

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR | SAYI:2

**"Kendi
potansiyelimizin
farkında olup
geleceğe dönük
adımlara öncelik
verirsek yeni
döneme güçlenerek
çıkacağız."**

OYDER
Yönetim Kurulu Başkanı
Dr. K. Altuğ ERCİŞ



www.oyder-tr.org

134

Ekim - Kasım - Aralık 2022

AKBANK

AKON ile dakikalar içinde taşıt kredisi

Alanında uzman saha yöneticileri ve bayi finansman çözümleriyle Akbank her zaman sizinle. Siz de hemen Akbank şubelerinden AKON bayisi olun; müşterilerinizin taşıt kredisi işlemleri şubeye gitmelerine gerek kalmadan dakikalar içinde tamamlansın.

Sizin için



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
Adına İmtiyaz Sahibi
Dr. K. Altuğ Erciş

Genel Yayın Yönetmeni
Çınar Noyan
cinar.noyan@oyder-tr.org

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ali Gökhan Turan
av.gokhanturan@outlook.com

Yayın Kurulu
Zeynep Fidan Soysal
Uğur Güven
Uğur Yalçınkaya
Murat YeğİN

Reklam Yönetmeni
Yağmur Hilaloğlu
Tel: 0216 355 73 16
yagmur@oyder-tr.org

Dergi İçeriği
Büşra Şimşek
Tel: 0216 355 73 16
busra@oyder-tr.org

Oyder Hukuk Danışmanı
Ali Gökhan Turan
av.gokhanturan@outlook.com

Yönetim Yeri
Esenyalı Mah. Yanyol Cad. Varyap Plaza,
No: 61 Kat: 2 Daire: 204 34903
Pendik- İSTANBUL
Tel: 0216 355 73 16
Faks: 0216 355 72 69
www.oyder-tr.org
oyder@oyder-tr.org

Tasarım
Tuncay Köksal
Yakuplu Cad. No:6/45
Beylikdüzü, İstanbul
tuncaykoksal@gmail.com

Baskı
Jet Reklam Bilişim Prodüksiyon
Selofan Ltd. Şti. İkitelli Osb. Mh.
Pik Dökümcüler San. Sit. Sk. Tem 34
İkitelli No: 27/172 Başakşehir / İstanbul
T: 0212 438 70 95

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, 3 Ayda Bir Yayınlanır.

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

EDİTÖRDEN



Otomotiv Sektörünün 2022 Değerlendirmesi ve 2023 Beklentileri

Değerli Meslektaşlarım,

2022 yılının son ayını yaşadığımız bu günlerde, otomotiv sektörü olarak çalkantılı ve zor bir yılı geride bıraktığımızı söylemek doğru olacaktır. Pandemi etkisiyle ertelenmek zorunda kalan talebin canlılığını koruduğu ama global anlamda ekonomik sıkıntıların piyasaya etki ettiği bir yılı geride bırakıyoruz.

Gerek tedarik sıkıntıları gerekse de sürekli artan fiyatlar nedeniyle düşen alım gücü, otomotiv sektörünün her ay yeni bir belirsizlik yaşamasına neden oldu. Araç sıkıntısı yaşanan dönemlerde ortaya çıkan manipülatif fiyatlar, kredi kısıtlaması ile azalan talep ve genel ekonomik gidişattaki dalgalanmalar, aylık bazda belirsizlik ve plan yapamama sonucunu doğurdu.

Bir yılın sonunda ulaştığımız toplam satış adeti, her türlü olumsuzluğa rağmen son 10 yıllık ortalamalar seviyesinde olmakla birlikte hala asıl talebi karşılamaktan uzak görünüyor. Türkiye otomotiv pazarının doğru hamleler ile en az 1,5 milyonluk bir sabit pazara kavuşmasının çok kolay olduğu kanaatindeyim.

2023 yılı ise oldukça tedirgin edici ve tahmin edilmesi zor bir yıl olarak kendini gösteriyor. Tüm piyasalar gibi otomotiv sektörünü de en çok etkilemesini beklediğimiz gelişme genel seçimler olacak elbette. Seçim tarihine kadar yılın ilk yarısında uygulanması muhtemel seçim ekonomisi ile yılın ikinci yarısındaki ekonomik yönetim arasında farklar olacağını düşünürsek, 2023'ü iki dönemli bir yıl olarak değerlendirmek gerekecektir.

2022'den taşınan yüksek enflasyon, dalgalanan kur ve kredilere ulaşımındaki zorlukların 2023 yılında da etkisini göstermeye devam edeceği varsayılırsa, ilk yarıda uygulanacak seçim ekonomisi piyasaları rahatlatıcı bir etki gösterebilir ancak bu rahatlamamanın bedeli seçim sonrası dönemde daha büyük bir fatura ile karşımıza çıkabilir.

Bu vesile ile 2023 yılının herkese sağlık, mutluluk ve bereket getirmesini diler, ülkemiz için çok başarılı bir dönemin başlangıç yılı olmasını temenni ederim.

Saygılarımla,
Çınar Noyan
OYDER Genel Sekreteri

Yeni yılda 70'ten fazla model



14

Otomotiv, yarına dünden hazır...



34

2022 Yılı 3. Çeyrek Sonu Operasyonel Kiralama Sektör Raporu



56



06 **OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Dr. K. Altuğ ERCİŞ:**
"Kendi potansiyelimizin farkında olup geleceğe dönük adımlara öncelik vererek yeni döneme güçlenerek çıkacağız."



10 CEO'ların 2023 senaryoları: Otomotiv 3 yıldır zorluklarla boğuşurken, 2023 de kolay geçmeyecek gibi görünüyor.



22 Elektrikli Otomobil Şarjı Hakkında Bilinmesi Gerekenler



26 Deloitte'un 2023 Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması yayımlandı: Elektrikli araç tercihinde ilk kriter maliyet



32 Oyder, Kullanılmış Araç Pazarının Kalbi İngiltere'de.



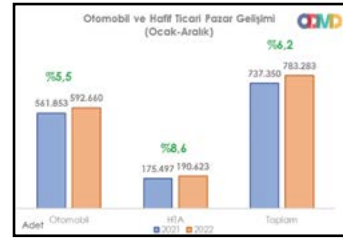
44 ODMD Gladatör Ödülleri, on üçüncü kez heyecanlı bir tören ile sahiplerini buldu.



52 Dünya Devi Chery Türkiye'de!



58 Kültür Sanat Haberleri



62 ODMD Raporu

AVIS®



AVIS, AYRICALIKLARIYLA GÖKLERE ÇIKARIYOR.

Aracınızı Avis ayrıcalığıyla kiralayın,
Türk Hava Yolları yolcularına özel
4.000 Mil'e varan avantajları kaçırmayın.

444 28 47 | AVIS.COM.TR

TURKISH AIRLINES

Miles&Smiles



**OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
Dr. K. Altuğ ERCİŞ:**

“Kendi potansiyelimizin farkında olup geleceğe dönük adımlara öncelik verirsek yeni döneme güçlenerek çıkacağız”

2022 senesinin sonuna gelinen bu dönemde, otomotiv sektörü olarak nasıl bir yıl geçirdik dersiniz?

2022 otomotiv açısından birçok belirsizliğin yaşandığı, dönem dönem ümit ve ümitsizliğin yer değiştirdiği ilginç bir yıl oldu. Genel olarak bakarsak yıl sonu ulaşacağımız toplam 780 binlik satış, son 10 yılın ortalamaları seviyesinde. Sektör, 2021 yılına göre büyümüş gözükse de hem barındırdığı potansiyel hem de yatırımlarımızın karşılığı olarak büyüdüğünü söyleyemeyiz. Türkiye otomobil pazarının hızlıca ve kalıcı olarak 1,5 milyonluk seviyeye ulaşması gerekiyor.

Bugün itibarıyla Avrupa'nın 6. büyük pazarı olarak görünüyoruz ama 1,5 milyonluk pazara ulaşmamız halinde gerçek yerimiz olan ilk 4 içerisine girecek ve potansiyelimizin büyüklüğü ile ilk 3'e oynar hale geleceğiz. Sektör olarak bu hedefe hep birlikte odaklanmamız gerektiğine inanıyorum.

Türkiye'de yıllarca 1 milyonluk pazara ulaşma hedefi konuşulmuştu, siz şimdi 1,5 milyon diyorsunuz. Nasıl böyle bir artış sağlanabilir sizce?

Aslına bakarsanız Türkiye için 1 milyon veya 1,5 milyonluk pazarlar hala yetersiz hedefler, ülkemizdeki araç sahipliği oranları ve genç nüfusumuz düşünüldüğünde çok daha büyük bir potansiyel barındırıyoruz. Son yıllarda arka arkaya yaşadığımız ekonomik çalkantılar, kur dalgalanmaları ve genel maliyet artışları nedeniyle bu potansiyeli gösteremedik ama stabil bir ekonomide, yeterli arzın sunulabildiği bir ortamda Türkiye'deki talep rahatça 1,5 milyonluk pazara ulaşabileceğimizi gösteriyor.

Buradaki en önemli sorun, artık çağdaş üretim teknolojilerinin gerisinde kalmış ve her geçen gün arttırılarak artık araç bedellerinin üzerine çıkmış vergilendirme sistemimizdir. Motor hacmine ve matraha dayalı bir vergilendirme ile adeta tüketiciler ve otomotiv sektörü cezalandırılmaktadır. Bu nedenle, cesur, köklü ve ulaşılabilir bir vergi sistemini yeniden tanımlamak gerekiyor. Bu konuda biz de dernek olarak elimizden gelen tüm desteği sağlamak ve her paydaşı koruyarak çağdaş bir yapıya kavuşmak konusunda kararlıyız.

ÖTV sistemi, matrahlar, vergi oranları gibi konular 2022 yılının en çok konuşulan konuları arasında yerini aldı. Az önce bahsettiğiniz sistemin nasıl olmasını öngörüyorsunuz?

Öncelikle otomotiv sektöründeki tüm paydaşların ortak derdi olan vergilerin yüksekliği sorununu çözecek bir yapı oluşturmaliyiz. Bugün itibarıyla dünyadaki en yüksek vergilendirme oranı olan yeni otomotiv vergilerini Avrupa ortalaması olan %22'ler seviyesine indirmemiz gerekiyor. Bununla birlikte yeni dönem çevreci ürünler olan elektrikli araçları teşvik etmek, sanayiimizi de bu yönde yapılandıracak adımlar atmamız gerekiyor.

Avrupa'da 2035 yılından itibaren yasaklanacak olan içten yanmalı motorlu araç satışlarını elektrikli ve

“100 yılı aşkın süredir, kuralları belli, iş yapış şekilleri ezberlenmiş ve çok da büyük değişiklik göstermeyen bir sektör, önce dijitalleşmenin hayatımıza girmesi ardından da modellerin dönüşmesi nedeniyle hızlı ve köklü bir değişim sürecine girdi.”

hibrit modellerle değiştirecek, bu modellerin alımını teşvik ederek Pazar penetrasyonunu arttıracak bir sistem oluşturmaliyiz. Elbette bu dönüşümü gerçekleştirirken de yaşlı ve eski araç parkımızı yenileyecek hurda teşviği gibi teşvikleri kalıcı olarak hayata geçirmemiz gerekiyor.

Otomotiv sektörü olarak gündemimizi matrah güncellemeleri ve/veya ÖTV oranlarındaki değişiklikler değil, çağdaş ve kalıcı bir sistem değişikliği yönünde yenilememiz gerekiyor. Biz bu çalışma için öncelikli kriterleri belirleyerek çalışmanın ana hatlarını oluşturmaya çalışıyoruz. Diğer tüm paydaş derneklerin de görüş ve önerilerine saygılı davranarak ortak bir çıkış yolunun hepimiz için faydalı olacağına inanıyoruz.

ÖTV sistem değişikliği ile ilgili öncelikli kriterleri belirlediğinizi söylediniz, bu kriterleri bizimle paylaşır mısınız?

Kriterleri belirlerken bugünkü sektör dinamiklerinin zarara uğratılmadan geçiş dönemini yaşamasını esas olarak aldık, ayrıca devletin vergi gelirlerinin de düşmemesini sağlamak için planlama yapmaya çalıştık. ÖTV sistemi değiştirilirken dikkate alınması gereken ana kriterleri bu kapsamda aşağıdaki gibi belirledik:

- İç pazarın 1,5 milyon adetlik büyüklüğe kalıcı olarak ulaştırılması
- ÖTV sisteminin emisyon temelli ve yeni modellere yönelik oluşturulması
- Değişikliğin zamana yayılarak kademeli olarak hayata geçirilmesi
- Yeni ve kullanılmış araç pazarındaki değerlerin etkilenmemesi
- Devletin vergi gelirlerinin korunması
- Hurda teşviğinin kalıcı hale getirilerek araç park yaşının düşürülmesi
- Kredi teşviklerinin kalıcı hale getirilmesi

Tüm yukarıdaki hassasiyetleri bir araya getirecek, çağdaş, kalıcı ve cesur bir değişimin otomotiv sektörü açısından çok büyük değer taşıdığına inanıyorum.

Otomotivde ürünlerin değişimi ile birlikte iş yapış şekillerinde de köklü değişiklikler bekleniyor. Hatta en çok dillendirilen konuların başında da yetkili satıcılık sisteminde yaşanacak değişiklikler geliyor. Bu konuda önümüzdeki dönem için neler bekliyorsunuz?

Dijitalleşme, pandeminin tüm dünyayı evden çalışmaya ve evden alışveriş yapmaya alıştırması sebebiyle her sektörü çok hızlı bir şekilde ele geçirdi.

Otomotiv sektörünün de bu etkiden payına düşeni almaması mümkün değil elbette. Yetkili satıcılar olarak işlerimizi hızlıca dijital platformlar üzerinden çeşitlendirmeye, tüketicilerin yeni çağın gereği olan hızlı, kolay ve her yerden erişilebilir olma beklentilerine uyumlu hale getirmeye ve bu dönemin gerekliliklerini işimize enjekte etmeye başladığımız açık bir gerçek.

Türkiye’de de tüm dünyada olduğu gibi işlerin dijital platformlarda gelişeceğini, yetkili satıcıların bu gelişime ayak uydurarak görev ve sorumluluklarını yerine getirmeye devam edeceğini, sadece gelir bileşenlerinde değişiklik yaşanacağını öngörüyoruz. Bu nedenle de Oyder bünyesinde 4 farklı çalışma komisyonu kurarak, yetkili satıcılarımızı bu gelişime hazırlamaya çalışıyoruz. Çok yakında çalışma komisyonlarımızın çıktılarını da hem yetkili satıcılarımızla hem de kamuoyu ile paylaşacağız.

Oyder’in kurduğu çalışma komisyonlarının konuları ve içerikleri hakkında bilgi paylaşabilir misiniz?

Bu sene Oyder bünyesinde 4 yeni çalışma komisyonunu kurduk ve hemen çalışmaya başladık. Bizim açımızdan yetkili satıcıların geleceği düşünüldüğünde çok büyük önem taşıyan bu komisyonlardan yetkili satıcılara geleceğe dönük yol haritaları hazırlamak ve belirsizliğe bir fener yakmak istiyoruz.

Kurduğumuz komisyonlar şu 4 ana konu üzerinde çalışacaklar:

- Sürdürülebilirlik Komisyonu
- Dijitalleşme Komisyonu
- Otomotivde 2. el komisyonu,
- Otomotivde Eşit Temsil Komisyonu

Sürdürülebilirlik günümüzün en önemli ve en değerli dönüşüm konularının başında geliyor bildiğiniz gibi. Biz yetkili satıcılarımızın karbon ayak izlerinin tespiti, karbon salımlarının azaltılması ve uzun vadede silinmesi, atık yönetiminin doğru yapılması, temiz ve yenilenebilir enerji kullanılması gibi konularda üyelerimizin izlemeleri gereken yolları belirlemek, bu yollarda kendilerine yol gösterici ve öncü olmak ve sonuç olarak bu komisyonda sürdürülebilir bir dünya yaratmak için çalışacağız. Yetkili satıcılar olarak üzerimize düşen görevlerin bilinciyle gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmak ve mesleğimizin dünya için olumlu çıktılar bırakan bir meslek olarak anılmasını sağlamak istiyoruz.

Dijitalleşme komisyonunda ise yetkili satıcılıkların bugünkü dijitalleşme skorlarını belirleyerek çağın gerekliliklerine ulaşmak için nelere dikkat etmeleri gerektiğini belirlemek, hızlı gelişen dijital dünyada

kendilerine yakışır şekilde yer almalarını sağlamak ve tabii ki tüketicilerin dijital ortamlardaki beklentilerini tam ve eksiksiz karşılayabilmek hedefindeyiz. Ayrıca derneğimizin öncü rolüyle dijitalleşmesi için yapması gerekenleri de yine bu komisyon kanalıyla hayata geçirmek istiyoruz. Bizim için çok değerli çıktılar sağlayacağına inandığımız bu komisyona her yetkili satıcı üyemizin de katkı vermesini umut ediyoruz. Otomotivde 2. el komisyonu, gün geçtikçe değeri artan kullanılmış araç pazarından yetkili satıcıların daha fazla pay almasını sağlayacak iyileştirmeleri belirleyen ve yine yetkili satıcılara yol gösteren bir kimliğe sahip. Avrupa ve dünya ortalamalarının çok gerisinde kalan kullanılmış araç pazarındaki yetkili satıcıların paylarının hızla artması için yapılması gerekenler bu komisyonun temel konusunu oluşturuyor. Ayrıca bu alanda yatırım yapmak isteyen üyelerimizin de iş birliği içerisinde olmalarını sağlamayı hedefliyoruz. Otomotivde Eşit Temsil Komisyonunda ise otomotiv sektörünün genel olarak erkek egemen bir sektör olarak algılanması nedeniyle kadınların istihdamda daha geride kaldıkları gerçeğinden hareketle, yetkili satıcılıklardaki tüm işlerde cinsiyete göre değil liyakata göre işe alımlar yapılmasını hedefliyoruz. Kadın çalışanların da her iş kolunda aynı fırsat eşitliğine sahip olması, alışıktığımız alanlarda kadınlara yönelik teşviklerin oluşturulması, kadın çalışanların otomotiv sektörüne özendirilmesi ve en nihayetinde kadın çalışan oranının yükseltilmesi bu komisyondaki temel hedeflerimiz. Tüm Türkiye’de plazalarımızda çalışan kadın sayısının ve oranının belirlenmesi, iş kollarına göre oranın düşük olduğu alanlara kadınlara yönelik teşviklerin oluşturulması komisyonun ilk hareket noktasını oluşturuyor.

Tüm bu yoğun programın içerisinde bir de 2023 yılı başlıyor. Üstelik de içinde bir genel seçim barındıran bir yıl olacak. Bize 2023 yılı için beklentilerinizi de söyler misiniz?

Öncelikle yeni yılın tüm ülkemiz, halkımız ve insanlık için güzelliklerle dolu, barış ve sağlığın egemen olduğu bir yıl olmasını diliyorum.

Otomotiv sektörü özelinde değerlendirmek gerekirse de belirsizliklerle dolu bir yıl beklediğimi söyleyebilirim. Ülkemiz için yılın ortalarına doğru yapılacak genel seçimlerin, piyasayı etkileyecek en önemli gelişme olacağını düşünüyorum. Genel seçimler nedeniyle yılı iki ayrı dönemden oluşan bir yıl olarak değerlendirmek gerekiyor. Seçim öncesi ve seçim sonrası olarak düşünebileceğimiz bu iki dönemin, seçim sonuçlarına göre farklılıklar göstermesi büyük bir ihtimal.

Ancak sektörün her dalgalanmaya ve değişime ayak uydurabilme kapasitesi olması ve olgunlaşmış talebin yüksek olması nedeniyle 2023’ün de geçtiğimiz yıllara benzer bir sonuç ile kapanacağını söyleyebilirim. Yani 750-800 bin adet altına düşmeyen, gelişmelere göre 1 milyon sınırına yaklaşabilecek bir Pazar bekliyorum.

Son olarak Oyder Yönetim Kurulu Başkanı sıfatınızla yetkili satıcılara söylemek istedikleriniz nelerdir?

Otomotiv sektörü ülkemizin en köklü sektörlerinin başında yer alıyor. Biz de yetkili satıcılar olarak bu sektörün en değerli oyuncularımız. Kendi potansiyelimiz ve gücümüzün farkında olarak, günlük sorunlarla boğulmadan geleceğe dönük adımlara öncelik vererek işimize odaklanırsak, yeni dönemden güçlenerek çıkacağımıza inanıyorum.

Oyder, gerek geçmiş dönem başardıklarıyla gerekse de geleceğe dönük vizyonuyla, bir araya gelip beraber hareket etmemizi sağlayan en önemli değerimiz. Tüm yetkili satıcıların bu değeri koruyarak, birlik ve beraberlik içerisinde mesleğimize sahip çıkmasını rica ediyorum.

Biz Oyder çatısı altında birlik olunca çok daha kuvvetliyiz. Bu nedenle hala aramıza katılmamış bayilerimiz varsa, onları da Oyder çatısı altında görmek en büyük arzumuzdur.

