Yıllık %
(Milyar TL)	Kasım 2013	Kasım 2014	Değişim	2013	2014	Değişim
Harcamalar	30,5	35,6	% 16,8	358,2	398,2	% 11,2
1) Faiz Hariç Harcamalar	28,7	32,4	% 12,8	310,2	349,8	% 12,8
-Personel Giderleri	8,2	9,3	% 13,7	90,0	103,2	% 14,8
-Mal ve Hizmet Alımları	3,6	4,1	% 14,0	27,9	32,0	% 17,7
-Cari Transferler	11,2	11,5	% 2,7	134,1	147,1	% 9,7
-Sermaye Giderleri	3,1	5,1	% 62,9	30,0	36,0	% 20,2
2) Faiz Harcamaları	1,8	3,2	% 31,3	48,0	48,5	% 0,9
Gelirler	36,9	39,2	% 6,2	357,0	386,9	% 8,4
-Vergi Gelirleri	33,1	35,1	% 6,0	299,4	321,7	% 7,4
-Teşebbüs ve Mülkiyet Gelirleri	0,6	0,7	% 25,1	12,9	15,1	% 17,6
-Faizler, Paylar ve Cezalar	1,9	2,1	% 14,0	21,6	25,8	% 19,2
-Sermaye Gelirleri	0,2	0,1	% -42,4	9,9	7,0	% 29,2
2) Özel Bütçeli İdarelerin Öz Gelirleri	0,9	0,9	% -2,8	8,9	11,5	% 29,4
3) Düzen. ve Denet. Kurum. Gelirleri	0,2	0,1	% 10,4	2,5	2,9	% 19,2
Bütçe Dengesi	6,4	3,6	% 43,9	-1,2	-11,3	-
Faiz Dışı Denge	8,2	6,8	% -17,0	46,8	37,1	% -20,6

gerçekleştirildi. Geçen yılın aynı ayında ise 30 milyar 496 milyon TL harcama yapıldı. 2014 yılı Kasım ayında, faiz hariç giderler için öngörülen 384 milyar 433 milyon TL ödeneğin yüzde 8,4'ü kullanılarak 32 milyar 431 milyon TL gider gerçekleştirildi.

Personel giderleri, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 13,7 oranında artarak 9 milyar 331 milyon TL oldu. 2014 yılı Kasım ayında, personel giderleri için bütçede öngörülen 109 milyar 969 milyon TL ödeneğin yüzde 8,5'i kullanıldı. 2014 yılı Kasım ayında sosyal güvenlik kurumlarına devlet primi giderleri geçen yılın aynı ayına göre yüzde 13,7 oranında artarak 1 milyar 549 milyon TL oldu ve bütçede öngörülen 18 milyar 875 milyon TL ödeneğin yüzde 8,2'si bu ayda kullanıldı.

2014 yılı Kasım ayında mal ve hizmet alım giderleri geçen yılın aynı ayına göre yüzde 14 oranında artarak 4 milyar 82 milyon TL olarak gerçekleşti ve bütçede öngörülen 37 milyar 590 milyon TL ödeneğin yüzde 10,9'u bu ayda kullanıldı.

2014 yılı Kasım ayında cari transferler geçen yılın aynı ayına göre yüzde 2,7 oranında artarak 11 milyar 471 milyon TL olarak gerçekleşti ve bütçede öngörülen 163 milyar 554 milyon TL ödeneğin yüzde 7'si bu ayda kullanıldı. 2014 yılı Kasım ayında sağlık, emeklilik ve sosyal yardım giderleri için 5 milyar 127 milyon TL transfer yapıldı. Sosyal güvenlik primi işveren hissesinin 5 puanlık kısmının Hazine tarafından ödenmesi amacıyla yapılan transfer tutarı ise 801 milyon TL oldu.

2014 yılı Kasım ayında cari transferler içinde yer alan tarımsal destekleme ödemeleri 462 milyon TL, mahalli idare payları ise 3 milyar 159 milyon TL olarak gerçekleşti.

2014 yılı Kasım ayında 5 milyar 53 milyon TL sermaye gideri, 589 milyon TL sermaye transferi yapıldı. Borç verme giderleri ise 356 milyon TL olarak gerçekleşti. Faiz giderleri 2014 yılı Kasım ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 81,3 oranında artarak 3 milyar 187 milyon TL oldu.



Yılın onbir aylık döneminde, ithalde alınan KDV dikkat çekici. Bu dönemde, ithalde alınan KDV kümülatif sadece %2,4 oranında artmış ve 57,9 milyar TL olarak gerçekleşmiş. Bu durum Türkiye'nin geçmiş yıllarından oldukça farklı bir durum. İthalde alınan KDV ile "dış ticaret açığı ve cari açık" ilişkisi malum; bu gerçekleşme, dış ticaret dengesi ve cari açık bağlamında oldukça olumlu bir işaret.

Faiz giderlerindeki bu artış, borç stokunun vade yapısına bağlı olarak ortaya çıkan dönemsel bir gerçekleşmeyi ifade etmekte olup, faiz giderleri program hedefleri ile uyumlu bir seyir izledi.

2013 yılı Kasım ayında bütçe gelirleri 36 milyar 918 milyon TL iken 2014 yılının aynı ayında yüzde 6,2 oranında artarak 39 milyar 219 milyon TL olarak gerçekleşti. 2014 yılı Kasım ayı vergi gelirleri tahsilatı geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6 oranında artarak 35 milyar 85 milyon TL oldu. 2014 yılı Kasım ayında genel bütçe vergi dışı diğer gelirleri geçen yılın aynı ayına göre yüzde 11,5 oranında artarak 3 milyar 108 milyon TL olarak gerçekleşti. 2014 yılı Kasım ayında özel bütçeli idarelerin öz gelirleri 866 milyon TL, düzenleyici ve denetleyici kurumların gelirleri ise 160 milyon TL oldu.

Vergi türleri itibarıyla 2014 yılı Kasım ayı gerçekleştirmelerine bakıldığında geçen yılın aynı ayına göre; banka ve sigorta muameleleri vergisi yüzde 18,, gelir vergisi yüzde 15,5, harçlar yüzde 13,9, özel tüketim vergisi yüzde 11,1, damga vergisi yüzde 5,8, dahilde alınan katma değer vergisi yüzde 3,7, kurumlar vergisi yüzde 1,8 ve diğer vergiler tahsilatı yüzde 7,2 oranında artarken, ithalde alınan katma değer vergisi yüzde 6,3 oranında azaldı.

2013 yılı Ocak-Kasım döneminde 1,2 milyar TL olan bütçe açığı, 2014 yılı ocak-kasım döneminde 11,3 milyar TL olarak gerçekleşti. 2013 yılı ocak-kasım döneminde 46,8 milyar TL faiz dışı fazla verilmiş iken 2014 yılı ocak-kasım döneminde 37,1 milyar TL faiz dışı fazla verildi. 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde bütçe gelirleri bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8,4 oranında artarak 386,9 milyar TL oldu. <<<

Kümülatif olarak "dahilde alınan KDV (%0,6 düşüş) ve ÖTV (%5,6 artış)" kanallarında yaşanan dikkat çekici oranda düşük performans bu ay sonu itibarıyla devam ediyor. Özetle, vergi gelirlerinin ana motoru olan ÖTV ve KDV kanallarında yılın son ayında ciddi bir hareketlenme beklemek pek de gerçekçi görünmüyor. Belirtmekte yarar var -zayıf gelir performansına rağmen- 321,7 milyar TL'lik Kasım gerçekleşmesine bakınca, vergi gelirleri revize yılsonu hedefi olan 352 milyar TL ulaşılmaz görünmüyor. Hatta bu rakam bir miktar da aşılabılır. Bu durum yılsonuna doğru veya yeni yılın başlarında bir "vergi artışı sürprizi" yaşama ihtimalimizi oldukça zayıflatıyor.

Türkiye ekonomisindeki gelişmeler

Kasım ayında beklentilerin altında artış kaydeden TÜFE'deki yıllık enflasyon baz etkisi nedeniyle %9,15 seviyesine yükselmiştir. Artış beklentisine karşın Kasım ayında gerileyen Yİ-ÜFE'deki yıllık enflasyon ise %8,36 ile 2014 yılının en düşük seviyesinde gerçekleşmiştir.

Sanayi üretimi Eylül ayında %2,2 oranında arttı.

Eylül'de takvim etkilerinden arındırılmış sanayi üretim endeksi yıllık bazda %2,2 oranında artış kaydederek beklentilere paralel bir görünüm sergilemiştir. Sanayi üretiminin yılın üçüncü çeyreğinde 2013 yılının aynı dönemine kıyasla %3,6 oranında arttığı görülmektedir. Yılın ikinci çeyreğinde yıllık artış oranının %3,2 olduğu dikkate alındığında, sanayi üretiminin yılın üçüncü çeyreğinde bir miktar ivme kazandığı görülmektedir. Nitekim, sanayi üretiminin mevsim etkilerinden arındırıldığında da bir önceki çeyreğe göre %1,5 oranında yükselmesi söz konusu toparlanmanın dönemsel olmadığına işaret etmektedir.

Güven endekslerinde düşüş...

Kasım ayında reel kesim güven endeksi yıllık bazda 1,8 puan azalarak 102,7 seviyesinde gerçekleşmiştir. Mevsimsellikten arındırılmış endekste düşüş aylık bazda 1,4 puan olmuştur. Son 3 aya ilişkin toplam sipariş miktarı, gelecek 3 aya ilişkin üretim hacmi ve ihracat sipariş miktarı alt kalemlerinde kaydedilen düşüşler endekste olumsuz seyrinde etkili olmuştur. Sabit sermaye yatırım harcamaları ve genel gidişat alt kalemleri ise bu dönemde artış sergileyen kalemler olmuştur.

İşsizlik oranı yükselmeye devam ediyor.

Hane halkı iş gücü istatistiklerine göre, Türkiye genelinde Ağustos döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre 1,1 puan yükselerek %10,1 seviyesine ulaşmıştır. Mevsim etkilerinden arındırılmış işsizlik oranı ise Ağustos döneminde yatay bir seyir izlemiştir.

Ekim ayında ihracat %7,3 arttı, ithalat %1,5 azaldı.

Ekim ayı dış ticaret verileri, Türkiye ekonomisindeki dengelenme sürecinin devam ettiğine işaret

etmektedir. Türkiye'nin başlıca ihraç pazarlarında devam eden sorunlara rağmen, Ekim ayında ihracatın bir önceki yılın aynı ayına göre %7,3 arttığı görülmektedir. Böylece, yılın ilk on ayı itibarıyla 2013 yılının aynı dönemine kıyasla ihracat artışı %5,6 olmuştur.

İhracattaki artışa karşılık, iç talepte beklenen canlanmanın henüz gerçekleşmemesine ve petrol fiyatlarındaki düşüşe bağlı olarak ithalat Ekim ayında bir önceki yılın aynı ayına kıyasla %1,5 azalmıştır. Yılın ilk on aylık döneminde ithalatın azalma ise %3,9 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Böylece, yılın ilk on ayında dış ticaret açığı geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla %18,2 azalırken, ihracatın ithalatı karşılama oranı %60,1'den %66'ya yükselmiştir.

İhracatta ilk sırada otomotiv yer almaya devam ediyor.

