

MEVZUAT

Engelli muafiyeti

HASAN ŞAHİN

Emekli Emniyet Müdürü
İlker Otomotiv Genel Müdürü

HUKUK

İşçi özlük dosyasında bulunması
gereken belgeler nelerdir?

İstanbul Anadolu Adliyesi Hakimi
İBRAHİM HALİL ŞUA

KİRALAMA

TOKKDER Araştırması:

Operasyonel kiralama sektörü
2015 yılının ilk yarısında yüzde
16,6 büyüdü

İSTATİSTİK

2014 yılı

Avrupa'nın en büyük
yetkili satıcıları rehberi

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR

Otomobilcilerin nakit varlığı devletleri kiskandırıyor

HAKAN ÖZENEN

Otomotiv Editörü

Yetkili satıcılara 360 derece hizmet veriyoruz

H. ZAFER TERZİOĞLU

Manheim Türkiye Genel Müdürü

Satışta danışmanların rolü değişiyor mu?

ÇINAR NOYAN



www.oyder-tr.org

75

Sayı: 75 AĞUSTOS 2015



Avis'i sevmek "tatilini sevmek"tir.

Biliyoruz Avis'i çok seviyorsunuz. Çünkü aylarca yolunu gözlediğiniz o çok değerli tatiliniz boyunca aklınız hiçbir detaya takılmasın, her şey tıkır tıkır işlesin, aracınız ihtiyaç duyduğunuz anda hazır olsun istiyorsunuz. Çünkü tatilinizi de çok seviyorsunuz.

Yepyeni ve tam bakımlı araçlarımız, size en üstün hizmeti vermeye can atan personelimiz ve çok avantajlı kiralama koşullarımızla, bu yaz da sizin için hazırız.

BMW 320i ve
diğer BMW seçenekleri
Avis'te.



Dünyanın her yerinden
anında rezervasyon için:
www.avis.com.tr 444 AVIS

Facebook: avisturkiye Twitter: avisturkiye



AVIS®



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
Z. Alp GÜLAN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Özgür TEZER

Yayın Kurulu
Ruhan ÖZÖN
Uğur YALÇINKAYA
Seyra TOPRAK
Zeynep FİDAN SOYSAL
Murat GÜRÜNLÜ

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

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

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

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

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

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

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



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM

Riskleri düşürmek ekonomimizin geleceği için önemli

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,

İkinci çeyrek büyüme oranı beklentinin üzerinde geldi (%3,8) ve bu büyümenin önemli bir kısmının ülke içindeki ticari hayatın hareketli olmasından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Her ne kadar son dönemde gerçekleşen kur artışları negatif bir etki gibi görünse de stoklar ve kampanyalar sebebi ile ürün fiyatlarına çok kısıtlı yansıtıldı, bu da fiyat artışından etkilenmemek için alım yapmak isteyen tüketiciler için cazip bir dönem oluşmasına sebebiyet verdi. Elbette kurların yukarı yönlü hareketi bir şekilde tüketimi yavaşlatacaktır ancak bu süreç üreticilerin bu baskıya ne kadar dayanabileceğine bağlı olacaktır. Bu süreçte döviz kurunun yükselmesinin birkaç nedeni olabilir;

1. Gelişmiş ülkelerde ekonominin iyi gidiyor olması,
2. Ülkenin riskleri artmaya başladığı için ülkeden dışarı döviz çıkışı ve ülkeye yeterince döviz girmemesi,
3. Ülkede enflasyon olması,

TL, yabancı paralara karşı değer kaybettiğinde ithal ürünlerin maliyetleri ve dış finansmanımızın maliyeti artıyor. Türkiye'nin ithalatında büyük ağırlık enerji, hammadde ve üretimde kullanılan mallarda olduğu için ithal mallarının maliyetinin artması üretim maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır. Üretim maliyetlerinde ortaya çıkan bu artışlar ister istemez üretim fiyatlarına yansıyor ve doğal sonuç olarak enflasyon yükseliyor. Enflasyon yükselirse reel faiz (enflasyondan arındırılmış faiz) yetersiz kalıyor, reel faiz yetersiz kalınca da tasarruflar düşüyor ve bankalardaki mevduat başka alanlara kaymaya başlıyor. Bankalar, kaynaklarını kaybetmemek için ister istemez faizleri artırmak zorunda kalmaktalar. Elbette faiz/araç alımı ilişkisi son derece önemli bir etkidir. Oyder'in Gfk ile her yıl 2 dönem olarak yaptığı tüketici alım davranışları anketlerinde de görebileceğiniz gibi, kredi ile araç alımı yapan tüketici oranları %58'lere kadar tırmanmaktadır. Dolayısıyla alımlarda faiz oranları belirleyici olabilmektedir.

Türkiye'de, içinde bulunduğumuz dönemde faizi yükselten neden TL'nin değerinin düşmesidir. Kurun daha fazla yükselmesi, enflasyonun daha fazla yükselmesine yol açıyor. Bunu önlemek için Türkiye'ye daha fazla yabancı para girişi sağlamak gerekir. Bunun da iki yolu var, riskleri düşürmek ve faizi artırmak. Türkiye şu aşamada riskleri düşüremediği için piyasa faizi yükselmek durumunda kalıyor. Bu sürecin sonlanması için biraz zamana ihtiyacımız olduğu çok açıktır. Türkiye'nin hızlı büyümeyi yakaladığı dönemlerde riskleri daha düşük algılayıyor ve ülkeye daha çok yabancı kaynak giriyordu. Büyümenin düşmesiyle birlikte yatırımcılarda ülkemizin risk algılaması da arttı. Türkiye'de son dönemde görülen siyasal istikrar problemi, terör olayları, komşularla ilişkilerde sıkıntılar risk algılamasının artmasında, büyümedeki düşmenin yanında etkili olan başka unsurlardır. Buna karşılık mevcut karışık ortamda Türkiye'nin bir an önce potansiyel büyümesine (min.%5) geri dönmesi birçok olumsuz algıyı giderecek bir hamle olabilir.

Büyümeyi destekleyebilecek unsurlardan en önemlisi maliye politikasında düzenlemeler yapmak olacaktır. Yani kamu harcamalarında kısa dönemli artışlar yapılırsa iç piyasa daha fazla canlandırılabilir. İkinci çeyrekte kur artışlarının ürünlere yansıtılmaması sebebi ile yaşanan ticaret canlılığının devam ettirilmesi ile iç piyasadaki canlanmanın da büyümeyi olumlu etkileyeceğini söylenebilir. Enflasyon üzerinde bir miktar olumsuz etkisi olsa da bunların harcamaya dönüşeceği ve o harcamaların başkaları için gelir ve yeniden harcamaya yaratacağını düşünürsek önemli bir bölümünün KDV, ÖTV ve gelir vergisi olarak devlete geri döneceğini düşünebiliriz.

Saygılarımla,



İÇİNDEKİLER



12



14

EDİTÖR'DEN

3 Riskleri düşürmek ekonomimizin geleceği için önemli

ÖZGÜR TEZER

OYDER Genel Sekreteri

SATIŞ & PAZARLAMA

6 Satışta danışmanların rolü değişiyor mu?

ÇINAR NOYAN

YORUM

12 Otomobilcilerin nakit varlığı devletleri kısındırıyor

HAKAN ÖZENEN

Habertürk Gazetesi
Otomotiv Editörü

Moody's, 2014 bilançolarına göre otomobil markalarının nakit varlığını araştırdı. Buna göre Volkswagen 25,7, Chrysler ise 23,4 milyar Euro nakit ile Letonya'nın yurtiçi hasılasına bedel. VW, Kıbrıs Rum Kesimi'ni 5 milyar Euro geçiyor.

İKİNCİ EL OTOMOBİL TİCARETİ

14 "Yetkili satıcılara 360 derece hizmet veriyoruz"

H. ZAFER TERZİOĞLU

Manheim Türkiye Genel Müdürü

MEVZUAT

18 Engelli muafiyeti

HASAN ŞAHİN

Emekli Emniyet Müdürü
İlker Otomotiv Ticaret Genel Müdürü

Son zamanlarda engelli muafiyetinden yararlanmak suretiyle araç satın almalarında artış olduğundan araç satış bayilerinin aşağıdaki hususlara dikkat etmeleri ileride doğabilecek her türlü hukuki ve cezai sorumluluğunun bir nebze de olsa önüne geçecektir.

HUKUK

20 İşçi özlük dosyasında bulunması gereken belgeler nelerdir?

İBRAHİM HALİL ŞUA

İstanbul Anadolu Adliyesi Hakimisi

ARAÇ KİRALAMA

22 Operasyonel kiralama sektörü 2015 yılının ilk yarısında yüzde 16,6 büyüdü

Türkiye yeni otomobil satışlarının bir önceki yılın aynı dönemine göre %45,2 oranında arttığı (Kaynak: ODD) 2015 yılının ilk yarısında operasyonel kiralama sektörü Türkiye'de satılan yeni otomobillerin %14,6'sı olan yaklaşık 47 bin 930 adet yeni aracı filosuna kattı.

İSTATİSTİK

28 2014 yılı Avrupa'nın en büyük yetkili satıcıları rehberi

SEKTÖR ÖNGÖRÜLERİ

30 "Peugeot Türkiye pazarın 1,5 katı büyüdü"

LAURENT PERNET

Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.
Genel Müdürü

FUAR

38 Kurlardaki yükseliş ikinci el otomobil pazarına yaradı

EKONOMİK İSTATİSTİKLER

40 İhracat %16,2, ithalat ise %8,7 azaldı

OTOMOBİL DÜNYASI

46 Renault hafif ticari araç pazarındaki iddialı hedeflerini açıklıyor

SEKTÖR ANALİZİ

56 Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2015 yılı 8 ayında %47 arttı

Otomobil pazarı %43, hafif ticari araç pazarı %62 büyüdü. Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2015 yılı sekiz ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %47,18 artarak 598.963 adet olarak gerçekleşti. 2014 yılı sekiz aylık döneminde 406.962 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

GÜÇ VE KARİZMA ARTIK OTOMATİK!



500X ŞİMDİ 9 İLERİ OTOMATİK VİTES SEÇENEĞİYLE!

Gücü ve tasarımıyla crossover standartlarını alt üst eden **Fiat 500X**, şimdi sarsıntısız vites değişimi sağlayan 9 ileri otomatik vitesiyle gerçekten rakipsiz. Güç ve karizmanın otomatik haliyle tanışmanız için sizi Fiat showroom'larına bekliyoruz.



www.fiat.com.tr

Satışta danışmanların rolü değişiyor mu?

Tüketicilerin beğenisini ve satın alma kararlarını etkileyen en değerli çalışanlar olarak da her zaman satış danışmanları ön plana çıkmaktadır.



ÇINAR NOYAN

Yıllardır otomotiv sektöründe satış baskısı altında çalışan ve markaların satış rekabetinde tüketiciye markanın temsilciliğini yapan satış danışmanlarının dijital çağın etkileri nedeniyle iş yapıları ve şekillerinde önemli değişimler yaşanıyor.

Otomotiv sektöründe satış, en çok rekabetin yaşandığı ve markaların gelişimini destekleyen en önemli faaliyet olarak göze çarpmaktadır. Tüm



markalar, tüketici beklentilerine göre ürettikleri ürünlerini tüketicilere ulaştırmak için çeşitli yöntem ve uygulamalarla sektördeki varlıklarını sürdürmeye çalışmaktadırlar.

Tüketicilerin beğenisini ve satın alma kararlarını etkileyen en değerli çalışanlar olarak da her zaman satış danışmanları ön plana çıkmaktadır.

Yüksek yatırımlar ile hayata geçirilen dev plazalarda hem ortam hem de hizmet olarak tüketiciler etkilenmeye çalışılmış satıcılarının becerisi ve ürünlerinin özellikleriyle markalar sektörde kendilerine yer edinmeye çalışmışlardır.

Yaklaşık 10 yıldır etkilerini oldukça fazla sosyal alanda göstermeye başlayan “Dijital Çağ” karşı konulamaz bir şekilde otomotiv sektörünü de etkilemekte ve tüketici beğenilerinin farklı kanallardan da etkilenmesine imkan sağlamaktadır.

Geleneksel olarak pazarlama faaliyetlerinden alışık olduğumuz yöntemler yavaş yavaş yerlerini daha yenilikçi ve dijital ortam etkinliklerine bırakmaktadır.

Öncelikle alışık olduğumuz otomotiv satış danışmanlarının davranış şekilleri ve bunun sonuçları üzerine bir hatırlatma yapalım.

Satış danışmanlarından tüketici ile karşılaştıklarında beklenenlerin başında kendi aracının tüm



Yeni dönem tüketicilerinin tamamı kendilerini özgün birer birey olarak tanıyan, bu özgünlüğe uygun samimi davranışlar geliştiren ve bu uygulamaları tüm süreç boyunca unutmadan tekrar eden danışmanlar ile karşılaşmak istiyorlar.

Yaklaşık 10 yıldır etkilerini oldukça fazla sosyal alanda göstermeye başlayan “Dijital Çağ” karşı konulamaz bir şekilde otomotiv sektörünü de etkilemekte ve tüketici beğenilerinin farklı kanallardan da etkilenmesine imkan sağlamaktadır.

özelliklerini çok iyi bilmesi ve üstünlüklerini tüketiciye aktarması geliyordu. Yani bir başka deyişle tüketiciye önceden belirlenmiş ve onu etkileyeceğinden emin olunan “satış argümanımı” doğru ve etkileyici şekilde iletmesi bekleniyordu.

Ancak içinde yaşadığımız çağda, dijital ortamlardaki bilgiye çok kolay ulaşma imkanı artık bu beklentinin çok da geçerli olmadığını bize gösteriyor. Tüketiciler artık araçlardan kendi bekledikleri özellikleri kendi istedikleri şekilde özgürce rakipleri ile karşılaştırabiliyor ve danışmanların yönlendirmelerine ihtiyaç duymuyorlar.

Yapılan araştırmalara göre 2014 yılında telefonlarımız aracılığıyla internette geçirdiğimiz vakit bilgisayar ve tabletler aracılığı ile internette geçirdiğimiz vakti geçmiş bulunuyor. Yani artık telefonlarımızı daha fazla bilgi kaynağı olarak kullanıyor ve her an yanımızda taşıyoruz.