DACIA
OLMASI GEREKEN NE VARSA

YENİ DACIA JOGGER

#HepsiBirAraba



**100.000 TL KREDİ,
12 AY VADE VE
%0,99 FAİZ**

Dacia Finans’tan kredi kullanılması durumunda geçerli olan ilgili finansal kampanya, tüm Yeni Jogger versiyonlarının perakende satın alımında, bireysel müşteriler (tüketiciler) için geçerlidir. Kampanyada 100.000 TL kredi, 12 ay vade ve %0,99 faiz oranı ile aylık ödeme 9.019 TL’dir. Araç için peşinat ödemesi ayrıca yapılacaktır. Finansman kampanyaları, Dacia Finans’ın şartlarına bağlıdır. Finansman kampanyaları birleştirilemez. Kredi tahsis ücretleri, kredi bedeline dahil değildir. Faiz oranı ve maliyet oranları, kullanılacak kredi tutarı ve vadeye göre değişmektedir. Yeni Dacia Jogger’da ortalama CO₂ salımı 128-137 g/km; yakıt tüketimi 5,7-7,8 lt/100 km aralığındadır. Temsili model üzerinde gösterilen aksesuarlar farklılık gösterebilir. Kampanya stoklarla sınırlı ve 31.12.2022 tarihine kadar, katılımcı yetkili satıcılarda geçerlidir. MAİS’in kampanya bitişi tarihini ve kapsamını değiştirme hakkı saklıdır. (Aylık Bireysel Maliyet Oranı: %1,33; Yıllık Bireysel Maliyet Oranı: %17,20)

Dacia’nın tercihi Castrol

CEO'LARIN 2023 SENARYOLARI: OTOMOTİV 3 YILDIR ZORLUKLARLA BOĞUŞURKEN, 2023 DE KOLAY GEÇMEYECEK GİBİ GÖRÜNÜYOR

Türkiye otomotiv pazarı zorlu geçen yılı büyümeyle kapatmaya hazırlanıyor. Ancak sektörü 2023'te belirsizlikler bekliyor. Yeni yılın fotoğrafını çekmek için CEO'lara üç soru yönelttim. Nasıl bir pazar öngörüyorlar? Otomotivi en fazla zorlayacak üç faktör ne olabilir? Tedarik sorunları devam eder mi?

Otomobil bulma sıkıntısı sürecektir

Tahmin yapmak son 2.5 yıldır çok güçleşti. Biz eskiden Türkiye'deki ekonomik gidişata, enflasyona, faize, kişi başı satın alma gücüne bakar, bir pazar tahmini yapardık. Ama şimdi geldiğimiz nokta öyle değil. Çok başka konular devreye girdi. Global pazarlardaki enflasyon, maliyetler, enerji sorunu ve araç yokluğu. Bunlar çok belirleyici oldu. O yüzden şimdi yıllık tahmini bırakın, aylık yapıyoruz. Mesela ay başında 'Size şu kadar araç gelecek' diyorlar. Sonra bir telefon alıyoruz ayın ortasında, 'O söylediğimiz sayının yarısı gelebilir, çünkü üretim yapamıyoruz' diyorlar. 2.5 yıldır böyle gidiyor.

"Yurt dışına ve markaların genel açıklamalarına bakıyoruz, 2023 yılı da 2022 gibi olur."



Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği (ODMD) Başkanı Ali Haydar Bozkurt

Seçim hareketliliği

Seçim öncesinde bazı ekonomik rahatlamalar olursa, kredi işleri rahatlatılırsa onun olumlu katkısı olur. Ama araç olacak mı bilmiyoruz. Araç bulunursa, seçimden önce kredilere ulaşım kolaylaşırsa hareketlenme bekliyoruz. Türkiye'de Covid-19 süresince yaşanan arz sıkıntısı olduğu için birikmiş bir talep var. Hem perakende hem filo müşterisi tarafında. Özellikle filo müşterilerinin araç parkı yaşlandı, yenilenmesi gerekiyor. Ancak araç bulamıyorlar. Hatta aynı araçların kontratını uzatan şirketler duyuyoruz. Piyasadan ikinci el araç toplayıp onları şirket aracı yapanları görüyoruz. Bu da gösteriyor ki filo tarafında ciddi bir araç yenileme ihtiyacı var. O nedenle o fotoğraf devam eder.

750-800 bin adetlerden bahsediyoruz, Türkiye'nin dinamikleri bunun çok üzerinde.

Araç bulunurluğu, krediye ulaşım ve üçüncüsü de global üretim maliyetlerinin yansımaları nedeniyle araç fiyatlarının yükselmesi.

Gözlediğimiz şu ki üretim planlaması sürekli değişiyor. Ya ham maddeyle ya enerjiyle bir sıkıntı oluyor, çip sorunu devam ediyor. Genel izlenim 2023'te de bu yıla benzer olacaktı gibi. Çok büyük rahatlatma olmayacak, beklediğimiz adetlerin altında araç alabileceğimiz gibi.

Ticaret savaşları risk yaratıyor

Finansman maliyetinin artması ve erişimin zorlaşması, Türkiye özelinde önemli bir belirleyici. Tedarik sınırları çerçevesinde tahminimiz; bu yıla yakın bir satış hacmi görüleceği yönünde. Küresel ölçekte, büyümenin yavaşlamayla devam edeceği ve enflasyon oranlarında yükselişler sürebileceği için resesyon beklentileri, tüm sektörleri etkileyecek başlıca unsur. Bunun yanı sıra tedarik belirsizlikleri, enerji krizi ve ham madde ile lojistik süreçlerinde yaşanan aksaklıklar da majör belirleyiciler olacak. Hafiflemesi öngörülse de yarı iletken üretiminde beklenen kapasite erişimine 2023'te de ulaşamayacağı biliniyor. Bununla birlikte sektör herhangi bir tedarik sıkıntısına karşı savunmasız. Yarı iletken konusunda sorunun sadece tedarik değil, ticaret savaşları olması da belirsizliği hep yüksek bir seviyede tutuyor.



MAİS A.Ş. Genel Müdürü ve CEO'su Dr. Berk Çağdaş

İlk yarı kuvvetli tempoda geçer

2022 yılında deneyimmediğimiz küresel tedarik zinciri aksamaları, bölgesel çatışmaların gaz fiyatlarına etkisi 2023'te azalacağını beklediğimiz riskler. Geleneksel araçlara yönelik talebin kuvvetli olduğunu, bir yandan elektrikli versiyonlara olan ilginin artmaya devam ettiğini görüyoruz. Bu açıdan geçiş sürecini tamamen aramızda bırakarak büyüme ivmesi yakalayacağımız bir tempo öngörüyoruz. Seçimin de etkisiyle özellikle ilk yarıda kuvvetli bir tempoda ilerleriz. Üretim gücümüz, yetişmiş insan kaynağımız, Ar-Ge yatırımlarımız sayesinde otomotiv sektörü yine ihracatın itici gücü olacaktır.

Yarı iletken tedariki, ham madde fiyatlarında artış, küresel ekonomilerdeki küçülme beklentilerine paralel talep daralması.

Krediye erişim de kısıtlayıcı bir faktör olacak. Yarı iletkenlerin durumu ve bulunabilirliği ile ilgili öngörülebilirlik yok. Çin'deki vakalar ve kapanmaların artması tedarik zincirlerinde sorunları devam ettirir. Bir miktar iyileşme olsa da tamamen sona ermez.



Ford Türkiye İş Birimi Lideri Özgür Yücutürk

Maliyetler artıyor, fiyatlar zamlanır

2023'ü planlarken yılı ikiye ayırdık. Seçim öncesinde, daha genişleyen bir para politikası ve beraberinde krediye ulaşmada kolaylıkların sağlanacağını düşünüyorduk. Bu gelişmeler pazara pozitif katkı sağlayacak. Seçim sonrası parasal sıkılaştırma ile pazar baskılanacaktır. Satışlar son 3 yıldır 700-800 bin adet bandında sıkışıp kaldı. Pazarın 2023'te 2022'ye benzer gerçekleşmesini bekliyoruz. Yurt dışına bakarsak; savaş nedeniyle enerji darboğazı Avrupa'da sıkıntı yaratıyor. Enflasyonla mücadelede sıkı para politikası uyguluyor, 2023'te resesyon ihtimalini ciddi artırıyor. Avrupa resesyona girdiğinde Türkiye'ye etkileri nasıl olur, ürettiğimiz araçları şu andaki gibi satabilir miyiz? Orası biraz daha flu...

Son 2 yıldır yarı iletken sorunu sürüyor. Çip krizi, 2023'e yine damgasını vuracak gibi. En önemlisi ise enerji ve ham madde fiyatlarındaki artış. Üretim birim maliyetlerini ciddi yukarı çekecek. Bununla birlikte otomobil fiyatları yükselecek. 2023 zamlı bir yıl gibi görünüyor. Hiç düşünmek istemiyoruz

ama kur şoku da olursa, fiyatları çok yukarı taşır. Krediye ulaşmada da bir sıkıntı pazarı olumsuz etkileyecektir. Kısmi iyileşme olsa da çip krizinin devam edeceğini düşünüyoruz. Birçok ülkede ilave çip yatırımları var. Bu yatırımların devreye girmesi 2024'ü bulacak. 2024 sonrasında hafifleme olacaktır.

“Çok farklı bir durum gelişmezse 2024'ten itibaren çip krizi daha rahatlayacaktır.”

Hyundai Assan Genel Müdürü Murat Berkel



En büyük sorun çip ve ham madde

Küresel tedarik zinciri sorunları, dünya genelinde artış gösteren enflasyon, devam eden savaş sebebiyle 2023 belirsizliklerle dolu ve öngörülmesi zor bir yıl olacak. Türkiye, otomobil sahipliği açısından doygunluğa ulaşmamış bir pazar. Ciddi anlamda karşılanmamış talep var. 2023'te 2022'nin performansına paralel bir pazar adedi ile kapanacağını düşünüyorum. Pazarın ana belirleyicisi yine üretim olacak. Seçimin de olumlu etkisi tedarik izin verdiği sürece görülebilir.

2023'te karşılaştığımız zorlukların en başında üretim kaynaklılar gelecek. Volkswagen AG'nin açıklamalarına göre, markayı önümüzdeki yıl en çok etkileyecek birinci faktör yarı iletken ve ham madde temini olacak. Bu konu, sektör olarak planlama yapmamızı çok zorlaştırıyor. Üreticiyi olumsuz etkileyen ikinci faktör yüksek enflasyon ve artan enerji maliyetleri. Devam eden savaş yüzünden doğal gaz fiyatlarındaki artış ile Avrupa'daki yüksek enflasyon, üretim maliyetlerini etkiliyor. Bu da direkt olarak Türkiye satış fiyatlarına yansıyor. Sektörü etkileyen diğer bir sorun da artan lojistik maliyetleri. Arz problemleri sebebiyle lojistiğin sürekliliğini kaybetmesi, maliyetlerin artması otomotiv sektörüne negatif yansıyor.

Kaynak: Mete Tansu



VW Binek Araç Genel Müdürü Gino Bottaro

“Üretici firmalar tedarik sorunlarını minimuma indirmek üzere çalışmalarını ve yatırımlarını sürdürüyor. Ama maalesef 2023'te de araç bulma sıkıntısı devam edecek.”

Yeni yılda 70'ten fazla yeni model

Otomotiv sektöründe 2023'te tedarik, ham madde, lojistik ve artan maliyet sorunları devam edecek. Şirketler ise pazarı canlı tutabilmek için birçok yeni modeli pazara sunacak.

“ 70'ten fazla yeni model Türkiye yollarına çıkacak. Yeniliklerin üçte biri elektrikli olacak. Togg'un satışa çıkmasıyla elektrikli satışları daha da hareketlenecek. İşte 2023 yenilikleri...”



ALFA ROMEO

Tonale PHEV, makyajlı Giulia ve Stelvio (2. çeyrek).



AUDI

A7 Sportback 45 TFSI quattro S tronic (İlk çeyrek), RS 6 Avant ve RS 7 Sportback Performance (İkinci çeyrek), Q8 e-tron (Üçüncü çeyrek).



BMW

i7 xDrive60 (Ocak ayı), iX1 (İlk çeyrek), XM, yeni 5 Serisi ve i5 (Üçüncü çeyrek), X2 ile iX2 (Son çeyrek). BMW'nin elektrikli amiral gemisi olacak i7 XDrive60, WLTP normlarına göre 625 km'ye varan menzil sunuyor. 0'dan 100 km/s hıza 4.7 saniyede ulaşıyor.



CHERY

TIGGO 7 PRO, TIGG 8 PRO, OMODA 5. Çinli marka SUV modelleriyle nisan'da satışa başlayacak.



CITROEN

C4 X (Ocak ayı). 4.6 metre uzunluğa sahip otomobil, fastback tasarımı ile farklılaşıyor. Araç, C4 ve C5 Aircross SUV arasında konumlandırılıyor.



CUPRA

CUPRA Leon 1.5 eTSI DSG (İlk çeyrek), CUPRA Ateca 1.5 TSI DSG (Son çeyrek).



FIAT

500 Elektrikli (İlk çeyrek).



FORD

Mustang Mach-E (İlk çeyrek) ve yeni Ranger. 600 km menzile sahip Mustang Mach-E, 0'dan 100 km/s hıza 5 saniyede ulaşabiliyor.



DACIA

Jogger Hibrit (Nisan ayı), elektrikli Spring (Eylül ayı). Dacia'nın ilk elektrikli Spring, 230 km menzile sahip. Aracın Türkiye'de yüzde 10 ÖTV dilimine girerek, en ucuz elektrikli otomobil olması bekleniyor.



FERRARI

Purosangue ve GT Spider (Son çeyrek). Ferrari'nin ilk SUV'u Purosangue'nin şimdiden 20'den fazla bekleyen müşterisi bulunuyor. Purosangue, ülkemize yaklaşık 1.5 milyon euro'ya gelecek. 715 beygirlik araç, 0'dan 100 km/s hıza 3.3 saniyede çıkıyor.



HONDA

Makyajlı Jazz, yeni Civic Type R (İkinci çeyrek), yeni hibrit SUV model, yeni CR-V (Son çeyrek).



HYUNDAI

IONIQ 6, yeni KONA ve yeni elektrikli KONA (İkinci yarı), makyajlı i10 (İkinci çeyrek) makyajlı Elantra ile i20 (Üçüncü çeyrek). Tamamen elektrikli bir model baz alınarak geliştirilen yeni KONA, fütüristik tasarımıyla öne çıkıyor. Tamamen elektrikli başta olmak üzere, hibrit ve içten yanmalı motor opsiyonlarıyla gelecek olan KONA, daha fazla sportif görünüm ve sürüş isteyenler için de N Line versiyonunu sunuyor.



JAGUAR

Makyajlı I-PACE (Üçüncü çeyrek)



JEEP

Elektrikli Avenger (Üçüncü çeyrek). Jeep'in ilk elektrikli Avenger, 54 kWh kapasiteli bataryaya sahip. Avenger, WLTP döngüsünde 400 km, şehir kullanımında 550 km'ye varan menzil sunuyor.



KIA

Sportage Plug-in Hybrid, Niro Plug-in Hybrid, Sorento Plug-in Hybrid, EV9, makyajlı Sorento (Üçüncü çeyrek), makyajlı Picanto.



MERCEDES

Makyajlı A-Serisi, A-Serisi Sedan ve B-Serisi ikinci çeyrek, EQE SUV, EQS SUV ise ikinci yarıda çıkması bekleniyor.



LAND ROVER

Makyajlı Velar (Üçüncü çeyrek).



LEXUS

Yeni RX (İlk çeyrek), elektrikli RZ ve UX 300e (ikinci çeyrek). İlk elektrikli RZ 450e'de önde 150 kW ve arkada 80 kW olmak üzere toplam 313 beygir güç üreten iki elektrikli motor yer alıyor. Araç tam şarjla 400 km'den fazla gidebiliyor.



MASERATI

GranTurismo (İlk çeyrek), Grecale Folgore ve GT Folgore (Son çeyrek).



MG

Makyajlı ZS EV (İlk çeyrek), elektrikli MG4 ile Marvel R (İlk yarı). MG Marvel R Electric'in dört tekerden çekişli versiyonunda üç adet elektrik motorundan elde edilen 288 beygir güç ve 370 kilometre menzil elde ediliyor. 100 km/s hıza 4.9 saniyede ulaşıyor.



MINI

Cooper Cabrio Seaside Edition, Clubman Final Edition (Üçüncü çeyrek).



OPEL

Astra-e (İlk yarı), makyajlı Corsa (Son çeyrek). Astra-e'nin elektrik motoru 156 beygir güç sağlıyor. Astra-e 170 km/s maksimum hıza sahip. WLTP'ye göre 416 km'ye varan menzili sunuyor. DC şarjla yüzde 80 batarya kapasitesine 30 dakikada ulaşabiliyor.



TOYOTA

Makyajlı Corolla (İlk çeyrek), yeni jenerasyon C-HR (Son çeyrek). Toyota'nın Sakarya fabrikasında üretilecek yeni Corolla'da 5'inci jenerasyon hibrit motor yer alacak. Avrupa'da üretilecek yeni 1.8 litrelik (140 beygir) hibrit sistem, daha yüksek performans ve daha düşük yakıt tüketimi sunacak.



TOGG

C-SUV (Mart sonu, siparişler şubatta başlayacak). Merakla beklenen elektrikli C-SUV, '300+' ve '500+' km menzil opsiyonlarına sahip olacak. Hızlı şarjla bataryanın doluluk oranı 25 dakikada yüzde 20'den yüzde 80'e ulaşabilecek. Togg C-SUV modeli 200 beygir güç ile 7.6 saniye, 400 beygir güç ile de 4.8 saniye altında 0-100 km/s hızlanabiliyor.



PEUGEOT

e-308 ikinci yarı ve 408. Peugeot fastback 408 ile SUV'dan sıkılan müşterilere ulaşmayı hedefliyor. Araçta 130 beygir güç üreten 1.2 lt PureTech benzinli motor yer alıyor. 408, 8 ileri vitesli EAT8 otomatik şanzımanla donatıldı.



RENAULT

Austral, Kangoo E-TECH % 100 Elektrikli (İlk yarı), makyajlı Clio, Megane E-TECH % 100 Elektrikli (Eylül ayı). Megane E-TECH'te iki farklı menzil batarya seçeneği var: 40 kWh-300 km ve 60 kWh-470 km. Araç, 130 kW DC şarjla WLTP'ye göre 30 dakikada 300 km'ye kadar enerji depolayabiliyor. 7.4 kW wallbox ile bir gecede (8 saat) 400 km'ye kadar menzil elde edilebiliyor.



VOLKSWAGEN

Golf GTI (Üçüncü çeyrek), yeni Amarok (Mayıs ayı). VW'nin elektrikli modelleri ID.3, ID.4 ve ID.5'ün ülkemize geliş tarihinin 2024 yılına kaldığını ekleyelim.

Kaynak: Mete Tansu



Elektrikli Otomobil Şarjı Hakkında Bilinmesi Gerekenler

TOGG'un da fabrika açılışının yapılmasından sonra elektrikli otomobiller artık hayatımıza hızlı bir giriş yaptı ve bu hızlı girişin arkasından da şarj istasyonları, otomobillerin şarj süreleri, menzilleri gibi konular en çok tartışma konuları haline geldi. Bu konuda bilinen bazı yanlışları, her verinin her otomobil için geçerli olmadığını ve hangi otomobillerin nasıl şarj edildiği gibi konuları Otomotiv Gazetecisi Halit Bolkan ve Oyder Genel Sekreteri Çınar Noyan birlikte değerlendirdiler.

Çınar Noyan: Elektrikli otomobillerin reklamlarında hepimizin duyduğu yarım saatte %80 şarj oluyor, 45 dakikada tamamen şarj doluyor gibi ifadeler her otomobil için geçerli mi veya bunun şartları nelerdir? Bu otomobiller arasındaki farklar nelerdir biraz bize bahsedebilir misiniz?

Halit Bolkan: Öncelikle konuyu iyi aktarabilmek adına otomobili dahil etmeden şarj tiplerinden bahsedelim. Otomobiller bir alternatif akım (AC) bir de doğru akımla (DC) şarj edilebiliyor, buna kısaca AC ve DC deniliyor. Alternatif akım aslında bizim evlerde kullandığımız prizlerden alınan elektrik cinsi, burada normal kullandığımız akımdan bahsediyoruz, DC ise daha güçlü ve daha yüksek voltajlı bir akım.

Ç.N.: Ben burada bir soru sormak istiyorum, AC tipi evimizde kullandığımız akım tipi dediniz, bu durumda her elektrikli otomobil evdeki prizde şarj edilebilir mi?

H.B.: Teknik olarak evet, yalnız çok uzun süreceğini de unutmamak gerekiyor. Çok uzundan kastım batarya büyüklüğüne göre değişmekle birlikte %0'dan %100'e 24 saatten daha uzun süreçte şarj edilebilir. Bizim evde kullandığımız AC prizlerin gücü yani kW'ı düşük dolayısıyla sizin doldurmanız gereken batarya örneğin 80 kWsa'lık bir batarya ise evdeki prizden alabileceğiniz de 3.4 kW ise aşağı yukarı ne kadar süreceği tahmin edilebilir ama bu süreyi değiştiren başka etkenler de var. Yani otomobilin üzerindeki şarj ekipmanının bunu

ne kadar iyi depolayabildiği, şarj sırasındaki elektrik kayıp oranı gibi şarj süresi birçok etken ile değişiklik gösterebilir. Burada asıl önemli olan aslında otomobilin şarj kabul etme kapasitesidir. Örneğin duvar tipi şarj istasyonlarında 7.4 kW'lık bir versiyon var, onunla şarj etme süreleri 10 saatin altına inmeye başlıyor.