En fazla ihracat yapılan sektörler bakımından, yılın ilk on ayı itibarıyla 15,1 milyar USD'ye ulaşan motorlu kara taşıtları ihracatının ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu sektörü kazanlar ve makineler takip ederken, örme giyim eşyası üçüncü sırada

Dış Ticaret Dengesi	(milyar USD)					
	Ekim		Değişim (%)	Ocak-Ekim		Değişim (%)
	2013	2014		2013	2014	
İhracat	12,1	12,9	7,3	124,4	131,4	5,6
İthalat	19,5	19,2	-1,5	207,1	199,0	-3,9
Dış Ticaret Dengesi	-7,4	-6,3	-15,8	-82,7	-67,6	-18,2
Karşılama Oranı (%)	61,9	67,4	-	60,1	66,0	-

OECD Tahminleri				Mayıs ayı raporuna göre değişim (% puan)	
%	2014	2015	2016	2014	2015
Reel GSYH Büyümesi					
Dünya	3,3	3,7	3,9	-0,1	-0,2
OECD	1,8	2,3	2,6	-0,4	-0,5
ABD	2,2	3,1	3,0	-0,4	-0,4
Euro Alanı	0,8	1,1	1,7	-0,4	-0,6
İngiltere	3,0	2,7	2,5	-0,2	0,0
Japonya	0,4	0,8	1,0	-0,8	-0,4
Çin	7,3	7,1	6,9	-0,1	-0,2
Türkiye	3,0	3,2	4,0	0,2	-0,8
Dünya Ticaret Hacmi	3,0	4,5	5,5	-1,4	-1,6



YENİ PEUGEOT 508

KENDİ YOLUNU ÇİZER

YENİ 1.6 THP 165 HP BENZİNLİ
OTOMATİK €6 MOTOR SEÇENEĞİ

7" ÇOK FONKSİYONLU
DOKUNMATİK EKLAN

FULL LED
FARLAR

 twitter.com/PeugeotTurkiye  facebook.com/peugeotturkiye

Yeni Peugeot 508 1.6 THP 165 hp otomatik S&S €6 karma yakıt tüketimi 5.8 L/100 km, CO₂ emisyon değeri 134g/km'dir. İlanda kullanılan görsel Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

YENİ PEUGEOT 508

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

MEPA

İkitelli Plaza Tel: (0212) 698 44 44

(0212) 444 6372 www.mepaotomotiv.com
Halkalı Hasar Servis Tel: (0212) 698 22 22

www.facebook.com/PeugeotMepa
www.twitter.com/PeugeotMepa

yer almıştır. Demir çelik ihracatı ise bu dönemde gerilemiştir.

Türkiye'nin Irak ve Rusya'ya ihracatındaki daralma devam ediyor.

2013 yılı itibarıyla Türkiye'nin sırasıyla en büyük ikinci ve dördüncü ihracat pazarı olan Irak ve Rusya'ya yapılan ihracat bu ülkelerde devam eden problemlere bağlı olarak Ekim ayında da belirgin şekilde azalmıştır. Ekim ayında Türkiye'nin Irak'a ihracatı bir önceki yılın aynı ayına göre %18,2, Rusya'ya ihracatı da %20,3 azalmıştır. Yılın ilk on aylık döneminde geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla Irak ve Rusya'ya yapılan ihracattaki azalış sırasıyla %7 ve %12,9 olmuştur.

Avrupa Birliği'ne yapılan ihracat yılın ilk 10 ayında %11,7 arttı.

Avrupa Birliği ekonomilerindeki toparlanmanın istenilen düzeyde olmamasına ve talep koşullarının zayıf seyrine rağmen Ekim ayında Türkiye'nin bölgeye yaptığı ihracat bir önceki yılın aynı ayına göre %8,1 oranında artmıştır. Yılın ilk on ayındaki artış ise %11,7 olmuştur. Böylece bu dönemde, Avrupa Birliği'nin Türkiye'nin toplam ihracatı

Türkiye'nin önemli ihracat pazarlarındaki sorunlara rağmen ihracat artışının korunmasının ve iç talepte beklenen canlanmanın henüz gerçekleşmemiş olmasının ithalatı baskılaması paralelinde cari açığı iyileşmenin devam ettiği görülmektedir.

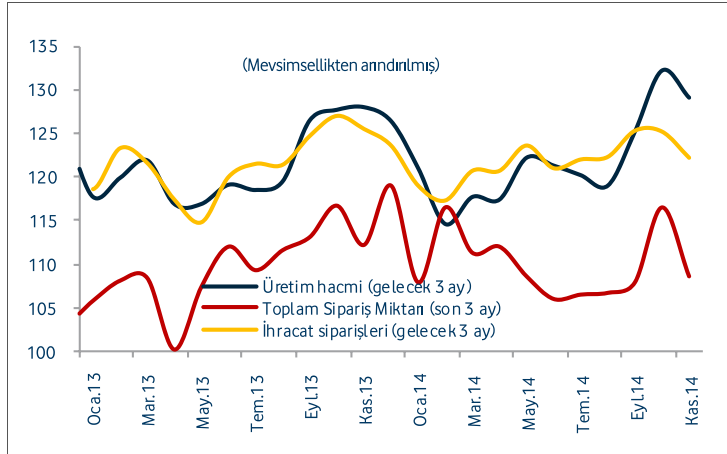
içindeki payı 2013 yılının ilk on ayındaki %41,4 seviyesinden 2014 yılının ilk on ayında %43,8'e ulaşmıştır. Ülkeler itibarıyla bakıldığında, bu dönemde Almanya'ya yapılan ihracatın %14, İngiltere'ye yapılan ihracatın % 15,9 arttığı görülmektedir.

Beklentiler...

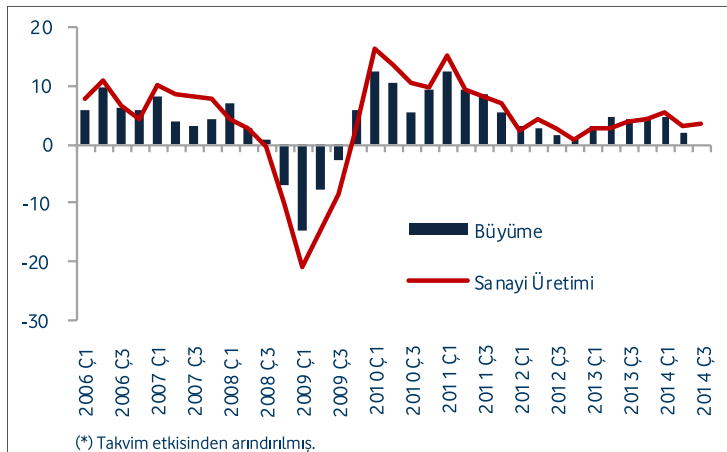
Dış ticaret verileri, Türkiye'nin önemli ihracat pazarları olan Rusya ve Irak'ta devam eden sorunlara rağmen Avrupa Birliği ve ABD'ye yapılan ihracattaki artışa bağlı olarak, toplam ihracat artışının büyük ölçüde korunduğuna işaret etmektedir.

TCMB'nin önceki aylarda gerçekleştirdiği faiz indirimlerinin gecikmeli etkileri paralelinde iç talepte gözlenebilecek canlanmanın ise

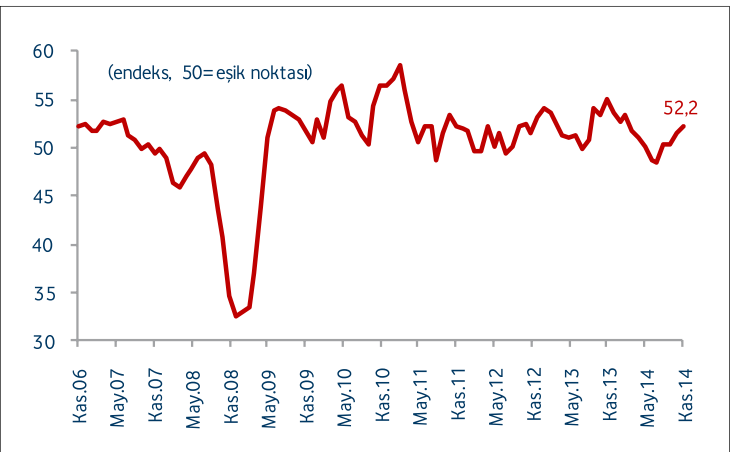
REEL KESİM GÜVEN ENDEKSİ



SANAYİ ÜRETİMİ VE GSYH



İMALAT SANAYİ PMI



önümüzdeki aylarda ithalatın artış eğilimine girmesine neden olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, petrol fiyatlarında son dönemde kaydedilen düşüşün iç talepteki canlanmadan kaynaklanabilecek ithalat artışını dengeleyeceği tahmin edilmektedir. Nitekim, petrol fiyatları global ekonomik büyümeye ilişkin artan endişelerin etkisiyle Haziran ayından bu yana yaklaşık %35 düşmüştür. Son olarak, OPEC'in üretim kotasını değiştirmemesi de petrol fiyatlarındaki düşüşü hızlandırmıştır.

Cari açığı daralma sürüyor.

Cari açık Eylül ayında 2,2 milyar USD ile piyasa beklentisinin (2,6 milyar USD) belirgin altında gerçekleşmiştir. Böylece yılın ilk dokuz ayı itibarıyla cari açık geçtiğimiz yılın aynı döneminde kıyasla %37,2 oranında azalarak 30,9 milyar USD'ye gerilemiştir. 12 aylık kümülatif cari açık da 46,7 milyar USD düzeyinde gerçekleşmiştir. 12 aylık kümülatif cari açık Ekim 2011'de 76,8 milyar USD ile en yüksek değerine ulaşmıştı. Ayrıca, ödemeler dengesi istatistikleri, Eylül 2014 verileriyle birlikte ilk kez Altıncı Uluslararası Ödemeler Dengesi El Kitabı formatında yayımlanmaya başlanmıştır.

Cari açığı iyileşmeye en büyük katkısı dış ticaret açığındaki daralma yapmaktadır. Nitekim, BDDK tarafından alınan önlemler ve TCMB'nin sıkı para politikalarının iç talebi sınırlaması paralelinde, ödemeler dengesi verilerine göre ithalat yılın ilk dokuz ayında bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %4,1 oranında azalmıştır. Aynı dönemde, Türkiye'nin başlıca ihracat pazarlarında devam eden sorunlara rağmen UShDr)acat %6,6 oranında artmıştır. Ayrıca, parasal olmayan altın ticaretinin cari açık üzerindeki olumsuz etkisinin 2014 yılında önemli ölçüde ortadan kalktığı görülmektedir.

Faiz harcamalarında artış...

Bütçe giderleri incelendiğinde, harcamalarındaki yıllık artışın %190,7 ile oldukça yüksek bir düzeyde

Kredi hacminde toparlanma devam ediyor...

Bankacılık sektöründe kredi hacmi 2013 yılsonuna göre %13,6 oranında genişleyerek 21 Kasım 2014 itibarıyla 1.209 milyar TL olmuştur. Bu dönemde, TL ve YP kredilerdeki artış sırasıyla %13,3 ve %14,4 seviyesinde gerçekleşmiştir.

gerçekleşmesi dikkat çekmektedir. Maliye Bakanlığı, faiz giderlerindeki bu artışın borç stokunun vade yapısına bağlı olarak ortaya çıkan dönemsel bir gerçekleşme olduğunu ve söz konusu giderlerin yılsonu hedefleri ile uyumlu bir seyrizlediğini belirtmiştir.

Vergi gelirlerinde zayıf seyriz.