Satış danışmanlarından ikinci en büyük beklenti de rakipleri çok iyi bilmeleri ve bu bilgiye göre

Tüketiciler marka showroomundan içeri girmeden önce kontrollü veya kontrolsüz olarak elde ettiği pek çok bilgiye sahip ve neredeyse yarı yarıya kararını vermiş şekilde kapıdan içeri giriyor. Bu karar da kendi araştırmaları ile oluşan bir bilgi birikiminden kaynaklandığından danışmanın söylediği ikna edici olamıyor ve hatta çoğu zaman tüketici tarafından satmaya yönelik bir hamle olarak algılandığından olumsuz olarak değerlendiriliyor.

tüketicilerin başka bir markayı seçmelerini önleyecek argümanlar üretmeleri idi. Yani kararsız tüketicileri kendi markalarına bağlarken diğer markalardan neden uzak durmaları gerektiği konusunda ikna edici olmaları bekleniyordu.

Bu beklenti hala geçerliliğini korumakla birlikte bu işi yapmak gittikçe zorlaşmaya başladı. Yine firmaların kendi internet siteleri ve bağımsız internet sitelerinden bahsedilen bilgiye ulaşmak çok kolay hale geldi.

Tüketiciler marka showroomundan içeri girmeden önce kontrollü veya kontrolsüz olarak elde ettiği pek çok bilgiye sahip ve neredeyse yarı yarıya kararını vermiş şekilde kapıdan içeri giriyor. Bu karar da kendi araştırmaları ile oluşan bir bilgi birikiminden kaynaklandığından danışmanın söylediği ikna edici olamıyor ve hatta çoğu zaman tüketici tarafından satmaya yönelik bir hamle olarak algılandığından olumsuz olarak değerlendiriliyor.

Yeni düzende araç tanıtımı da standartlar ile önemli ölçüde farklılıklar göstermeye başlamış durumda. Hemen hemen her markanın kendine ait bir araç tanıtma standardı bulunuyor ve danışmanların bu yöntem ile aracı tüketicilere tanıtımları bekleniyor. Halbuki tüketici ya tüm özellikleri önceden öğrenmiş ya da pek çoğu ile ilgilenmediği için bu ritüele sonuna kadar dayanmak istemiyor.



Geleneksel olarak satış danışmanlarından beklenen davranışlardan biri de hem markanın satış hedefine uymak hem de yetkili satıcının karlılık hedefine ulaşması için karlılığa çok önem vermek olduğunu söyleyebiliriz.



Satış danışmanlarının en dikkat etmesi gereken konulardan biri de marka standartlarına uygun karşılama, tanıtma ve kişisel bilgi depolaması olarak düşünüyor ve böyle davranması konusunda eğitiliyordu.

Yine bugünün yaşam şekline baktığımızda tüketiciler artık genel bir uygulamanın parçası olmaktan hoşlanmıyor ve kişiye özel davranışları daha samimi buluyor. Yani kapıdan girdiği andan itibaren kendisini büyük global bir uygulamanın parçası gibi hissetmektense kendisine özel geliştirilmiş jestlerle karşılaşmayı bekliyor.

Artık yeni dönem tüketicilerinin tamamı kendilerini özgün birer birey olarak tanıyan, bu özgünlüğe uygun samimi davranışlar geliştiren ve bu uygulamaları tüm süreç boyunca unutmadan tekrar eden danışmanlar ile karşılaşmak istiyorlar.

Tüketicileri standart bir gülümseme mecburiyeti, çok alışıldık karşılama cümleleri ve sürekli zorlama nezaket ile showrromlarında ağırlayan danışmanlar samimi olmamakla ve daha da önemlisi sadece yapacakları satışı düşünmekle suçlanıyorlar.

Bu durum danışmanların inisiyatif kullanması ve kişiye özel davranışlar geliştirmesi gibi bir mecburiyetin artık kapımıza dayandığı gerçeğini bizlere gösteriyor. Halbuki marka standartları ile patronun satış ve karlılık baskısı arasında kalan danışmanlar, ne yapacaklarını şaşırarak yüzleşmek durumunda kalıyorlar.

Geleneksel olarak satış danışmanlarından beklenen davranışlardan biri de hem markanın satış hedefine uymak hem de yetkili satıcının karlılık hedefine



RENAULT
Passion for life

Renault KADJAR

Seyirci kalma, yaşamaya başla.



#seyircikalma

Renault Kadjar versiyonlarının yakıt tüketimi en az 3,6 lt/100 km, en fazla 6,8 lt/100 km; ortalama CO₂ salımı en az 99 g/km, en fazla 129 g/km'dir. Modeller üzerindeki aksesuarlar ile sabırlılar farklılık gösterebilir. Ayrıntılı bilgi www.renault.com.tr'de.

Renault Türkiye

renault.com.tr

ulaşması için karlılığa çok önem vermek olduğunu söyleyebiliriz.

Bu noktada da artık tüketicilerin çok hazırlıklı olduğu, araç pazarlığına girmeden önce tüm muhtemel alım şekilleri ve indirimler hakkında bilgi topladığı bir gerçek. Çoğu zaman tüketiciler telefon veya internet aracılığı ile aynı markaların farklı yetkili satıcılarından satış rakamlarını öğrenmiş oluyorlar.

Danışmanlar açısından fiyat pazarlığı bu nedenle bir yaratıcılık zamanı olmaktan çıkıp standart bir indirim sürecine dönüşmüş oluyor. Önceden bildikleri rakip davranışlarına göre kendi kafalarında belirledikleri minimum satış seviyelerine hızla fiyatı indirip tüketicinin karar aşamasına geçmesini bekliyorlar.

Yeni düzende araç tanıtımı da standartlar ile önemli ölçüde farklılıklar göstermeye başlamış durumda. Hemen hemen her markanın kendine ait bir araç

Tüketiciler artık karar aşamasını kendisine gösterilen kişisel ilgiye ve bu ilginin samimiyetine göre değerlendiriyorlar. Eskiden bilgi almak amaçlı olan yetkili satıcı ziyaretleri, artık işi bitirmek ve kendini iyi hissetmek üzerine kurulmaya başladı.



tanıtma standardı bulunuyor ve danışmanların bu yöntem ile aracı tüketicilere tanıtımları bekleniyor. Halbuki tüketici ya tüm özellikleri önceden öğrenmiş ya da pek çoğu ile ilgilenmediği için bu ritüele sonuna kadar dayanmak istemiyor.

İşte tam bu noktada danışmandan hızlıca tüketicinin beklentisini ve tarzını kavraması, bu tarza uygun yaklaşımda bulunması ve tanıtımı da bu bilgiler ışığında hayata geçirmesi gerekiyor.

Genel olarak satış danışmanları kendilerinden beklenen davranışlar ile gerçek müşteri davranışları arasında sıkışmaktan hızlıca çözüme ulaşmaya kendilerini odaklamaya başlıyorlar. İşte bu nedenle otomobil satışı duygusal bir ilişki olmaktan çok uzakta ve sadece bir işlem merkezi operasyonu haline dönüşüyor.

Satış danışmanlarının marka standartları ve kendi kişisel iletişim becerileri ile müşteriyle kurmaya çalıştıkları ilişki aslında müşterilerin beklediği samimiyeti sağlamaktan çok uzakta.

Tüketiciler artık karar aşamasını kendisine gösterilen kişisel ilgiye ve bu ilginin samimiyetine göre değerlendiriyorlar. Eskiden bilgi almak amaçlı olan yetkili satıcı ziyaretleri, artık işi bitirmek ve kendini iyi hissetmek üzerine kurulmaya başladı.

Bu nedenle önümüzdeki yıllarda tüketicinin sadece cebindeki parayı alabilen değil aynı zamanda onu samimiyeti ve gerçekliği ile ikna edebilen satış danışmanlarının çok daha başarılı olacağı anlaşılıyor.

Bakalım bundan sonraki dönemde hangi markalar bu değişime hızlıca uyum gösterecek ve hızlarının karşılığını satışta üst sıralara tırmanarak alacak? <<<

Genel olarak satış danışmanları kendilerinden beklenen davranışlar ile gerçek müşteri davranışları arasında sıkışmaktan hızlıca çözüme ulaşmaya kendilerini odaklamaya başlıyorlar. İşte bu nedenle otomobil satışı duygusal bir ilişki olmaktan çok uzakta ve sadece bir işlem merkezi operasyonu haline dönüşüyor.



YENİ OUTBACK... HERŞEYE HAZIR



yeni
OUTBACK



Confidence in Motion

Zorlu yol koşulları... Sürprizler... Gitmek istediğiniz yeni yerler... Yaşamak istediğiniz sıra dışı deneyimler... Maceranın cazibesine kapıldığınız her anda; sert hatları ve sağlam duruşuyla şekillenen yeni tarzı, sürüş farkındalığınızı kat kat artıracak, güven dolu **EyeSight™** teknolojisi ve konforu genişletilmiş iç mekanıyla Yeni Outback size kusursuzca eşlik eder.

6.1 lt/100km ortalama yakıt tüketimi.

www.subaru.com.tr
facebook.com/turkiyesubaru
twitter.com/turkiyesubaru

Moody's Araştırması üreticilerin nakit gücünü ortaya koydu

Otomobilcilerin nakit varlığı devletleri kışkandırıyor



HAKAN ÖZENEN

Habertürk Gazetesi
Otomotiv Editörü

Moody's, 2014 bilançolarına göre otomobil markalarının nakit varlığını araştırdı. Buna göre Volkswagen 25.7, Chrysler ise 23.4 milyar Euro nakit ile Letonya'nın yurtiçi hasılasına bedel. VW, Kıbrıs Rum Kesimi'ni 5 milyar Euro geçiyor.

Dünyanın önde gelen otomobil markalarının aynı zamanda nakit zengini olduğu ortaya çıktı. Uluslararası derecelendirme kuruluşu Moody's'in 2014 yılı bilançolarını kullanarak yaptığı bir araştırma, otomobil markalarının nakit varlıklarının kimi küçük ülkelerin yurtiçi hasıllarından daha büyük olduğunu ortaya koydu.

Örneğin Letonya'nın yurtiçi hasılasına eşit, yaklaşık 25.7 milyar Euro nakit ile zirvede bulunan Volkswagen bu varlığı ile Kıbrıs Rum Kesimi'nden ise 5 milyar Euro daha zengin bir şirket. Volkswagen'le kıyaslandığında daha 'fakir' görünen Daimler'in nakit varlığı 6,3 milyar Euro. Moody's'in araştırması, 2008 krizinden hasarla çıkan Amerikalıların ise krizden sonra hatalarından ders çıkardıklarını gösteriyor.

NAKİTTE DİKKATLİ GİDİYORLAR

2008 yılında ABD'de Lehman Brother'ın ipotek kriziyle çöküşüyle başlayan çöküş, nakdi bulunmayan otomobil devlerine zor zamanlar yaşatmıştı. GM ve Chrysler ancak milyarlarca dolarlık devlet desteğiyle ayakta kalabilmiş, Ford o tarihte Volvo ile yollarını ayırmak zorunda kalmıştı.

Gelecekte bu tip sıkıntıları yeniden yaşamak istemeyen ABD'li markaların bilançolarına



bakıldığında nakitte artık ihtiyatlı oldukları görülüyor. 2014 bilançolarına bakıldığında krizde zor zamanlar yaşayan Chrysler'in 23.4, General Motors'un 20.8, Ford'un ise 19.3 milyar Euro parasının nakit olarak beklediği görülüyor. Krizden Amerikalılar kadar etkilenmemiş olsalar da, Alman devlerinin nakit rezervleri de devletlerle rekabet edebilecek düzeyde.

BİRİKTİRMEMİŞ OLSALAR NE YAPARLARDI?

Peki, dünya otomotiv devleri bunca nakiti kenara ayırmamış olsalardı, ihtiyaç halinde ne yapacaklardı? Araştırmamızın çarpıcı sonuçlarından birini de bu bilgi oluşturuyor. İşte nakit rezervi sıralamasına göre otomobil markaları ve bu kadar nakiti biriktirmek için kaç adet satış yapmaları gerektiği aşağıda aktardık.

- 1 Volkswagen'in 25.7 milyar Euro'su olmasa ve 'birdenbire ihtiyaç duysaydı' ne yapabilirdi? Almanya fiyatı 17 bin 650 Euro olan Golf'ten bir seferde tam 1 milyon 456 bin 90 adet satması gerekiyordu.
- 2 Japon devi Toyota'nın nakit varlığı 25.4 milyar Euro. Bunun için 26 bin 850 Euro'dan 945.996 adet Corolla satması gerekiyordu.
- 3 Fiat-Chrysler'in 23.4 milyar Euro nakdinin otomobil olarak karşılığı 268 bin Euro fiyatla 87 bin 313 adet Ferrari F12 Berlinetta.
- 4 General Motors'un, 20.8 milyar Euro nakite bir seferde ihtiyacı olsaydı 9 bin 500 Euro'luk Opel Karl'dan 2 milyon 189 bin adet satması gerekirdi.
- 5 Kia'nın sahibi Hyundai'nin nakit varlığı 19.4 milyar Euro. Türkiye'nin bir yıllık otomotiv ihracatına karşılık geliyor.
- 6 Ford'un nakit varlığı da 20 milyar sınırında; 19.3 milyar Euro. "Karşılığı kaç araç?" diye merak ederseniz, "Tam 459 bin 523 adet Mustang" diyebiliriz.
- 7 Renault-Nissan'ın nakit varlığı rakiplerine göre az gibi görünse de 12.7 milyar Euro'ya ihtiyaç duyulduğunda 747 bin adet Kangoo satması gerekiyor.
- 8 BMW de nakitte rakiplerine göre geride kalmış durumda. 9.7 milyar Euro ile 134 bin Euro'luk M6 Cabrio'dan 72 bin 388 adet satabilmeleri gerekiyor.
- 9 Peugeot ve Citroen markalarının üreticisi Fransız PSA ciddi nakit krizi yaşadıkdan sonra, Çin'i keşfederek sıkıntıyı hafifletti. Grubun nakit varlığı 9.1 milyar Euro. Ya da fiyatı 13 bin 990 Euro'dan satılması gereken tam 650 bin 464 adet C4 Cactus.
- 10 Yatırımları süren Daimler nakit konusunda rakiplerine göre 'daha fakir' görünüyor. 6.3 milyar Euro'ya ihtiyaç duyduğunda şirket, fantastik aracı S65 AMG'den 26 bin 724 adet satmak zorunda.
- 11 Hindistan'ın dev şirketi Tata ile geri dönen Jaguar Land Rover markalarının nakit varlığı ise yaklaşık 3.7 milyar Euro.
- 12 Continental. 3.6 milyar Euro nakitle 12'nci Bu rakama ihtiyaç duysa 400 Euro'dan 9 milyon takım 4'lü lastik satması gerekiyor.