Ç.N.: Peki, burada duvar tipi şarj cihazının yaptığı şey evdeki prizden aldığı elektriği güçlendirerek vermesi mi?

H.B.: Aynen öyle. Basit bir uygulama aslına bakarsan, kullanacağınız alanın işyeri ya da ev olmasına göre elektrik saatine bağlantıyı yapıp yerleştiriyorlar ve normal prize göre çok daha kısa süre şarj edebiliyorsunuz. Bu arada

ülkemiz adına normal prizlerde yaşanan önemli bir problem var, Türkiye'de evlerin önemli bir kısmı eski evler ve elektrik tesisatları da maalesef bu yükleri kaldırmaya çok da uygun değil.

Ç.N.: Ekstra yük mü bindiriyor?

H.B.: Elbette, bu yüke göre yapılmamış bir prizden, elektrik tesisatından sürekli olarak yüksek akım çekiliyor. Elektrik altyapısı çok önemli; dolayısıyla normal prizde aşırı ısınma problemleriyle karşılaşılabilir.

Ç.N.: 20 daireli bir apartmanın 20'si birden aracını akşam vakti şarja taktığını varsayarsak?

H.B.: Eğer bölgenin elektrik altyapısı zayıfsa sadece apartman değil tüm mahalle elektriksiz kalabilir. Onun yerine duvar tipi ünite takmak çok daha doğru ve güvenli. Onun dışında biliyorsunuz alışveriş merkezlerinde, akaryakıt istasyonlarında, sokaklarda ve otoparklarda gördüğümüz kurulu olan şarj istasyonları var, oradaki AC'ler 11 kW ya da 22 kW güçle şarj edebiliyor.

Ç.N.: Anladığım kadarıyla duvar tipi dediğinizin de üzerinde güçlendirerek elektrik akımı veriliyor.

H.B.: Burada da işte otomobilin üzerindeki elektrik sisteminin hangisini kabul edebildiği ön plana çıkmaya başlıyor. Bazı markalarda sadece 7.4 ya da 11 kW AC kabul ediyor o zaman şarj dolun süresi batarya büyüklüğüne göre 6-7 saat gibi belki daha uzun süreler gerektiriyor. Daha hızlı şarj dolumu için 22 kW kabul eden marka ve modeller de var. Onlarda da şarj süreleri %0'dan %100'e 3-3.5 saat bazılarında 2.5 saate kadar düşebiliyor.

Ç.N.: Otomobili alırken ne kadar zamanda şarj oluyor sorusu aslında sizin otomobilinizin bunu kabul etme kapasitesine göre değişiyor, o yüzden sizin için otomobilin ne kadar zamanda şarj olacağı kadar ne kadar kabul etme kapasitesi var onu da öğrenmeniz gerekiyor.

H.B.: Bu durumda 22 kW AC kabul eden bir otomobil işinizi çok daha kolaylaştırır.

Ç.N.: Evet, o otomobillerdeki teknolojik verileri de takip edip ona göre tercihte bulunmak daha doğru olur diye anlıyorum.

H.B.: Biraz önce bahsettiğimiz DC yani doğru tip akımdan da biraz söz etmek lazım. Normalde zaten otomobilin üzerindeki elektrik sistemi yani çeviriciler AC'yi DC'ye çevirip bataryada tutarak bir dönüşüm sağlıyor. DC'den DC'ye elektriği zaten direkt bataryaya verebiliyorsunuz. Burada akım tipi 50 kW'la başlıyor, 350 kW'a kadar çok farklı tipleri var. Bu noktada da otomobilin üzerindeki elektrik sisteminin kaç kW'ı kabul ettiği, otomobilin elektrik sisteminin kaç Volt olduğu daha önemli hale geliyor.



Ç.N.: Hem kaç kW elektrik kabul ettiği hem de şarjın ne kadar verebildiği de önemli. Sizin aracınız 120 kW kabul ediyor olabilir ama DC en fazla 80 kW akım veriyorsa siz de 80 kW alabilirsiniz.

H.B.: Piyasada şu anda 350 kW kabul edebilen otomobiller var, eğer 350 kW besleme yapabilen bir şarj istasyonuna giderseniz şarj oranında %10'dan %80'e 18 dakika gibi sürelerde gelebiliyorsunuz. Normalde benzinli ya da dizel bir otomobille bir akaryakıt istasyonuna gidip, depo doldurma süresi, içeri girip ödeme süreleri için aslında 10-15 dakika kadar zamanı harcıyoruz. Elektrik istasyonunda kartını okutuyorsun, prizi çekip gidiyorsun. Aslında bu kadar basit ama her otomobilde de bu özellik yok maalesef ve maliyetler de bir o kadar yükseldiği için herkesin karşılayabileceği bir şey değil.

Ç.N.: Tabii hepsi 350 kW kabul etmiyor ve bütün DC'ler 350 kW veremiyor dolayısıyla bu çok istisna bir durum.

H.B.: Geçtiğimiz bir yıl içerisinde ağırlıklı olarak 50 kW akımlar vardı fakat şimdi fazlaca 120-150-180 kW gibi yüksek güçlü şarj istasyonları kuruldu, özellikle bu istasyonlara şehirler arası yollarda çok rastlıyoruz. Bununla birlikte 300-350 kW'lık şarj istasyonları da kurulmaya başlandı. Eğer düzenli bir hayat yaşıyorsanız, ki elektrikli otomobil sahiplerinin planlı programlı olması zorunlu, yani içten yanmalı motorlu bir otomobil gibi elektrikli otomobillerin her gördüğün akaryakıt istasyonunda 5 dakikada biraz yakıt alıp devam etme şansı yok, dolayısıyla planı programını iyi yapman lazım ve olası günlük sapmalara karşı da bataryada bir miktar enerji olması lazım. Burada elektrikli otomobil sahiplerine verebileceğim tavsiye, aracınızı AC'den geceleri ya da gündüz iş yerindeyken şarj ederek hem daha düşük maliyete ulaşmak hem de menzil anlamında da kendinizi sürekli güvende tutabilirsiniz.

Ç.N.: Bu bizim cep telefonlarımızın şarjını kullanmakla aynı şey sanırım, yanınıza eğer şarj kablosu veya powerbank almayı unuttuğunuzda nasıl şarjınızı tasarruflu kullanıyorsanız aynı şeyi otomobil için de yapmanız gerekiyor.

H.B.: Kesinlikle, zaten bir noktada otomobil bazı sistemlerini kapatarak kendi tasarrufunu kendi tasarrufu kendi yapıyor.

Ç.N.: Otobanlarda 450-500 beygirlik elektrikli otomobillerin kaplumbağa modunda gitmesi gibi yani...



H.B.: AC'leri günlük hayatta planlı bir şekilde kullanmak hem bataryanız için hem de yol sürüşünüz için çok daha doğru olacaktır. AC şarj tipi kullanmanın batarya ömrüne olumlu bir etkisi var, DC'ler hızlı şarj ettiği için hem bataryanın ömründen yiyor hem de kullanması çok daha pahalı, bunu ayrıca söylemek lazım. DC'leri acil durumlarda çok kısa süreli hızlı şarjlar için kullanmak ya da şehirler arası yollarda kullanmak gerekiyor.

Ç.N.: O zaman bu noktada önemli bir şey daha beliriyor, şarj istasyonlarını ve tiplerini görebildiğimiz aplikasyonlarda AC ve DC'lerin ne kadar kW verdiğini de biliyor olmamız lazım sanırım.

H.B.: Aplikasyonlarda bunu görüyorsunuz hatta rezervasyon da yapabiliyorsunuz.

Ç.N.: Peki 80 kW akım verdiği iddia edilen gerçekten de 80 kW akım veriyor mu?

H.B.: Maalesef vermiyor. Sistemin besleme gücü yani o cihaza gelen elektriğin bunu destekleyip desteklemediği çok önemli. Örneğin şehirlerarası yollarda alışveriş merkezleri gibi büyük yerlerde ışıklandırma, mevsime göre ısıtma-soğutma gibi sebeplerden yoğun

elektrik kullanıldığı için elektrikli otomobillerle maalesef söylendiği kadar gücü alamıyorsunuz. Ben çok kez 120 kW'lık bir cihazda 40-60 kW gibi akımlar alındığı gördüm. Gece yarısı veya gittiğiniz yer kapalıyken diğer kullanımlar azaldığı için aslında çok daha yüksek kW yükleyebiliyorsunuz.

Ç.N.: O zaman çok kalabalık, ışığın ya da elektriğin çok kullanıldığı yerlerden ziyade daha az insanın olduğu, daha az elektriğin kullanıldığı şarj istasyonlarını bulup tercih etmek daha mantıklı.

H.B.: Bu pek mümkün değil tabii ama şarj istasyonları sayısı çok hızlı bir şekilde artış gösteriyor. Şu anda 80'den fazla şirket şarj istasyonu kurmak üzere faaliyete başladılar. Kurulan bu şirketler lisanslarını aldıktan sonra, 6 ay içerisinde belli adette ve Türkiye'nin her yerinde AC tip ve DC tip olmak üzere şarj istasyonları kurulumu yapıyorlar.

Ç.N.: Zaten TOGG ile birlikte Trugo'nun gelmesiyle bir de özel lisanslar var ve hızlıca büyüyor da... Tabii şimdi altyapı tarafı çok başka ama ben kullanıcı tarafına odaklanalım istiyorum. Şarj istasyonlarının açılmasıyla 120-150 kW veren DC'leri de görüyoruz, 22 kW veren AC'leri görüyoruz. Peki, 150 kW

akım veren araca sahip bir kullanıcı yola çıkmadan önce bir planlama yaptı diyelim, bir noktadan diğerine gidip, belirli bir yerde duracak ve aracı 15 dakika şarj edecek. Fakat 150 kW'a akıma göre hesap yapan kullanıcının gittiği şarj istasyonundaki akım 50 kW veriyor, burada planlama yapmak çok zor olmaz mı?

H.B.: Yapacak bir şey yok, kullanıcı biraz daha bekleyecek. Planlamaları biraz esnek yapmak gerekiyor.

Ç.N.: Az önce söylediğin gibi rezervasyonlar var, kullanıcı yarım saatlik rezervasyon yaptığı zaman, yarım saatin sonunda rezervasyonu olan başka birine elektrik vermek üzere kullanıcının elektriği kesiliyor.

H.B.: Bir sonraki şarj istasyonuna gidecek o zaman.

Ç.N.: Bu da bize şarj planlamasının biraz marj verilerek yapılması gerektiğini gösteriyor.

H.B.: Tabii, mutlaka az önce de bahsettiğim gibi günün belirli saatlerinde, mevsimlere göre ve başka birçok etmen verilen akımı etkiliyor, trafo yeterlilikleri de çok önemli.

Ç.N.: Peki şimdi elektrikli otomobilin uzun mesafelerdeki şarj durumlarını konuşuyoruz ama şehir içinde elektrikli otomobillerin kullanımı da önemli bir konu. Aslında şehir içinde çok yüksek DC akımlarına ihtiyacımız yok. Örneğin İstanbul üzerinden konuşmamız gerekirse, Büyükçekmece'den Tuzla arası aşağı yukarı 150 km, bir günde 100 kilometre yaptığımızı varsayalım. İstanbul, Ankara, İzmir gibi trafiği bol olan yerlerde trafikte dur-kalk durumu da bol oluyor, onu da hesaba katarsak zannediyorum bu durumda kilometreden ziyade yolda geçirdiğinin süre çok uzuyor. Bunun elektrik tüketimine zararı nedir?

H.B.: Biraz önce bahsettiğim gibi yüksek akımları sadece çok acil durumlar için kullanabilirsiniz. Kullandığınız elektrikli otomobilin WLTP verilerine göre menzili 300 km diyelim, İstanbul içinde hiç şarj etmeden iki gün çok rahat gider gelirsiniz. Üçüncü gün kendini garantiye almak için şarja bağlaman gerekir. Tabii bu hesabı şarjın hepsini

kullanmadan %20 şarj oranını koruduğumuzu varsayarak yaptığımı altını çizmek isterim. Elektrikli otomobillerin şehir içi kullanımları daha avantajlı fakat aslında bakarsanız şehir içinde özellikle dur-kalk durumlarının çok olduğu zaman araç kütleyi harekete geçirmek için daha fazla enerji harcıyor ama hafif akan trafikte çok az enerji tüketimi var. Ben 6 aydır bir elektrikli otomobil kullanıyorum o yüzden bu durumda çok rahat konuşabilirim. Geçtiğimiz Nisan ayında havalarda ısınmaya başladığından itibaren Ekim ayının ortalarına kadar 395 km WLTP menzili olan araç ile yaklaşık olarak 400-420 km yaptım, kış başladığında 340-350 km yapabiliyordum. Bu durumlarda hava sıcaklığının da büyük bir etken olduğunu söylemiştim, havalarda soğudukça hem bataryada kayıplar artıyor hem karanlık süresi daha fazla olduğu için far kullanıyorsunuz hem yağış daha fazla olduğu için silecekleri daha fazla kullanıyorsunuz. Bu gibi etkenler menzili etkiliyor. Yine de 52 kW saatlik bir bataryayla ben hala 350-360 kilometre menzile ulaşıyorum, ki evden işe işten eve giden bir insan değilim, bazen İstanbul'da günde 200-250 kilometre yol yapmama rağmen en fazla iki gün hiç şarj etmeden çok rahat geziyorum. Bunun içinde otoyol da var ama sadece otoyolda saatte 120 km hızla gitmeye kalkarsam 200 km gidebiliyorum. O yüzden tasarruflu şarj kullanımında şehir içi daha avantajlı.

Ç.N.: Şehir içinde elektrikli otomobil kullanımının daha avantajlı olduğunu belirttin. Peki, Kuzey Marmara Otoyolu'na çıktık diyelim, orada şarj istasyonları var mı, var ise kolay bulunabiliyor mu, rezervasyonu var mı, kuyruk bekliyor musun gibi sorular karşımıza çıkıyor.

H.B.: Fark ettiyseniz akaryakıt şirketleri de enerji şirketleri haline geldi dolayısıyla birkaç tane yerli ya da uluslararası akaryakıt firması artık kendi istasyonları içerisinde şarj istasyonları kurmaya başladılar. Bu da ileride, 20-25 yıl sonra yollardaki otomobillerin büyük çoğunluğunun elektrikli otomobil olacağını, akaryakıt istasyonlarının aslında şarj istasyonlarına dönüşeceğini bize gösteriyor. Şu anda 8-10 tane akaryakıt pompası olan bir



istasyonun gelecekte sadece 2 tanesinin akaryakıt olarak kalacağını, geri kalanların elektrik şarj noktası olacağını öngörüyoruz. Çok yoğun güzergahlarda rezervasyon yapmak yararlı olur.

Ç.N. Elektrikli otomobillerin tartışılacak, konuşulacak çok konusu var tabii ki ama biz özellikle şarj istasyonlarının teknik tarafını konuşmak istedik. Konuştuklarımızı madde madde özetleyecek olursak birincisi şarj istasyonu size ne kadar güç verdiğinin yanı sıra en az onun kadar önemli olan sizin aracınızın şarj kapasitesi. İkincisi ise size söylenilen şarj ünitesinin verdiği maksimum kW'a her zaman ulaşamayabilirsiniz, dolayısıyla marjlı düşünmekte fayda var.

H.B.: Otomobil firmalarının açıkladığı şarj süreleri de buna göre uzayacaktır. Bu arada şunu da söylemek gerekiyor, elektrikli otomobillerin bataryaları neredeyse aynı cep telefonu bataryaları gibi çalışır. Şarj dolarken %80'e kadar hızlı bir şekilde gelir fakat %80'den %100'e biraz yavaş gelir bunun sebebi de aynı zamanda batarya şarj dolarken ısındığı için kendini soğutmaya çalışır ve şarjı yavaşlatır. Dolayısıyla elektrikli otomobil almayı düşünenlere ya da elektrikli otomobil sahiplerine önerim araçlarını %80'e kadar şarj edip ondan sonra yola devam etmeleri, şarjı tamamlamak için kaybedeceği vaktin çok anlamı yok açıkçası ve bataryayı

zorlamamak, bataryanın ömrünü de düşünmek gerekir.

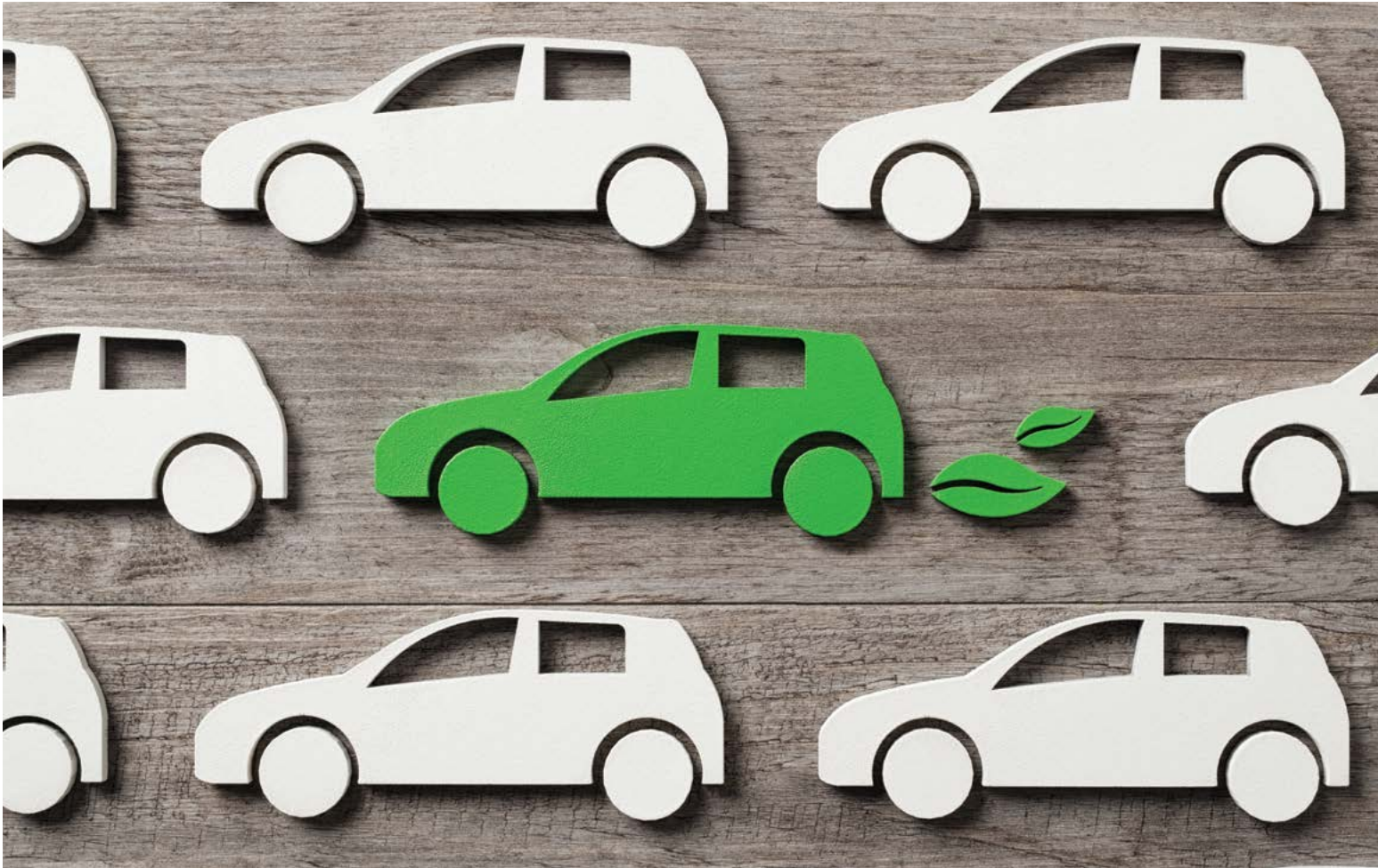
Ç.N.: Bir de şöyle bir durum var, doğruluğunu da sormak isterim. Elektrikli aracınızı AC akım ile şarj ederseniz benzinli otomobile göre neredeyse yarı yarıya daha ucuza mal oluyor ama DC ile şarj ederseniz benzinli bir araç ile hemen hemen aynı paraya geliyor, bu doğru mudur?

H.B.: Evet, doğru. Hatta evdeki prizden şarj etme şansımız varsa yani o sistem onu kaldırabiliyorsa maliyet gece tarifesinde benzin ya da dizelin yaklaşık dörtte birine kadar iniyor.

Ç.N.: Dolayısıyla elektrikli otomobil tercih ederken önce size açıklanan menzil veya şarj süresinden ziyade çevrenizde veya ilerlediğiniz yollardaki şarj istasyonlarının kapasitelerine bir bakmak gerekiyor.