Ekim ayında bütçe gelirlerinin seyrinde özellikle vergi dışı gelirlerdeki artış etkili olmuştur. 2014 yılında iktisadi faaliyetin ılımlı bir seyrizlemesi vergi gelirlerindeki artışı sınırlandırmaktadır. Nitekim, Ekim ayında vergi gelirleri yıllık bazda %7,3 oranında yükselirken, hazine portföyü ve iştirak gelirleri 2,5 milyar TL ile geçtiğimiz yılın aynı dönemindeki tutarın yaklaşık 5 katına çıkmıştır. Vergi gelirlerinin alt kalemleri incelendiğinde ise, motorlu taşıtlardan alınan özel tüketim vergisi gelirlerinin Ekim ayında %63,2 oranında yükselmesi dikkat çekmektedir.

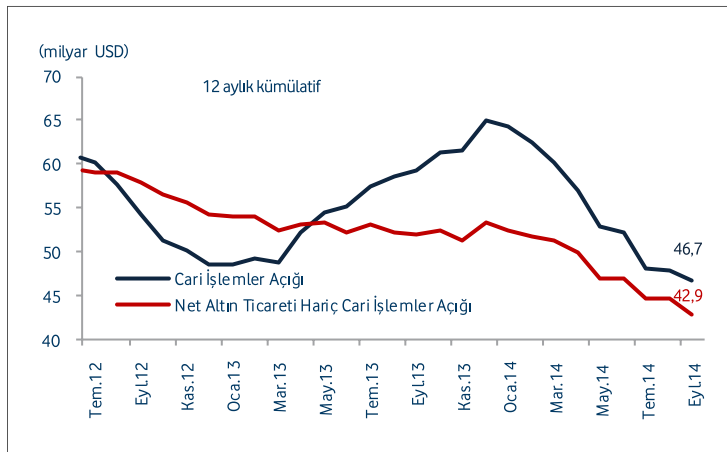
Kasım ayında TÜFE artışı beklentilerin altında...

Kasım ayında bir önceki aya göre TÜFE %0,18 oranında artış kaydederken, Yurt İçi ÜFE (Yİ-ÜFE) %0,97 oranında gerilemiştir. Reuters anketine göre piyasa TÜFE'nin %0,30 oranında artacağını bekliyordu. TCMB Beklenti Anketi'ne göre de piyasalar TÜFE'nin Kasım ayında %0,46 artış kaydetmesini beklemekteydi.

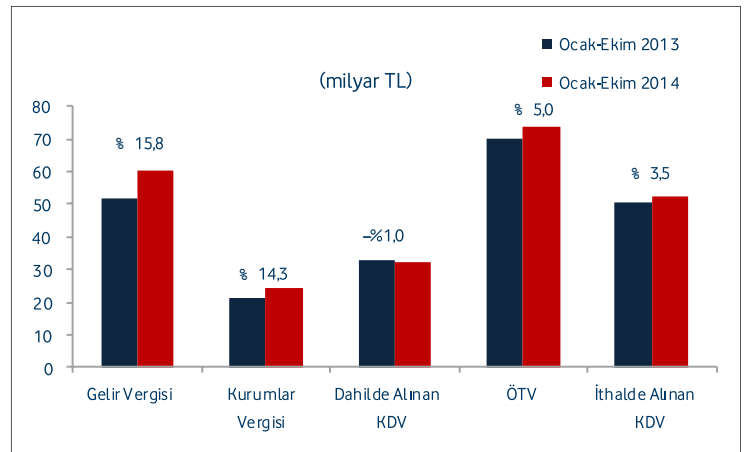
Kredi hacminde toparlanma...

2014 yılında BDDK tarafından alınan önlemler çerçevesinde zayıf bir seyriz izleyen tüketici kredilerindeki yıllık bazda yavaşlamanın TCMB'nin yaz aylarında gerçekleştirdiği faiz indirimlerinin de etkisiyle bir miktar ivme kaybettiği görülmektedir. 2013 yılsonundan bu yana tüketici kredileri %11,1 oranında artarken, bireysel kredi kartları bakiyesi %12,6 oranında daralmıştır. Bu dönemde, ticari ve kurumsal krediler ise %17,3 oranında artış kaydetmiştir. <<<

CARİ İŞLEMLER AÇIĞI



VERGİ GELİRLERİ



Uluslararası ödüller Avis&Budget'in Türkiye'nin

Avis Budget Group, yıllık Avis ve Budget markalarının lisansiy toplantısını ilk defa bir arada Türkiye'de yaptı. 13-17 Ekim tarihleri arasında İstanbul'da 110 ülkeden toplamda 500 katılımcının yer aldığı toplantılarda ev sahibi ülke olan Avis ve Budget Türkiye uluslararası ödüllerin de sahibi oldu.



Türkiye'de araç kiralamanın tarihini başlatan Avis Türkiye, Üstün Başarı Ödülü'nü almaya hak kazanırken, Türkiye'nin en hızlı büyüyen araç kiralama şirketi Budget Türkiye ise, en büyük ödül olan "Yılın Lisansiy Ülkesi" olarak ödüllendirildi.

Avis ve Budget EMEA (Avrupa Afrika, Ortadoğu ve Asya) bölgesinde yer alan ülkeler arasında, müşterileri

memnuniyeti, geliştirilen yeni işbirlikleri ve yaratıcı pazarlama uygulamaları gibi alanlarda yapılan değerlendirmeler neticesinde, Avis ve Budget Türkiye gösterdikleri yüksek performans ile Avis & Budget Group tarafından bu ödüllere layık görüldü.

Avis ve Budget Türkiye, EMEA (Avrupa Afrika, Ortadoğu ve Asya) bölgesinde yer alan ülkeler arasında Yılın Lisansiy

Ülkesi ödülünü son 5 yıl içinde 2 kez almaya hak kazanan tek Avis ve Budget ülkesi olarak dikkat çekiyor.

Avis&Budget Türkiye Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici yaptığı değerlendirmede, Avis'in Türkiye'deki 40. Yılı şerefine İstanbul'da düzenlenen Avis&Budget Group yıllık lisansiy toplantısında her iki markamız ile ödül almanın ayrı bir mutluluk ve gurur

vesilesi olduğunu söyledi. Avis'in Türkiye'de araç kiralama sektörünü yoktan var ettiğini ve 40 yılda sunduğu öncü ve yenilikçi hizmetlerle sektörü şekillendirdiğini dile getiren Ekici, yalnızca Türkiye sınırları içinde değil Azerbaycan, Kuzey Irak ve Kazakistan gibi yakın coğrafyada da aynı kalitede hizmet sunduklarını belirtti. Budget'ın yenilikçi ve dinamik yapısıyla Türk araç kiralama sektöründe örnek bir başarı hikayesi olduğunu da ifade eden Ekici; "Türkiye pazarına girişinden çok kısa bir süre sonra Budget sektörde en büyük ikinci şirket konumuna geldi. Bu başarının arkasında uyguladığımız yenilikçi ve fark yaratan hizmetler yatıyor. Budget'ın dinamik ve müşteri odaklı yaklaşımları öncelikle sadık müşteri kitlesinin teveccühünü kazandı, şimdi 110 ülke arasında bu başarımızın tescil edilmiş olması bizi ayrıca gururlandırdı." şeklinde konuştu. <<<



ResistAll®

İleri Teknoloji • Üstün Oto Koruma



İLK GÜNKÜ GİBİ YENİ!

Otomobiliniz, Teksaslı çevre ve insan dostu oto koruma markası ResistAll ile güneş ışığına, oksitlenmeye, kuş pisliğine, döşemelerdeki boya kalem, ruj, yiyecek ve içecek lekelerine ve hatta asit yağmurlarına karşı bile güvende!

Yeni ve ikinci el otomobil iç ve dış kullanımına uygun 25 farklı hizmet paketi.

- Yeni nesil, üstün "NANO" teknoloji
- Çevre ve insan dostu
- Ömür boyu yenilenebilir
- Takasta artı destek avantajı*
- 3 veya 5 yıl garanti seçeneği**
- Transfer edilebilir garanti***

* Ayrıntılı bilgi için Yetkili Satış Danışmanınıza başvurunuz.

** İlgili garanti kapsamı için, ResistAll NG / NG2 ürün garantisine bakınız.

*** Otomobilinizi sattığınızda ResistAll garantisi geçerliliğini sürdürür.

Türkiye'de
ilk ve tek NG2
uygulaması!



FullCharger, dünyadaki bir ilki gerçekleştirdi ve yan yana 10 adet hızlı şarj istasyonu kurdu

Elektrikli araç şarj istasyonu işletmeciliğinde Türkiye'deki ilk şirket ve global lider olan FullCharger'ın Türkiye Başkanı Osman Ataman; "Türkiye'de, hükümetin ısrarlı vizyonu ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın takibi ile elektrik motorlu, hibrit araç üretiminde sonuç aşamasına yaklaşılmaktadır. Elektrik motoru içeren ve şarj edilebilen araçların kişi ve ülke ekonomisi için yararlı, çevre ve insanlık açısından ise şart olduğu reddedilemez bir gerçektir." dedi.

FullCharger olarak başta Avrupa Birliği ülkeleri ile A.B.D olmak üzere yapılanmalarını, gelişmekte olan pazara uygun seviye ve hızda sürdürdüklerini ifade eden Ataman, "FullCharger International Holding N.V. daha etkin bir yapılanma amacıyla Hollanda'yı merkez seçmiş, FullCharger France S.A, FullCharger UK PLC, FullCharger Germany AG gibi ülke şirketleriyle de yaygınlığını arttırma yolundadır. Türkiye ve yakın coğrafyamızda Yunanistan, Bulgaristan, Romanya'da da mevcudiyetimiz güçlü şekilde gelişmektedir" şeklinde konuştu. Ataman; "Ülkemizde ve dünyada elektrikli araç konusunda halen bazı algılar eksik veya hatalıdır. Hibrit araçların da elektrik motor içermesi ve şarj edilebilir olması nedeniyle, elektrikli araç denildiğinde hibritlerin de dahil edildiğini bilmemiz gerekir. Önümüzdeki dönemde Türkiye'de yerli marka dışında global bir markanın da şarj edilebilir hibrit aracı ile pazarın



temel oyuncularından olacağını göreceğiz. Elektrikli araçların da beraberinde oluşturacağı bir Pazar ve eko-sistem olacaktır" dedi.

FullCharger, yan yana 10 istasyon açarak dünya rekoru kırmıştır

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 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.

FullCharger'ın Eylül ayında İzmir Adnan Menderes Havalimanında bir lansman nedeniyle yan yana kurarak hizmete aldığı 10 adet şarj istasyonunun dünyada bir ilk olduğunu belirten Ataman; Elektrikli araç şarj istasyonunda bugün Paris, Londra, San Fransisco gibi merkezlerde yanyana en fazla 5 istasyon olduğunu ve kendi istasyonlarının hızlı şarj ederken, bu merkezlerdekinin yavaş şarj edebildiğini belirtti.

FullCharger, ödeme sisteminde teknoloji sahibidir

FullCharger, çok dilli ve coğrafyalı olarak kendi yazılımına, kendi markasıyla akıllı telefon uygulamasına ve döviz kur seçeneği ödeme sistemlerine sahip dünyadaki tek operatördür. FullCharger dünyadaki ilk şarj 'roaming' anlaşmasını Belçika'da Blue Corner ile de imzalayarak bir vizyonu daha uygulamaya sokmuştur. 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. <<<>

Otokoç'un ikinci Ford Trucks 4S tesisi İstanbul Sultanbeyli'de açıldı

Ağır ticari vasıta pazarının öncü bayisi Otokoç, ikinci Ford Trucks 4S tesisini İstanbul Sultanbeyli'de hizmete sundu.