Manheim Türkiye Genel Müdürü H. Zafer Terzioğlu: "Manheim Takas'ta her zaman güncel fiyat bilgisi bulunmaktadır. Ayrıca Yetkili Satıcıların perakende satış performansını artırır ve ikinci el stoğunu azaltır, satışa dönme oranını pozitif etkiler, zaman ve maliyet yönetimi yapmasına yardımcı olur"

**Manheim Türkiye Genel Müdürü
H. Zafer Terzioğlu:**

**"Yetkili satıcılara
360 derece
hizmet veriyoruz"**

Borusan Manheim kimdir?

Borusan Holding ve Cox Automotive USA ortaklığı ile 2008 yılında kurulmuştur. Online ve fiziki olarak kullanılmış araç açık arttırma hizmeti sağlamaktadır. Ayrıca Türkiye'de fiyatlama modülü sayesinde şubeleri aracılığı ile Otomax.com üzerinden nihai kullanıcılardan nakit araç satın almaktadır. Amerikalı ortağımız Cox Automotive, dünyanın en büyük Online araç platformu olan Autotrader.com ile yine dünyanın en büyük açık arttırma şirketi olan Manheim markalarına sahiptir. Ayrıca Amerika'nın bir numaralı araç referans sitesi olan Kelley Blue Book (www.kbb.com) firmasının da sahibidir. Bunların haricinde geçtiğimiz ay 4 milyar USD bedel ile nakit olarak satın aldığı Dealer Track ile tüm dünyadaki yetkili satıcılara 360 derece hizmet veren bir kurum haline gelme gücünü yakalamıştır.



3 farklı değeri 15 saniyede sağlıyoruz. Nakit satınalma fiyatımız ile yetkili satıcılarımız ister aracı derhal bize satabiliyor ve paralarını ertesi gün havale ile alıyor. İsterlerse tahmini açık arttırma fiyatından faydalanarak aracı 1 dakika içinde bizim 4.000'den fazla üyemizin fiyat teklifi verebileceği Online platformumuza yükleyebiliyor ve daha yüksek bir bedelle satabilme şansına sahip oluyor.



Manheim Takas nedir?

Tek görevi Türkiye'deki tüm kullanılmış otomobillerin günlük fiyatlarını takip ederek, belirleyerek sisteme giriş yapmak olan 4 kişilik tecrübeli bir ekibimiz var. Arkadaşlarımız 1,5 yıldır Manheim satışlarını, bayilerimizin satışlarını, Online platformları ve tüm pazarı anlık takip ederek yüksek teknoloji ile kurulmuş sade ancak binlerce algoritmadan faydalanan sistemimize kaydetmektedirler. Özellikle bizim aylık 1.500 civarındaki çeşitliliği yüksek marka / versiyondan oluşan satışlarımız işimizi son derece yüksek doğrulukla yapmamızı sağlıyor.

Bu verileri pazarın profesyonel kullanıcılarına yakın zamanda açtık. 3 farklı değeri 15 saniyede



Tek görevi Türkiye'deki tüm kullanılmış otomobillerin günlük fiyatlarını takip ederek, belirleyerek sisteme giriş yapmak olan 4 kişilik tecrübeli bir ekibimiz var. Arkadaşlarımız 1,5 yıldır Manheim satışlarını, bayilerimizin satışlarını, Online platformları ve tüm pazarı anlık takip ederek yüksek teknoloji ile kurulmuş sade ancak binlerce algoritmadan faydalanan sistemimize kaydetmektedirler.

sağlıyoruz. Nakit satınalma fiyatımız ile yetkili satıcılarımız ister aracı derhal bize satabiliyor ve paralarını ertesi gün havale ile alıyor. İsterlerse tahmini açık arttırma fiyatından faydalanarak aracı 1 dakika içinde bizim 4.000'den fazla üyemizin fiyat teklifi verebileceği Online platformumuza yükleyebiliyor ve daha yüksek bir bedelle satabilme şansına sahip oluyor. Ya da isterse verdiğimiz Tahmini Perakende Fiyat bilgisi ile herhangi bir kullanılmış otomobili takasa alarak nihai kullanıcılara satmak konusunda elini güçlendiriyoruz.

Bunun haricinde pazardaki Buyback imkanlarını ve filo kiralama şirketlerinin gelecekteki tahmini araç bedellerini öngörebilmesi imkanını arttırmak amacıyla sistemimize RV değerlendirme fonksiyonunu ekleyeceğiz. 2016 Ocak ayı itibarı ile benzersiz bir RV fiyatlama hizmeti sağlamayı hedefliyoruz.

Sistemimiz 2000 – 2015 yılları arasında Türkiye'de satılmış tüm binek ve hafif ticari araçların %75'ini otomatik olarak fiyatlamaktadır. Kalan Manuel fiyatlama için ise merkezi ekibimiz 7/24 destek vermektedir.

Nasıl İşliyor?

Takasa gelen aracı satmak için www.manheimtakas.com üzerinden araç bilgilerini ve ekspertiz detaylarını girerek 15 saniyede fiyat alabiliyorsunuz. Sistem otomatik olarak 3 farklı fiyat alternatifi sunuyor; "Manheim Satınalma Teklifi", "Tahmini Açık Arttırma Fiyatı" ve "Tahmini Perakende Fiyatı". Bu fiyatları referans kabul edip her marka aracı takasa alabiliyorsunuz ve stoğunuzda tutmak istemezseniz de anında verilen Satınalma fiyatından



Hedefimiz 2016 yılında 2.500 adet araç satın almak, 5000'den fazla aracın Online açık arttırma platformunda satılmasını sağlamak ve 500 Yetkili Satıcı'nın sistemi aktif olarak kullanmasını sağlamak.

Sistemimiz 2000 – 2015 yılları arasında Türkiye'de satılmış tüm binek ve hafif ticari araçların %75'ini otomatik olarak fiyatlamaktadır. Kalan Manuel fiyatlama için ise merkezi ekibimiz 7/24 destek vermektedir.

Manheim'a satabiliyorsunuz. Tabi Manheim bu aracı alıp açık arttırmada satacağı için eğer derseniz açık arttırmayı tercih edip daha yüksek fiyatlara kendiniz de satabilirsiniz.

Avantajları nelerdir?

Manheim Takas'ta her zaman güncel fiyat bilgisi bulunmaktadır. Ayrıca Yetkili Satıcıların perakende satış performansını artırır ve ikinci el stoğunu azaltır, satışa dönme oranını pozitif etkiler, zaman ve maliyet yönetimi yapmasına yardımcı olur.

Planlarınız?

Sistemin pilot uygulama ile başladığı 1 Ocak 2015 itibarıyla 1000 adedin üzerinde araç satın alındı, 250'nin üzerinde Yetkili Satıcı sisteme dahil edildi. Hedefimiz 2016 yılında 2.500 adet araç satın almak, 5000'den fazla aracın Online açık arttırma platformunda satılmasını sağlamak ve 500 Yetkili Satıcı'nın sistemi aktif olarak kullanmasını sağlamak. Bir başka etik amacımız ise pazardaki fiyatlamayı şeffaf, karşılaştırılabilir ve raporlanabilir hale getirerek bayi sahiplerinin cebine girmeyen ciddi miktar paranın bayilerde kalmasını sağlamak. Tabi bu zaman alacak. <<<





MANHEIM
TAKAS

EZBER BOZUYORUZ

İkinci El Aracınıza Saatlerce Fiyat Araştırmaya SON!

3 Farklı Fiyat Alternatifi Manheim Takas'ta Sizi Bekliyor

Yetkili satıcılar takas araçlarını
Manheim Takas ile **SADECE 15 Saniyede** fiyatlıyor ve satıyor.
Ekspertizi ile birlikte 2000 yılından 2015 yılına kadar
satılmış olan tüm ikinci el araçlara
3 farklı fiyat alternatifi için adres:

www.manheimtakas.com



Engelli muafiyeti

Son zamanlarda engelli muafiyetinden yararlanmak suretiyle araç satın almalarda artış olduğundan araç satış bayilerinin aşağıdaki hususlara dikkat etmeleri ileride doğabilecek her türlü hukuki ve cezai sorumluluğunun bir nebze de olsa önüne geçecektir.

HASAN ŞAHİN

Emekli Emniyet Müdürü
İlker Otomotiv Ticaret Genel Müdürü



O 1.07.2005 yılında çıkartılan 5378 sayılı Engelliler Hakkındaki Kanun ile engelli vatandaşlarımızın onurlu saygılı ve toplumsal hayatta diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımını sağlamak engelliliği önleyici düzenlemeleri yapılmasını hüküm altına almasıyla birlikte, Özel Tüketim Vergisi Kanununda (ÖTV) ve 2918 Sayılı Karayolları Trafik Kanununda yapılan düzenlemelerle engelli vatandaşlarımızın sosyal hayatını kolaylaştırmak maksadıyla ÖTV'den muaf araç satın almalarını ve adlarına tescil ettirmelerinin önü açılmıştır.

Kanundan kaynaklı haklarını kullanmak isteyen engelli vatandaşlarımızın sayısındaki artışın son zamanlardaki esas sebeplerinden biriside araçların kullanımı ile alakalı kısıtlamaların kalkması olmuştur. ÖTV'den muaf araç satın almak isteyen engelli vatandaşlarımızın yakınlarının getirmiş olduğu sağlık raporlarında ve diğer evraklar konularda bayide görevli satış personelinin çok dikkatli ve titiz olması gerekmektedir. Çünkü bu raporlarda ileride çıkabilecek bir hata veya olumsuzluk ÖTV Mükellefi bayi olduğundan Vergi Daireleri her türlü olumsuzluğu direk araç satış bayilerine yansıtacaktır.

Bu sebepledir ki, gerek bayilerdeki satış personelinin gerekse yetkili kişilerin Engelli Muafiyetinden faydalandırarak satış yapacakları araçların işlemlerinde aşağıdaki hususlara dikkat etmeleri gerekmektedir.

- 1- Engelli Sağlık Kurulu Raporu alınan sağlık kuruluşunun ilgili mevzuat çerçevesinde yetkili sağlık kuruluşu olup olmadığına,
- 2- Sağlık Raporlarında mutlaka 'ENGELLİ SAĞLIK KURULU RAPORU' ibaresinin olup olmadığına,

01.07.2005 yılında çıkartılan 5378 sayılı Engelliler Hakkındaki Kanun ile engelli vatandaşlarımızın onurlu saygılı ve toplumsal hayatta diğer bireylerle eşit koşullarda tam ve etkin katılımını sağlamak engelliliği önleyici düzenlemeleri yapılmasını hüküm altına almasıyla birlikte, ÖTV ve 2918 Sayılı Karayolları Trafik Kanununda yapılan düzenlemelerle engelli vatandaşlarımızın sosyal hayatını kolaylaştırmak maksadıyla ÖTV'den muaf araç satın almalarını ve adlarına tescil ettirmelerinin önü açılmıştır.

3- Sağlık Raporlarının ÖTV Kanununun çıktığı tarih olan 01.08.2002 tarihinden sonra alınmış olup olmadığına,

4- Adına Engelli Sağlık Kurulu Raporu düzenlenen kişinin raporunda T.C. Numarası yazması, resimli olup olmadığına, (son mevzuat hükümlerine göre düzenlenmesi esas olmalı)

5- Alınan Engelli Sağlık Kurulu Raporu süreli ise muafiyetten yararlanılacağı tarih itibarıyla en az 6 ay süre ile geçerliliğin devam edip etmediğine,

6- Sağlık kurulu raporunda %90 ve üzeri engelliliği bulunan yetişkin kişilerin raporunda 'Zihinsel' - 'Ruhsal ve Duygusal' kutucuklarının işaretli olması durumunda Sulh Hukuk Mahkemesinden veya Aile Mahkemesinden alınmış vasi kararı ve araç alımına ilişkin vasiye verilmiş olan yetki belgesinin (Ek Karar) bulunup bulunmadığına,

7- Muafiyetten yararlandırılacak engelli kişi ergin değil işe (18 yaşından küçükler) Anne-Baba birlikte verecekleri taahhütname, anne veya baba, boşanma halinde mahkemece kendisine velayet bırakılan, anne veya babadan birinin ölmesi halinde sağ kalan eşin noterden vereceği Taahhütnamesinin olup olmadığına,

8- ÖTV Muafiyeti 5 yılda bir defaya mahsus olmak üzere faydalandırılan muafiyet olduğundan bu süre dolmadan önce herhangi bir muafiyetten faydalanıp faydalanmadığının sorulması,

9- Bütün bunların tamam olması halinde Sağlık Raporundan 3 nüsha noter tasdikli alınarak işlemlere başlanmalıdır. (Alınan Noter Tasdikli Sağlık Raporların bir suretinin Muafiyetten faydalandırmak üzere ÖTV Servisine, bir suretinin MTV muafiyetinden faydalandırmak üzere MTV servisine, bir suretinin de tescil kuruluşuna verilmek üzere alınır.)



Engellilik derecesi %90'ın altında olan ve ÖTV Muafiyetinden faydalanarak otomatik vitesli (tertibatsız) araç satın alan H sınıfı sürücü belgesi (Otomatik Vitesli Araç Kullanır) bulunan engelliler tarafından satın alınan araçları sahibi dışındaki kişilerinde kullanması mümkündür.

Kanundan kaynaklı haklarını kullanmak isteyen engelli vatandaşlarımızın sayısındaki artışın son zamanlardaki esas sebeplerinden biriside araçların kullanımı ile alakalı kısıtlamaların kalkması olmuştur. ÖTV'den muaf araç satın almak isteyen engelli vatandaşlarımızın yakınlarının getirmiş olduğu sağlık raporlarında ve diğer evraklar konularda bayide görevli satış personelinin çok dikkatli ve titiz olması gerekmektedir.