Deloitte'un 2023 Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması yayımlandı: Elektrikli araç tercihinde ilk kriter maliyet

Deloitte'un otomotiv sektörüne yön veren tüketici eğilimleriyle ilgili araştırmasına göre elektrikli araçların düşük yakıt maliyetleri, dünyadaki gibi Türkiye'de de kullanıcıların tercihlerini belirliyor. Türkiye'deki elektrikli araç almayı planlayan tüketicinin ilk motivasyonu yakıt maliyeti. İklim değişikliği endişesi ise ilk beşe bile girmiyor.

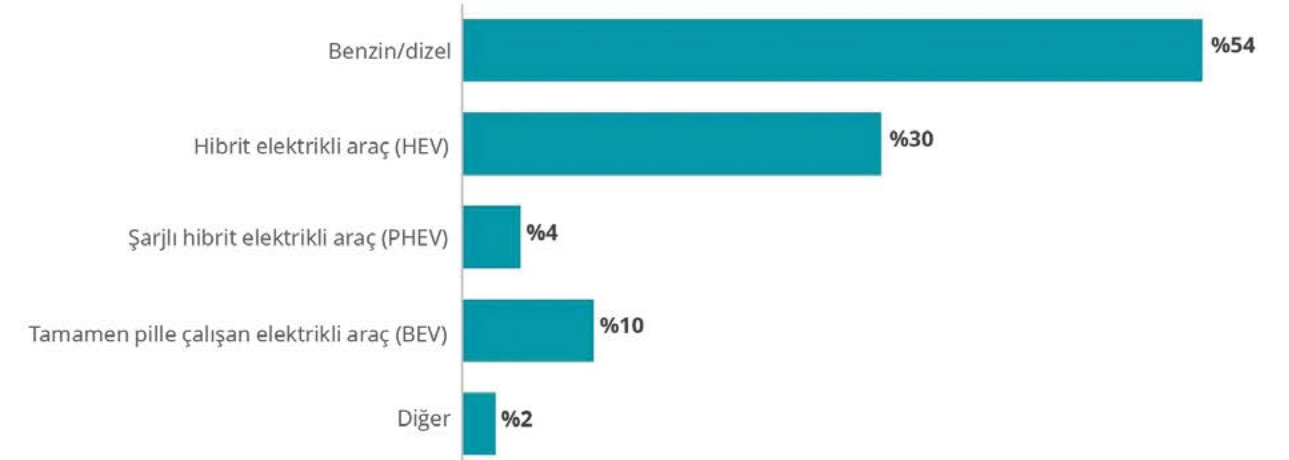


On yılı aşkın süredir otomotiv sektöründeki tüketici trendlerini araştıran Deloitte; ekonomik durgunluk, enflasyon ve arz zorlukları arasında sıkışan sektörün 2023 fotoğrafını çekti. "2023 Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması" raporu, tüketicilerin elektrikli araçları benimsemeye olan ilgisi, araç satın alma eğilimi, bağlanabilirlik ve tüketici güveni gibi talep yönlü eğilimleri ve endişeleri ortaya koydu. 2022'nin Eylül ve Ekim ayları arasında 24 ülkeden 26 binden fazla tüketiciyle yapılan ankete, Türkiye'den de 1.006 kişi katıldı.

Araştırmada öne çıkan bazı başlıklar şöyle;

Geleceğin ibresi elektrikli araçlara dönüyor olsa da biz küresel karbon salınımının azaltılması için belirlenen iddialı hedeflere ulaşmak için yeterince hızlı hareket ediyor muyuz?

Bir sonraki araç için motor tipi tercihi



Not: Sıkıştırılmış doğal gaz, etanol, hidrojen yakıt hücreleri gibi motor tiplerini içeren araçlar "Diğer" kategorisinde yer alırken, "Bilmiyorum" yanıtı dikkate alınmamıştır.
540. Bir sonraki aracınız için hangi motor tipini tercih edersiniz?

EN BÜYÜK ENDİŞE ŞARJ SÜRESİ

• Tüketiciler araç kullanma maliyetlerini düşürmeye çalıştıkça elektrikli araçlara olan ilgi artıyor. Ancak bu da yolda şarj için gereken süre, menzil endişesi, halka açık şarj istasyonlarının altyapısı ve ulaşılabilirliği gibi bir dizi sorunu gündeme getiriyor.

• Türkiye’de araştırmaya katılan tüketicilerin yüzde 54’ü bir sonraki araç seçimlerinin benzin/dizel olacağını belirtiyor. Hibrit elektrikli araç yanıtı verenlerin oranı yüzde 30, tamamen pille çalışan elektrikli araç yüzde 10, şarjlı hibrit elektrikli araç diyenlerin oranı ise yüzde 4.

• Elektrikli araçlarla ilgili Türkiye’deki tüketicilerin en büyük endişesi yüzde 47 ile şarj için gereken süre. Bunu yüzde 42 ile sürüş menzili ve halka açık elektrikli araç şarj altyapısının olmaması takip ediyor.

• Küresel pazarın aksine elektrikli araç almayı düşünen Türkiye’deki tüketicilerin üçte ikisi araçlarını halka açık şarj istasyonlarında şarj etmeyi planlıyor. Bu eğilimin sebebi, evlerine şarj istasyonu kurma konusunda bilgilerinin/ imkanlarının olmaması (yüzde 30) ve yüksek kurulum maliyetleri (yüzde 30) olarak öne çıkıyor.

• Araştırmanın yapıldığı diğer ülkelerin aksine maliyet faktörü üst sıralarda yer almasa da daha düşük yakıt giderleri dünyadaki gibi Türkiye’de de elektrikli araç seçmenin ilk nedeni. ‘Daha iyi sürüş deneyimi’, ‘daha az bakım ihtiyacı’, ‘devlet teşvikleri’, ‘içten yanmalı araçlara uygulanan ekstra vergiler’ diğer nedenler olarak sıralanıyor. İklim değişikliği endişesi ise bir sonraki araç olarak elektrikli aracı tercih edecek tüketicinin ilk beş motivasyonundan birine bile girmiyor.

• Elektrikli araç talebindeki artış, istasyonları da dönüştürüyor. Tüketiciler, içinde şarj ünitelerinin yanı sıra kolayca satın alınabilen içecekler, Wi-Fi bağlantısı, atıştırmalıklar ve tuvalet gibi hizmetlerin bulunduğu geleneksel yakıt istasyonlarını tercih ediyor.

• Ankete katılan tüketicilerin yaklaşık üçte ikisi, halka açık bir şarj istasyonunda araçlarının boş durumdan yüzde 80’e kadar şarj olması için 10 ila 40 dakika arasında bekleyebileceklerini ifade ediyor. Bu durum, fosil yakıt deneyimine denk bir deneyim oluşturma imkanının ‘sınırlı’ olduğu yönündeki geleneksel düşünceye meydan okuyor.

• Türkiye’de elektrikli araç satın almak isteyen her 10 kişiden neredeyse 5’i, araç fiyatları üzerindeki sürekli yukarı yönlü baskıyla bir sonraki aracı için 500 bin liradan fazla ödeme yapmayı bekliyor.

SİPARİŞ ÜZERİNE ÜRETİME DOĞRU

• Mevcut stok krizi, tüketicileri yeni araç teslimatı için daha uzun süre beklemeye alıştırarak potansiyel olarak yeni bir ‘sipariş üzerine üretim’ paradigmasına kapı açıyor. Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 48’i, bir sonraki araçlarının teslimi için 3 ila 12 hafta beklemeyi kabul ediyor.

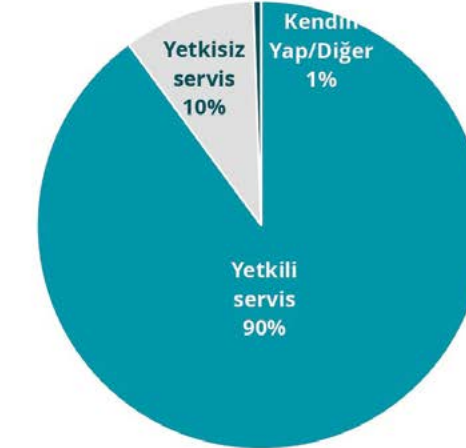
• Otomotiv markaları (OEM) geleneksel değer zinciri için önemli bir kırılıma işaret eden sigorta ürünlerini kurum içine getirme dahil olmak üzere ileriye dönük birçok potansiyel kar havuzunu değerlendirirken, Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 77’si doğrudan araç üreticisinden sigorta satın almakla ilgileniyor. Bu kesime düşen her 10 tüketicinin 5’inden fazlası, markalardan pürüzsüz bir satın alma yolculuğu ve kolaylık bekliyor.

• Tüketicici güveni, müşteri ilişkilerinde perakende temas noktalarının önemine işaret ederek, satış veya servis bayilerinde yoğunlaşmakta. Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 62’si aracını servise götürdüğü ya da satın aldığı bayiye güvenirken, ancak yüzde 32’si sahip olduğu aracın üreticisi/markasına güven duyuyor.

Aracını ilk aşamada sıfır almış olan her 10 tüketiciden 9’u, aracını servis için rutin olarak yetkili servise götürüyor. Aracını ikinci el atan tüketicilerin ise yalnızca yarısı bunu yapıyor.

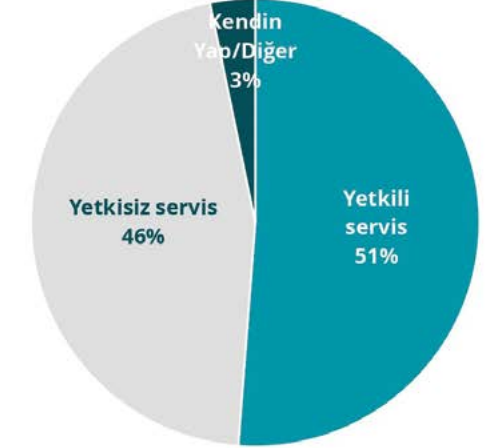
Mevcut aracın alınma şekline göre tercih edilen araç servis sağlayıcısı

SIFIR ALINMIŞ ARABA



S24: Normalde aracınızı servis için nereye götürüyorsunuz?

İKİNCİ EL ALINMIŞ ARABA



KİŞİSEL VERİLER MARKALARA EMANET

• Kişisel verilerini paylaşmaya küresel ortalamalardan daha fazla eğilimli olan Türk tüketicilerin yüzde 42’si araçlarının ürettiği verileri yönetme konusunda en çok otomotiv markalarına ve araç satıcılarına güveniyor.

• Türkiye’de ankete katılan tüketicilerin yarısından fazlası (yüzde 53), bağlantılı teknolojiler için, ayrı bir ödeme yapmayıp araç satın alma fiyatının içinde önden ödeme yapmış olmayı tercih ediyor. Bu

durum, aylık abonelikler şeklinde yeni gelir akışları oluşturmayı hedefleyen otomotiv markaları için önemli bir zorluk teşkil ediyor.

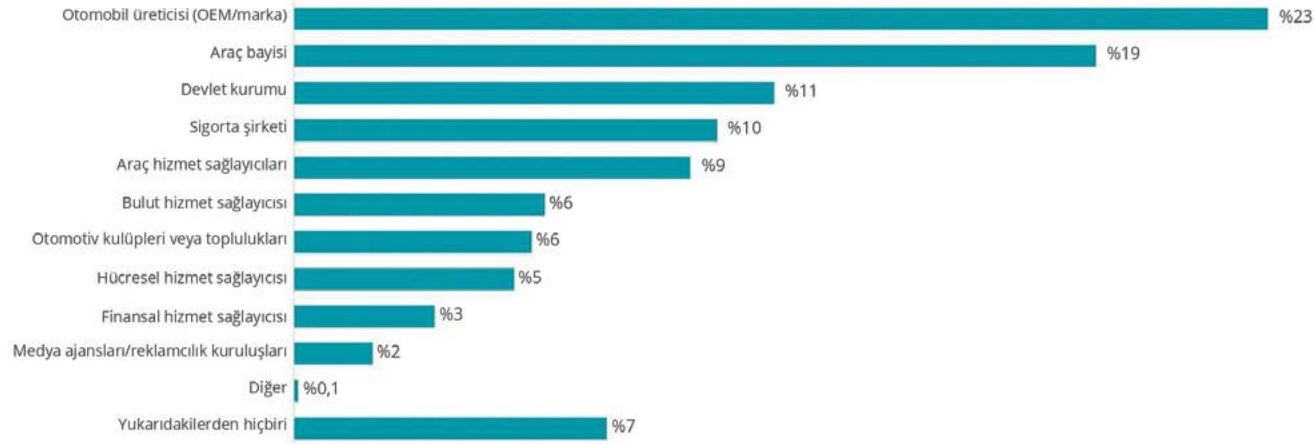
Konu BEV tipi araçlara geldiğinde tüketicileri en çok endişelendiren konu şarj süresi, sürüş menzili ve kısıtlı şarj altyapısı oluyor.

Tamamen pille çalışan elektrikli araçlarla ilgili en büyük endişe



Tüketiciler, aracın ürettiği verileri yönetme konusunda en çok OEM'lere (markalara) ve araç satıcılarına güveniyor.

Aracın ürettiği/topladığı verilerin yönetimi konusunda en çok kime güvendiklerine ilişkin tüketici görüşleri



SS7: Bağlantı özellikleri olan bir aracın olduğu senaryoda, aracınızın ürettiği verilere erişim açısından aşağıdaki kuruluşlardan hangisine en çok güvenirsiniz?
Örneklem boyutu: n=981

'TERCİHLERİ MALİYET BELİRLİYOR'

Araştırma sonuçlarını değerlendiren Deloitte Türkiye Otomotiv Sektör Lideri Özlem Yanmaz, sektörün son dönemde küresel pazarda arka arkaya yaşanan şoklarla yüzleşmeye devam ettiğini söyledi. Bu yılki raporun tüketicilerin elektrikli araçları benimsemeye olan ilgisini, araç satın alma eğilimini, endişelerini ve tercihlerini ortaya koyduğunu vurgulayan Yanmaz, "Geçen birkaç yılın zorluklarına rağmen otomotiv endüstrisi uyum sağlamaya ve ilerlemeye devam ediyor. Yükselen fiyatlar tüketiciler için önemli bir zorluk olsa da yakıt maliyetlerini düşürmeye yönelik güçlü istek yalnızca Türkiye'de değil dünyada da elektrikli araç satın alma eğilimini artırıyor. Sektör oyuncularını, mobilite deneyimini geliştiren katma değerli hizmetlerle yeni gelir akışlarının kilidini açmak için elektrikli araçlara geçişten yararlanmak istiyor. Bu dönüşüm her ne kadar ürün odaklı görünse de, tüketiciler, maliyet, güven ve ürün kalitesini önceliklendiriyor, daha derine indiğimizde ise pürüzsüz müşteri deneyimi ve artan çok kanallı kolaylık beklentisi karşımıza çıkıyor. Teknoloji ile tetiklenen bu devrimlerin tek sabiti olan insan her zaman sektörün odağında olmaya devam edecek" dedi.



RENAULT ZOE E-TECH %100 elektrikli



395 km'ye varan menzil, 338 lt bagaj hacmi

*odd 2021 aralık ayı verilerine göre. zoe'nin karma co₂ salımı 0 g/km, ortalama enerji tüketimi 17,2 kwh/100 km'dir. tüketim, co₂ emisyon değerleri ve 395 km menzil 715/2007*2018/1832 ax mevzuatına göre ölçülmüş wltp verileridir. bu değerler sürüş şekli, kullanım şartları, yol durumu, donanım, araçtaki yük vb. şartlara göre farklılık gösterebilir. model üzerinde gösterilen ekipman ve özellikler, versiyonlara göre farklılık gösterebilir. ayrıntılı bilgi Renault yetkili satıcıları ve renault.com.tr'de.

**2021 yılında türkiye'nin
en çok tercih edilen elektrikli otomobili***

renault.com.tr



Oyder, Kullanılmış Araç Pazarının Kalbi İngiltere’de



Oyder Yönetim Kurulu ve Genç Oyder Yönetim Kurulundan oluşan bir heyet, 30 Kasım 2022 tarihinde İngiltere’ye kullanılmış araç pazarı üzerine ziyaretler yapmak üzere seyahat ettiler.

Seyahatin ana teması, kurumsal ikinci el şirketlerinin işleyişini incelemek, ülkemize uyarlanabilecek modelleri yerinde gözlemlemek ve geleceğin teknolojilerini London EV Show’da yerinde görmekten oluşuyordu.

Seyahat programında Oyder Heyeti, Renault-Nissan grubuna bağlı hem finans kuruluşu hem de ikinci el faaliyetleri yapan HeyCar şirketine ziyaret gerçekleştirildi. Kullanılmış araç pazarının finansal olarak nasıl değerlendirildiği, bayilerin sistem içerisinde nasıl yer aldığı gibi konuların tartışıldığı bu ziyarette, geleceğe dönük yapısal değişiklikler ve finansmanın yetkili satıcılıkta önemi ön plana çıkartıldı.

Oyder Yönetim Kurulu Heyeti, 2.El araç satışların Avrupa’daki uygulama ve Türkiye pazarına uyarlanma yöntemleri ile ilgili İngiliz meslektaşları ile fikir alışverişinde bulunma şansı yakalamış oldular.

Fuara katılan Türk firmaları ile de temas eden heyet, yeni elektrikli modelleri de yerinde müşahade etmiş oldu.

Konu ile ilgili seyahate katılan Oyder Yönetim Kurulu Üyesi Aykut Pektekin deneyimlerini şu şekilde paylaştı: *“Avrupa ile trendlerin ülkemize gelişinde bir geçiş süresi yaşanıyor. Eskiden bu süre 15 yıla şimdi 5 yıla kadar indi. Biz de dernek olarak İngiltere’nin 2.El pazarının çok hareketli ve diğer ülkelere göre farklılıklar gösteren bir pazar olduğunu toplantılarımızda belirtiyorduk. En sonunda gidip yerinde incelemek, neyi farklı yaptıklarını yerinde görmek istedik. İngiltere’de 2.El araç satışı üzerine bir genel müdürlük, bir internet satış sitesi bir de yetkili satıcı ziyareti yaptık. Bizdeki mevzuat kısıtlamalarının hiçbirinin orada olmadığını gözlemledik”* dedi.

Prosedürlerin anlaşılır, mevzuatların yalın ve sürecin daha kolay işletildiğini belirten Pektekin, *“2.el araç almak isteyenlerin finansman olanakları çok fazla ve satın alabilmeleri daha kolay. Bu yüzden 2. el pazarları hareketli ve büyük, onun dışında neredeyse her şeyimiz aynı. Yaşanan sıkıntılar da bizimle benzer. Orada da güvensizlik problemi var, araçlarla ilgili garanti sıkıntıları var.”*

İngiltere de 2. el piyasasının dijitalleştiğini, otomobil üretici firmaların internet üzerinden 2. el satış yaptıklarını belirten Aykut Pektekin: *“İngiltere’de otomobil sanayisinin ortak kullandığı heycar.com isimli bir site inceledik. Burada tahvil ettiğim bir husus var, bizde markaların kendi 2. el pazarını oluşturma niyetleri var, her marka bireysel olarak kendi 2. el satışlarını planlıyor ve yönetiyor. Orada ise Heycar gibi internet sitelerinde çok*

“Elektrikli araç fuarı London EV Show’a katılım gösteren heyet, hem gelecek teknolojilerini hem de şarj istasyonlarındaki son gelişmeleri inceleme fırsatı buldu.”

markalı 2. el otomobil satışlarını yetkili satıcı kalitesiyle bu siteler üzerinden yapıyorlar. Çalışma prensiplerini incelediğimde önümüzdeki 10-15 yılda her şeyin online olamayacağını, hibrit bir çözümün ortaya çıkacağını gördüm. Neden her şey online olamıyor? Çünkü insana ihtiyaç olacak. Arabayı fiziken görmek, kontrollerin yapılması ve teslimatta araç özelliklerinin anlatılması gibi gerekli prosesler var. Müşteri 2. el araç satışı esnasında ‘hasarım yok’ diye beyan ediyor. Bunu internet sitesinde ya

da sanal olarak tespit edemezsiniz, bir noktada bunun kontrolü ve belgelenmesi gerekiyor. Araç satılırken de o belge ile satılmalı, bunların her gün yapılacağı fiziki bir ortam gerekiyor. Aradaki süreçler sahada olmayı gerektiriyor” dedi.





Yazan: Çınar Noyan

Otomotiv, yarına dünden hazır...

Otomotivin geleceğinin en popüler konu olduğu bu günlerde elektrikli araçlar her zaman gündemin baş köşesine oturuyor. Peki ya elektrikli araçlar aslında otomotivin geleceğinden çok geçmişinin bir parçasıysa...?

Son 10 yıldır, çevresel faktörlerin mecbur bırakması nedeniyle hemen hemen tüm dünyada içten yanmalı motorlu araçların sonunun geldiği, dünyamızın ve otomotiv sektörünün kurtarıcısının elektrikli araçlar olacağı en popüler gündem maddesi. Fosil yakıt kullanan milyarlarca aracın çevreye verdiği zararın artık sürdürülemez olduğu ve zararın neresinden dönülürse kar olacağı herkes tarafından kabul görmüş bir gerçeğe dönüştü.