Kamyon satış, servis, yedek parça ve ikinci el hizmetlerini bir arada sunan "4S Plaza" şubesinin açılışı 19 Kasım Çarşamba günü şehrin üst düzey protokolünün yanı sıra Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Ford Otosan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen, Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir ve Otokoç Otomotiv Genel Müdür Yardımcısı Uğur Güven'in katılımıyla gerçekleştirildi.

Törende açılış konuşmasını yapan Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Ford Otosan

Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç, ağır ticari araç segmentinde hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini arttırmak için 4S yapılanması ile tüm ihtiyaçları tek çatı altında karşıladıklarını belirtti. Eskişehir'den sonra ikinci 4S tesisini İstanbul Sultanbeyli'de açmış olmaktan büyük mutluluk duyduklarını belirten Ali Y. Koç, "Sultanbeyli ile birlikte Ford Trucks 4S tesis sayısı 23'e ulaştı. Yıl sonuna kadar bu sayıyı 25'e çıkarmayı planlıyoruz." dedi.

Türkiye ağır ticari araç pazarının hızla gelişmeye devam ettiğini belirten Ali Y. Koç, "Biz Ford Otosan olarak bu gerçeği yıllar önce öngörerek bu alandaki ticari faaliyetlerimize kamyon montajı yaparak başladık. 1982 yılında zamanın zorlu ekonomik şartlarına rağmen Eskişehir İnönü Fabrikası'nı kurduk ve kamyon üretimine başladık. Eskişehir, İnönü çekici, kamyon, motor ve aktarma organları fabrikamızda, 55

yıllık tecrübemiz ve yüzde 100 yerli mühendislik ve işçilik gücümüzle ürettiğimiz çekici ve kamyonlarımız bugün yüzde 70'in üzerinde yerlilik oranı ile Türkiye ekonomisine yüksek katma değer sağlıyor. Yine İnönü fabrikamızda üretilen, ağır ticari araçlarımızda kullandığımız Ecotorq motorlar, yüzde 100 yerli mühendislik ve üretim gücünün bir ürünü. Mühendislerimiz tarafından geliştirilen ve yine yurdumuzun işçilerinin alın teriyle üretilen yerli çekici ve kamyonlarımız yurtiçinde büyük rağbet görürken, yurtdışında da "Türk Malı" damgasıyla bizleri gururlandırıyor. Gururla söylemek istiyorum ki, sadece araçlarımızı değil artık teknolojimizi de ihraç ediyoruz. Dünyanın en büyük kamyon pazarı olan Çin'de, 2013 Nisan ayında ağır ticari araç motorlarının üretimi için JMC firması ile motor teknoloji lisans anlaşması imzaladık. 2014 Temmuz'unda yine JMC'ye bu

kez komple kamyon üretimi için lisans verdik. Böylece Ford Trucks lisansı ile ağır ticari araçlarımız Çin pazarında da satılmaya başlanacak" şeklinde konuştu.

ÖZDEMİR, "FORD TRUCKS İŞİNE YATIRIMLARIMIZ DEVAM EDECEK"

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir ise yaptığı konuşmasında yeni yapılanmayla birlikte Otokoç'un İstanbul Anadolu yakasında ilk kez kamyon servis hizmeti vermeye başladığını belirterek Ford Trucks 4S Plaza'larda müşterilerine Otokoç güvenini ve yüksek hizmet kalitesini yansıtacaklarını belirtti. Gelişmeye devam eden ağır ticari pazarının ağırlıklı merkezinin İstanbul olduğunu belirten Özdemir, "Satışların yüzde 23'ü İstanbul'da gerçekleşiyor. Önümüzdeki dönemde de üçüncü köprü, üçüncü havalimanı, İzmit-İzmir otoyolu ve Körfez Köprü Yolu projelerinin yanı sıra devam eden konut projeleri ile İstanbul, ağır ticari pazarı için önemli bir potansiyele sahip. Dolayısı ile İstanbul'un Anadolu yakasında böylesine stratejik bir noktada faaliyete başlayan 3200m2 kapalı alana sahip olan ikinci Ford Trucks 4S tesisimizle birlikte artık müşterilerimize satışın yanında servis, yedek parça, ikinci el, takas, sigorta ve finansman hizmetlerini Otokoç'un 86 yıllık deneyimiyle sunuyor olacağız. Böylece Ford Trucks satışlarından yüzde 20 pay almayı hedefliyoruz" dedi.





Tofaş'tan tarihi adım Doblò'nun "Otomotivin Anavatanı ABD"ye ihracatı başladı

Tofaş'ta geliştirilip üretilen Doblò Amerika modeli; Tofaş'ın Bursa Fabrikası'nda 3 Aralık 2014 tarihinde yapılan törenle uğurlandı. Törenle; **Başbakan Ahmet Davutoğlu, Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç, Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekci, Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Bursa Valisi Münir Karaloğlu, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Altepe, Türk Metal Sendikası Başkanı Pevrul Kavlak, Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding CEO'su Turgay Durak, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Cenk Çimen, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Temel Atay, FCA EMEA Bölgesi İş Geliştirme Başkanı Silvia Vernetti, FCA EMEA Bölgesi Üretim Başkanı Alfredo Leggero, Tofaş CEO'su Kamil Başaran** katıldı. Koç Holding, Fiat-Chrysler Autotomobiles ve Tofaş üst düzey yöneticileri ile çok sayıda davetlinin hazır bulunduğu törenle Kuzey Amerika'ya yolcu edilen Fiat Doblò, Amerikada "Ram" markası altında "ProMaster City" ismiyle satışa sunulacak.

Doblò Amerika Üretime Başlangıç ve İhracat Töreni'nde konuşan **Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç**, "Bundan 46 yıl kadar önce, kurucumuz merhum Vehbi Koç'un 'Türk insanını otomobil sahibi yapma' vizyonu ile temelini attığı Tofaş, sektörün gelişiminde öncü oldu ve önemli roller üstlendi. Tofaş bugün uluslararası pazarlara sunduğu araçlarla, ülkemizi küresel ölçekte başarıyla temsil ediyor. Otomotivin beşiği, sektörün ana oyuncusu Amerika'ya araç geliştirip ihraç ediyor. Bugün bir arada bulunma sebebimiz olan Yeni Doblò'nun, otomotiv sektöründe tüm çalışanlarımızla ulaştığımız başarının önemli bir göstergesi olduğuna inanıyorum. Tofaş, Doblò'nun yenilenmesiyle başlayan yatırımlarına, biri yeni sedan, diğerleri station wagon ve hatchback olmak üzere 3 yeni binek araç projesiyle devam ediyor. Süregelen yatırımlarımız haricinde, sadece yeni modellere yaptığımız toplam yatırım miktarı 1,4 milyar dolara ulaşıyor." dedi.

"Koç Topluluğu olarak, ülkemizin gelecek hedeflerine ulaşmasında sorumluluk alıyoruz. Bu inançla, ülkemiz için çok çalışmak, yatırım yapmak, üretmek, istihdam sağlamak ve vergi vermek öncelikli hedefimiz." diyen **Mustafa V. Koç** sözlerine şöyle devam etti: "Kurucumuz merhum Vehbi Koç'un 'Ülkem varsa ben de varım.' felsefesiyle, her zaman uzun dönemli hedeflere odaklanıyoruz. Bu bakış açısıyla, 2010 yılından bu yana otomotiv sektörüne yaptığımız yatırımlar 10 milyar TL'ye ulaştı. Tofaş'ın son dönemde imza attığı yeni yatırımlar da ülkemize ve geleceğimize inancımızın birer göstergesi. Bugüne kadar elde ettiğimiz başarılar, toplumsal hayata sağladığı faydalar ve benimsediği sürdürülebilir yönetim anlayışıyla, Tofaş'ın, ülke ekonomisine ve sektöre yarattığı katma değer artarak devam edeceğine inancım tam. Türkiye'ye inanan, karşılıklı güven ve uyum içinde çalıştığımız, değerli ortağımız FCA'ya, Tofaş'a ve ülkemize inancı için teşekkür ediyoruz."

FCA EMEA Bölgesi İş Geliştirme Başkanı

Silvia Vernetti de, “Doblò’nun Amerika pazarı için üretilip ihracatının başlaması, gerek Tofaş, gerekse Koç Grubu ve Fiat Chrysler Automobiles için önemli bir fırsatı ifade ediyor. Doblò, bir anlamda Tofaş’ın bugünkü ve gelecekteki gücünü temsil ederken, aracın Amerika pazarına ihraç edilmesi, şirket tarihinde bir kilometre taşı olmasının yanı sıra Tofaş’ın ‘Dünya Klasında Üretim’ standartlarındaki yetkinliklerinin de göstergesi. Tofaş’ın bu kabiliyetinin, gelecekte yeni ürünlerin yolunu açacağına eminiz.” dedi.

Vernetti, “Tofaş geçtiğimiz yıllarda ileri üretim teknolojilerine yaptığı yatırımlar sayesinde, üretim kabiliyetlerini ve çalışanlarının bilgi birikimini sürekli geliştirmesini sağlayan sürdürülebilir bir yapıya kavuştu. Böylelikle geleceğe yatırım yaparken Tofaş’ın bugünkü konumunu güçlendiriyor, gelecekte Türkiye ve dünya pazarlarındaki potansiyel başarılarını da destekliyoruz. FCA - EMEA olarak, üretim merkezi stratejilerimizi, toplam üretimi artıracak ve ihracat adetlerinde belirgin bir ivme sağlayacak şekilde kurguluyoruz. Türkiye’nin Amerika’ya yapacağı Doblò ihracatı da, bu stratejimizi hayata geçirmenin önemli bir adımını oluşturuyor. Türkiye’nin geleceğine duyduğumuz pozitif inancı paylaşan Koç Topluluğu ile yürüttüğümüz uzun yıllara dayanan başarılı işbirliği sayesinde, Tofaş’ın bugün FCA’nın küresel stratejisinde kilit bir rol üstlendiğini belirtmek isterim.” diye konuştu.

Tofaş CEO’su Kamil Başaran ise “Koç Holding ve FCA ortaklığında kurulan Tofaş’ın, bugün ürettiği araçları Singapur’dan Latin Amerika’ya, yani dünyanın bir ucundan diğerine ihraç etmesi bir tesadüf değil. Şirketimizin dünya ile rekabet eder hale gelmesinin altında kuşkusuz DNA’mızdaki

başarma tutkusu ve mücadele gücü yatıyor. Tabii bir de, Ar-Ge’deki yetkinliğimiz... Koç Holding ve FCA ortaklığındaki Tofaş, 2013’tе, içinde Amerika projesinin de yer aldığı 360 milyon dolarlık yatırımla, Doblò’nun 4’üncü kez yenilenmesi için çalışmaya başladı. Doblò, pazara sunulduğu 2000 yılından



bugüne, birçok kez ihracat şampiyonu oldu. Defalarca uluslararası platformlarda yılın ticari aracı ödülü ve çevre ödülü aldı. Her daim en çok satan modellerimiz arasındaki yerini korudu. Doblò’nun her neslinde bir öncekinden daha iyi ürün çıkartarak, çitımızı iyice yükselttik. Mühendis ve işçilerimizin emekleriyle, şimdiye kadar ürettiğimiz en güçlü, en sağlam ve en verimli Doblò’yu hayata geçirdik. Yeni Doblòda yerlilik oranını, motor ve şanzıman haricinde %76’lara ulaştırdık. Bugün, dünyanın zorlu ve büyük pazarlarından Amerika’ya aracımızı ihraç ederek, önemli hedeflerimizden birini daha gerçekleştiriyoruz. Kuzey Amerika’ya 2021 yılına kadar 175 bin araç göndereceğiz.” dedi.