Engellilik derecesi %90'ın altında olan H sınıfı sürücü belgesi bulunan engelliler tarafından bizzat kullanılmak amacıyla satışı yapılacak olan araçlara engelli kişinin sağlık raporunda belirtilen engeline uygun olarak özel tertibatının yaptırılarak özel tertibatın kişinin engeliyle uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Engelli kişinin engeline uygun olarak tadilat yapılan araçları engelli kişi ve bu aracı kullanmaya yeterli sürücü belgesine sahip kişilerin dışında bir başkasının kullanması mümkün değildir.

Yine Engellilik derecesi %90'ın altında olan ve ÖTV Muafiyetinden faydalanarak otomatik vitesli (tertibatsız) araç satın alan H sınıfı sürücü belgesi (Otomatik Vitesli Araç Kullanır) bulunan engelliler tarafından satın alınan araçları sahibi dışındaki kişilerinde kullanması mümkündür.

ÖTV istisnasından faydalanılarak tescili yapılan araçların ilk iktisabından sonra beş yıl geçmeden deprem, heyelan, sel, yangın veya kaza sonucu kullanılamaz hale gelmesi nedeniyle hurdaya çıkartılmasında, durumları dışında bir başka taşıt için ÖTV istisnası uygulanmaz ve ÖTV ödenmeden satılamaz.

Adına ÖTV'den muaf olarak araç tescili yapılan engelli kişinin ilk iktisap tarihinden itibaren beş yıl geçmeden vefat etmesi halinde, varisler adına tescilinde de ÖTV aranmaz ancak, varislerden birinin veya birkaçının hakkından feragat etmeleri veya aracı 5 yıl dolmadan satmaları halinde kalan süre hesaplanarak ÖTV ödenmek suretiyle işlemlere devam edilebilir. <<<

İşçi özlük dosyasında bulunması gereken belgeler nelerdir?

Personel dosyasını hazırlama konusunda işveren nelere dikkat etmelidir?

İBRAHİM HALİL ŞUA

İstanbul Anadolu Adliyesi Hakimi

Bu dosya 4857 sayılı İş Kanunu'nun İşçi Özlük Dosyası ile ilgili 75. maddesi gereği oluşturulmuştur. PERSONEL ile başlayan satırdaki evraklardan çalışan sorumludur. Tüm belge ve bilgiler üçüncü şahıslardan saklı kalmak kaydıyla:

PERSONEL	İşçi kimlik bilgileri, Nüfus Cüzdanı Fotokopisi, Vukuatlı Nüfus Cüzdan Örneği (Nüfus Müdürlüğü) İkametgâh İlmühaberi veya Yerleşim Yeri Belgesi (Muhtarlık veya Nüfus Müdürlüğü) 2 Adet Fotoğraf Mezun olduğu okul diploma fotokopisi Referansları ve CV'si Sağlık Raporu, (Sağlık ocağı) Kan Grubu Kartı (Sağlık ocağı) Adli sicil kaydı, (Adliye) Askerlik Terhis belgesi fotokopisi veya Tecilli olduğuna dair yazı (Askerlik Şub.) Bakmakla yükümlü olduklarının nüfus cüzdanları fotokopileri
İŞVEREN	İşe başvuru formu (cv) Kanun gereği iş sözleşmesi, Aile Bildirim Formu Rapor Tahhütnamesi Fazla çalışma için işçinin onayının alındığı yazı, Yıllık Ücretli İzin Cetveli Periyodik olarak sağlık muayenelerinden geçirildiklerine dair rapor. İş Güvenliği Formu İşe Giriş/Çıkış Bildirimleri Ödenen ücretlere ait hesap pusulalarının bir sureti,

ŞARTLARA BAĞLI BULUNMASI GEREKEN EVRAKLAR (VARSA)

PERSONEL	Yıl içinde Başka bir İşyerinde Çalıştı İse Önceki İşyerinden Alacağı Gelir Vergisi Matrahı Yazısı Sigorta Kartı Fotokopisi Evlilik Cüzdanı Sürücü Belgesi İŞKUR Sertifikası varsa bildirilecek. Diğer Sertifika, Kurs Bitirme vb. Belgeler Özürlü işçi ise Sakatlık Raporu aslı veya fotokopisi Sakatlık İndiriminden yararlanabilmesi için ilgili defterdarlıktan indirim uygulanacağına dair yazı Sakat işçi için İş Kur müracaat kayıt evrakı Eski hükümlü ise İş Kur müracaat kayıt evrakı Terör mağduru ise İş Kur müracaat kayıt evrakı
İŞVEREN	Herhangi bir kanuni sebeple ücret kesme cezası uygulanırsa, yapılan kesint. sebebinin bil. yazı Banka Hesap açma Formu (10 İşçi ve üstü) Diğer; Tutanaklar, Savunmalar, İhtarlar, İbraname vs.

PERSONEL DOSYASI KONUSUNDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR

1. İşçi dosyasında bulunması gereken evraklar kesinlikle tam ve düzenli olmalı.
2. Başvuru formunda kesinlikle işe alınan kişinin amirinin onay ve imzası olmalı.
3. İşçi ile işe alım esnasında ücretinin brüt veya net olduğu, vergileri ve hangi vergi, kim tarafından ödenecek anlatılmalı ve tarafına verilecek bordro izah edilmeli.
4. İşçi ile aylık ücret üzerinden mi günlük ücret üzerinden mi çalışılacağı işçiye belirtilip bordro da bu hususlar gösterilip uygulanmalı.
5. Ücret pusulası anlaşılır ve anlatılabilir olmalı.
6. İşçi ücret pusulasını okuyup imzalamalı. Ücret pusulasında da üst kısımda işçinin Sosyal Güvenlik Kurumuna ve işçiye ödenen tutarlar bulunmalı ve bordro altında bir önceki ay ve daha önceki aylara ilişkin durum borç alacak olarak belirtilmeli.
7. Ücret pusulası altındaki tüm bu bilgiler altında işçinin imzası bulunmalı işçi bu belgeyi.... (okudum..) diye yazarak imzalamalı.
8. İşçi ile kesinlikle kişiye özel sözleşme yapılmalı.
9. Sözleşme: Emekli işçi sözleşmesi, belirli süreli iş sözleşmesi, belirsiz süreli iş sözleşmesi
10. Sözleşmede işveren imzası olmak zorundadır. Yalnız işçi imzası sözleşmeyi tek taraflı kılar.
11. Günlük işe giriş çıkış çizelgesi ile puantaj kayıtları mutlak imzalanması gereken bir evraktır.
12. Fazla mesailer bu puantaj sistemi ile birebir tutmalı ve fazla mesai var ise bu imzalı evrak üzerinden hesaplanmalıdır. Fazla mesai yönünden işçinin muvafakatinin her yıl için ayrı ayrı Ocak ayı içerisinde alınması gerekir.
13. İzin dilekçesi izin talebi esnasında muhakkak alınmalıdır. İzne dilekçesiz ayrılan personel işe gelmemiş sayılmalı ve ihtar çekilmelidir, dilekçe vermesi mecbur koşulmalıdır. İzin dönüşünde muhakkak imzasının alınması gerekir.
14. İzin belgesi işçiye izin dönüşü kesinlikle doldurtulması gereken bir evraktır. İzin bir işçinin feragat edemeyeceği bir durumdur. İşveren işçiye izin kullandırmak zorundadır.
15. İşveren işçiye çalıştığı süre zarfında izin yerine ücret veremez. Fiilen izin kullandırmalıdır.
16. İşten ayrılan veya iş akti sona erdirilen işçi izin kullanmamış ise işçiye kullanmadığı yıllık izin ücreti ödenecektir.

Şirket çalışanı uzun süreli borç veremez. Kısa süreli borç verildi ise borç sözleşmesi yapılmalıdır. Bu husus şirket çalışma yönetmeliğine yazılabilir.

İstifa halinde kesinlikle istifa dilekçesi alınmalı. İstifa sebebi ısrarla dilekçeye yazdırılmalı mümkünse işe başlayacağı yerin adı yazdırılmalıdır.

17. İşçinin sözleşme şartları ihlalinde muhakkak tutanak veya savunma alınmalıdır. Tutanakta en az 2 şahidin imzası olmalıdır.
18. İşçiye kullanmakta olduğu şahsına özel araç gereç ve ekipman var ise özel bir zimmet formu düzenlenerek bahse konu araç işçiye zimmetlenmelidir.
19. Şirket çalışanı uzun süreli borç veremez. Kısa süreli borç verildi ise borç sözleşmesi yapılmalıdır. Bu husus şirket çalışma yönetmeliğine yazılabilir.
20. İstifa halinde kesinlikle istifa dilekçesi alınmalı. İstifa sebebi ısrarla dilekçeye yazdırılmalı mümkünse işe başlayacağı yerin adı yazdırılmalıdır.
21. İstifa dilekçesinde karşılıklı imzalar bulunmalıdır.
22. İşten ayrılmalarda tazminat formları tam doldurulmalıdır. İbraname hazırlanmalı ibranamede tutarlar muhakkak yazılmalıdır.
23. İşten ayrılma ve çıkartılma esnasında imzalanan ibranameler dikkate alınmamaktadır.
24. İşçinin resmi kurumlardan aldığı raporların kesinlikle işyeri şahsi dosyasına istenmesi gerekmektedir.
25. İşveren, işyerinin çalışma şartları çerçevesinde iş güvenliği iş sağlığı şartları doğrultusunda gerekli ekipman eğitim ve ortamları oluşturmak ve sağlamakla mükelleftir. <<<





2014 yılının ilk yarısı sonuna göre %16,6'lık bir büyüme kaydeden sektörün parkındaki araç sayısı yaklaşık 250 bin 95 adet oldu. Sektörün 2014 yılı sonuna göre büyüme oranı ise %5,5.



Türkiye yeni otomobil satışlarının bir önceki yılın aynı dönemine göre %45,2 oranında arttığı (Kaynak: ODD) 2015 yılının ilk yarısında operasyonel kiralama sektörü Türkiye'de satılan yeni otomobillerin %14,6'sı olan yaklaşık 47 bin 930 adet yeni aracı filosuna kattı.

TOKKDER'in, bağımsız araştırma şirketi TNS Global işbirliği ile yürütmekte olduğu pazar araştırmasının 2015 yılı 1. yarıyıl sonu sonuçlarını içeren "TOKKDER Operasyonel Kiralama Sektör Raporu" yayınlandı.



Operasyonel kiralama sektörü 2015 yılının ilk yarısında yüzde 16,6 büyüdü

2015 yılının ilk yarısında yapmış olduğu yaklaşık 3 milyar 168 milyon TL'lik yeni araç yatırımı ile Türkiye operasyonel kiralama sektörünün aktif büyüklüğü 15,1 milyar TL'ye ulaştı.



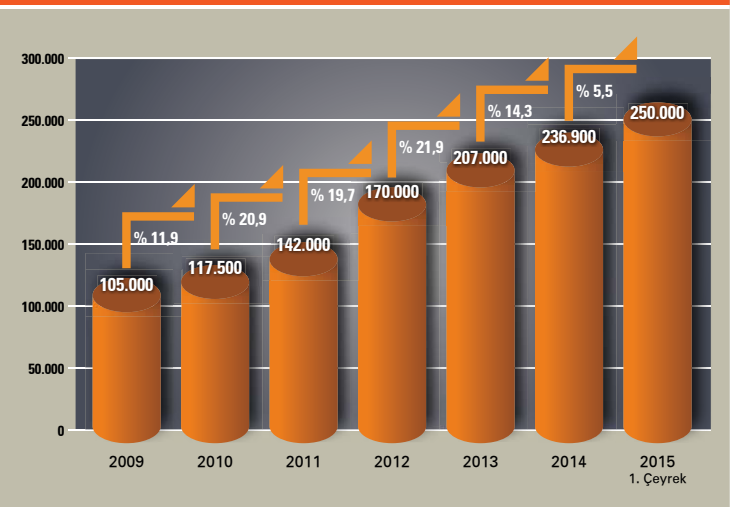
TOKKDER Genel Koordinatörü Tolga ÖZGÜL yaptığı değerlendirmelerde şunları ifade etti: “Operasyonel kiralama sektörünün Türkiye’de henüz olgunlaşmamış bir sektör olduğu söylenebilir. Ülkemiz yollarındaki yaklaşık 10 milyon otomobilden 2 milyon 400 bin kadarının şirketler ve işletmeler tarafından iş amaçlı olarak kullanılmakta olduğu düşünülürse, operasyonel kiralama henüz bu araç parkının ancak % 10’una hizmet verir durumda. Gelişmiş ülkelerde bu oran % 30-45 arasında değişmekte. Bu da sektörün ülkemizde önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunun önemli bir göstergesi.”



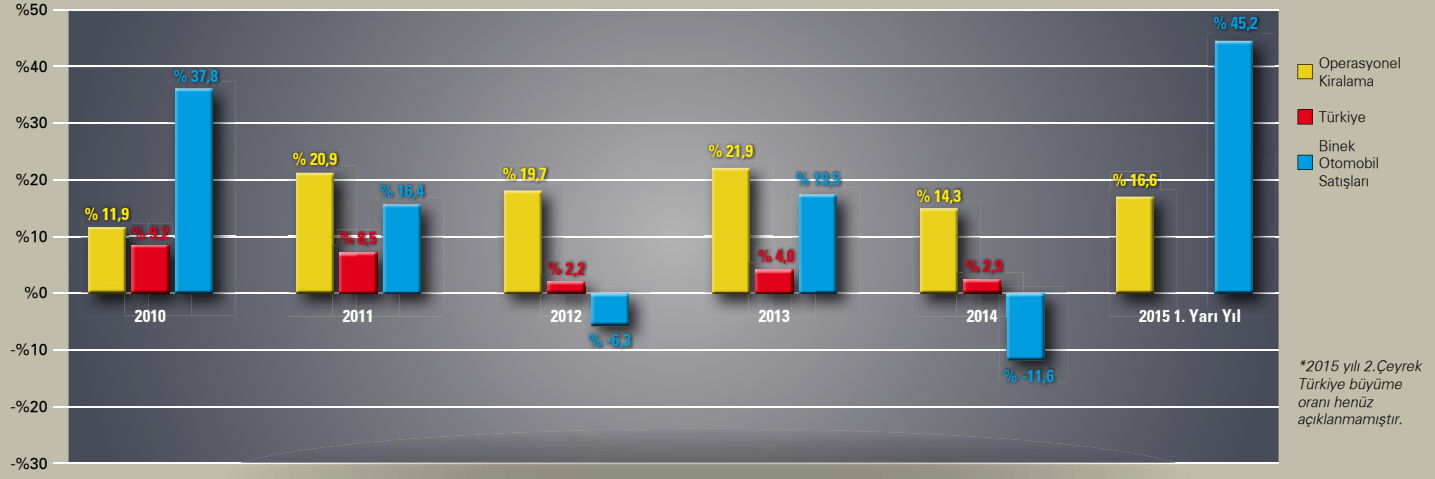
Türkiye operasyonel kiralama sektörünün gelişimi ile ilgili görüşlerini paylaşan TOKKDER yönetim kurulu başkanı F. Türkay OKTAY “Türkiye ekonomik büyüme için dış kaynağa ihtiyaç duyan bir ülke. Bu nedenle, ülke olarak kısıtlı kaynaklarımızı verimli kullanmak durumundayız. İşte tam bu noktada, operasyonel kiralama yöntemi her boyutta işletmeye kaynaklarını etkin kullanma ve verimli çalışma olanağı sağlamakta.