Dünyanın en ünlü otomobil üreticileri kendi model yelpazelerini elektrikli araçlarla yeniliyor, daha önce bilip tanımadığımız yeni markalar elektrikli araç üretiminde iddialı yatırımlar yapıyor ve hatta yazılım şirketleri bu alanda yatırımlar yaparak otomotiv sektörünün en güçlü oyuncularını arasında yer almaya çalışıyor.

Tesla'nın başlattığı rüzgar, Apple gibi Google gibi otomotiv ile ilgili sınırlı

olan diğer dünya devlerini de harekete geçirerek gelecek oluşumunda yer almaya özendiriyor. Tabii ki otomotivin dev markaları da oyun alanlarını kaptırmamak ve hatta pay dahi vermemek için onlardan daha büyük bir güç ve istekle geleceğin otomobillerine yatırımlarını döndürüyor.

Bugün otomotiv sektörü ile yaklaşan pek çok sektör gibi otomotivin geçmişine hakim olmayan milyonlarca tüketici de elektrikli araçları otomotivin geleceği olarak değerlendirip, bu yeni teknolojiyi heyecanla yakından takip etmeye özen gösteriyor.

Peki gerçekten durum böyle mi? Yani yazılım şirketlerinin bu alana gösterdiği ilgi ile büyüyen yeni bir teknoloji mi elektrikli araçlar? Dünyanın karbon emisyonu ile mücadelesinde kesin olarak çok önemli rol oynayacak bu otomobiller, 21. Yüzyılın teknolojik eserleri mi?

Bu soruların cevabı için aslında otomotivin gelişimini araştırmak, kronolojik sırayı bilmek ve o dönemdeki sebepleri hatırlamak yeterli. İşte bu yazı, geçmiş ile geleceğe ışık tutmak adına sizin için kaleme alınmıştır.

"Dünyanın en ünlü otomobil üreticileri kendi model yelpazelerini elektrikli araçlarla yeniliyor."



YENİ BİR ÇAĞIN ÖNCÜSÜ. YENİ BMW iX.



Bir vizyondan doğdu. Elektrikli mobilite için tasarlandı. Verimli BMW eDrive teknolojisi ve tamamen elektrikli dört çeker sistemi sayesinde olağanüstü bir menzile sahip olan Yeni BMW iX, hareket ettiği ilk andan itibaren etkileyici bir hızlanma vadediyor. Akıllı BMW İşletim Sistemi 8'e sahip Yeni BMW iX, Kosifler Oto 'da sizleri bekliyor.

Elektrikli otomobil benzinliden önce kullanılmaya başlandı

Dünyada otomotiv tarihini inceleyenler ve bilenler için ilk benzinli otomobil olarak Carl Benz'in ürettiği Patent Motorwagen adı verilen otomobil kabul edilir. Bu otomobilin üretilip yollara çıkış tarihi de 1886 olarak kayda geçirilmiştir. Kabaca motosikletten bozma olarak üretilen bu üstü açık 3 tekerlekli araç, benzinli otomobil üretim tarihinde milat olarak kabul edilir.

Halbuki Carl Benz'in bu benzinli otomobili ürettiği zaman İngiltere'de çevresel faktörlere o günden değer veren çok değerli bir bilim adamı ilk elektrikli otomobili üretmiş ve yollarda kullanmaya başlamıştı bile.

Aslında Thomas Parker, sadece elektrikli otomobilin mucidi olarak anılmasından ziyade, çevreye olan duyarlılığı ve bu duyarlılıkla icat ettiği başka buluşlarla dikkate değer bir bilim adamıydı.

Elektrikli araç ve dinamo üretiminin yanı sıra dünyada dumsız yakıt olarak tanınan kokun da mucidi olarak tanınmaktaydı.

Elektrikli otomobillerin Thomas Parker ile birlikte başlayan macerası çok hızlı bir şekilde yayılmış ve o zamana kadar dünyada üretilmekte olan buharlı otomobillere göre önemli avantajlar sunar hale gelmişti. Buharlı otomobillerin hem buhar üretecek kazanları nedeniyle ağır ve hantal oluşları hem de tren benzeri bir sistemle tekerleklerinin dönüyor olması kullanımlarını oldukça zor hale getiriyordu.

“İngiliz Thomas Parker tarafından icat edilen ilk elektrikli otomobil, çalışma prensibi olarak bugünkü elektrikliyle aynı prensibe sahip ancak bataryasında bugünkünün aksine kurşun-asit kullanan bir otomobildi.”

Elektrikli otomobilin hem küçük boyutu hem de kullanım kolaylığı sunduğu menzilin dezavantajını kolayca kapatıyor ve satış rakamlarında hızlıca tırmanmasını sağlıyordu. O kadar hızlı bir gelişim gösterdi ki elektrikli otomobiller ilk üretildikleri ülke olan İngiltere'nin deniz aşırı komşusu Amerika'da dahi en popüler araçlar haline geldi.

Buharlıların kullanım dezavantajı yüzünden azaldığı gerçeği de göz önüne alınırsa 1900'ü yılların elektrikli otomobillerin yılları olması beklenmekteydi.

Ancak bugünden geçmişe bakarken bugünün şartlarını değil olayların yaşandığı zamanın şartlarına bakmak gerekir. O günlerde otomotiv sektörü bugünkü kadar kuralları ve markaları kesinleşmiş, algılar yerli yerine oturmuş durumda değildi. Hemen hemen her idealist mühendis kendi imkanlarıyla bir otomobil üretiyor ve çoğunlukla kendi soyadını verdiği markasıyla piyasada tutunmaya çalışıyordu.

Bu sebeple o dönemde satışa sunulan bilinen 2000'den fazla marka ile her tür otomobil tüketicilerin beğenisine sunuluyordu. Dolayısıyla üretime yakınlık gibi coğrafi şartlar ve yaygınlık en önemli tercih sebeplerinin başında yer alıyordu.



“ Araç tescilinde en doğru kayıtları tutan ülkelerden biri olan Amerika'da 1900 yılında satılan tüm araçların %40'ının buharlı, %40'ının elektrikli ve sadece %20'sinin benzinli olduğu bilinmektedir.”



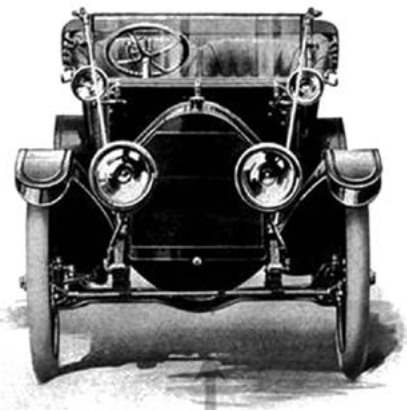
Ne oldu da elektrikli otomobiller rafa kalktı?

1900'ün hemen başlarında elektrikli otomobillerin hızlı yükselişi beklenirken tarih büyük bir değişime tanıklık etti ve 1912 yılında satışta 1 tane bile elektrikli otomobil kalmamıştı. Peki ne oldu da bütün sektör bir anda büyük bir dönüşüme geçti?

Elektriklilerin yok olmasını anlatırken aslında benzinlilerin çalışma yöntemlerinden bahsetmek doğru olacaktır. Birçok eski filmde ve belgeselde görebileceğiniz gibi benzinli otomobiller önden bir manivela aracılığıyla kol kuvvetiyle çalıştırılıyor ve ancak öyle yol alabiliyordu. Yani benzinli aracı çalıştırmak için biri kullanıcı olmak üzere en az 2 kişi ve ciddi bir kol kuvveti

gerekiyordu. Çoğu zaman bu manivelayı çevirirken sakatlanan, kolu bacağı kırılan veya rölantisi olmayan araçların altında ezilen insanlar oluyordu.

Bu kullanım zorluğu nedeniyle otomobil kullanımında kadın sürücüler hiçbir şekilde benzinli otomobil tercih etmiyor ve kullanımı çok daha kolay olan elektrikli araçlara rağbet gösteriyordu.



FORD PUMA



ECOBOOST HYBRID

HİBRİT OTOMATİK SEÇENEĞİYLE FAZLASIYLA SEN.

Koç

Ford | GELECEĞİ
BUGÜNDEN YAŞA.

Puma'nın CO₂ salımı 127-142 g/km, ortalama yakıt tüketimi 5,6 l/100 km'dir.

*Yakıt tüketimi ve CO₂ emisyon değerleri, 715/2007/EC güncel mevzuatına göre ölçülmüş WLTP verileridir. Pazara sunulan araçlarda donanım farklılıkları olabilir. Ayrıntılı bilgi ford.com.tr'de.



***“1912 yılında
bugün de
üretim hayatına
başarıyla
devam eden
Cadillac firması,
elektrikli marş
motorunu
icat etti.”***

Yine geçmişini değerlendirirken bugünkü öğretilerimizden arınarak bakmamız gerekir, o dönemde otomotiv sektörü bugünkü kadar erkeklerin hegemonyası altında değildi ve kadınlar çok önemli bir müşteri tabanı oluşturuyordu.

Zaten elektrikli otomobillerin yavaş yavaş piyasadan silinmesinin en önemli nedenlerinden biri de kadın kullanıcıların tercihlerini benzinliden yana çevirmesi oldu.

Elektrikli marş motorunun icadıyla birlikte benzinli otomobil kullanımındaki en büyük zorluk da ortadan kalkmış oldu. Artık basit bir anahtar yardımıyla otomobil güvenle çalıştırılabilir hale geldi ve benzinlilerin sunduğu menzil avantajı bir anda ivmeyi benzinli motorlardan yana çevirdi.

Kadın kullanıcıların bu rahatlık ile birlikte elektrikli otomobilleri terk etmesi, elektrikli otomobillerin sonunu hazırlamış oldu. Tabii ki aynı dönemde Ford'un T Modelini seri üretim bantlarında üretmeye başlaması ve benzinli otomobillerin fiyatlarının ucuzlaması da önemli etkenlerden biriydi.



Otomotivde kadının gücü

Elektrikli otomobillerin kadınların tercih değiştirmesiyle birlikte tarihin tozlu raflarına kalkması, otomotivde kadınların ilk icraati değildi aslında.

1903 yılında İngiltere’de ikamet eden Mary Anderson isimli bir otomobil kullanıcısı bugün kullandığımız cam sileceklerinin mucidi olarak tarihe geçmişti. Oraya cam konulmasının asıl sebebi, hızlı sürüş sırasında rüzgarın sürücünün yüzüne gelmesini engellemekti.

“İngilizce’de ön cam için kullanılan “wind shield” tabiri aslında rüzgar kalkanı anlamına gelmektedir.”



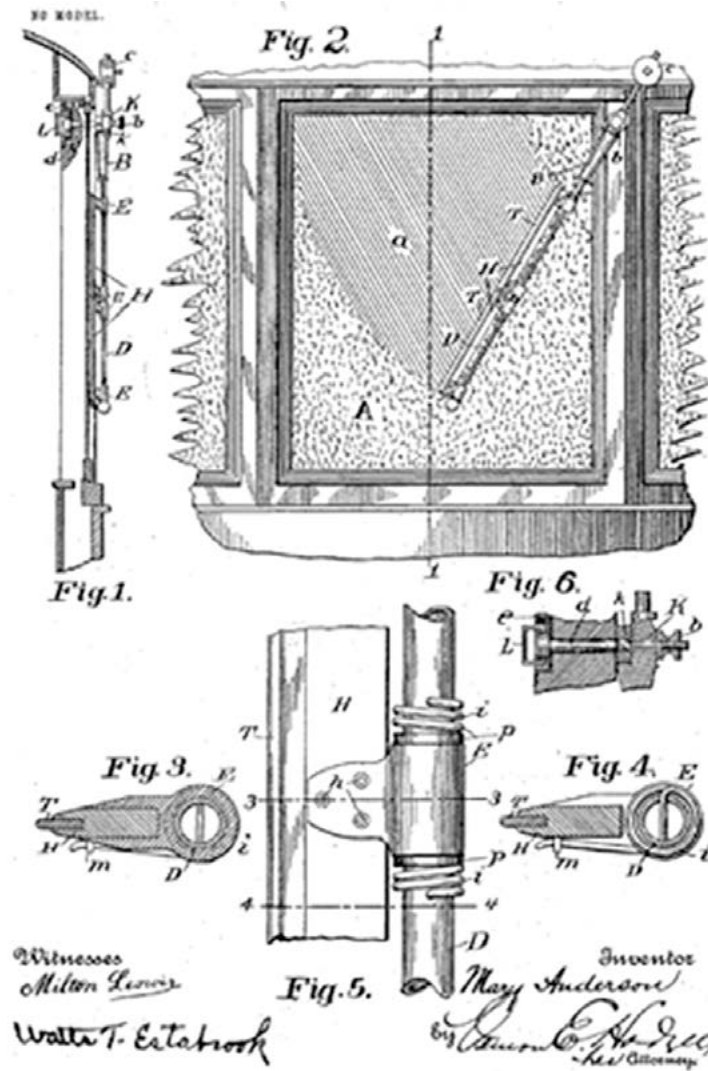
“Otomotiv sektörü kendi içinde inanılmaz hikayeler barındıran ve bugüne dersler ileten dev bir sektör.”

Bazen geleceğimiz zannettiğimiz teknoloji geçmişimizde karşımıza çıkıyor bazen hiç aklımıza gelmeyen icatlar hiç beklemediğimiz yerden doğuyor.

Otomotivi bu kadar çekici ve bu kadar zevkli kılan da belki bu ve benzeri hikayelerdir...

Ancak İngiltere gibi bol yağmurlu bir ülkede araçların üzeri kapanınca yağmur damlalarından sürücünün önünü görmesi imkansız hale geliyordu. İşte 1903 yılında Mary Anderson bu soruna çare bulmak amacıyla sol koldan elle kontrol edilen cam sileceklerini icat etti.

O günden beri prensibi aynı olan silecek mekanizması, sadece elektronik destekler ve sensörlerle kullanımı daha kolay hale getirilerek bugünlere ulaştı.



**EFSANE BAMBASHKA
BİR BOYUTTA**

**YENİ
COROLLA CROSS HYBRID**

toyota.com.tr

İlanda yer alan modelin WLTP standardına göre birleşik CO₂ salımı 115-117 g/km ve birleşik yakıt tüketimi 5.0-5.1 lt/100km değerleri arasındadır. Ayrıntılı bilgi Toyota Plazalar ve toyota.com.tr'de.

Toyota Plaza Derindere Koçak

Atatürk Bul. No: 182 Tekkeköy / SAMSUN Tel: (0362) 266 94 00 Faks: (0362) 266 87 71-266 68 11

ODMD Gladyatör Ödülleri, on üçüncü kez heyecanlı bir tören ile sahiplerini buldu.



ODMD gladyatör ödülleri on üçüncü kez heyecanlı bir tören ile sahiplerini buldu.

Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği'nin (ODMD) markaların satış ve iletişim başarılarını ödüllendirmek amacıyla organize ettiği ODMD Satış ve İletişim Ödülleri'nin on üçüncüsü heyecanlı bir törene sahne oldu.

4 Ocak 2023 tarihinde gerçekleştirilen geleneksel gecede, satış ve iletişim ana kategorilerinde olmak üzere toplam 20 dalda ödüller sahiplerini buldu. Otomotiv sektörünün bir araya geldiği gecede, Yetkin Dikinciler ve Ece Dizdar başarılı sunumları ile ödül törenine renk kattı.

Otomotiv sektörünün en dikkat çeken, kapsamlı ve prestijli organizasyonu olan "ODMD Satış ve İletişim Ödülleri, 2022 Gladyatörleri" bu yıl da güçlü bir rekabete sahne oldu. Sektörün "en"lerinin belirlendiği gecede, kazanan en başarılı markalar ve çalışmaları heyecanlı ve görkemli bir törenle ödülleri aldı.

"Otomotiv sektörü ve ODMD, 2022 yılında da ekonomiye değer katmaya devam etti."

4 Ocak 2023 tarihinde Divan Kuruçeşme'de gerçekleşen geceye, ODMD üye markaları, otomotiv dünyasının temsilcileri, basın mensupları ve davetliler katıldı.

Gecede konuşma yapan ODMD Yönetim Kurulu Başkanı Ali Haydar Bozkurt bu yıl on üçüncüsü düzenlenen Satış ve İletişim Ödülleri, ODMD Gladyatörlerine katılan tüm adayları ve etkinliği düzenleyenleri tebrik ederken 2023 yılına dair temennilerini de paylaştı;

"Öncelikle 2023 yılının herkes için başta barış, sağlık ve huzur dolu bir yıl olmasını temenni ederek başlamak istiyorum.

Her sene bizleri buluşturan ve sektörümüzün gelenekselleşen ödül töreninde yeniden, geçmiş yıllarda olduğu gibi daha geniş bir katılım ile yüz yüze gelebilmenin heyecan ve mutluluğu ile, konseptimizi bu yıl 'Zamanı Geldi' olarak belirledik.

ODMD, üyelerinin kattığı güçle beraber otomotiv sektöründe her bakımdan değer yaratmaya devam edecek çalışmalar ve projeler yapmayı sürdürüyor olacak."

"ODMD Satış ve İletişim Ödülleri'nin on üçüncüsü heyecanlı bir törene sahne oldu."

“Gece toplam 20 dalda rekabete sahne oldu.”



"Satış" ve "İletişim" kategorilerinde toplam 20 dalda ödül verildi.

- İletişim Ödülleri kategorisinde halka açık kategorilerde adaylar;

Yılın TV Uygulaması, Yılın Dergi Uygulaması, Yılın Dijital Deneyim Uygulaması, Yılın Sosyal Medya Uygulaması, Yılın Gazete Uygulaması, Yılın Radyo Uygulaması, Yılın Outdoor Uygulaması dallarında www.oddgladyator.com sitesi üzerinden verilen oylar ile ilk 5 içine girmeye çalıştılar.

Halk oylaması ile ilk beşe kalan projeler ve halk oylamasına açık olmayan *Yılın Sürdürülebilirlik Projesi, Yılın PR/Etkinlik Uygulaması, Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi* ve *Yılın Entegre İletişim Kampanyası* kategorilerinde yer alan tüm aday çalışmalar jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek gecede canlı oylandı.

"Yılın Basın Lansmanı" ödülünü her yıl olduğu gibi bu yıl da otomotiv basınının değerli temsilcileri belirledi. Basın mensuplarının, 2022 yılı içerisinde katıldıkları marka ve modellerin test sürüşü ya da tanıtım etkinliklerini değerlendirdikleri bu kategoride aday olan markalar sistem üzerinden oylandı.

Gecede sahibinden.com, 2022 yılı 2. el araç ilanı verilerine göre Segmentler içerisinde en çok ilgi gören marka ve modellere de ödülleri takdim etti.

Bu ödüllerin yanı sıra gecede *Jüri Özel Ödülü* de sahibini buldu.

- Satış Ödülleri kategorisinde; En Hızlı Büyüyen Hafif Ticari Araç Markası, En Hızlı Büyüyen Otomobil Markası, En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Modeli, En Çok Satılan Otomobil Modeli, En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Markası, En Çok Satılan Otomobil Markası ve En Çok Satılan Otomobil ve *Hafif Ticari Araç Markası* kategorilerindeki birinciler, ODMD veri tabanına işlenen yıllık satış adetleri sonuçlarına göre belirlendi.

Gecede tüm kategorilerde ödül alan firmalar, ödüller ile eş zamanlı olarak hazırlanan ve ODMD tarafından onaylanan logoların bir yıllık kullanım hakkına da sahip oldu.

En yüksek katılım PR/Etkinlik Uygulaması kategorisinde oldu.

ODMD üyesi markaların iletişim kategorilerine katılımları çok yoğun. En büyük ilgi on dört aday çalışma ile *"PR/Etkinlik Uygulaması"* kategorisinde olurken, *"Sosyal Medya Uygulaması"* kategorisinde on iki ve *"TV Uygulamasında"* sekiz aday çalışma yer aldı. Tüm kategoriler toplamında **yetmiş üç aday çalışma ödül almak** için mücadele verdi.

Gladyatör Ödülleri'nin on üçüncü yılında da Kıdemli İletişimci, Stratejik İletişim Danışmanı Sayın Fügen Toksü başkanlığında, iletişim ve pazarlama alanında uzman akademisyenlerden oluşan tecrübeli jürinin profesyonel değerlendirmesiyle sonuçlar belirlendi.