Kamil Başaran, “Fabrikamız, Fiat-Chrysler’in Avrupa’daki en büyük 2. Ar-Ge



Fiat Doblò: Fiat Auto’nun dünyada ilk kez bir modelinin üretimini İtalya dışında tek bir ülkede gerçekleştirme kararıyla, Doblò’nun üretimine 2000 yılının Eylül ayında başlandı. Fikri ve sınai mülkiyet hakları Tofaş’a ait olan proje sürecinde, Tofaş Ar-Ge Merkezi büyük sorumluluklar üstlendi. İlk yılında 100 bin adetle rekora imza atan Fiat Doblò üretiminin %90’ı 43 ülkeye ihraç edildi. 2001’de tüm Avrupa ülkelerine gönderilen Doblò, Tofaş’ın toplam ihracatının %83’ünü oluşturdu. Türkiye’de zorlu bir dönemde ülke ekonomisine önemli katkı sağladı. İhracat şampiyonu, yılın ticari aracı gibi başarılarla imza atarken, Tofaş’ın en çok satan modellerinden biri oldu. Bugüne kadar 1,4 milyon adet Doblò üretil-di, bu araçların 1 milyon adedi, dünyanın 80’den fazla ülkesine ihraç edildi.

merkezi. 2014 yılında 150 milyon Euro’nun üzerinde Ar-Ge harcaması gerçekleştirdik. Ar-Ge’imizde onlarca projeyi art arda hayata geçiriyor, aynı zamanda patent liderleri arasında da yer alıyoruz. Ar-Ge’ye verdiğimiz değer, üretimde küresel başarımlar ve sürdürülebilir yönetim anlayışımızla, önümüzdeki dönemde ülkemize şimdiye kadar olduğundan çok daha fazla katma değer sağlayacağımıza inanıyorum. Doblò Amerika modelimizi bu temennilerle yolcu ediyorum.” diye konuştu. <<<

Trafikte Gençlik Hareketi'yle gençler bilinçlenmeye devam ediyor!

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, TÜVTÜRK Araç Muayene İstasyonları ve Goodyear Lastikleri T.A.Ş. arasında imzalanan iş birliği protokolüyle "Trafikte Sorumluluk Hareketi" kapsamında hayata geçirilen Trafikte Gençlik Hareketi'nin 2014-2015 eğitim öğretim yılı uygulamaları, 27-28 Kasım 2014'te İstanbul'daki TÜVTÜRK Akademi'de düzenlenen eğitim semineriyle başladı.



Millî Eğitim Bakanlığı Ortaöğretim Genel Müdürlüğü koordinatörlüğünde ve Goodyear'ın desteğiyle hayata geçirilen Trafikte Gençlik Hareketi'nin amacı, dünyada ve ülkemizde önemli bir sorun olarak karşımıza çıkan trafik güvenliği konusunda ortaöğretim öğrencileri, öğretmenleri, veliler ve servis şoförlerinde trafik güvenliği konusunda farkındalığı geliştirmektir. Projenin hedef kitlesi, seçilen okulların Trafik ve İlk Yardım dersi öğretmenleri, 12'nci sınıf öğrencileri, Trafik Güvenliği ve İlk Yardım Kulübü öğrencileri, veliler ve okul servis şoförlerinden oluşmaktadır.

Projenin ilk iki yılında Trafik ve İlk Yardım öğretmenleri vasıtasıyla 20 bin öğrenciye doğrudan trafik güvenliği eğitimi verildi. Eğitim ve iletişim materyalleriyle de 40 bin veli ve 1000 okul servis şoförüne ulaşıldı.

2014-2015 eğitim öğretim yılı uygulamaları, öğretmenlere yönelik eğitim semineriyle başladı. Liselerde Trafik ve İlk Yardım

dersini veren öğretmenlerin hizmet öncesi eğitimlerinde trafik güvenliği konusunda eğitim almadığı gerçeği göz önünde bulundurulduğunda, bu eğitim seminerinin ne kadar önemli olduğu ortadadır. 27-28 Kasım tarihlerinde gerçekleştirilen seminerde, öğretmenler projenin uygulama süreci hakkında bilgilendirilirken, trafik güvenliği konusunda da uygulamalı ve etkileşimli eğitimler aldılar.

Seminerin açılış konuşmalarında, MEB Ortaöğretim Genel Müdürlüğü Araştırma-Geliştirme ve Projeler Daire Başkanı İsmail Yıldız trafikte insan unsurunun önemine değinirken, insan yetiştirme konusunda öğretmenlere düşen görevleri hatırlatarak, eğitim seminerinin katkılarını vurguladı. Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Karayolu Düzenleme Genel Müdürlüğü Denetim, Kontrol ve Araç Muayene Dairesi Başkanı Yılmaz Kılavuz da eğitimin ilk gününe katılarak, eğitime katılan öğretmenlere projeye verdikleri destek ve

katkıları paylaştı. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Karayolu Düzenleme Genel Müdürlüğü adına konuşan Mehmet Erdem Atılğan ise, Bakanlığın Trafikte Gençlik Hareketi gibi toplumsal projelere verdiği önemi dile getirdi.

Trafikte Gençlik Hareketi sosyal sorumluluk projesini hayata geçiren Goodyear Şirketi adına konuşan Kurumsal İletişim Müdürü Lerzan Moral ise Goodyear açısından projenin önemini açıklarken, en çok karayollarında can veren gençlerin korunması adına böyle bir proje yürütmekten gurur ve mutluluk duyduklarını aktardı. Moral sözlerine şöyle devam etti: "Trafikte Gençlik Hareketi projemizin 3.yılına girerken toplam 40 bin ebeveyn, 20 bin öğrenci ve 1000 okul servis şoförüne ulaştık. Her yıl bu sayıyı daha yukarılara taşıyarak trafik güvenliği konusunda toplumumuzdaki bilinci artırmayı hedefliyoruz".

Proje ortaklarından TÜVTÜRK'ün İletişim ve İş Geliştirme Direktörü Koray Özcan ise Trafikte Sorumluluk Hareketi'nin diğer uygulamalarından ve Trafikte Gençlik Hareketi'nin proje içindeki yerinden ve öneminden bahsetti.

Adana, Ankara, Bursa, İstanbul, Kayseri, Kırıkkale, Kocaeli, Konya, Sakarya ve Samsun olmak üzere 10 farklı ilden 50 öğretmenin katıldığı eğitim seminerinin ardından, öğretmenler okullarındaki velilere ve servis şoförlerine ulaşacak, öğrencilere yönelik eğitimleri uygulayacaklardır. Bu şekilde toplam 10 bin öğrenciye, 20 bin veliye, 500 servis şoförüne daha ulaşılması hedeflenmektedir. <<<



Renault'nun Sizin Fikriniz Sizin Projeniz Yarışmasına Katılım Süreci Başladı

Sürdürülebilir bir ulaşım ve çevre için liseliler işbaşında!

Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar, geçen yıllarda gençlerin çözüm odaklı, yenilikçi, uygulanabilir ve yaygınlaştırılabilir projeler ürettiklerini vurguladı ve “Bu yıl da bizi şaşırtacak projeler bekliyoruz” dedi. Aybar, yarışmaya ilişkin şunları da dile getirdi:

“Trafik güvenliği ve çevre sorunlarına ilişkin iyileşme, genel bir toplumsal davranış değişikliği sağlamakla mümkün. Bu yarışmayla ehliyet ve toplumsal sorumluluk alma yaşına iyice yaklaşmış liseli gençlerde yol güvenliği ve sürdürülebilir ulaşım konularında farkındalık yaratmayı amaçlıyoruz. Gençler bu sayede çevrelerindeki sorunlar karşısında ‘bana ne’ demeyecek, onları kanıksamayacak. Onlara sorunun değil, çözümün parçası olma şansını verdiğimizde neleri değiştirebildiklerini geçmiş deneyimlerimizden biliyoruz. Bu nedenle hem öğrencilerimizi, hem de öğretmenlerimizi bu yarışma ve hayatlarımız için harekete geçmeye davet ediyoruz.”

Sizin Fikriniz Sizin Projeniz yarışmasının sonuçları Mayıs 2015'te belli olacak. Yarışmada ilk üçe giren sınıfların öğretmenlerine ve öğrencilere çeşitli hediyeler verilecek. Birinci olan proje ekibi, öğretmenleriyle birlikte Paris seyahati kazanırken, sınıfın diğer öğrencilerine birer tablet bilgisayar; ikinci ve üçüncü olan sınıfların öğrencilerine birer iPod ve ilk üçe giren sınıfların öğretmenlerine birer iPad hediye edilecek.

Sorunu saptı, çözüm önerilerini oluştur ve uygula!

“Sizin Fikriniz Sizin Projeniz” yarışmasına katılacak olan liselilerden öncelikle kendi yakın çevrelerindeki en önemli yol güvenliği ya da ulaşım sorununu saptayıp, bu sorunun iyileştirilmesine yönelik kendi somut çözüm önerilerini üretmeleri bekleniyor. Ancak iş burada bitmiyor. Liselilerin bu fikirleri bir proje ve eylem planına dönüştürüp harekete geçerek uygulamaları gerekiyor.

İstanbul'daki lise öğrencileri bu yıl da çevrelerindeki trafik ve çevre sorunlarına çözüm bulmak için harekete geçecek. Renault'nun, İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü, Total Oil Türkiye ve Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği ile birlikte düzenlediği Sizin Fikriniz Sizin Projeniz yarışmasının katılım süreci başladı.

Öğrencilerin yarışmadaki başarısı, fikirlerini hayata geçirip, etki ve sonuç elde etmelerine bağlı. Yarışmada öğrenciler, proje içeriği ve uygulama araçları konusunda tamamen özgür bırakılıyor. Gençler, “sürdürülebilir ulaşım ve yol güvenliğine yönelik geliştirdikleri lokal çözüm uygulamalarını, imza kampanyaları, tiyatro ve film gösterimi ya da poster, afiş gibi çalışmalarla çevrelerinde yaygınlaştırabiliyor.

Son Üç Yılın Birincileri

Zeytinburnu Anadolu Lisesi “Çocukların Gözünden Büyüklerin Dünyası” adlı projeleriyle, 2011-2012 Eğitim Öğretim Yılı'nın birincisi olmuştu. Liseliler, proje kapsamında ana sınıfı çağındaki çocuklar için hedef grubun yaşına uygun ve eğlenceli bir yol güvenliği eğitim programı tasarlamış, bunu kendi okullarının ana sınıfında uygulamıştı.

Fusun Yönder Anadolu Lisesi ise 2012-2013 Eğitim Öğretim Yılı'nın birincisiydi. “Servisçini Denetle Trafik Emniyetinde” adlı projede, servis şoförlerinin trafikteki davranışları için bir denetim sistemi oluşturuldu. Öğrenciler tarafından düzenli olarak denetlenen şoförlerin davranışlarının düzeldiği gözlemlendi.