Operasyonel kiralama yönteminin yarattığı finansal ve operasyonel avantajların çok uluslu ve büyük yerel şirketlerin yanı sıra küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından da keşfedilmesiyle sektör bu hızlı büyüme grafiğini yakaladı demek yanlış olmaz. Elbette birçok sektör oyuncusunun büyük şehirler dışında da ülkemiz coğrafyasındaki tüm işletmelere ulaşmaya çalışması da bu büyümede önemli rol oynamakta.” dedi

Sektör Araç Parkı Gelişim Tahmini Yıl Bazında



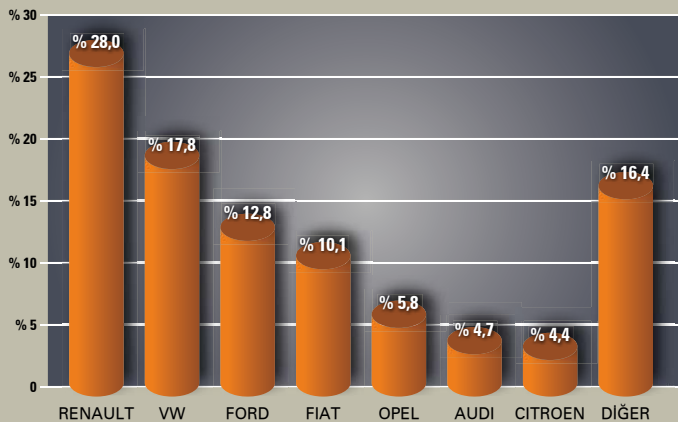
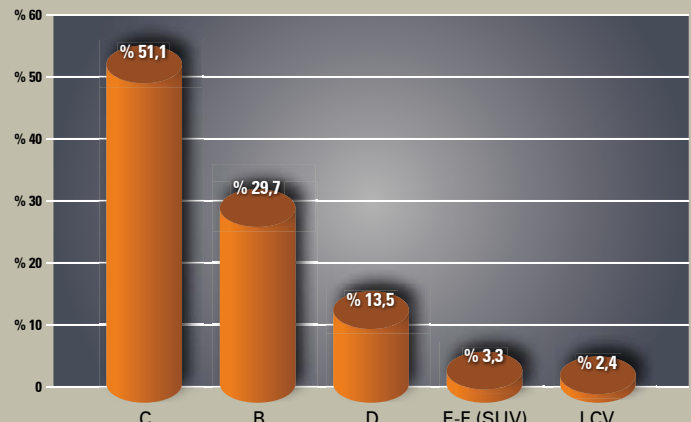
Büyüme Oranları / Karşılaştırmalı Değerlendirme



Renault %28'lik payı ile Türkiye operasyonel kiralama sektörünün araç parkında en çok tercih edilen marka olmayı sürdürürken, %17,8 ile VW, %12,8 ile Ford, %10,1 ile Fiat takipçisi oldular.

Sektörün araç parkının %93,8'i dizel araçlardan oluşurken, manuel vites araçlar %59,4 pay aldılar.

Sektörün araç parkının yaklaşık yarısı (%51,1) C segment araçlardan oluşurken, B segment araçlar %29,7, D segment araçlar ise %13,5 pay aldı.

Sektör Araç Parkı / Marka Bazlı Dağılım
2015 1.Yarıyıl Sonu

Sektör Araç Özellikleri / Araç Segmentleri
2015 1.Yarıyıl Sonu


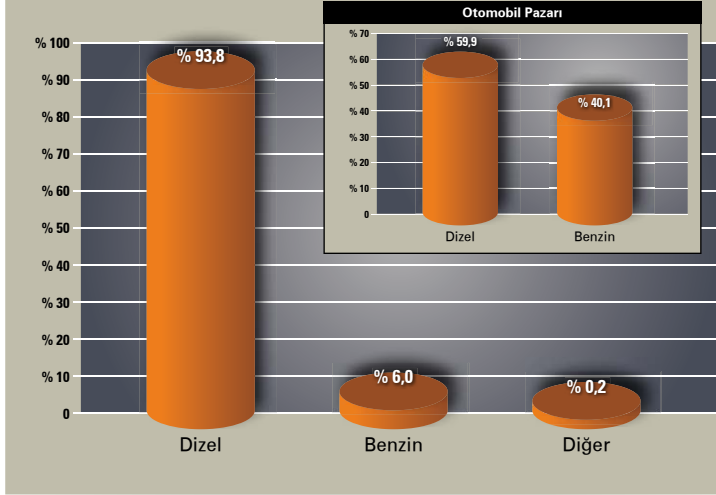
KOÇFİNANS ONLINE İLETİŞİM KANALLARIYLA YANINIZDA...



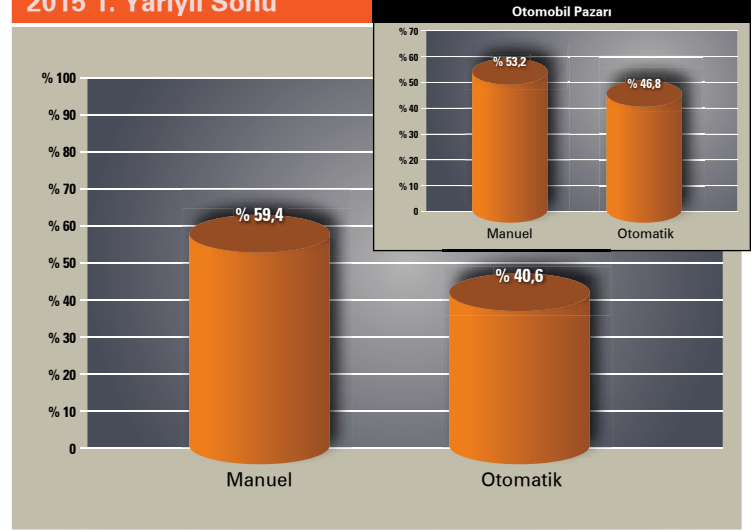
Yenilenen Koçfinans Üye İş Yeri Portalının, modern ve kullanışlı tasarımıyla işlemlerinizi kolayca gerçekleştirebilir; sosyal medya hesaplarımızdan gelişmeleri ve kampanyaları takip edebilirsiniz.



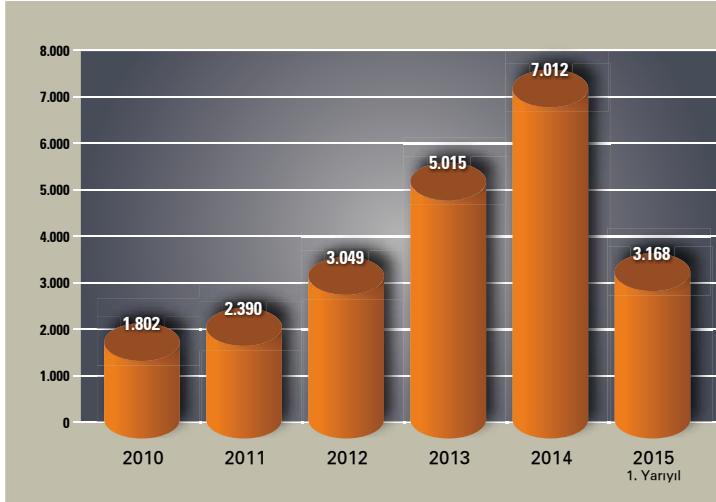
Sektör Araç Özellikleri / Yakıt Tipi
2015 1. Yarıyıl Sonu



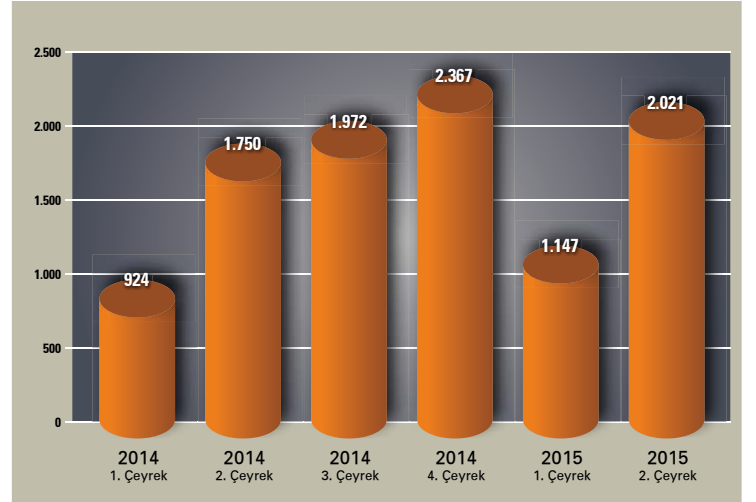
Sektör Araç Özellikleri / Şanzıman Tipi
2015 1. Yarıyıl Sonu



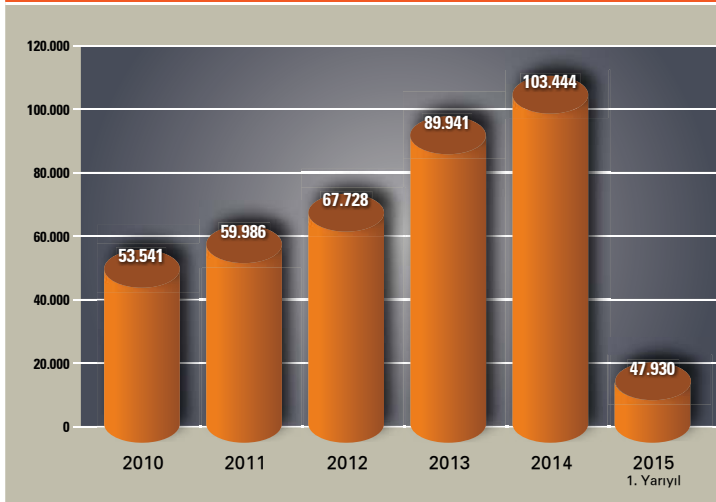
Sektör - Yıl Bazında Araç Alım Tutarı / Milyon TL



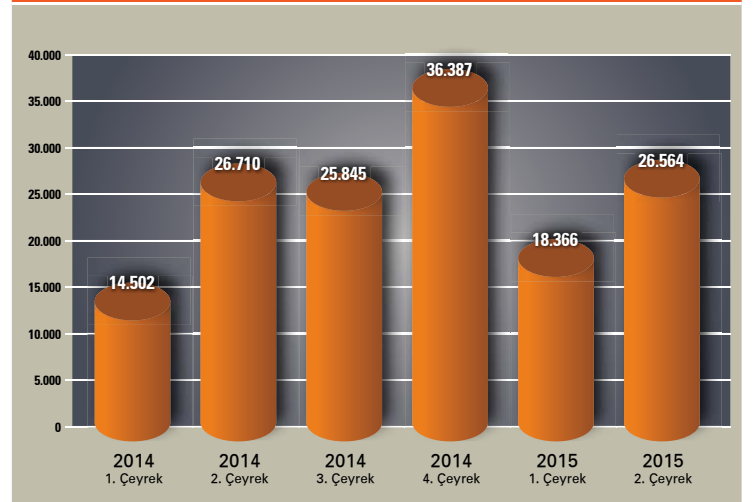
Sektör - Çeyrekler Bazında Araç Alım Tutarı / Milyon TL



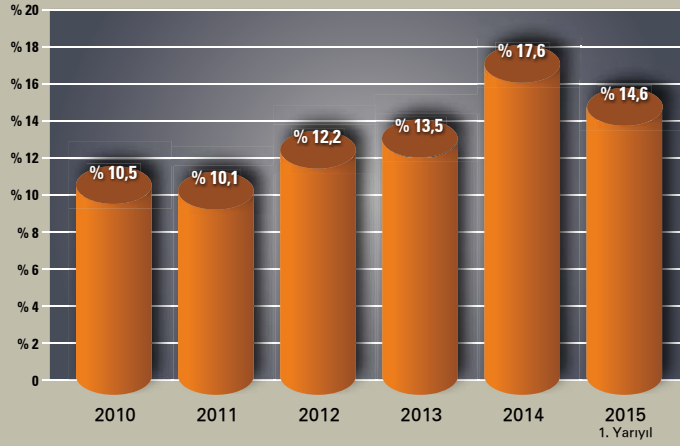
Sektör - Yıl Bazında Araç Alım Adedi



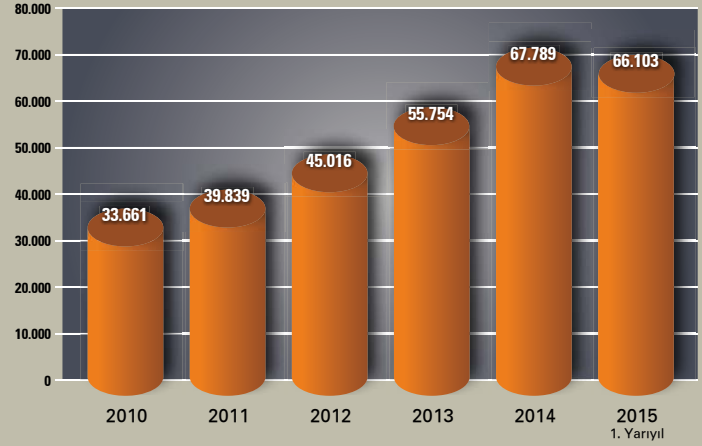
Sektör - Çeyrekler Bazında Araç Alım Adedi