JÜRİ ÜYELERİ

Fügen Toksü Kıdemli İletişimci, Stratejik İletişim Danışmanı

Prof. Dr. İbrahim Kircova Yıldız Teknik Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü Pazarlama Öğretim Üyesi

Zehra Öney 360+Media Interactive Kurucu Ajans Başkanı,
Teknolojide Kadın Derneği Kurucu Yönetim Kurulu Başkanı

Ahmet Akın Marka ve İletişim Danışmanı

Emine Pura Tribal Sahada Pazarlama, Ajans Başkanı ve
Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği IV. Dönem Başkanı

Neslihan Olcay Dijital Pazarlama İletişimi Platformu
Yönetim Kurulu Üyesi

Ercüment Büyüksener Dijital İletişim Danışmanı

Melda Barkın Reklam Özdenetim Kurulu Üyesi

Nazım Erdoğan sahibinden.com, CMO

Nilay Tatlısöz Castrol Türkiye, Ukrayna ve
Orta Asya Pazarlama Direktörü

Evren Güzel Brisa Pazarlama ve Uluslararası Pazarlar
Genel Müdür Yardımcısı

Koray Öztopçu Garanti BBVA, Tüketici Finansmanı Direktörü



ODMD Başkanı
Ali Haydar Bozkurt

ÖDÜL ALAN GLADYATÖRLER

SATIŞ ÖDÜLLERİ

En Hızlı Büyüyen Hafif Ticari Araç Markası **RENAULT**

En Hızlı Büyüyen Otomobil Markası **CUPRA**

En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Modeli **FORD COURIER**

En Çok Satılan Otomobil Modeli **FIAT EGEA**

En Çok Satılan Hafif Ticari Araç Markası **FORD**

En Çok Satılan Otomobil Markası **FIAT**

En Çok Satılan Otomobil ve Hafif Ticari Araç Markası **FIAT**

İLETİŞİM ÖDÜLLERİ

Yılın Dergi Uygulaması **LAND ROVER DEFENDER DERGİ İLANI**

Yılın Radyo Uygulaması **HYUNDAI 8 MART DÜNYA KADINLAR GÜNÜ**

Yılın Outdoor Uygulaması **DACIA OTOMOBİLSİZ KENT GÜNÜ**

Yılın Dijital Deneyim Uygulaması **FORD TÜRKİYE DİJİTAL STÜDYO METAVERSE PROJESİ**

Yılın Gazete Uygulaması **JEEP ÇENGEL BULMACA**

Yılın PR/Etkinlik Uygulaması **BMW CONTEMPORARY İSTANBUL & JEFF KOONS ZİYARETİ**

Yılın Sosyal Medya Uygulaması **VOLKSWAGEN**
VOLKSWAGEN TUTKUNUYUM DEMEDEN, VOLKSWAGEN TUTKUNU OLDUĞUNU ANLAT. #LOVESWAGEN

Yılın TV Uygulaması **MERCEDES EQ & KIVANÇ TATLITUĞ**

Yılın Sosyal Sorumluluk Projesi **MERCEDES EML'MİZ GELECEĞİN YILDIZI**

Yılın Sürdürülebilirlik Projesi **BORUSAN OTOMOTİV ANAHTAR KADINDA**

Yılın Entegre İletişim Kampanyası **TOYOTA COROLLA CROSS HYBRID LANSMANI**

Yılın Jüri Özel Ödülü **TOYOTA ÖZEL OLİMPİYATLAR TÜRKİYE KARMA BASKETBOL PROJESİ**

Yılın Basın Lansmanı **DACIA JOGGER LANSMANI**



Genel kurul sonrası bu kapsamda ilk ziyaretini 30 Mayıs 2022 tarihinde Oyder Yönetim Kurulu Heyeti, 1 Nisan 2022 tarihinde yeni görevine gelen Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Sn. Haydar Yenigün'e yaptı.

OYDER 2022 YILINI ZİYARETLERLE GEÇİRDİ

21 Nisan 2022 tarihinde yapılan Genel Kurul sonrası değişen yeni yönetimimiz ile birlikte marka temsilcilerini ziyaret ederek, markalarını temsil ettiği yetkili satıcıların sorunlarını, bize iletilen geri bildirimleri iletebilmek ve sektör ile ilgili ortak bir paydada yer almak için çaba sarf ediyoruz.

Bu ziyaretler derneğimize marka temsilcileri ile sektörel görüşlerin paylaşıldığı, markalarının gelecek planları ve sektörel gelişmeler hakkında istişarelerde bulunma fırsatı yakaladı.

İlerleyen tarihlerde tüm marka temsilcilerini ziyaret ederek yetkili satıcılarımızın sesi olmak için var gücümüzle çalışacağız.



24 Haziran 2022 tarihinde ise Oyder ve Genç Oyder Yönetim Kurulu Heyeti Stellantis Türkiye yöneticileri Stellantis Türkiye Başkanı Sn. Olivier Cornuaille, Peugeot Türkiye Genel Müdürü Sn. İbrahim Anaç, Citroen Türkiye Genel Müdürü Sn. Selen Uygun Alkım, Stellantis Türkiye CCO'su Sn. Ayça Furth ve Stellantis Türkiye Satış Sonrası Hizmetler Genel Müdürü Sn. Mehmet Akın'ı ziyaret ettiler.



Daha sonra 29 Eylül 2022 tarihinde Yönetim Kurulumuz, Renault Mais Motorlu Araçlar CEO ve Genel Müdürü Sn. Dr. Berk Çağdaş'a ziyarette bulundu.



Oyder Yönetimi, 21 Kasım tarihinde Tofaş CEO'su ve OSD – Otomotiv Sanayii Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Cengiz Erolu ve Fiat İş Birimi Direktörü Sn. Altan Aytaç'ı ziyaret ettiler.



Son olarak yıl bitmeden hemen önce 22 Aralık 2022 tarihinde ise Toyota Türkiye CEO'su ve ODMD – Otomotiv Distribütörleri Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Sn. Ali Haydar Bozkurt'u ziyaret ettiler.

Yeni Üyelerimizle Gücümüze Güç Katmaya Devam Ediyoruz!

Oyder olarak, yetkili satıcılarımızın tüm sıkıntı ve beklentilerini karşılayacak, onların sesi olacak bir yapılanma içerisinde her geçen gün büyüyoruz. Etkin bir sivil toplum örgütü olarak sesimizi duyurmaya çalışıyoruz. Aynı meslek kolunda omuz omuza mücadele verdiğimiz meslektaşlarımızın da artan ilgisiyle temsil gücümüzü arttırmaya çalışıyoruz. Oyder çatısı altında çabamıza ortak olmayan meslektaşlarımızın da aramıza katılmasıyla Oyder ailemiz her geçen gün daha da güçleniyor.

OYDER çatısı altında birlik ve beraberlik içinde olan ve yaptığımız çalışmalara verdikleri destekleri gönülden hissettiğimiz meslektaşlarımıza bir kez daha teşekkürlerimizi sunuyor, bu süreçte aramıza katılan tüm yetkili satıcılarımıza hoş geldiniz diyoruz. Gücünüzü yanımızda hissettiğimiz sürece güçlüyüz!



ERSES OTOMOTİV LTD. ŞTİ. Seat / Cupra Erzurum Nihat Kolçak

Erses Otomotiv 2000 yılında otomotiv sektöründeki faaliyete başlamıştır. Doğu Otomotiv'den aldığı Seat yetkili satıcılığı ve 2014 yılında yine Doğu Otomotiv tarafından kurulan DOD bayiliğini de bünyesine ekledi ve yine aynı yıl yetkili egzoz gazı emisyon ölçüm istasyonunu faaliyetlerine ekledi. Son olarak 2022 yılı Haziran ayında Doğu Otomotiv ile Cupra markasının yetkili servis anlaşması yapıldı ve 2023 yılının ikinci çeyreğinde showroom tarafında yapılacak kurumsal tadilatla satışa da başlayacak olan Erses Otomotiv, sektörde emin adımlarla gelişimine devam etmektedir.

Erses Otomotiv, baba Nihat Kolçak ve oğlu Miraç Kolçak tarafından yönetilmekte olup, 35 personeli ile müşterilerine en iyi şekilde hizmet vermektedir. 4150 m² plaza alanında satış, servis, DOD ikinci el ve yetkili egzoz gazı emisyon ölçüm istasyonu olarak hizmet vermektedir.



DALAMAN ACARLAR OTOMOTİV LTD. ŞTİ. Kia / Hyundai Muğla Erhan Acar

Dalaman Acarlar, 1977 yılında Muğla ili Dalaman ilçesinde Pepsi markasının satışı ile ticarete başlamış ve 1989 yılında "Acarlar Ticaret Sanayi ve Turizm A.Ş." adıyla ticari hayatına giriş yapmıştır. Bugün şirket, Muğla ve ilçelerine distribütörlük ve bayilik sistemi ile faaliyette bulundukları toptan gıda, otomotiv ticareti, pazarlama, akaryakıt, turizm, sigorta, sanayi ve ticaret sektörlerinde alanlarında yenilikçi vizyonları ile öncü rol üstlenerek fark yaratıyor. Kurumsal yönetim ilkeleriyle yönetilen bir aile şirketi olan Acarlar, Türkiye ekonomisine değer katıyor. "Dalaman Acarlar Ltd. Şti." 2011 yılında otomotiv sektörüne Kia markası ile Muğla'nın Fethiye ilçesinde giriş yapmıştır. 2012 yılında Hyundai markası ile hizmete başlamış, 2016 yılında da Muğla'nın Bodrum ilçesinde Kia showroomunun da açılmasıyla birlikte hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarmayı kendine ilke edinmiştir ve hala aynı tutkuyla hizmet vermeye devam etmektedir.



EVLÜCE OTOMOTİV LTD. ŞTİ. Ford Çorum Ali EvlÜce

Ticaret hayatına 1986 yılında 4. nesil olarak başlayan Ali EvlÜce, beyaz eşya, mobilya, halı ticareti, madeni yağ bayiliği gibi sektör geçmişinden sonra "EvlÜce Otomotiv Ltd. Şti." olarak 1997 yılında 6000 m² alanda Çorum'da Ford 3S bayiliği ile otomotiv sektöründeki faaliyetlerine başlamıştır. EvlÜce, otomotiv alanında Çorum'un Merkez ilçesinde 3S plaza ve Kastamonu'da Ford satış showroomu, otomotiv sektörü dışında akaryakıt sektöründe TP Çorum bayiliği, kısa ve uzun dönem araç kiralama Garenta bayiliği, sigorta acenteliği, ankastre üretimi, inşaat ve madencilik alanında da faaliyetlerini devam ettirmektedir.

EvlÜce, 25 yılı aşkın sürede hizmet verdiği sektörler içerisinde değişik kategorilerde birçok ödüle layık görüldü. İl pazar liderliği, müşteri memnuniyeti ve bölge birincilikleri ödülleri ile birlikte 5.kuşak temsilcileriyle yoluna emin adımlarla devam etmektedir.



AKKÖPRÜLÜ OTOMOTİV A.Ş. Ford Van Bülent Çiçeksay

Akköprülü Otomotiv, 1975 yılında Erdal Çiçeksay tarafından kurulmuştur. 1997 yılından bu yana ise 3700 m2 kapalı alana sahip modern plazasında hizmet vermeye devam etmektedir. Tamamı eğitilmiş, uzman personeliyle Van ve çevre illere Ford araçların satış, servis ve yedek parça hizmetlerini vermekte, bunun yanı sıra sigorta, tüm marka 2.el araç alım-satımı ve F ekspertiz markasıyla Ford standartlarına uygun bir şekilde müşterilerine hizmet vermeye devam etmektedir. 2001 yılından itibaren Tatvan'da kurulu plazasıyla aynı hizmeti Bitlis ve bölgesine de verebilmek için var gücüyle çalışmaktadır.

Akköprülü Otomotiv, 9 yılı Van ili vergi rekortmenliğini üstlenirken; 2000 yılı 7. Bölge yüksek satış adetleri başarısı, 2003 yılı Transit Connect yüksek satış adetleri başarısı, 2004 yılı Türkiye rekor satış adetleri başarısı, 2005 yılı Bölge satış adetleri ikinciliği ve 2006-2007 yılı Bölge satış adetleri birinciliği gibi başarılarla da sahiptir.

Şirket çalışanlarıyla güvene ve sevgiye dayalı bir işbirliği oluşturarak, Ford Plaza'yı güvenilir, saygın ve sürekli gelişen bir tesis haline getirmek, sektörde zirvede yer almak ve iş imkânlarıyla çalışanların mutluluğunu hedeflemektedir.

Dünya Devi Chery Türkiye’de!

Dünyanın en büyük otomotiv markalarından Chery en yeni modelleri ile, Türkiye pazarına güçlü ve iddialı bir giriş yapıyor.



Chery Grubu’nun global pazardaki büyüklüğüne vurgu yapan Chery Türkiye Başkanı Fenghuo Si, “Chery, “Yenilik, sorumluluk ve karşılıklı yarar” temel konseptine bağlı kalarak küresel etkiye ve rekabet gücüne sahip nitelikli bir işletme olmaya kendini adanmış durumda. Chery, küresel kaynakların entegrasyonu ile otomobil iş kolunu odak noktası olarak görerek farklı sektörlerde faaliyet gösteriyor. Böylece, 300’den fazla üye işletme ve 150 milyar CNY yıllık gelir ile otomobil, otomobil parçaları, finans, modern hizmetler, akıllı ağlar, gemiler ve emlak dahil olmak üzere yedi farklı alanda faaliyet gösteriyor. Chery, son yıllarda

Ortadoğu ve Batı Asya pazarlarında son derece başarılı satış performansları sergiliyor. Aynı zamanda AB pazarına resmi girişi için aktif hazırlıklar yaparak küreselleşme hamlesini hızlandırmaya da devam ediyor. Türkiye, hem Asya hem Avrupa’da yer alıyor. Ayrıca hem AB adayı hem de NATO üyesi olmak üzere iki kimliğe sahip. Coğrafi avantajları ve büyüyen ekonomisiyle Türkiye, Chery için her zaman önem verdiği stratejik bir pazar oldu ve Chery’nin Avrupa pazarına girmesi için bir köprü görevi de görüyor” dedi.

Chery’nin Türkiye’ye ilk etapta 1.6 litre benzinli motor ve 7 ileri otomatik şanzımana sahip TIGGO 8 PRO, TIGGO 7 PRO, OMODA 5 modelleriyle giriş yapacağını söyleyen Chery Türkiye Başkan Yardımcısı Ahu Turan ise, “Eşsiz coğrafi özellikleri ve stratejik konumu ile Türkiye, tüm global markaların olduğu gibi Chery’nin de uzun zamandır odağında olmuştur. Chery son 4 yıldır, pazar araştırması, müşteri beklentilerinin analizi ve daha birçok farklı alternatiflerin fizibilite sonuçlarında, Türkiye pazarına kendi yatırımı ile gelme kararı almıştır. Bu karar, markanın Türkiye pazarına olan inancının da tam bir göstergesidir” diye konuştu.

BEYAZ
SİSTEM

müzayede

Beyaz Sistem Müzayede’nin Yetkili Satıcılara sunduğu benzersiz avantajlardan siz de faydalanın alın satın kazançlı çıkın.

2.elde fırsat ve avantajın adresi;
beyazsistem.com

Stok gün sayısı yüksek, takas, özmal 2.el araçlarınızın farklı çözümleri için iletişime hazırız.



2. Elde Çözüm
Ortağınız

CHERY

Press Launch
Basın Lansmanı

Chery, son yıllarda Ortadoğu ve Batı Asya pazarlarında son derece başarılı satış performansları sergiliyor.

80 ülkeye yayılmış satış ve servis ağıyla 19 yıl üst üste Çin'in ihracat şampiyonu olan Chery, en yeni SUV modelleriyle Türkiye pazarına güçlü bir giriş yapıyor. Türkiye pazarı için yapılanmasını hızla tamamlayan Chery, geniş satış ve satış sonrası ağını yaygınlaştırmak için çalışmalarına devam ediyor. **Chery Grubu'nun global pazardaki büyüklüğüne vurgu yapan Chery Türkiye Başkanı Fenghuo Si,** "Chery, "Yenilik, sorumluluk ve karşılıklı yarar" temel konseptine bağlı kalarak küresel etkiye ve rekabet gücüne sahip nitelikli bir işletme olmaya kendini adanmış durumda. Chery, küresel kaynakların entegrasyonu ile otomobil iş kolunu odak noktası olarak görerek farklı sektörlerde faaliyet gösteriyor. Böylece, 300'den fazla üye işletme ve 150 milyar CNY yıllık gelir ile otomobil, otomobil parçaları, finans, modern hizmetler, akıllı ağılar, gemiler ve emlak dahil olmak üzere yedi farklı alanda faaliyet gösteriyor. Aynı zamanda AB pazarına resmi girişi için aktif hazırlıklar yaparak küreselleşme hamlesini hızlandırmaya da devam ediyor. Türkiye, hem Asya hem Avrupa'da yer alıyor. Ayrıca hem AB adayı hem de NATO üyesi olmak üzere iki kimliğe sahip. Coğrafi avantajları ve büyüyen ekonomisiyle Türkiye, Chery

için her zaman önem verdiği stratejik bir pazar oldu ve Chery'nin Avrupa pazarına girmesi için bir köprü görevi de görüyor" dedi.

Chery Türkiye Başkanı Si, "Beş küresel Ar-Ge merkezi, 10 fabrika ve Çin dışında 1500 satış ve servis noktası bulunuyor. Chery satış verileri açısından, 19 yıl üst üste Çin'in 1 numaralı binek araç ihracatçısı unvanını elde etmekle kalmadı, aynı zamanda yılda 410.000 adetlik ihracat performansı ile öncü rolü üstleniyor. Chery'nin küresel satış hacmi 2,35 milyon yurt dışı olmak üzere 11,1 milyon adedi aştı" dedi. Chery'nin yirmi yılı aşkın süreli teknolojik birikimi ve üstün hizmet becerileriyle Türkiye'de çok sayıda istihdam sağlamayı ve Türkiye otomobil pazarını etkin bir şekilde yeni bir aşamaya taşımayı planladığını belirten Chery Türkiye Başkanı Fenghuo Si, pazara üç yeni model sunacak olan Chery'nin Türk kullanıcılarına daha nitelikli ürünler sunmaya devam ederek böylece Türkiye otomobil pazarını yeni bir aşamaya taşıyacaklarını ve Türkiye'yi Chery'nin AB pazarındaki köprüsü olarak konumlandıracaklarını da belirtti.

Chery'nin 20 yıllık tarihinde belli marka değerleri oluşturduğunu da vurgulayan

Chery Türkiye Başkanı Fenghuo Si, "Chery demek "Teknoloji" demek. Biz her sene Ar-Ge'ye çok ciddi yatırımlar yapıyoruz. İkinci önemli değerimiz ise "Moda". Biz çok farklı tasarımcı ile Ar-Ge merkezlerimizde birlikte çalışıyoruz. Bunu başta OMODA 5 modelimizde gördüğünüz üzere net bir şekilde görebilirsiniz. Chery'nin bir diğer önemli marka değeri ise "Yeşil"dir. "Yeşil" ise enerji verimliliğini temsil ediyor ve bizim için çok kritik konulardan biri. Çünkü ileri teknoloji ve modern tasarımlı araçları bir yandan geliştirirken bir yandan da elektrikli ve hibrit araçları da üretip çevre konusuna da özellikle odaklanıyoruz. Bu modellerimizi de adım adım Türkiye pazarında satışa sunacağız" dedi.

"Chery aynı zamanda küreselleşme yolculuğuna çıkan ilk Çinli otomobil markası."

Türkiye otomotiv pazarına inancın göstergesi!

Eşsiz coğrafi özellikleri ve stratejik konumu ile Türkiye'nin, tüm global markaların olduğu gibi Chery'nin de uzun zamandır odağında olduğunu söyleyen Chery Türkiye Başkan Yardımcısı Ahu Turan ise, "Chery son 4 yıldır, pazar araştırması, müşteri beklentilerinin analizi ve daha birçok farklı alternatiflerin fizibiliteyi sonucunda, Türkiye pazarına kendi yatırımı ile gelme kararı almıştır. Bu karar, markanın Türkiye'ye ve Türkiye'deki otomotiv pazarına olan inancının da tam bir göstergesidir" diye konuştu. 2023 yılında 25 ayrı noktada satış ve satış sonrası hizmeti verecek yetkili satıcı ile hizmete başlayacaklarını ifade eden Chery Türkiye Başkan Yardımcısı Ahu Turan, "Satıcı ve servis ağıımızı kademeli olarak genişleterek 2024 yılında 40'lar seviyesine çıkarmayı hedeflemekteyiz. Showroom'larımız, ürünlerimizin teknoloji, yeni trendler ve güç unsurlarını ön plana çıkaracak şekilde dizayn edildiler" dedi.

Chery'nin 3 yeni SUV'u ilkbaharda yollarda!

Chery'nin ilk etapta 1.6 litre benzinli motor ve 7 ileri otomatik şanzımana sahip 3 farklı SUV modeliyle Türkiye pazarına giriş yapacağını vurgulayan Ahu Turan, "Chery OMODA 5, TIGGO 7 PRO ve amiral gemimiz TIGGO 8 PRO pazarda satışa sunacağımız ilk 3 model olacak. Göreceğiniz üzere tamamen SUV modellerimizle ilk etapta pazarda yer alacağız, bu modellerin ikisi kompakt SUV segmentinde yer alırken, amiral gemimiz TIGGO 8 PRO ise D segmentinde yer alıyor. Bu 3 modelde de ilk etapta 1.6 litre benzinli motor seçenekleriyle müşterilerin beğenisine sunulacak. 2024 yılından itibaren ise Chery'nin üstün teknoloji hibrit ve elektrikli motorizasyonlu model versiyonları pazardaki yerini alacak" açıklamasında bulundu.