Nevzat Ayaz Anadolu Lisesi 2013-2014 Eğitim Öğretim Yılı'nda Birinci oldu. Öğrenciler, “Çıkartmalarla Öğren” adlı basit ama etkili bir proje geliştirmişti. Projede ilkökul öğrencilerinin her gün kantinden satın aldıkları yiyecek ve içeceklerin üzerine trafik güvenliği bilgilerinin yer aldığı çıkartmalar hazırlanıp, yapıştırıldı. Bu uygulamanın, çocuklarda yol güvenliği bilgilerini geliştirdiği de ölçümlenerek, kanıtlandı. <<<



Otomobil ve hafif ticari araç pazarı

2014 yılı 11 aylık dönemde %14 azaldı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %14,23 azalarak 620.692 adet olarak gerçekleşti. 2013 yılı on bir aylık dönemde 723.660 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları, 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %15,29 azalarak 477.277 adete geriledi. 2013 yılı on bir aylık dönemde 563.456 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı, 2014 yılı on bir aylık dönemde geçen yıla göre %10,48 oranında azalarak 143.415 adete geriledi. Geçen yıl 160.204 adet satış gerçekleşmişti. Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 2014 yılı Kasım ayında %2 arttı. Otomobil pazarı %7 küçüldü, hafif ticari araç pazarı %38 büyüdü. 2014 yılı Kasım ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 80.621 adete ulaştı. 79.301 adet olan 2013 yılı Kasım ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar

toplamına göre satışlar % 1,66 oranında arttı. 2014 yılı Kasım ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %6,9 azalarak 59.695 adet olarak gerçekleşti.

2014 yılı Kasım ayında hafif ticari araç pazarı 2013 yılının Kasım ayına göre %37,82 artarak 20.926 adet seviyesine ulaştı.

2014 yılı on bir aylık dönemde, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %14,53, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %31,45 ve 2000cc üstü otomobillerde %6,25 daralma görüldü. 2014 yılı on bir aylık dönemde, 85kW altı 21 adet, 121kW üstü ise 16 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

2014 yılı on bir aylık dönemde, otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %39,08 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 186.516 adet ile sahip oldu.

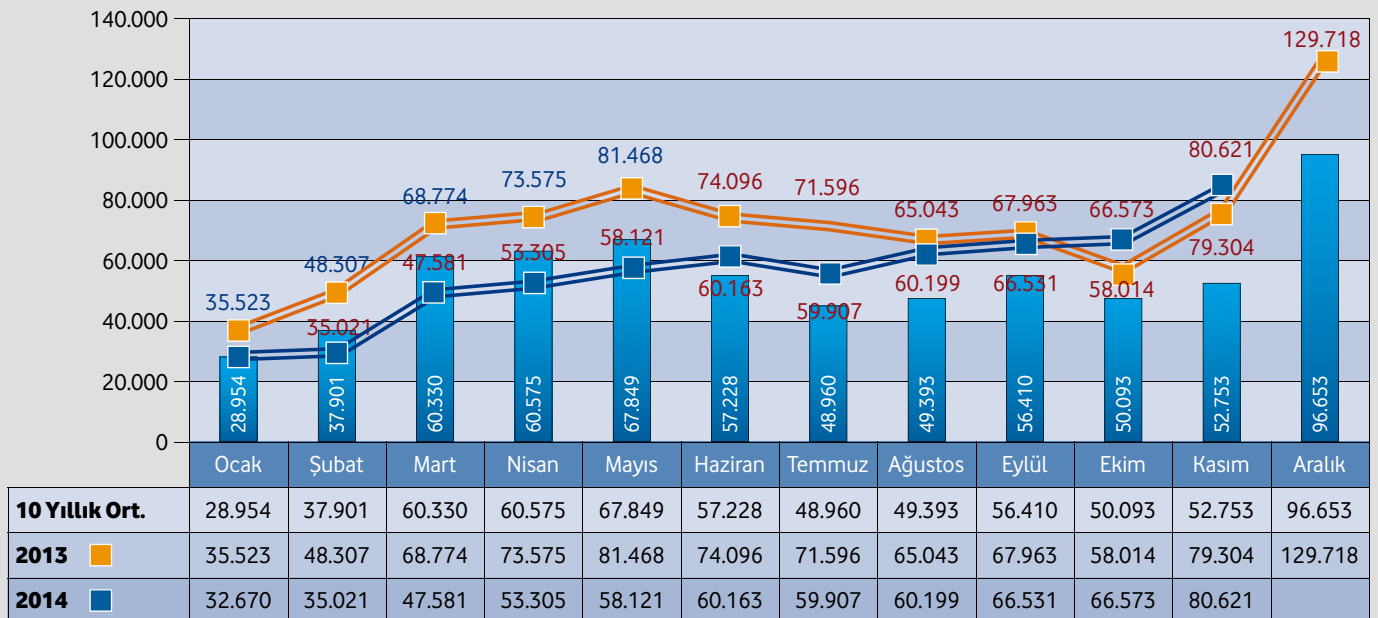
2014 yılı on bir aylık dönemde, dizel otomobil satışlarının payı %61,71'e, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise %46,07'ye yükseldi.

2014 yılı Ocak-Kasım döneminde otomobil pazarı segmentinin %83,82'sini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %52,15 pay alan C (248.901 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%47,38 pay, 226.111 adet) oldu.

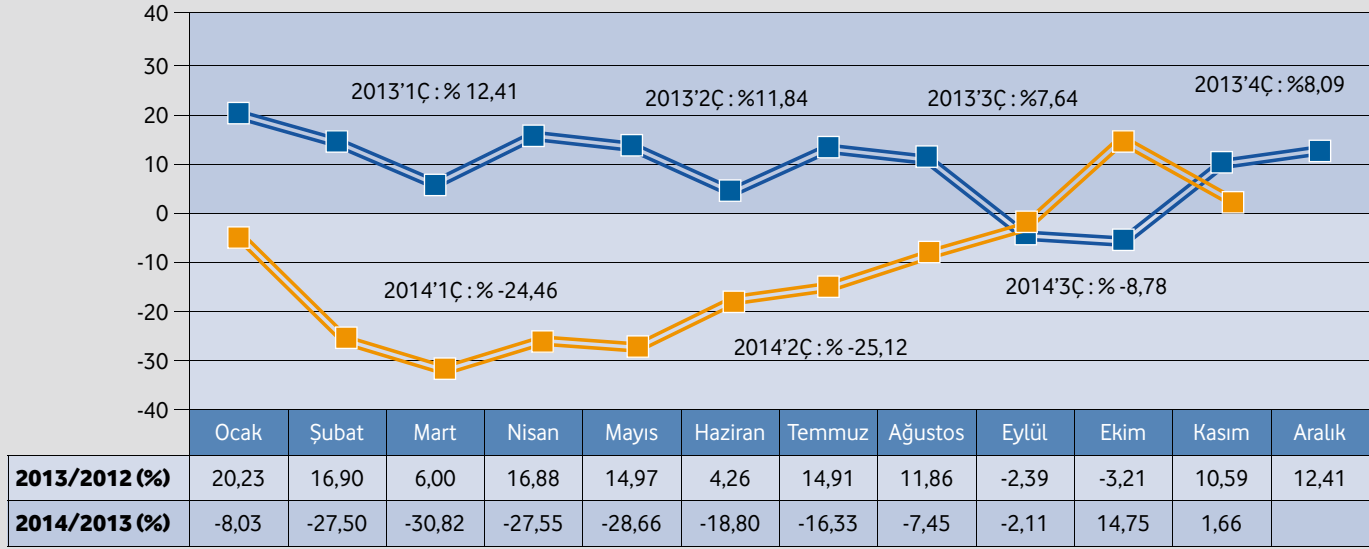
Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 2014 yılı ilk çeyreğinde %24,46, ikinci çeyreğinde %25,12 ve üçüncü çeyreğinde %8,78 daraldı..



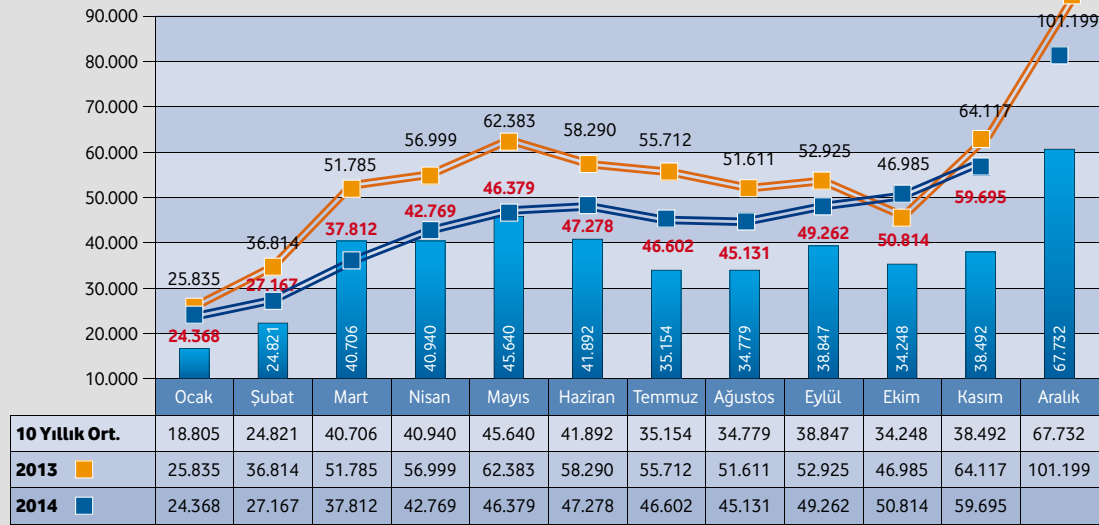
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ TOPLAM PAZARI



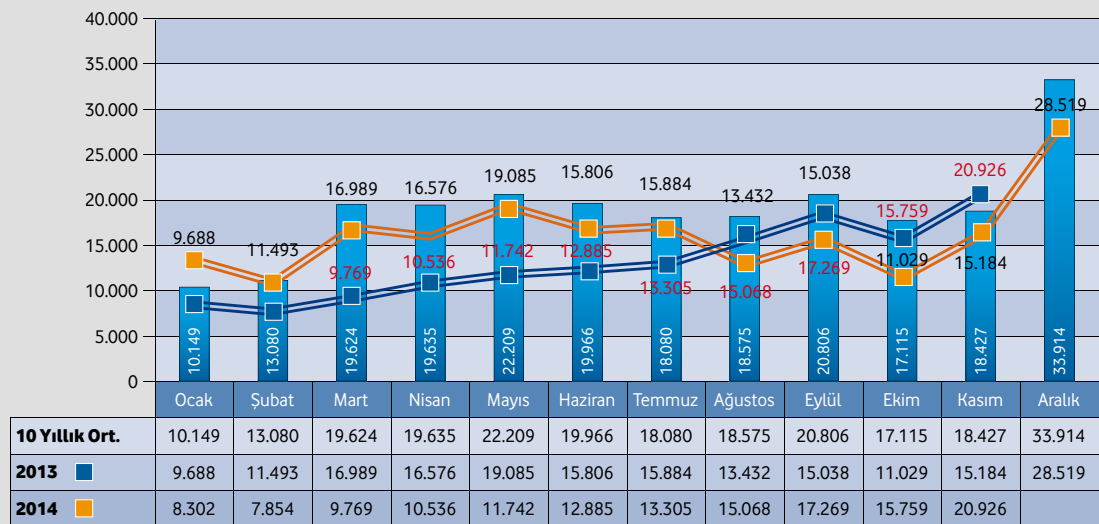
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI



HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Ocak-Kasım döneminde geçen yılın aynı döneme göre %10,48 oranında azalarak 143.415 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 160.204 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Kasım ayında geçen yılın aynı ayına göre %37,82 oranında artarak 20.926 adet seviyesine ulaştı. Geçen sene Kasım ayında 15.184 adet satış gerçekleşmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Kasım ayı ortalama satışlara göre %13,56 arttı.