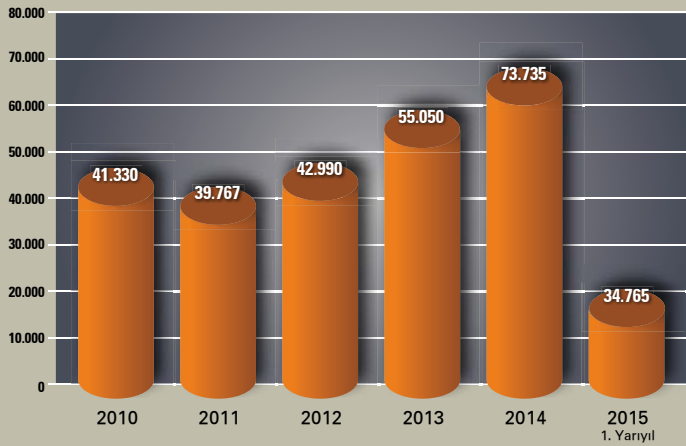
Sektör - Operasyonel Kiralama / Binek Otomobil Alımları Payı



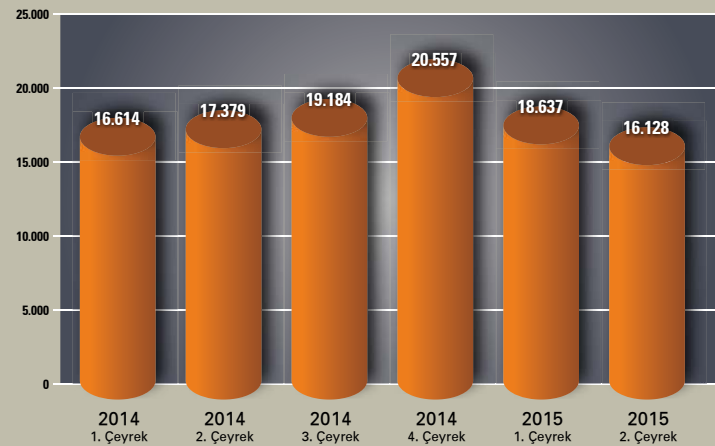
Sektörün Ortalama Birim Araç Alım Bedeli / TL



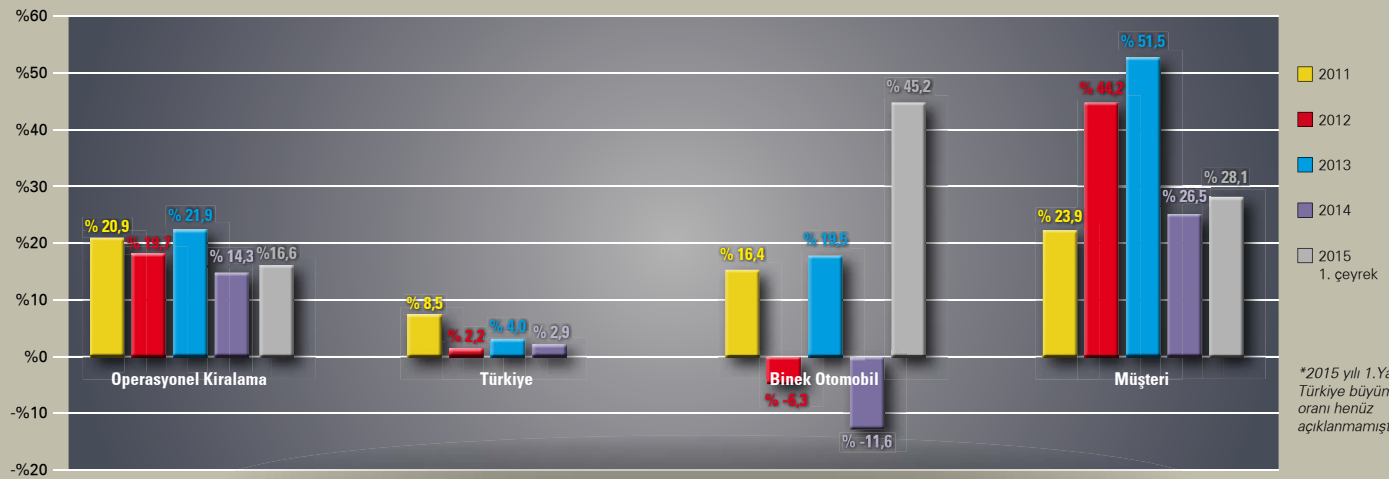
Sektör Tahmini - Toplam Araç Satış Adetleri Yıl Bazında



Sektör Tahmini - Toplam Araç Satış Adetleri Çeyrekler Bazında



Müşteri Adedi Büyüme Karşılaştırma



2014 yılı Avrupa'nın en büyük yetkili satıcıları rehberi

Sıra	Şirket	Ülke	Marka Adedi	Şube Adedi	Sfır Toptan Satış Adedi	Perakende Satış Adedi	Kullanılmış Araç Adedi	Toplam Satış Adedi	Ciro (Milyar Euro)
1	Pendragon	İngiltere	23	225		115,000	150,000	265,000	4.60
2	Emil Frey*	İsviçre	25	350	40,000	85,000	59,000	184,000	4.00
3	Sytner (Penske)	İngiltere	21	129		46,074	55,849	101,923	3.86
4	AMAG*	İsviçre	6	171	46,000	55,000	60,000	161,000	3.67
5	Inchcape Europe*	İngiltere	13	160	27,000	65,000	60,000	152,000	3.60
6	Arnold Clark	İngiltere	22	198		88,697	142,964	231,661	3.49
7	Pon Holdings*	Hollanda	8	62	85,652	18,348	13,000	117,000	3.25
8	Lookers	İngiltere	29	119		63,608	53,713	117,321	2.95
9	D'leteren	Belçika	8	25	103,534	9,343	2,257	115,134	2.63
10	MoellerBil	Norveç	3	63	6,233	36,661	26,691	69,585	2.43
11	Vertu	İngiltere	18	104		68,132	54,411	119,543	2.29
12	Bilia	İsveç	8	94		35,627	33,600	69,227	2.04
13	Jardine	İngiltere	22	70		28,780	25,082	53,862	1.64
14	Louwman	Hollanda	15	40	35,042	7,903	6,864	49,809	1.50
15	AVAG Holding	Almanya	14	131		44,909	36,212	81,212	1.31
16	Gottfried Schultz	Almanya	7	45		25,988	25,115	51,103	1.28
17	Alcopa*	Belçika	29	60	33,000	25,000	9,000	67,000	1.22
18	Listers	İngiltere	13	43		28,050	16,873	44,923	1.19
19	Marshall Motor Group	İngiltere	22	66		27,250	23,395	50,645	1.17
20	JCT600*	İngiltere	19	45		26,500	25,000	51,500	1.09
21	Salvador Caetano*	Portekiz	25	175		28,800	15,600	44,400	1.02
22	Feser, Graf & Co	Almanya	7	55		20,910	27,507	48,417	1.02
23	Stern	Hollanda	17	82		25,050	21,551	46,601	0.92
24	Autobinck*	Hollanda	15	31	26,000	10,000	5,000	41,000	0.90
25	Wellergruppe	Almanya	7	66		14,112	31,180	45,292	0.90
26	Gueudet	Fransa	8	94		23,000	23,000	46,000	0.90
27	Bernard	Fransa	7	55		27,780	23,300	51,080	0.88
28	Greenhous	İngiltere	6	16		45,432	53,353	98,785	0.83
29	By My Car	Fransa	14	44		29,000	18,000	47,000	0.77
30	VV Auto*	Finlandiya	3	10	16,600	7,000	5,000	28,600	0.75
31	Group 1 Automotive	İngiltere	4	19		13,699	16,844	30,543	0.74
32	Benfield Motor Group	İngiltere	14	37		25,501	15,301	40,802	0.73
33	Ridgeway Group	İngiltere	14	44		13,871	10,831	24,702	0.72
34	Ouadis	İspanya	23	77		14,020	7,774	21,794	0.684
35	Rouyer	Fransa	15	48		18,204	20,457	38,661	0.681
36	LUEG	Almanya	6	29		11,394	11,700	23,094	0.67
37	Loehr Gruppe	Almanya	6	35		10,948	12,512	23,460	0.63
38	Senger Group	Almanya	8	43		8,011	10,442	18,453	0.61
39	Neubauer	Fransa	19	73		16,460	10,128	26,588	0.60
40	Perrys Group	İngiltere	15	54		20,279	18,671	38,950	0.59
41	David Gerbier	Fransa	13	32		24,000	16,000	40,000	0.580
42	Camden Ventures	İngiltere	2	15		12,049	7,399	19,448	0.578
43	Schuller	Fransa	16	49		17,240	17,698	34,938	0.575
44	John Clark Motor Group	İngiltere	9	21		11,101	9,023	20,124	0.562
45	Rosier	Almanya	5	32		7,602	8,164	15,766	0.560
46	Priod	Fransa	7	38		14,550	7,000	21,550	0.54
47	Cloppenburg Automobil	Almanya	10	33		5,824	6,484	12,308	0.53
48	Autohaus Wolfsburg Hotz & Heitmann	Almanya	4	6		9,189	13,016	22,205	0.52
49	Guenther Graf von Hardenberg-Stiftung	Almanya	6	27		11,555	11,035	22,590	0.511
50	Kroely	Fransa	7	27		11,700	10,200	21,900	0.510

Kaynak: IDCP *2014 Tahmini



*Bu topraklar seni bağrına bassın istiyorsan...
Gönlün geniş, kapın herkese açık olacak;
yolda bile evinde hissettireceksin.*

YENİ FORD **TOURNEO COURIER**



ford.com.tr

   /FordTurkiye



Go Further



Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş. Genel Müdürü Laurent Pernet:

“Peugeot Türkiye pazarının 1,5 katı büyüdü”

Peugeot Otomotiv Pazarlama A.Ş.'ye kısa bir süre önce yeni Genel Müdür olarak atanan Pernet, yaptığı yazılı açıklamayla şirketin 2015 yılı Ocak-Ağustos dönemine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.



Türkiye otomotiv pazarının yılın 8 ayında bir önceki yıla göre yüzde 48 artarken, Peugeot Türkiye'nin yüzde 76'lık yükseliş kaydettiğini belirten Pernet, böylece pazarın yaklaşık 1,5 katı büyümenin yakalandığını ifade etti.

Pernet, bu sonucun elde edilmesinde "Back In The Race" stratejisinin yanı sıra yeni teknolojilerin ve EAT6 Tam Otomatik Dizel versiyonların lansmanlarının da önemli bir paya sahip olduğuna işaret ederek, "Bu sayede Peugeot, ilgili dönemde otomobil satış adetlerini yüzde 76 artırarak yarışa geri döndüğünü gösterdi" değerlendirmesini yaptı.

Laurent Pernet, bu yılın 8 aylık döneminde 15 bin 76 binek araç ve 7 bin 454 hafif ticari araç olmak üzere toplam 22 bin 530 satış rakamı gerçekleştiren Peugeot Türkiye'nin, yüzde 3,8 pazar payı elde ettiğine dikkati çekti.

Yıllık pazar tahminimizi 920 bin olarak koruyoruz

Türkiye otomotiv pazarının, 2015'in ilk yarısında tahminlerin çok ötesinde bir büyüme gösterdiğine vurgu yapan Pernet, şunları kaydetti:

"Yıl sonunda rekor bir pazar beklentisi varken, son dönemde kurlarda yaşanan aşırı artış yılın son dört ayında daha zor bir pazar beklentisini oluşturdu. Dövizde yaşanan artış henüz otomobil fiyatlarına



2015 için belirlediğimiz yüzde 4 pazar payı hedefimize ulaşmak adına da emin adımlarla ilerliyoruz. Yılın ikinci yarısında tüketicilerin beğenisine sunduğumuz yenilenen Peugeot 208 ve yenilenen Peugeot Partner modellerimizin gördüğü ilginin yılın son döneminde de artarak devam edeceğine inancımız tamdır.



Peugeot'ya yeni Genel Müdür

Peugeot Türkiye Genel Müdürlüğü görevine Laurent PERNET atandı. 26 yıldır PSA grubuna hizmet veren Laurent PERNET, Peugeot Avusturya'da Genel Müdür görevinin yanı sıra Peugeot Almanya'da Satış Direktörü ve Peugeot İngiltere'de Bölge Müdürü olarak çeşitli görevlerde bulundu. Ayrıca Nisan 2013 tarihinden bugüne kadar Sochaux Montbéliard Futbol Kulübü Başkanı olarak görev aldı.

tam olarak yansımadı. Dolayısıyla, özellikle eylül ayında tüketiciler için hala çok avantajlı fiyatlar olduğunu söyleyebiliriz. Ekim ve sonrasını ise ekonomik gelişmeler ve özellikle de kurlardaki değişim belirleyecek diyebiliriz. Peugeot Türkiye olarak bu koşullar altında yıllık pazar tahminimizi 920 bin adet olarak koruyoruz"

Pernet, bu yıl için belirledikleri yüzde 4 pazar payı hedefine ulaşmak adına emin adımlarla ilerlediklerini belirterek, yılın ikinci yarısında tüketicilerin beğenisine sundukları yenilenen Peugeot 208 ve Partner modellerinin gördüğü ilginin, yılın son döneminde de artarak devam edeceğine inandıklarını dile getirdi.