"İlkbahardan itibaren 3 yeni modelimizle Türkiye pazarına giriş yapacağız."



2022 Yılı 3. Çeyrek Sonu Operasyonel Kiralama Sektör Raporu

Tüm Oto Kiralama Kuruluşları Derneği (TOKKDER), bağımsız araştırma şirketi NielsenIQ iş birliği ile hazırladığı, 2022 yılının üçüncü çeyrek sonu sonuçlarını içeren “TOKKDER Operasyonel Kiralama Sektör Raporu”nu açıkladı.

Rapora göre operasyonel araç kiralama sektörü yılın ilk dokuz aylık döneminde 22 milyar 100 milyon TL’lik yatırım yaparak 44 bin 500 adet aracı filosuna kattı. Sektörün aktif büyüklüğü 72 milyar 100 milyon TL’ye, toplam araç sayısı ise 239 bin 700’e ulaştı.

Rapora göre, Renault yüzde 22,7 pay ile Türkiye operasyonel araç kiralama sektörünün en çok tercih edilen markası

olmayı sürdürdü. Renault’yu yüzde 15,2’le Fiat, yüzde 10,7 ile Volkswagen ve yüzde 10,2 ile Ford takip etti. Bu dönemde, sektörün araç parkının yüzde 50,5’i kompakt sınıf araçlardan oluşurken, küçük sınıf araçlar yüzde 26,9 ve üst-orta sınıf araçlar yüzde 13,2 pay aldı. 2018 yılı sonunda operasyonel araç kiralama sektörünün filosundaki payı yüzde 2,9 olan hafif ticari araçların payı ise 2022

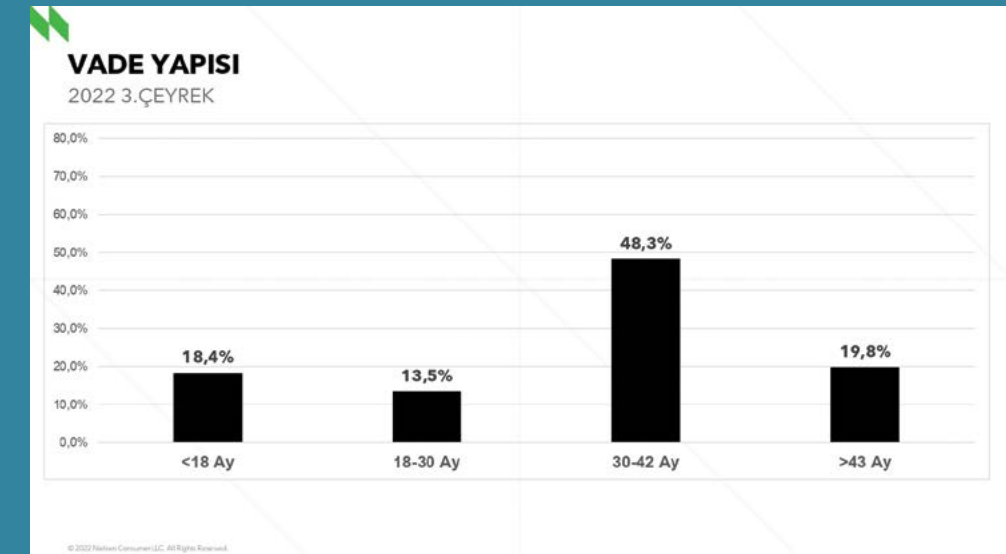
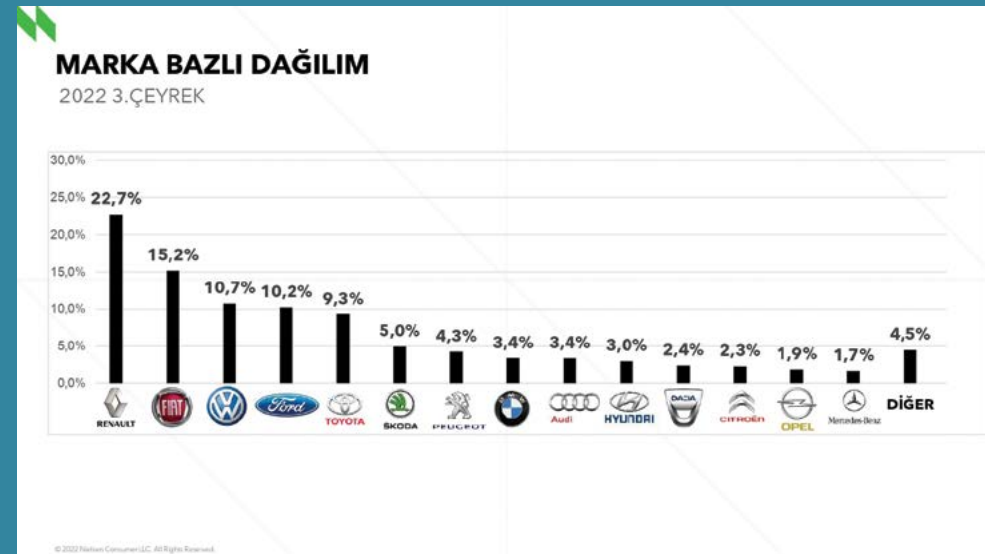
yılının ilk dokuz aylık döneminde yüzde 5,8’e yükseldi. Diğer yandan, sektörün araç parkında yer alan hibrit ve elektrikli araçların payının artmaya devam etmesi de dikkatleri çekti. Buna göre, sektörün araç parkının büyük bölümünü yüzde 62,1 ile dizel yakıtlı araçlar oluşturmayı sürdürürken, benzinli araçların payı yüzde 30,1’e, hibrit ve elektrikli araçların payı ise 7,8’e çıktı.

“TOKKDER raporuna göre, yılın ilk dokuz aylık döneminde operasyonel kiralama sektöründeki gövde tipine göre araç oranlarında sedan liderliğini sürdürdü. ”

Sedan gövde tipine sahip araçlar yüzde 63,0 ile birinci sırada yer alırken, hatchback gövde tipine sahip araçlar yüzde 20,3 ile ikinci sırada geldi. SUV tipi araçlar ise yüzde 8,3 ile üçüncü sırada yer aldı. Bu araçları yüzde 1,6 ile station wagon gövde tipine sahip araçlar takip etti. Rapora göre, sektörün filosundaki araçların yüzde 70,4’ünü otomatik vitese sahip araçlar oluştururken, manuel vitesli araçların payı yüzde 29,6 olarak gerçekleşti.

Operasyonel kiralama sektörü, 2021 yılının ilk altı ayını kapsayan dönemde ekonomiye önemli oranda vergi girdisi sağlamaya da devam etti. TOKKDER’in hazırladığı rapora göre, sektörün 2021 yılının ilk yarısında ödediği vergi tutarı toplamda 4,5 milyar TL’yi buldu. Sektördeki kiralama sürelerine bakıldığında ise, yılın ilk yarısında Türkiye’deki operasyonel kiralama sektörü yüzde 48,4’ünü 30- 42 ay süreli sözleşmelerin oluşturduğu görüldü.

Bu sözleşmelerden sonra en çok tercih edilen operasyonel kiralama süresi yüzde 21 ile 43 ay ve üzeri sözleşmeler olurken, 18-30 aylık sözleşmeler yüzde 19 oranında tercih edildi. 18 ayın altındaki kiralama sözleşmeleri ise kontratların yüzde 11,7’sini kapsadı.



Kütahya'da heyecanlandıran keşif: 'Eros', 'Dionysos' ve 'Herakles' heykel başları bulundu.

Kütahya'nın Çavdarhisar ilçesinde, UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde bulunan Aizanoi Antik Kenti'nde yürütülen kazı çalışmalarında; 2 metre 10 santim yüksekliğe sahip erkek heykelinin yanı sıra Yunan mitolojisi tanrılarından 'Eros' ile 'Dionysos' ve yarı tanrı 'Herakles'in heykel başları gün yüzüne çıkarıldı. Kazı Başkanı Prof. Dr. Gökhan Coşkun, heykellerin 2000 yıl öncesine ait olduğunu belirtti.

Çavdarhisar ilçesindeki Aizanoi Antik Kenti'ndeki kazı çalışmaları, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi (DPU) Fen Edebiyat Fakültesi Arkeoloji Bölümü'nce 80 işçi ve 20 teknik personel ile Penkalas Çayı, agora ve tiyatro bölümlerinde sürdürülüyor.

M.Ö. 3000'Lİ YILLARA DAYANIYOR...

Tarihi M.Ö. 3000'li yıllara dayanan ve tiyatro, stadyum, agora ve Zeus Tapınağı gibi tarihi yapıları ile dönemin metropolislerinden biri olduğu düşünülen antik kentte kazılar, Penkalas Çayı'nda yoğunlaştırıldı.

Son kazı çalışmalarında 2 metre 10 santim yüksekliğindeki erkek heykelini korumaya alan arkeologlar, Yunan mitolojisinde aşk tanrısı olarak bilinen 'Eros', şarap tanrısı 'Dionysos' ve yarı tanrı 'Herakles'in heykel başlarını gün yüzüne çıkardı.



Erkek heykelinin yanı sıra Yunan mitolojisine ait çeşitli heykel başlarına da ulaşıldığını belirten Prof. Dr. Coşkun, şöyle konuştu: "Bunların içerisinde öne çıkan eserlerin başında yaklaşık 40 santimetre yüksekliğindeki bir 'Dionysos' başı. Bunun çok benzer örneğini bir sezon önce bulmuştuk. Bu sezon bir de 'Herakles' başı bulduk. 2020 yılında 'Herakles' gövdesi bulmuştuk. Bu sezon 'Herakles' başı bulunca acaba bir önceki sezon bulduğumuz heykelin gövdesinin başı mı, diye heyecanlandık ancak ona uymadı. Dolayısıyla şu an elimizde 2 tane 'Herakles' heykeli oldu. Umarım, ilerleyen yıllarda diğer parçalarını bulacağız. Bunun haricinde Antik Yunan panteonunun çeşitli tanrı ve tanrıçalarına ait heykel başları da söz konusu. Ön plana çıkan örneklerden bir tanesi 'Eros' başı. Yaklaşık 20 santimetre yükseklikte. Bu alanda bulmuş olduğumuz eserler aslında karışık tarihli eserler fakat heykel parçalarının günümüzden 1800-2000 yıl öncesine ait olduğunu söylemek mümkün."

Kaynak: Doğan Haber Ajansı



Dokuz Sektörde Doğru Çözümlerle
1979 Yılından Bugüne Türkiye'nin Deryası Olduk



Sürekli kalite hedefimiz, müşteri geleceğimiz.



info@deryagrup.com.tr www.deryagrup.com.tr
@ deryagrupcomtr f deryagrup

GMK Bulvarı Fatih Mahallesi 33170 Mezitli / MERSİN
☎ 444 3 633 0324 359 75 00

Göbeklitepe’de M.Ö. 13600’lü yıllara ait polenler bulundu.

UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Göbeklitepe'nin çevresinde yapılan sondaj çalışmalarında, M.Ö. 13600'lü yıllara kadarki polenler gün yüzüne çıkarıldı.

Harran Üniversitesi'nden yapılan açıklamaya göre, Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü akademisyenleri, eski dönemin iklim ve su kaynaklarını araştırdı. Coğrafya Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Abdulkadir Güzel ve ekibi tarafından yapılan çalışma kapsamında sondajlardan alınan numuneler incelendi.

POLENLERİN İZLERİ BULUNDU

TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi'nde yapılan analizler sonucunda, 1 nolu sondaj numunelerinde 4-4.5 metre derinliğinde M.Ö. 8200-8000, 6 metre derinliğinde M.Ö. 11230-11021, 7-7.5 metre derinliğinde M.Ö. 13500-13150 yıllarına ait polenlere rastlandı. 2 nolu sondaj numunesinde ise 10 metre derinliğinde M.Ö. 13600-13200 yıllarına ait polenler gün yüzüne çıkarıldı. 3 nolu sondaj numunesinde de 6 metre derinliğinde M.Ö. 11800-11600, 10 metre derinliğinde M.Ö. 10741-10500, 12 metre derinliğinde M.Ö. 12800-12700 yıllarına ait polenlerin izleri bulundu.

Göbeklitepe insanların yaşadıkları dönemlere ait olan bu polenler sayesinde dönemin bitki örtüsü ve iklimi hakkında önemli bilgilere ulaşıldı.



Açıklamada görüşlerine yer verilen Doç. Dr. Abdulkadir Güzel, araştırmanın bölgenin tarihi ve bitki çeşitliliği açısından çok önemli olduğunu belirtti.

Çalışmaların devam ettiğine dikkati çeken Güzel, şunları kaydetti: "6, 10, 12 metrelerde yapılan polen analizleri M.Ö. 10634-12418 yılları arasındaki bitki örtüsü ve iklimdeki değişimleri yansıtmakta. Bitki toplulukları içerisinde Artemisia (yavşan otu) stepleri, Asteraceae Cichorioideae, Asteraceae Asteriodeae (yıldız şeklinde çiçekleri bulunan bir cins) ve Poaceae (çiçekleri başak durumunda büyük bir bitki familyası) otsul bitkileri çoklukla görüldü. Artemisia stepleri örneklerde 12 metrede yüzde 44'lere varırken, otsul bitkilerden Asteraceae Cichorioideae yüzde 38-41 arasında kaydedildi. Poaceae familyasına ait polenler yüzde 6.1'e varırken, Asteriodeae familyasına ait polenler yüzde 7-12.9 arasında bulunmuştur. Araştırmalarda ayrıca Quercus (meşe), Salix (söğüt), Juglans (ceviz), Pinus (çam), Abies (gökmar) ve Juniperus (ardıç) türlerine de rastlandı."

Kaynak: Anadolu Ajansı

2023, 'Aşık Veysel Yılı' ilan edildi.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 2023 yılının "Aşık Veysel Yılı" olarak kutlanmasına ilişkin genelge yayımladı. Erdoğan, "Sazı ve sözüyle dünya penceresinden insanlığa seslenen Aşık Veysel'i hürmetle ve rahmetle yad etmek üzere yıl boyunca yurt genelinde ve yurt dışında etkinlikler düzenlenecektir" açıklamasında bulundu.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 2023 yılının "Aşık Veysel Yılı" olarak kutlanmasına ilişkin genelge yayımladı.



Cumhurbaşkanı Erdoğan, Resmi Gazete'de yer alan genelgede, aşıklık geleneğinin en önemli temsilcilerinden olan büyük halk ozanı Aşık Veysel'in, yalın bir Türkçe ile ortaya koyduğu eserlerinde hüznün yanı sıra yaşama sevinci, doğa ve insan sevgisi, dostluk, birlik ve beraberlik üzerine gelecek nesillere kıymetli dizeler armağan ettiğini hatırlattı.

Sözlü kültür geleneği içinde yetişen ve halk kültüründen beslenen Aşık Veysel'in asırlara sarı zengin kültür mirasının temel taşlarından biri olduğunu belirten Erdoğan, "Aşık Veysel'in vefatının 50'nci sene-i devriyesi olan 2023 yılı, UNESCO tarafından anma ve kutlama yıl dönümleri arasına alınmıştır. Sazı ve sözüyle dünya penceresinden insanlığa seslenen Aşık Veysel'i hürmetle ve rahmetle yad etmek üzere yıl boyunca yurt genelinde ve yurt dışında etkinlikler düzenlenecektir." ifadelerini kullandı. Bu kapsamda düzenlenecek etkinliklerin Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Milli Eğitim Bakanlığının koordinasyonunda ilgili kamu kurum ve kuruluşlarıyla birlikte yürütüleceğini bildiren Erdoğan, şunları kaydetti: "Söz konusu etkinliklerden Cumhurbaşkanlığınca belirlenecekler Cumhurbaşkanlığı himayesinde yapılabilecektir. Etkinliklere ilişkin logo, afiş, duyuru, davetiye, ilan ve benzeri belge ve görsel dokümanlar ilgili kurumlarla birlikte belirlenecek kurumsal kimliğe uygun şekilde kullanılacaktır. Gerçekleştirilecek etkinliklere ait giderler ilgili kamu kurum ve kuruluşlarınca karşılanacaktır. Bu çerçevede yıl boyunca tertiplenecek etkinliklerin en iyi şekilde gerçekleştirilebilmesi için ihtiyaç duyulacak her türlü destek, yardım ve kolaylığın tüm kamu kurum ve kuruluşlarınınca geciktirilmeksizin öncelikli olarak yerine getirilmesi hususunda bilgilerini ve gereğini rica ederim."

Kaynak: Anadolu Ajansı



Yeni Nissan Qashqai e-POWER

Şarj kablosuz teknolojisiyle elektriğin eşsiz hali.



1018 km'ye varan menzili ve şarj kablosuz teknolojisini hemen denemelisin. Test sürüş talebi için QR kodu okutun.

Nissan Yüzbaşıoğlu

Ekşioğlu Mah. Şile Otoyolu No:1

Çekmeköy 34794 İstanbul

Tel: +90 (216) 484 66 66

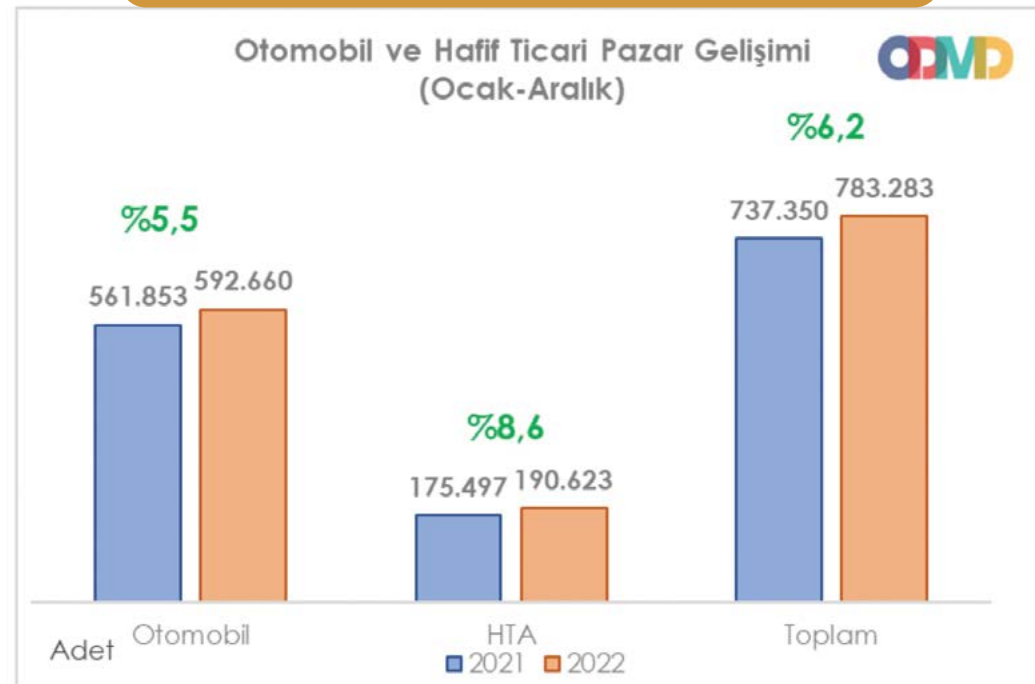
www.nissanyuzbasioglu.com

Qashqai e-POWER'in ortalama CO₂ emisyonu 122 g/km (WLTP) ve ortalama yakıt tüketimi 5.4 lt/100km (WLTP) olup, versiyonlar arası değişiklik gösterebilir. Yakıt tüketimleri 715/2007/EC'ye göre belirlenmiştir. Menzil hesaplaması, aracın WLTP test döngüsü ortalama yakıt tüketimi (5.4 litre/100km) verisi ve modelin standart yakıt depo kapasitesi (55lt) dikkate alınarak hesaplanmıştır. Nihai menzil ve tüketim; sürüş stiline, otomobildeki yüklü ağırlığa, yol ve hava koşullarına göre değişiklik gösterebilir. Türkiye'de sunulan aksesuar ve donanım versiyonları farklılık gösterebilir. Detaylı bilgi: www.nissan.com.tr/de.

2022 yılı Ocak-Aralık döneminde otomobil ve hafif ticari araç pazarı %6,2 oranında arttı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2022 yılı Ocak-Aralık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %6,2 oranında artarak 783.283 adet olarak gerçekleşti. Otomobil satışları, 2022 yılı Ocak-Aralık döneminde geçen yıla göre %5,5 oranında azalarak 592.660 adet, hafif ticari araç pazarı %8,6 artarak 190.623 adet oldu.

Otomobil ve Hafif Ticari Pazar Gelişimi (Ocak-Aralık)



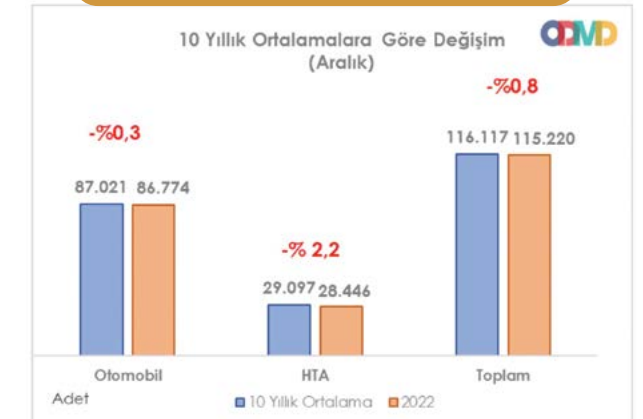
Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2022 Aralık ayında %85,1, otomobil pazarı %99,2, hafif ticari araç pazarı ise %52,2 oranında arttı.