SEKTÖR ANALİZİ

2014 yılı Ocak-Kasım dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %95,01 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 453.472 adet ile sahip oldu. Ardından %4,01 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,97 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2014 yılı on bir aylık dönemini geçen sene aynı dönem ile kıyasladığımızda, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %14,53, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %31,45 ve 2000cc üstü otomobillerde %6,25 daralma yaşandı. 2014 yılı on bir ay sonunda, 85kW altı 21 adet ve 121kW üstü 16 adet olmak üzere, toplam 37 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2013 Kasım Sonu		2014 Kasım Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	530.565	% 94,16	453.472	% 95,01	% -14,53	% 45	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	27.933	% 4,96	19.149	% 4,01	% -31,46	% 90	% 18
≥ 2001 cc	B/D	4.927	% 0,87	4.619	% 0,97	% -6,25	% 145	% 18
≤ 85 kW	Elektrikli	31	% 0,01	21	% 0,00	% -32,26	% 3	% 18
86 kW ≤ 120 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 7	% 18
≥ 121 kW	Elektrikli	0	% 0,0	16	% 0,0	-	% 15	% 18
Toplam		563.456	% 100,0	477.277	% 100,0	% -15,29	Vergi Oranları	

2014 yılı Ocak-Kasım döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya yine %39,08 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (186.516 adet) ve ardından %31,56 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (150.615 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2013 Kasım Sonu		2014 Kasım Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	46.649	% 8,28	51.108	% 10,71	% 9,56
≥ 100 - < 120 gr/km	201.005	% 35,67	186.516	% 39,08	% -7,21
≥ 120 - < 140 gr/km	186.404	% 33,08	150.615	% 31,56	% -19,20
≥ 140 - < 160 gr/km	97.755	% 17,35	66.064	% 13,84	% -32,42
≥ 160 gr/km	31.643	% 5,62	22.974	% 4,81	% -27,40
Toplam	563.456	% 100,0	477.277	% 100,0	% -15,29

2014 yılı Ocak-Kasım döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %10,49 oranında azaldı. 2014 yılı sonu otomobil satış adetleri, 2013 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %58,40'dan %61,71'e (294.511 adet) yükseldi.

Dizel	2013 Kasım Sonu		2014 Kasım Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	63	% 3,13	17	% 0,47	% -73,02
B (Entry)	105.625	% 54,49	87.069	% 59,02	% -17,57
C (Compact)	176.221	% 61,07	164.017	% 65,90	% -6,93
D (Medium)	34.756	% 56,47	32.602	% 56,18	% -6,20
E (Luxury)	10.237	% 67,46	8.043	% 49,54	% -21,43
F (Upper Luxury)	2.131	% 90,41	2.763	% 93,16	% 29,66
Toplam	329.033	% 58,40	294.511	% 61,71	% -10,49

2014 yılı Ocak-Kasım döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2013 yılı aynı dönemine göre %1,32 arttı. 2014 yılı 11 aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %38,51'den %46,07'ye (219.868 adet) yükseldi.

Otomatik Şanzıman	2013 Kasım Sonu		2014 Kasım Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	768	% 38,19	2.516	% 69,54	% 227,60
B (Entry)	41.404	% 21,36	40.869	% 27,70	% -1,29
C (Compact)	110.127	% 38,17	113.208	% 45,48	% 2,80
D (Medium)	48.728	% 79,17	48.023	% 82,75	% -1,45
E (Luxury)	13.692	% 90,23	12.345	% 76,03	% -9,84
F (Upper Luxury)	2.291	% 97,20	2.907	% 98,01	% 26,89
Toplam	217.010	% 38,51	219.868	% 46,07	% 1,32

Avrupa otomotiv pazarı 2014 Ocak-Ekim döneminde yüzde 6,3 arttı

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Ocak-Ekim döneminde %6,3 arttı ve 12.608.591 adet seviyesinde gerçekleşti. 2013 yılı aynı dönemde toplam 11.861.915 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı ilk on ayında en fazla düşüş %4,1 ile Hollanda'da, ardından %3,1 ile Avusturya'da, %2,4 ile İsviçre'de ve %0,6 ile Belçika'da gerçekleşti. 2014 Ocak-Ekim döneminde satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %37,6, İrlanda %32,1 ve İzlanda %31,0 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Ekim ayında 2013 yılı aynı ayına göre %6,8 büyüdü ve toplam 1.295.746 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2013 yılı aynı ayında ise 1.213.036 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Ekim ayında en fazla düşüş %8 ile Letonya'da, ardından %4,3 ile Fransa'da ve %3,3 ile Belçika'da gerçekleşti. Daralma yaşayan diğer ülkeler; Finlandiya, Hollanda, İsviçre, Hırvatistan ve Lüksemburg oldu. 2014 yılı Ekim ayında satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; İrlanda %36,5, Portekiz %31,3 ve Romanya %30,5 oranıyla yer aldı.

2014 yılı Ocak-Ekim döneminde, Türkiye %15,5 daralma ile en fazla küçülen pazar olurken, Avrupa otomotiv satışları sıralamasında 6. ülke konumunda yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Ocak-Ekim döneminde 2013 yılı aynı dönemine göre %5,9 arttı ve toplam 11.020.107 adet seviyesinde pazara ulaşıldı. 2013 yılı aynı dönemde ise 10.409.007 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Ocak-Ekim döneminde geçen yılın aynı dönemine göre sırasıyla en fazla düşüş %4,9 ile Hollanda'da, ardından %3,8 ile Avusturya'da, %3,0 ile İsviçre'de ve %0,6

ile Belçika'da görüldü. 2014 yılı Ocak-Ekim döneminde geçen yılın aynı dönemine göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar ise sırasıyla; Portekiz %34,7, İzlanda %30,4 ve İrlanda %29,6 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Ekim ayında

2013 yılı aynı ayına göre %6,2 arttı ve toplam 1.112.628 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2013 yılı Ekim ayında ise 1.047.288 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 Ekim ayında geçen yılın aynı ayına göre Fransa'da %3,8 daralma görülürken, ardından %3,5 ile Belçika'da ve %3,0 ile Danimarka'da küçülme yaşandı. Daralma yaşayan diğer ülkeler; Finlandiya, Hollanda, İsviçre ve Bulgaristan oldu. 2014 yılı Ekim ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Romanya %31,3, Portekiz %29,6 ve İspanya %26,1 oranıyla yer aldı. <<<

AVRUPA OTOMOTİV SATIŞLARI (EKİM 2014/2013)							
	EKİM 2014	EKİM 2013	Değ.%		OCK-EKİM 14	OCK-EKİM 13	Değ.%
ALMANYA	306.217	293.630	4,3	ALMANYA	2.820.744	2.727.215	3,4
İNGİLTERE	198.705	207.677	-4,3	İNGİLTERE	1.838.711	1.819.015	1,1
FRANSA	198.705	207.677	-4,3	FRANSA	1.838.711	1.819.015	1,1
İTALYA	134.152	122.146	9,8	İTALYA	1.267.505	1.205.167	5,2
İSPANYA	90.764	70.711	28,4	İSPANYA	824.475	687.434	19,9
BELÇİKA	43.453	44.957	-3,3	BELÇİKA	479.641	482.507	-0,6
HOLLANDA	40.844	41.461	-1,5	HOLLANDA	374.400	390.412	-4,1
POLONYA	35.114	33.099	6,1	POLONYA	325.824	288.716	12,9
İSVEÇ	32.669	29.134	12,1	AVUSTURYA	297.713	307.200	-3,1
AVUSTURYA	30.655	30.482	0,6	İSVEÇ	290.336	253.505	14,5
İSVİÇRE	29.050	29.425	-1,3	İSVİÇRE	273.614	280.481	-2,4
ÇEK CUM.	20.123	17.522	14,8	DANİMARKA	184.532	174.614	5,7
DANİMARKA	19.535	19.327	1,1	ÇEK CUM.	177.914	152.071	17,0
NORVEÇ	16.294	16.074	1,4	NORVEÇ	149.960	149.803	0,1
PORTEKİZ	14.558	11.087	31,3	PORTEKİZ	141.579	102.877	37,6
FİNLANDİYA	10.122	10.470	-3,3	İRLANDA	113.064	85.604	32,1
ROMANYA	9.097	6.971	30,5	FİNLANDİYA	103.663	101.923	1,7
SLOVAKYA	8.361	7.504	11,4	MACARİSTAN	71.946	58.391	23,2
MACARİSTAN	8.052	6.611	21,8	ROMANYA	71.089	56.859	25,0
YUNANİSTAN	6.562	5.322	23,3	SLOVAKYA	68.577	60.937	12,5
SLOVENYA	5.840	5.344	9,3	YUNANİSTAN	64.196	52.216	22,9
LÜKSEMBURG	4.944	4.951	-0,1	SLOVENYA	52.993	50.810	4,3
İRLANDA	3.627	2.657	36,5	LÜKSEMBURG	46.536	44.086	5,6
HİRVATİSTAN	2.685	2.698	-0,5	HİRVATİSTAN	35.427	28.893	22,6
ESTONYA	2.431	2.167	12,2	ESTONYA	21.104	20.046	5,3
BULGARİSTAN	2.042	1.978	3,2	BULGARİSTAN	20.075	18.408	9,1
LİTVANYA	1.758	1.719	2,3	LİTVANYA	16.223	14.340	13,1
LETONYA	1.518	1.650	-8,0	LETONYA	13.566	11.992	13,1
KIBRIS	826	585	41,2	İZLANDA	9.602	7.327	31,0
İZLANDA	652	518	25,9	KIBRIS	8.137	6.751	20,5
TOPLAM	1.295.746	1.213.036	6,8	TOPLAM	12.608.591	11.861.915	6,3
TÜRKİYE	69.271	60.399	14,69	TÜRKİYE	569.615	674.511	-15,55

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI KASIM 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		95	95			0	0	95	95
AUDI		2.179	2.179			0	0	2.179	2.179
BENTLEY		1	1			0	0	1	1
BMW		2.798	2.798			0	0	2.798	2.798
CHERY		30	30		0	0	0	30	30
CHEVROLET		4	4			0	0	4	4
CITROEN		1.555	1.555	187	582	769	187	2.137	2.324
DACIA		3.214	3.214		732	732	0	3.946	3.946
FERRARI			0			0	0	0	0
FIAT	3.430	534	3.964	5.113	724	5.837	8.543	1.258	9.801
FORD	126	3.277	3.403	6.676	43	6.719	6.802	3.320	10.122
GEELY		6	6			0	0	6	6
HONDA	976	316	1.292			0	976	316	1.292
HYUNDAI	2.895	1.963	4.858		159	159	2.895	2.122	5.017
INFINITI		2	2			0	0	2	2
ISUZU			0	229	29	258	229	29	258
IVECO			0		224	224	0	224	224
JAGUAR		1	1			0	0	1	1
JEEP		354	354			0	0	354	354
KARSAN			0	109		109	109	0	109
KIA		1.093	1.093		397	397	0	1.490	1.490
LADA			0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		0	0			0	0	0	0
LANCIA		3	3			0	0	3	3
LAND ROVER		122	122			0	0	122	122
MASERATI		7	7			0	0	7	7
MAZDA		95	95		0	0	0	95	95
MERCEDES-BENZ		1.625	1.625		833	833	0	2.458	2.458
MINI		125	125			0	0	125	125
MITSUBISHI		172	172	22	347	369	22	519	541
NISSAN		1.735	1.735		40	40	0	1.775	1.775
OPEL		3.542	3.542	0	0	0	0	3.542	3.542
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		1.844	1.844	187	667	854	187	2.511	2.698
PORSCHE		53	53			0	0	53	53
PROTON		100	100		0	0	0	100	100
RENAULT	6.481	2.674	9.155		986	986	6.481	3.660	10.141
SEAT		1.922	1.922			0	0	1.922	1.922
SKODA		1.348	1.348		0	0	0	1.348	1.348
SMART		12	12			0	0	12	12
SSANGYONG		47	47		54	54	0	101	101
SUBARU		134	134			0	0	134	134
SUZUKI		26	26			0	0	26	26
TATA		21	21		23	23	0	44	44
TOYOTA	2.631	1.136	3.767		169	169	2.631	1.305	3.936
VOLKSWAGEN		8.262	8.262		2.394	2.394	0	10.656	10.656
VOLVO		729	729			0	0	729	729
TOPLAM	16.539	43.156	59.695	12.523	8.403	20.926	29.062	51.559	80.621