Laurent Pernet ayrıca, Eylül ayında satışa sunacakları Peugeot 508 BlueHDi EAT6 Tam Otomatik Dizel modelinin de bu hedefe ulaşmalarında önemli bir rol üstleneceğine işaret ederek, "2016 yılında özellikle sahip olduğumuz imajımızı daha da üst seviyelere çıkarmayı hedefliyoruz. Şu an mevcut ürün gamımız ve gelecekteki ürünlerle bunu rahatlıkla sağlayabileceğimizi açıklayabiliriz" ifadelerini kullandı.◀◀◀

İnternetteki Gelişmeler Çin'de Daha Fazla İş İmkânı Yaratıyor

Boston Consulting Group (BCG) tarafından yapılan bir çalışmaya göre, internetin hızlı gelişimine bağlı olarak Çin'de 2020 itibarıyla internet kaynaklı 3,5 milyon iş imkânının yaratılacağı tahmin ediliyor. Çalışmaya göre, 2014'te bu şekilde 1,7 milyon istihdam yaratılmış olup, bunun % 88'i cirosu 2 milyar yuandan (316 milyon dolar)dan daha düşük KOBİ'ler kaynaklıdır. BCG Genel Müdürü Li Shu yaptığı açıklamada, Çin'in düşük büyüme oranıyla mücadele ettiği göz önünde bulundurulduğunda, bu sayıların dikkat çekici olduğunu ve internetin dolaylı olarak yarattığı iş imkânları sayısının daha da etkileyici olduğunu belirtti. Buna örnek olarak raporda Alibaba'nın çevrimiçi (online) alışveriş sitesi olan Taobao' nun beş bin çalışanının bulunduğu ancak, tüketiciden tüketiciye platformları kullanan satıcılar kanalıyla 8,6 milyon kişiye istihdam yaratıldığı

belirtiliyor. Bağımsız olarak faaliyet gösteren geleneksel sanayiler ile kıyaslandığında, çevrimiçi işlem yapan şirketler bir yandan çok sayıda katılımcının yer aldığı açık bir ekosistemin oluşumuna katkı sağlarken, diğer yandan ilgili başka sanayi kollarının gelişimini daha etkili bir şekilde desteklemektedir. Rapora göre, Çin'in lojistik sektörü de internette yaşanan gelişmelerden yararlanmış ve sektördeki istihdam 2011'de 160 bin iken geçtiğimiz yıl 1,4 milyon kişiye yükselmiştir. Çalışma, aynı zamanda, internet sektöründe çalışanların yaş ortalamasının 28,3 ve çalışanların % 55'inin 29 yaşından küçük olduğunu ortaya koymaktadır. Alibaba'nın Genel Müdürü, çalışmanın internetin gençlerin egemenliğinde olduğu gerçeğini teyit ettiğini belirtmiştir. <<<

Kaynak: YIBADA web sitesinden tercüme edilmiştir.

Çelik Hurda Oluşumu Çin'de



The Australian'dan bildirildiğine göre, geçtiğimiz 10 yılda Çin ekonomisinde, dünyadaki diğer ülkelerden daha fazla çelik birikimi oluştu. Çeliğin sürekli geri dönüştürülebilmesi nedeniyle, ülkedeki çelik üreticilerin BHP Billiton, Rio Tinto ve Anglo American gibi firmalar tarafından

çıkarılan demir cevheri yerine, gittikçe artan bir şekilde hurdaya yönelmeleri mümkün.

Çin'in hurda üretimi şu anda, toplam çelik üretiminin %10'u civarında ve bu oran ABD'de üçte iki (%67 yaklaşık) düzeyinde bulunuyor. Analistler, 2020'nin başlarına doğru üretilen hurda miktarının daha da artmaya başlayacağını öngörüyor.

Gelecek 10 yılda, Çin'deki tüketiciler ve iş dünyası konteyner, araba ve aletlerde ilk nesli geri dönüştürmeye başlayacak ve çelik arz fazlası daha da yoğunlaşacak. <<<

Kaynak: SteelGuru web sitesinden özetlenerek tercüme edilmiştir.

Çin'in Küresel Yatırım Stratejisi

Son dönemde Avrupa'da baş gösteren ekonomik zayıflığa rağmen Çinli liderlerin Avrupa Birliği'nin dünyadaki en büyük pazar olduğu algısının devam ettiği belirtilmektedir.



Çin ekonomisindeki yavaşlama ve Çin borsasındaki düşüşler göz önünde bulundurulduğunda Çin'in yurt dışına gerçekleştirdiği yatırımlar konusu dış politikalar konusunda önemli bir araştırma şirketi olan "Brookings" Başkan Yardımcısı ve Dış Politika Direktörü Bruce Jones tarafından ele alınmıştır. Bu yönde Çin'in stratejisi incelendiğinde, Çin'in öncelikle Avrupa ile ilişkilerin geliştirilmesine öncelik verdiği dikkat çekmektedir.

Son dönemde Avrupa'da baş gösteren ekonomik zayıflığa rağmen Çinli liderlerin Avrupa Birliği'nin dünyadaki en büyük pazar olduğu algısının devam ettiği belirtilmektedir. Diğer taraftan, Çinli yatırımcıların Afrika ve Latin Amerika gibi gelişen pazarlara yöneliminin özellikle Çin'in sanayi alanında ihtiyaç duyduğu ana girdiler ve ham maddeler konusunda devam ettiği ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra, Çin'in artan enerji ihtiyacı nedeniyle özellikle yenilenebilir enerji gibi temiz enerji alanlarında Avrupa ve ABD'd en gelen yatırımlara ihtiyaç duyması da Çin'in yatırım politikalarında etkili olan faktörler arasındadır. <<<

Kaynak: Brookings web sitesinden tercüme edilmiştir.

Avro Bölgesi'nde İşsizlik Son 3 Yılın Düşüğünde

Avro Bölgesi'nde işsizlik bu yılın Temmuz ayında yüzde 10,9 olarak belirlenirken, bu oran 2012 yılının şubat ayından bu yana görülen en düşük işsizlik oranı oldu. Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) açıkladığı verilere göre, 19 üyeli Avro Bölgesi'nde mevsimsellikten arındırılmış işsizlik Temmuz ayında yüzde 11,1 beklentisine karşın yüzde 10,9 olarak belirlendi. Böylece, bölgede işsizlik 2012 yılının şubat ayından bu yana belirlenen en düşük seviyeye ulaştı. 28 üyeli Avrupa Birliği'nde (AB) ise işsizlik haziran ayındaki yüzde 9,6 seviyesinden Temmuz ayında yüzde 9,5'e geriledi.



Bu rakam da AB'de 2011 yılının haziran ayından beri ölçülen en düşük işsizlik oranı oldu. AB'de işsiz sayısı Temmuz ayında 23 milyon 67 bin olurken, bunun 17 milyon 532 bini Avro Bölgesi'nde yer aldı.

İşsiz sayısı, bir önceki ayla kıyaslandığında AB'de 232 bin, Avro Bölgesi'nde de 213 bin azaldı. Yıllık bazda ise AB'de işsiz sayısı 1 milyon 648 bin, Avro Bölgesi'nde ise 1 milyon 116 bin geriledi. AB'de bu yılın Temmuz ayında işsizlik oranının en düşük olduğu ülkeler

yüzde 4,7'le Almanya ve yüzde 5,1'le de Çek Cumhuriyeti ve Malta olurken, en yüksek işsizlik oranı ise yüzde 25'le Yunanistan'da (2015 Mayıs verisi) ve yüzde 22,2 ile de İspanya'da ölçüldü. Temmuzda geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında ise AB'de işsizlik oranı 23 ülkede azaldı, 3 ülkede arttı, Belçika ve Romanya'da ise değişmedi. İşsizlik oranında yıllık bazda en fazla azalış görülen ülkeler sırasıyla Bulgaristan, İspanya, Yunanistan, Portekiz, İrlanda ve Hırvatistan oldu. AB'de işsizlikte artış belirlenen ülkeler ise Finlandiya, Fransa ve Avusturya olarak sıralandı. Bölgede Temmuzda

genç işsiz (25 yaş altı) sayısı ise 4 milyon 634 bin olarak belirlenirken, bunun 3 milyon 93 bini Avro Bölgesi'nde gerçekleşti. Geçen yılın Temmuz ayıyla kıyaslandığında genç işsiz sayısı AB'de 465 bin ve Avro Bölgesi'nde de 336 bin geriledi. Temmuz ayında en düşük genç işsiz oranı yüzde 7 ile Almanya'da ölçülürken, en yüksek genç işsiz oranıysa yüzde 51,8 ile Yunanistan'da (2015 Mayıs verisi) belirlendi. <<<

Kaynak: Anadolu Ajansı



Petrol Endüstrisinin Yarım Trilyon Doları İhtiyacı Var

Petrol fiyatlarının son altı yılın en düşük seviyelerine gerilemesiyle, petrol üreticilerinin bu durumu telafi edebilmesi ve borç ödemeleri için yaklaşık yarım trilyon doları ihtiyacı olacak. Bloomberg tarafından açıklanan veriler, Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya'da faaliyet gösteren 168 firmanın net borcunun son yirmi yılın en yüksek seviyesine çıktığını gösteriyor.

Petrol uzmanlarına göre, petrol fiyatlarının bu seviyelerde devam etmesi durumunda firma batıkları ve küçülmelerinin devam edeceği belirtiliyor. Araştırma şirketlerine göre, petrol şirketlerinin borçları önümüzdeki on yılda artarak bu yılı 72 milyar dolar ile gelecek yılı 85 milyar dolar ile ve 2017 yılını 129 milyar dolar ile kapatacak. Önümüzdeki beş yıl içinde ise yaklaşık 550 milyar dolarlık tahvil ve borç senedinin geri ödenmesi gerekecek. Söz konusu borçların yaklaşık %20'si ABD'li sondaj firmalarına, %12'si Çinli firmalara ve %9'u İngiliz firmalara ait. Öte yandan kredi derecelendirme kuruluşlarının son zamanlarda petrol şirketlerinin kredi notlarını düşürmesiyle, bu firmaların ucuz finansman erişimi de giderek zorlaşıyor. <<<

Kaynak: Bloomberg web sitesinden özetlenerek tercüme edilmiştir.

OPEC Diğer Üreticilerle Görüşmeye Hazır Olduğunu Duyurdu

OPEC, petrol fiyatların son yılların en düşük seviyesine inmesi nedeni ile diğer üreticilerle görüşmeye hazır olduğunu kendi bülteninde bildirdi. OPEC diğer üreticilerle diyaloga açık olduklarını yineledi. OPEC, Rusya gibi diğer üreticilerin yardımı olmadan üretimi azaltmayı kabul etmeyeceklerini belirtti. OPEC, petrol piyasasının "adil ve makul fiyatları" bulması için elinden gelen her şeyi yapmaya devam edeceğini de sözlerine ekledi.

S&P, Maden Firmalarının Derecelendirmelerini Gözden Geçirmeye Yönelik Olarak Metal Fiyatları Tahminlerini Düşürdü



S&P, alüminyum, bakır, çinko, nikel ve altın için fiyat tahminlerini düşürmesi ve bu fiyatların dalgalı kalmaya devam edeceğini söylemesi sonrasında, bazı maden firmaları için kredi derecelendirmelerini revize etmesinin muhtemel olduğunu söyledi. Kredi derecelendirme kuruluşu S&P, en fazla nikel fiyatı

tahminini düşürerek (%25 civarı) 2015'in geri kalanı için 5 \$/libre seviyesine indirdi. 2016 için ise tahminini 5,50 \$/libre düzeyine düşürdü. Bu fiyat revizesi, Brezilyalı Vale ve Rus Norilsk Nikel için değerlendirmeyi etkileyecektir.

S&P, alüminyuma yönelik fiyat tahminini 2015'in geri kalanı için %18 düşürerek 0,70 \$/libre düzeyine indirdi. S&P, alüminyum için 2016 fiyat tahminini %12 azaltarak 0,75\$/libre seviyesine düşürdü. Bakır fiyatlarında ise bu yılın geri kalanı, 2016 ve 2017 için görünümü %11 oranında aşağı yönlü revize ile 2,40 \$/libre seviyesine indirdi. <<<

Kaynak: Reuters web sitesinden tercüme edilmiştir.

İran ilk Defa Buğday İthalatı Piyasasında Olmayacak



İran'da buğday stoklarının talebi karşılamak için yeterli olduğu ve ilk defa bu yıl buğday ithalatı yapılmayacağı belirtiliyor.

Çiftçilerden garantili buğday alımları 8 milyon metrik tonu aşarken, ülkenin buğday stoklarının 6 aylık iç talebi karşılayacak düzeyde olduğu ifade ediliyor.

İran'ın ithalat yapmayacak olması bu yıl fiyatların %18 düştüğü Chicago Borsası için yeni bir darbe olarak nitelendiriliyor.

31 Mayıs 2016'da sona erecek dönemde stok miktarının rekor düzeyde olması bekleniyor. <<<

Kaynak: Bloomberg web sitesinden tercüme edilmiştir.

Twitter Şeffaflık Takipçisini Kapatıyor

Twitter, politikacıların silinmiş iletilerini takip eden bir internet sitesini, sosyal medya devinin verilerine ulaşımını engelleyerek durdurdu. Politwoops isimli internet sitesi 21 Ağustos Cuma günü Twitter organizasyonun Twitter verilerini araştırmasını sağlayan program ara yüzü uygulamasına erişimini kapatana dek 30 ülkede parlamenterlerin iletilerini yeniden yayınlıyordu. Twitter verilerine erişimin engellenmesinin ardından Politwoops otomatik olarak ileti yayınlamayı durdurdu. Politwoops ve şeffaflık destekçileri, Twitter'ın verilerine ulaşımı engellemesinin teknoloji devlerinin Avrupalı düzenleyicilerin ateşi altında oldukları bir dönemde mahremiyet endişelerinden kaynaklandığını söyledi. <<<

Google AB'nin Rekabet İhlali Suçlamalarını Reddedti



Avrupa Komisyonu, Google'ın, pazarındaki baskın konumunu kendi online alışveriş hizmetini rakiplerinin önüne çıkarmak için kullandığı iddialarıyla ilgili soruşturma başlatmıştı. Şirket, uzun bir araştırma sürecinin son kısmı olarak geçtiğimiz hafta Perşembe günü Komisyon'a sunduğu savunmasında hakkındaki suçlamaları reddetti. Suçlu bulunması durumunda şirketin milyarlarca dolarlık para cezasına çarptırılacağı belirtiliyor. AB'nin rekabetten sorumlu Komiseri Margrethe Vestager, Nisan ayında bölgedeki diğer şirketlerin Google'ın web aramalarındaki gücünü kendi şirketleri lehine kullandığı yönündeki suçlamalar üzerine soruşturma başlattı. <<<

2. El Otomobil Garantisi

MapfreWarranty

2.EL OTOMOBİL
GARANTİSİ
WARRANTY
YENİ ÜRÜNÜ
PLUS İLE
DAHA GENİŞ
KAPSAMLI!

Tur Assist 2. El Otomobil Garantisi

 **MAPFRE** | **WARRANTY**

Your life. Our world

plus



TUR | **ASSIST**

a **MAPFRE** company



Mobil cihazınızla sayfalarımıza ulaşmak için QR kodu okutunuz.