2022 yılı Aralık ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2021 yılı Aralık ayına göre %85,1 artarak 115.220 adet oldu. 2022 Aralık ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %99,2 artarak 86.774 adet olurken, hafif ticari araç pazarı %55,2 artarak 28.446 adet oldu. Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %0,8 azaldı. Otomobil pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %0,3 azalış gösterdi. Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %2,2 azaldı.

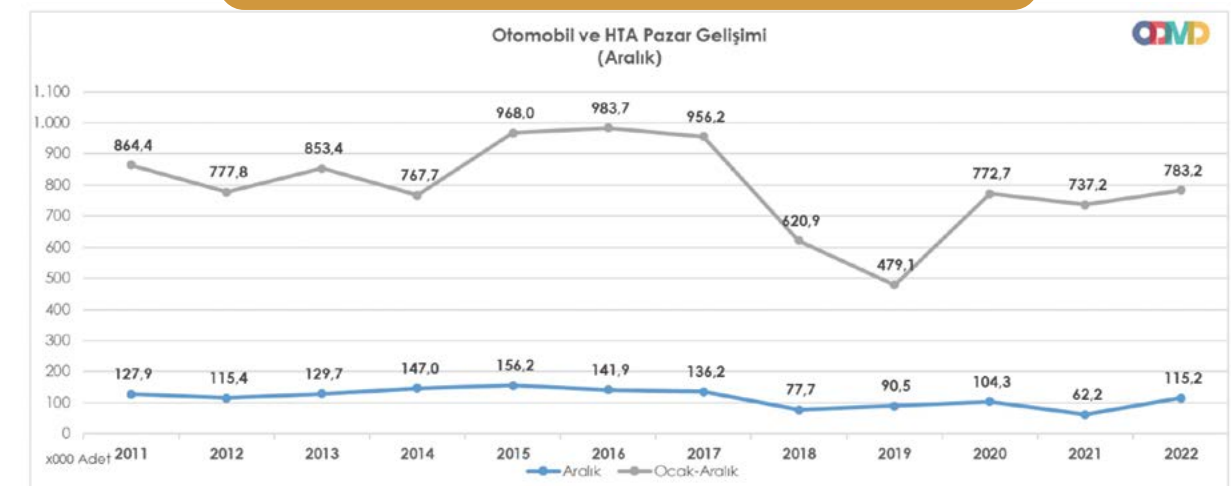
Otomobil ve Hafif Ticari Pazar Gelişimi (Aralık)



10 Yıllık Ortalamalara Göre Değişim (Aralık)



Otomobil ve HTA Pazar Gelişimi (Aralık)

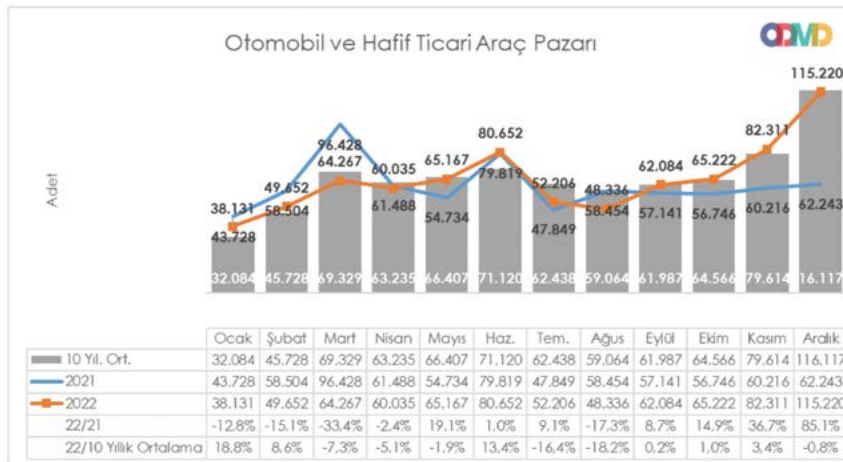


Ek 1: Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

Ek 2: Otomobil Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

Ek 3: Hafif Ticari Araç Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

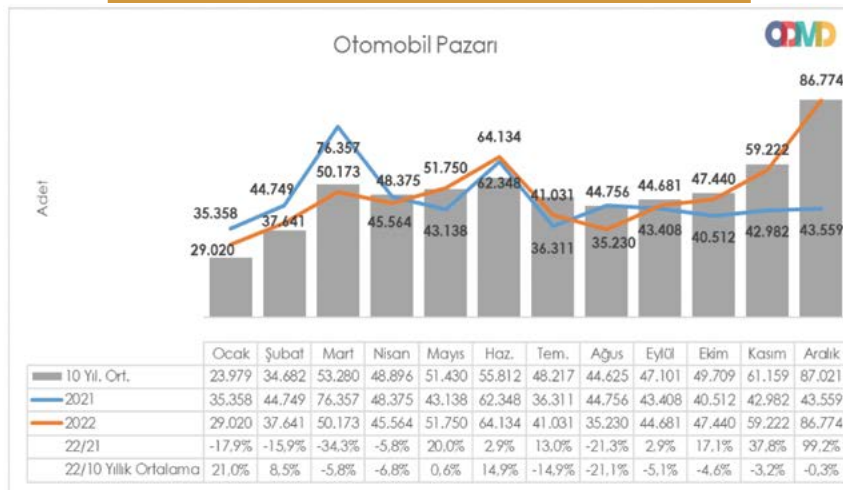
Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı



Yıl	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam
2010	20.095	31.172	51.769	54.946	59.377	60.896	61.345	61.764	63.814	73.404	73.962	148.369	760.913
2011	44.892	58.663	78.403	77.695	80.646	81.573	63.044	58.406	60.129	69.421	63.657	127.910	864.439
2012	29.545	41.324	64.884	62.949	70.863	71.067	62.304	58.148	69.629	59.938	71.710	115.400	777.761
2013	35.523	48.307	68.774	73.575	81.468	74.096	71.596	65.043	67.963	58.014	79.301	129.718	853.378
2014	32.670	35.021	47.581	53.305	58.121	60.163	59.907	60.199	66.531	66.573	80.621	146.989	767.681
2015	34.615	55.331	83.302	91.602	81.542	86.158	83.836	82.577	64.025	64.255	84.601	156.173	968.017
2016	32.713	52.825	82.948	84.887	93.904	91.540	58.533	71.556	67.593	83.000	122.309	141.912	983.720
2017	35.323	46.965	73.802	75.988	85.422	83.658	82.297	72.536	71.352	91.752	100.859	136.240	956.194
2018	35.076	47.009	76.345	71.126	72.755	51.037	52.734	34.346	23.028	21.571	58.204	77.706	620.937
2019	14.373	24.875	49.221	30.971	33.016	42.688	17.927	26.246	41.992	49.075	58.176	90.500	479.060
2020	27.273	47.122	50.008	26.457	32.235	70.973	87.401	61.533	90.619	94.733	80.141	104.293	772.788
2021	43.728	58.504	96.428	61.488	54.734	79.819	47.849	58.454	57.141	56.746	60.216	62.243	737.350
2022	38.131	49.652	64.267	60.035	65.167	80.652	52.206	48.336	62.084	65.222	82.311	115.220	783.283
10 Yıllık Ort.	32.084	45.728	69.329	63.235	66.407	71.120	62.438	59.064	61.987	64.566	79.614	116.117	804.398
%	18.8%	8.6%	-7.3%	-5.1%	-1.9%	13.4%	-16.4%	-18.2%	0.2%	1.0%	3.4%	-0.8%	

Ek 1: Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

Otomobil Pazarı



Yıl	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam
2010	12.594	20.651	33.958	36.549	40.467	42.086	41.399	42.222	42.477	47.859	50.061	99.461	509.784
2011	29.868	39.004	54.023	53.835	56.302	56.714	43.518	38.875	39.964	47.508	44.951	88.957	593.519
2012	21.077	29.189	47.270	45.645	50.460	50.849	44.531	41.236	49.360	43.440	52.297	80.926	556.280
2013	25.835	36.814	51.785	56.999	62.383	58.290	55.712	51.611	52.925	46.985	64.117	101.199	664.655
2014	24.368	27.167	37.812	42.769	46.379	47.278	46.602	45.131	49.262	50.814	59.695	110.054	587.331
2015	24.498	40.817	61.676	70.211	62.878	67.766	64.218	61.753	47.088	47.954	62.397	114.340	725.596
2016	23.358	40.588	63.975	65.618	73.832	71.111	45.566	53.977	51.340	63.746	95.783	108.044	756.938
2017	25.689	34.658	55.616	57.998	65.799	66.164	62.384	54.890	53.423	70.488	75.956	99.694	722.759
2018	26.611	35.901	59.798	55.108	57.227	41.225	42.024	26.976	17.595	16.809	46.204	60.843	486.321
2019	10.979	19.205	38.628	24.416	27.126	36.024	15.398	21.544	35.308	39.996	47.803	70.829	387.256
2020	22.016	37.727	39.887	21.825	25.073	57.067	69.427	44.372	71.296	76.341	64.357	80.721	610.109
2021	35.358	44.749	76.357	48.375	43.138	62.348	36.311	44.756	43.408	40.512	42.982	43.559	561.853
2022	29.020	37.641	50.173	45.564	51.750	64.134	41.031	35.230	44.681	47.440	59.222	86.774	592.660
10 Yıllık Ort.	23.979	34.682	53.280	48.896	51.430	55.812	48.217	44.625	47.101	49.709	61.159	87.021	609.076
%	21.0%	8.5%	-5.8%	-6.8%	0.6%	14.9%	-14.9%	-21.1%	-5.1%	-4.6%	-3.2%	-0.3%	

Ek 2: Otomobil Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: ARALIK-2022									
MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO		305	305			0	0	305	305
ASTON MARTIN		4	4			0	0	4	4
AUDI		2.149	2.149			0	0	2.149	2.149
BENTLEY		1	1			0	0	1	1
BMW		2.628	2.628			0	0	2.628	2.628
CITROEN		3.940	3.940		599	599	0	4.539	4.539
CUPRA		370	370			0	0	370	370
DACIA		2.741	2.741		0	0	0	2.741	2.741
DFSK		56	56			0	0	56	56
DS		299	299			0	0	299	299
FERRARI		2	2			0	0	2	2
FIAT	13.604	36	13.640	7.594	859	8.453	21.198	895	22.093
FORD	650	1.374	2.024	9.571	327	9.898	10.221	1.701	11.922
HONDA	0	1.874	1.874			0	0	1.874	1.874
HYUNDAI	2.832	1.349	4.181		379	379	2.832	1.728	4.560
ISUZU			0	158	192	350	158	192	350
IVECO			0		318	318	0	318	318
JAGUAR		0	0			0	0	0	0
JEEP		433	433			0	0	433	433
KARSAN			0	9		9	9	0	9
KIA	2.071	2.071			0	0	0	2.071	2.071
LAMBORGHINI	3	3				0	0	3	3
LAND ROVER	172	172			82	82	0	254	254
LEXUS	45	45				0	0	45	45
MASERATI	64	64				0	0	64	64
MAZDA	14	14				0	0	14	14
MERCEDES-BENZ	2.689	2.689			1.662	1.662	0	4.351	4.351
MG	540	540				0	0	540	540
MINI	216	216				0	0	216	216
MITSUBISHI	19	19			41	41	0	60	60
NISSAN	1.585	1.585			0	0	0	1.585	1.585
OPEL	6.696	6.696			734	734	0	7.430	7.430
PEUGEOT	3.596	3.596			1.127	1.127	0	4.723	4.723
PORSCHE	127	127				0	0	127	127
RENAULT	16.624	1.568	18.192		1.529	1.529	16.624	3.097	19.721
SEAT		970	970			0	0	970	970
SKODA		1.969	1.969			0	0	1.969	1.969
SMART		0				0	0	0	0
SSANGYONG		227	227		140	140	0	367	367
SUBARU		107	107			0	0	107	107
SUZUKI		909	909			0	0	909	909
TOYOTA	4.198	1.717	5.915		1.992	1.992	4.198	3.709	7.907
VOLKSWAGEN		4.965	4.965		1.133	1.133	0	6.098	6.098
VOLVO		1.036	1.036				0	1.036	1.036
TOPLAM:	37.908	48.866	86.774	17.332	11.114	28.446	55.240	59.980	115.220

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: 2022									
MARKA	OTOMOBİL			HAFİTİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO	0	820	820	0	0	0	0	820	820
ASTON MARTIN	0	28	28	0	0	0	0	28	28
AUDI	0	14.554	14.554	0	0	0	0	14.554	14.554
BENTLEY	0	15	15	0	0	0	0	15	15
BMW	0	18.056	18.056	0	0	0	0	18.056	18.056
CITROEN	0	21.913	21.913	0	6.918	6.918	0	28.831	28.831
CUPRA	0	2.792	2.792	0	0	0	0	2.792	2.792
DACIA	0	36.000	36.000	0	0	0	0	36.000	36.000
DFSK	0	352	352	0	0	0	0	352	352
DS	0	1.829	1.829	0	0	0	0	1.829	1.829
FERRARI	0	22	22	0	0	0	0	22	22
FIAT	97.078	276	97.354	46.520	2.561	49.081	143.598	2.837	146.435
FORD	2.882	8.421	11.303	64.809	1.323	66.132	67.691	9.744	77.435
HONDA	0	21.429	21.429	0	0	0	0	21.429	21.429
HYUNDAI	28.043	14.198	42.241	0	2.935	2.935	28.043	17.133	45.176
ISUZU	0	0	0	578	1.317	1.895	578	1.317	1.895
IVECO	0	0	0	0	2.966	2.966	0	2.966	2.966
JAGUAR	0	90	90	0	0	0	0	90	90
JEEP	0	2.422	2.422	0	0	0	0	2.422	2.422
KARSAN	0	0	0	316	0	316	316	0	316
KIA	0	18.462	18.462	0	1.905	1.905	0	20.367	20.367
LAMBORGHINI	0	14	14	0	0	0	0	14	14
LAND ROVER	0	1.111	1.111	0	419	419	0	1.530	1.530
LEXUS	0	336	336	0	0	0	0	336	336
MASERATI	0	314	314	0	0	0	0	314	314
MAZDA	0	181	181	0	0	0	0	181	181
MERCEDES-BENZ	0	18.661	18.661	0	6.327	6.327	0	24.988	24.988
MG	0	1.627	1.627	0	0	0	0	1.627	1.627
MINI	0	1.385	1.385	0	0	0	0	1.385	1.385
MITSUBISHI	0	583	583	0	1.437	1.437	0	2.020	2.020
NISSAN	0	9.337	9.337	0	395	395	0	9.732	9.732
OPEL	0	30.378	30.378	0	6.347	6.347	0	36.725	36.725
PEUGEOT	0	23.345	23.345	0	9.321	9.321	0	32.666	32.666
PORSCHE	0	668	668	0	0	0	0	668	668
RENAULT	70.493	17.713	88.206	0	11.433	11.433	70.493	29.146	99.639
SEAT	0	6.142	6.142	0	0	0	0	6.142	6.142
SKODA	0	19.464	19.464	0	0	0	0	19.464	19.464
SMART	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SSANGYONG	0	804	804	0	489	489	0	1.293	1.293
SUBARU	0	622	622	0	0	0	0	622	622
SUZUKI	0	3.601	3.601	0	0	0	0	3.601	3.601
TOYOTA	32.509	5.767	38.276	0	11.661	11.661	32.509	17.428	49.937
VOLKSWAGEN	0	49.695	49.695	0	10.646	10.646	0	60.341	60.341
VOLVO	0	8.228	8.228	0	0	0	0	8.228	8.228
TOPLAM:	231.005	361.655	592.660	112.223	78.400	190.623	343.228	440.055	783.283

leadport

DİJİTAL SATIŞ ASİSTANI

Müşterileriniz ihtiyaçlarına en uygun ürünleri internette arıyor. Onları ilk arayan, ne istediklerini bilen ve en uygun çözümleri sunanlar kazanıyor.

Yeni nesil mobil CRM uygulaması Leadport ile tanışın. İşinizi, satış ekibinizi ve müşterilerinizi en doğru ve en güncel verilerle her yerden kolayca yönetin.



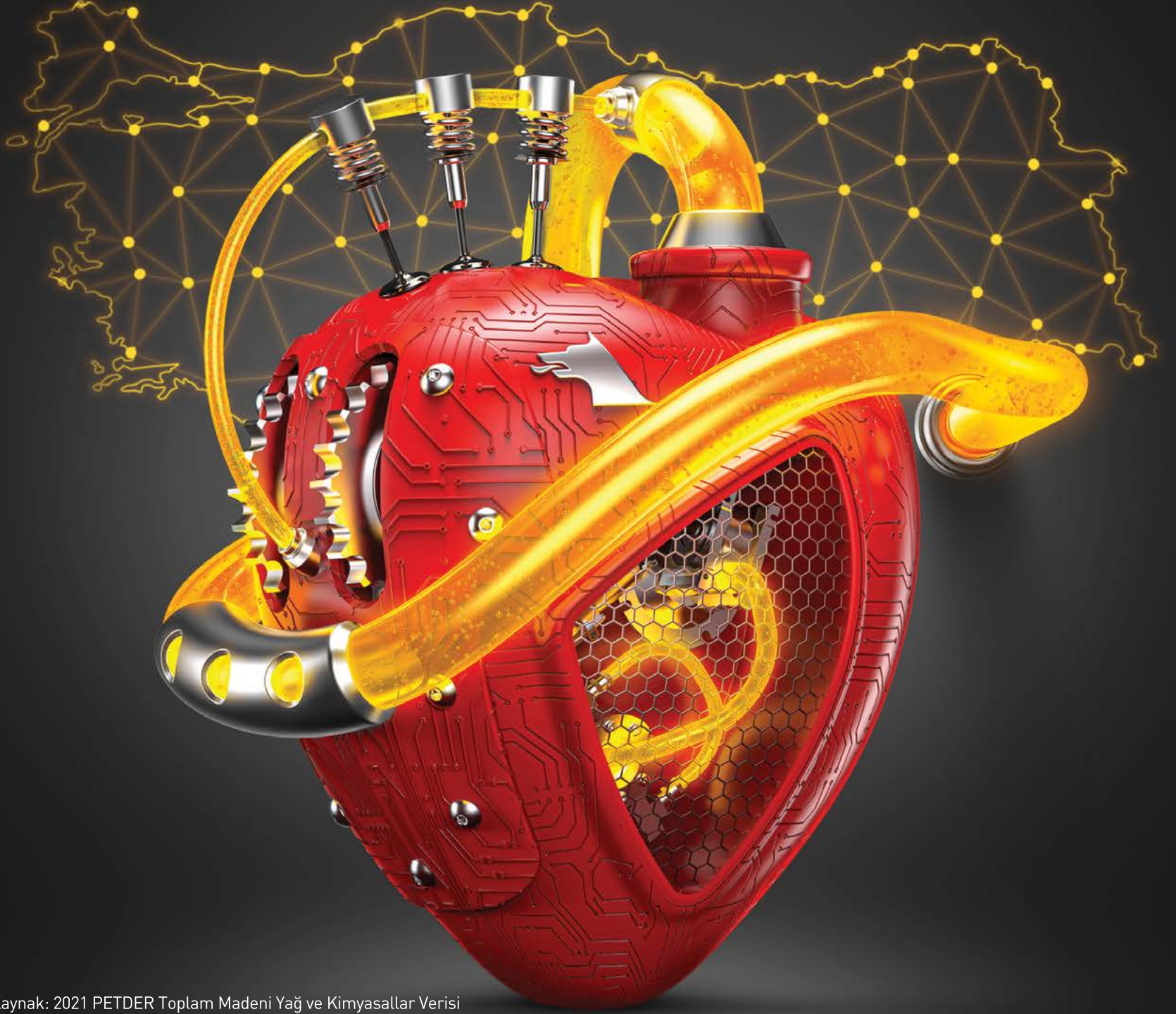
Leadport'la tanışın;

www.leadport.app

LİDERLİĞİMİZİN KALBI, MÜŞTERİ ODAKLI TEKNOLOJİ İLE ATİYOR.

Madeni yağ pazar liderliğimiz, Petrol Ofisi Teknoloji Merkezi'mizde ihtiyaçlarınıza özel, ülke şartlarına en uygun çözümleri tıpkı bir kalp gibi hiç durmadan geliştirmemiz ve üstün hizmet anlayışımızla Türkiye'nin dört bir yanına ulaştırmamız sayesinde.

Bu sadece bir liderlik değildir, bu bize duyulan güvenin getirdiği sorumluluktur.



Kaynak: 2021 PETDER Toplam Madeni Yağ ve Kimyasallar Verisi

maxima
MOTOR YAĞLARI

MAXIMUS
DİZEL MOTOR YAĞLARI



Petrol Ofisi