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI OCAK-KASIM 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	848	848	0	0	0	0	848	848
AUDI	0	14.191	14.191	0	0	0	0	14.191	14.191
BENTLEY	0	13	13	0	0	0	0	13	13
BMW	0	21.959	21.959	0	0	0	0	21.959	21.959
CHERY	0	290	290	0	0	0	0	290	290
CHEVROLET	0	572	572	0	0	0	0	572	572
CITROEN	0	11.231	11.231	1.537	5.028	6.565	1.537	16.259	17.796
DACIA	0	21.413	21.413	0	5.614	5.614	0	27.027	27.027
FERRARI	0	10	10	0	0	0	0	10	10
FIAT	27.401	5.459	32.860	31.996	6.148	38.144	59.397	11.607	71.004
FORD	1.346	29.306	30.652	37.459	247	37.706	38.805	29.553	68.358
GEELY	0	85	85	0	0	0	0	85	85
HONDA	8.692	2.673	11.365	0	0	0	8.692	2.673	11.365
HYUNDAI	18.968	18.410	37.378	0	1.298	1.298	18.968	19.708	38.676
INFINITI	0	5	5	0	0	0	0	5	5
ISUZU	0	0	0	1.611	1.661	3.272	1.611	1.661	3.272
IVECO	0	0	0	0	1.931	1.931	0	1.931	1.931
JAGUAR	0	51	51	0	0	0	0	51	51
JEEP	0	1.303	1.303	0	0	0	0	1.303	1.303
KARSAN	0	0	0	1.255	0	1.255	1.255	0	1.255
KIA	0	9.110	9.110	0	1.826	1.826	0	10.936	10.936
LADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAMBORGHINI	0	2	2	0	0	0	0	2	2
LANCIA	0	201	201	0	0	0	0	201	201
LAND ROVER	0	1.019	1.019	0	0	0	0	1.019	1.019
MASERATI	0	64	64	0	0	0	0	64	64
MAZDA	0	1.016	1.016	0	9	9	0	1.025	1.025
MERCEDES-BENZ	0	18.554	18.554	0	6.786	6.786	0	25.340	25.340
MINI	0	870	870	0	0	0	0	870	870
MITSUBISHI	0	860	860	162	3.473	3.635	162	4.333	4.495
NISSAN	0	15.662	15.662	0	266	266	0	15.928	15.928
OPEL	0	30.837	30.837	0	0	0	0	30.837	30.837
OTOKAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PEUGEOT	0	13.777	13.777	1.203	4.465	5.668	1.203	18.242	19.445
PORSCHE	0	469	469	0	0	0	0	469	469
PROTON	0	562	562	0	0	0	0	562	562
RENAULT	50.107	21.213	71.320	0	7.303	7.303	50.107	28.516	78.623
SEAT	0	10.571	10.571	0	0	0	0	10.571	10.571
SKODA	0	12.132	12.132	0	0	0	0	12.132	12.132
SMART	0	67	67	0	0	0	0	67	67
SSANGYONG	0	441	441	0	526	526	0	967	967
SUBARU	0	1.172	1.172	0	0	0	0	1.172	1.172
SUZUKI	0	925	925	0	0	0	0	925	925
TATA	0	105	105	0	264	264	0	369	369
TOYOTA	18.746	8.018	26.764	0	1.480	1.480	18.746	9.498	28.244
VOLKSWAGEN	0	71.464	71.464	0	19.867	19.867	0	91.331	91.331
VOLVO	0	5.087	5.087	0	0	0	0	5.087	5.087
TOPLAM	125.260	352.017	477.277	75.223	68.192	143.415	200.483	420.209	620.692

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

Otomotiv endüstrisi, 11 aylık dönemde ihracatta 20.5 milyar doları gördü

Otomotiv endüstrisi, Kasım ayında yüzde 11 azalışla bir milyar 845 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Yılın 11 aylık döneminde ise yüzde 5 artışla 20.5 milyar dolarlık dış satış yapıldı.



Otomotiv endüstrisi, ihracatta yılın ilk yarısında yakaladığı yüksek oranlı büyüme trendini son aylarda devam ettiremedi. Buna rağmen otomotiv endüstrisi Türkiye geneli dış satışlarda sektörel olarak 9. ihracat şampiyonluğunu ilan etmesine bir adım kaldı. Kasım ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 11 azalışla bir milyar 845 milyon dolarlık ihracata imza atan otomotiv endüstrisi, 11 aylık dönemde

de yüzde 5 artışla 20.5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi.

Otomotiv Endüstrisinin Kasım ayı ihracat verileri açıklandı. Buna göre otomotiv endüstrisinin en büyük pazarı olan AB ülkelerinde geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 10 oranında bir kayıp oluştu. Bunun yanı sıra Rusya Federasyonu ile birlikte Eski Doğu Bloku Ülkeleri'nde de kayıp 58 milyon dolar seviyesine çıkınca kasım ayındaki ihracatta gerileme kaçınılmaz oldu.

2014 başarılı bir yıl

Ihracat verilerini değerlendiren OİB Başkanı Orhan Sabuncu, sektör olarak Türkiye genel ihracatında yüzde 14 pay aldıklarını ve yeni bir şampiyonluk için gün saydıklarını kaydetti. Sabuncu, "Ekim ayında olduğu gibi kasım ayında da pariteden kaybımız

**Uludağ Otomotiv Endüstrisi
İhracatçıları Birliği (OİB) Başkanı
Orhan Sabuncu, "Kasım ayında
ihracatta kayıplar yaşasak da yıl
sonunda hedefimizin üzerine çıkarak
yaklaşık 22.5 milyar dolarlık ihracat
gerçekleştireceğiz" dedi.**

var. Euro-dolar paritesinden dolayı kasımda 116 milyon dolarlık kayıp oluştu. Böyle bir kayıp olmasaydı yüzde 11 olan kasım ayındaki gerilememiz yüzde 5.5 seviyesine gelecekti. Ancak yine de önümüzdeki ay yıllık ihracatımızı 22.5 milyar dolar seviyesinde açıklamayı ümit ediyoruz. Bu da hedefimizin üzerinde bir rakam olacağı için 2014'ü şimdiden başarılı bir yıl olarak görüyoruz ve direksiyonumuzu yeni hedeflere kırıyoruz" dedi.

Otomotiv Endüstrisi Kasım ayında, bir önceki yılın aynı dönemine göre ihracatta tüm ana ürün gruplarında kayıp yaşandı. Buna göre yan sanayiye yüzde 13 azalışla 737 milyon, binek otomobillerde yüzde 10 gerilemeyle 595 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda da yüzde 15 kayıpla 361 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Otobüs-minibüs-midibüs ürün grubunda yüzde 5 azalışla 109 milyon dolar dış satış gerçekleşirken, diğer başlığı altındaki ürünlerde de yüzde 48 artışla 43 milyon dolarlık ihracata imza atıldı.

11 aylık dönemde artış sürüyor

Yılın 11 aylık döneminde tüm ürün gruplarında artış gözlenirken, yan sanayi yüzde 4 büyümeyle 8 milyar 711 milyon dolarlık dış satış gerçekleştirdi. Aynı dönemde bunu binek otomobiller yüzde 6 artışla 6 milyar 693 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar yüzde 8 büyümeyle 3 milyar 783 milyon, otobüs-minibüs-midibüs ürün grubu yüzde 4 gelişmeyle 997 milyon ve diğer başlığı altında da yüzde 11 azalışla 302 milyon dolarlık dış satış yapıldı.

Birleşik Devletler'e yüzde 113 artış

Ülke bazlı ihracat verileri incelendiğinde ise gerilemeye rağmen Almanya ihracat liderliğini sürdürdü. Kasım ayında Almanya'ya yüzde 6 azalışla 299 milyon, Birleşik Krallık'a yüzde 10 gerilemeyle 205 milyon, Fransa'ya ise yüzde 23 kayıpla 170 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Birleşik Devletler'e yüzde 113 artışla 58 milyon, İrlanda'ya ise yüzde 47 büyümeyle 26 milyon dolarlık ihracat dikkat çekti. <<<

TÜRKİYE OCAK-KASIM 2014 İHRACAT RAKAMLARI

1000 USD	OCAK-KASIM			
SEKTÖRLER	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)
Otomotiv Endüstrisi	19.538.857	20.486.258	5	14
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	15.938.332	17.381.130	9	12
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	15.832.528	16.435.992	4	11,5
Çelik	12.631.562	12.049.105	-4,5	8,5
Elektrik-Elektronik ve Hizmet	10.580.473	10.982.706	4	7,5
T O P L A M	138.178.304	144.267.016	4	100

tasit.com

Siz de **tasit.com**'a katılın,
mağaza ücretinizde hiçbir artış olmadan
tam 1 yıl boyunca **sınırsız ilan** yayınlayın!

1 YILLIK
ÜYELİK
PAKETİ
**SINIRSIZ
ARAÇ İLANI**

NE ÖDEDİĞİMİ BİLİYORUM!

FİYAT SÜRPRİZİ YOK!

İLAN SINIRI YOK!

İLANLARINIZ AYNI ANDA 120'DEN FAZLA HABER PORTALINDA DA YAYINLANIR!

Milliyet

ZAMAN

Cumhuriyet

VATAN

STAR

AKSAM

HA

INTERNETHABER

Sözcü

HABERLER.COM

FS HABER

AKTİF
HABER

+120 HABER PORTALI

Kurumsal Üyemiz Olmak İçin Hemen Arayın!
+90 (216) 472 19 72

MOTOR YAĞINDA DEVRİM

DOĞALGAZDAN ÜRETİLEN SHELL HELIX ULTRA



PUREPLUS TEKNOLOJİSİ'YLE ÜRETİLEN SHELL HELIX ULTRA'YI KEŞFEDİN



PurePlus Teknolojisi ile doğalgazdan üretilen Shell Helix Ultra bugüne kadar ürettiğimiz en gelişmiş motor yağıdır.

Siz de üstün performans, temizlik ve koruma için Shell Helix Ultra'yı tercih edin.

SHELL.COM/PUREPLUS



YAKIT
EKONOMİSİ¹



DÜŞÜK YAĞ
TÜKETİMİ²



ZORLU HAVA ŞARTLARINDA
YÜKSEK PERFORMANS³



¹ ACEA M 111 yakıt ekonomisi sonuçlarına dayanmaktadır. Yakıt tasarrufu kullanılan araca ve motor yağına göre %3'e kadar değişiklik göstermektedir. ² Group II ve Group III baz yağlarla üretilen motor yağlarının NOACK uçuculuk test değerlerine dayanmaktadır. ³ Düşük sıcaklıkta yüksek viskoziteli yağlara kıyasla ilk çalışma kolaylığı, yüksek sıcaklıkta üstün performans ve koruma; bağımsız bir laboratuvarında yapılan Group II ve Group III baz yağlara kıyasla Sequence IIIG sonuçlarına dayanmaktadır.