/turassist

turassist.com / turassistleyasam.com

Ham Petrol İthalatı Arttı, Enerji Faturamız Düştü



Hazar Strateji Enstitüsü (HASEN) Enerji ve Ekonomi Araştırmaları Merkezi analisti Emin Emrah Danış, petrol fiyatlarındaki 15 aylık düşüşün son aylarda Türkiye'nin petrol talebini körüklediğini belirterek, "Ham petrol ithalatı Temmuz ayında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 62,6 artarak 2 milyon 511 bin 763 tona yükseldi" dedi. AA muhabirinin petrol fiyatlarına ilişkin sorularını yanıtlayan Danış, küresel ölçekte son dönemlerde fiyatında önemli düşüş meydana gelen petrolün Türkiye'de talep patlaması yaşadığına işaret etti.

Danış, son aylarda gerileyen ham petrol fiyatlarının Türkiye'nin enerji ithalatı faturasını düşürdüğünü, buna karşın tüketim miktarının önemli ölçüde arttığını vurgulayarak, şöyle devam etti: Ocak-Temmuz dönemleri karşılaştırıldığında 2011'de 10 milyon 722 bin 190 ton olan ham petrol ithalatının 2012'de yaklaşık 10,6 milyon ton, 2013 yılında 10,7 milyon ton, 2014 yılında ise 9,3 milyon ton olarak gerçekleştirildiğini dile getiren Danış, bu yılın aynı döneminde ise ithalatın Temmuz ayında görülen yoğun artışla beraber 13 milyon 710

bin 501 tona yükseldiğini bildirdi. Bu yılın 7 aylık dönemiyle geçen yılın aynı dönemi arasındaki ithalat miktarındaki artışın yüzde 46,9 olduğunu kaydeden Danış, "Ham petrol ithalatı Temmuz ayında ise geçen yılın aynı ayına göre yüzde 62,6 artarak 2 milyon 511 bin 763 ton oldu.

Ham petrol ithalatı geçen yıl Temmuz ayında 2014 yılında 1 milyon 544 bin 694 ton olarak gerçekleşti. Yedi aylık ham petrol ithalat verilerine bakıldığında düşen petrol fiyatlarının Türkiye'nin petrol talebini artırdığı görülüyor" diye konuştu. Emin Emrah Danış, TÜİK tarafından açıklanan Temmuz ayı dış ticaret istatistiklerini değerlendirerek, Temmuz ayında Türkiye'nin toplam enerji ithalat faturasının önceki yılın aynı ayına göre yüzde 38,3 azalarak 3 milyar 50 milyon dolara gerilediğini kaydetti. Toplam ithalat içerisinde enerjinin payının azaldığını aktardı. Enerji fiyatlarında jeopolitik kaygıların belirleyici olduğuna dikkati çeken Danış, Türkiye'nin enerji ithalatını da makro ölçekte gelişmelerin belirleyeceğini söyledi. <<<

Kaynak: Anadolu Ajansı

Moody's/Banerji: Türkiye'ye İlişkin Temel Senaryo; 'Yatırım Yapılabilir' Notunun Korunması

Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşu Moody's'in Başkan Yardımcısı ve Kıdemli Türkiye Analisti Alpona Banerji, Türkiye'ye ilişkin temel senaryonun "yatırım yapılabilir" notunun korunması yönünde olduğunu söyledi.

Banerji, "Türkiye'nin 'Baa3' reytingi ülkenin nispeten dirençli mali yapısı ve esnek politika karşılıklarına izin verecek ılımlı kamu borcu seviyesi gibi kredi güçlerini içermektedir. Moody's'in temel senaryosu reytingi 'Baa3'te (yatırım yapılabilir) tutuyor. Bu not ülkenin mali gücü, düşük borç seviyesi ve büyük bir orta gelir ülkesi olması tarafından da destekleniyor" dedi. İlerideki döneme ilişkin risklere de değinen Banerji, "Buna rağmen, negatif görünüm ise ülkenin karşılaştığı devam eden politik belirsizlerin, dış finansman üzerindeki baskıların, orta vadede daha zayıf büyüme görünümünün oluşturduğu zorlukların kombinasyonunu yansıtıyor. Özellikle, sermaye akışının baskı altında kalmasını ve göreve gelen hükümetin büyümeyi artırıcı reformları uygulamakta ve sermayeyi çekmekte gelecekteki başarısının, ülkenin kredi kalitesi üzerinde önemli bir etki oluşturmasını bekliyoruz" ifadelerini kullandı.

"Türkiye'nin kredibilitesi kamu finansmanı ölçütleriyle destekleniyor

Banerji, "Türkiye'nin kredibilitesi olumlu kamu finansmanı ölçütleri tarafından desteklenmeye devam ediyor. Bu yıl kamu borçlanma gereksinimi GSYH'nin yüzde 6'sıyla kısmen düşük bir seviyede. Fakat hassas bir politika ortamında, hükümetin büyümeyi artırıcı yapısal reformları uygulaması ve güçlü mali çapaları sürdürmesi zorlayıcı olabilir" değerlendirmesini yaptı. <<<





İLKER TİCARET

TRAFİK MÜŞAVİRLİĞİ

Ahmet UNCULOĞLU
Şahin SIRTIKARA



KURULUŞ
1982



İLKER TİCARET OTOMOTİV VE TURİZM LİMİTED ŞİRKETİ;

Hizmet vermiş olduğumuz kişi, kurum ve kuruluşların çözüm ortağı olmayı hedef edinen şirketimiz, hızlı, ilkeli ve doğruluktan ödün vermeden otomotiv alım satım işlemleri, trafik tescil ve kayıt işlemleri, muayene takip işlemleri, iş makineleri ve ziraat makinelerinin tescilleri konularında müşterileri odaklı uyumu ile sektöründe öncü ve kurumsal bir şirket olarak, finansal ve filo kiralama şirketlerinin de gereken tüm işlemlerini takip edip sonuçlandırmada da, konularında uzman **100** personeli, **5** motorlu, **10** araçlı toplam **15** kurye ile müşteri odaklı, hizmet vermektedir.

- **ASBİS Yeni Kayıt - 2.El Devir/Satış**
- **Avadanlık Dağıtımı**
- **Filo Araç Kiralama Takip ve Lojistik Destek**
- **Tüv Türk Muayene Takip**
- **Trafik Sigorta ve Kasko**
- **Ulaştırma Bakanlığı Belge Takibi**

İlker Ticaret Otomotiv ve Turizm Ltd. Şti.

Merkez: Altunizade Mh. İcadiye Bağlarbaşı Cd.
No:2/A Bağlarbaşı, Üsküdar / İSTANBUL
Tel : 0 216 474 45 55 pbx
Faks : 0 216 474 43 90 - 91-93

Şube: Bahçelievler Mh. Adnan Kahveci Bul.
Menekşe Sk. No:85/3 Bahçelievler/ İST.
Tel : 0 212 442 08 03 - 04 - 05
Faks : 0 212 442 08 06

* Yapılacak işlemler için lütfen, müşteri temsilcilerimizden veya web sitemizden bilgi alınız.

QR
Maps



Kurlardaki yükseliş ikinci el otomobil pazarına yaradı

Döviz kurlarındaki tırmanışa bağlı olarak kendilerine pazar yaratma arayışına giren ikinci el otomobilciler, '2. El Otomobil Satış Günleri'nde talep patlamasına neden oldular.

CNR EXPO Yeşilköy'de 150 bin ziyaretçi hedefiyle gerçekleştirilen 2. El Otomobil Satış Günleri gerçekleştirildi. Aralarında Ferrari, Porsche, BMW, Mercedes ve daha birçok markanın sergilendiği 2. El Otomobil Satış Günleri Autoshow'u aratmadı. DRD Derindere, Intercity, Renault İnanlar, Hyundai Erk'in de yer aldığı pek çok otomotiv firması, araçlarını sergilemenin yanı sıra ziyaretçilere organizasyona özel kredili satışlar da yaptılar.

İstanbul Park Oto Pazarı'nın stantında sergilenen 3.1 milyon Euro'luk LaFerrari'ye ziyaretçiler yoğun ilgi gösterdi. Araçla ilgili bilgi veren İstanbul Park Oto Pazarı İş Geliştirme Yöneticisi Selçuk Nazik dünyada 499 tane LaFerrari olduğunu belirterek, "Bu araca sahip olmak isteyenlerin garajında en az 5 tane Ferrari'nin güncel modellerinden bulunması ve 2.5 yıl süresince de satılmayacağını taahhüdünü vermesi gerekiyor. Araç 0'dan yüz km hıza 3 saniye altında çıkıyor. Türkiye'deki en pahalı araç" diye konuştu.



Passat satışı bekleniyor

BZM Motors'un 2012 Ferrari 458 Italy Spider'ı da bir başka beğeni toplayan araç oldu. BZM Motors Satın Alma Müdürü Ümit Yavuz sıfır araçların döviz kurlarına bağlı olarak zamlandığını ancak 2. el piyasasına herhangi bir zam uygulanmadığını hatırlatarak, "Zam yapmadığımız için piyasa çok hareketli. 60-278 bin TL aralığında otomobillerimiz var. Volkswagen Passat'tan umutluyum 102 bin TL fiyatı var. Sıfırında şu an 6 aydır insanlar sırada bekliyor. Organizasyonda Volkswagen Passat'ın iyi satılacağına inanıyorum."

Liste fiyatında yüzde 10 indirim

Intercity İstanbul Park'ın Satış Pazarlama Sorumlusu K. Buğra Yıldırım da stantlarında sergiledikleri Porsche GT3'e özellikle ünlü oyuncu ve sporcuların ilgi gösterdiğini, bugün stanta birçok ünlü ismi beklediklerini belirtti. Intercity İstanbul Park, organizasyona özel kampanya yaptı. Araçlarını liste fiyatlarının yüzde 10 indirimli satıyorlar.

Lüks araçların yanı sıra her kesimden otomobil tutkunlarının bütçesine hitap eden araçlarda 2. El Otomobil Satış Günleri'nde alıcılara bekliyor. Kurban Bayramının da etkisiyle 2. El Otomobil Satış Günleri'nde otomobil satışlarının da iyi olması bekleniyor. 🌟🌟🌟



OSYS Kullanılmış Araç Modülü

*Türkiye'nin en büyük, en kurumsal, en teknolojik,
en güvenilir, en kaliteli Otomotiv Yazılımı.*

Bütün operasyonlar tek platformda!

- Fotoğraf Uygulaması
- Yönetim Raporlama Uygulaması



- Mobil Ekspertiz Uygulaması



- OSYS Kullanılmış Araç Modülü



- Web Entegrasyonu

daha fazla referans için www.delta-yazilim.com

Referanslarımız



DELTA

www.delta-yazilim.com

0850 532 09 51

İhracat %16,2, ithalat ise %8,7 azaldı

Türkiye İstatistik Kurumu ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı işbirliğiyle oluşturulan geçici dış ticaret verilerine göre; ihracat 2015 yılı Temmuz ayında, 2014 yılının aynı ayına göre %16,2 azalarak 11 milyar 181 milyon dolar, ithalat %8,7 azalarak 18 milyar 209 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Dış ticaret açığı %6,5 arttı

Temmuz ayında dış ticaret açığı %6,5 artarak 6 milyar 596 milyon dolardan 7 milyar 28 milyon dolara yükseldi.

İhracatın ithalatı karşılama oranı 2014 Temmuz ayında %66,9 iken, 2015 Temmuz ayında %61,4'e düştü.

Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış seriye göre ihracat %0,1 arttı

Mevsim ve takvim etkilerinden arındırılmış seriye göre; 2015 Temmuz ayında bir önceki aya göre ihracat %0,1, ithalat %3,9 arttı. Takvim etkilerinden arındırılmış seriye göre ise; 2015 yılı Temmuz ayında önceki yılın aynı ayına göre ihracat %17,2, ithalat %12,5 azaldı.

Avrupa Birliği'ne ihracat %13,8 azaldı

Avrupa Birliği'nin (AB-28) ihracattaki payı 2014 Temmuz ayında %45 iken, 2015 Temmuz ayında %46,3 oldu. AB'ye yapılan ihracat, 2014 yılının aynı ayına göre %13,8 azalarak 5 milyar 176 milyon dolar olarak gerçekleşti.

En fazla ihracat yapılan ülke Almanya oldu

Almanya'ya yapılan ihracat 2015 yılı Temmuz ayında 1 milyar 100 milyon dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla İngiltere (810 milyon dolar),

Irak (630 milyon dolar) ve ABD (605 milyon dolar) takip etti.

İthalatta ilk sırayı Çin aldı

Çin'den yapılan ithalat, 2015 yılı Temmuz ayında 2 milyar 86 milyon dolar oldu. Bu



AYLARA GÖRE DİŞ TİCARET (TEMMUZ 2015) (Milyon USD)

Aylar	Yıl	İhracat (FOB)		İthalat (CIF)		Dış Ticaret Dengesi		(%)
		Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	
Ocak-Temmuz	2014	93 412		139 726		-46 314		66,9
	2015	84 653	-9,4	124 956	-10,6	-40 303	-13,0	67,7
Temmuz	2014	13 345		19 941		-6 596		66,9
	2015	11 181	-16,2	18 209	-8,7	-7 028	6,5	61,4

SEKTÖRLERE GÖRE İHRACAT (TEMMUZ 2015) (Milyon USD)

Sektörler	Temmu 2014		Temmu 2015		Ock-Tem 2014		Ock-Tem 2015	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Toplam	13.345	100,0	11.181	100,0	93.412	100,0	84.653	100,0
Tarım ve Ormancılık	289	2,2	347	3,1	3 160	3,4	3.128	3,7
Balıkçılık	26	0,2	30	0,3	199	0,2	223	0,3
Madencilik	310	2,3	255	2,3	2.022	2,2	1.675	2,0
İmalat	12.661	94,9	10.510	94,0	87.530	83,7	79.287	93,7
Diğer	59	0,4	39	0,4	501	0,5	340	0,4

SEKTÖRLERE GÖRE İTHALAT (TEMMUZ 2015) (Milyon USD)

	Temmu 2014		Temmu 2015		Ock-Tem 2014		Ock-Tem 2015	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Toplam	19.941	100,0	18.209	100,0	139.726	100,0	124.956	100,0
Sermaye malları	2.917	14,6	3.146	17,3	20.666	14,8	20.808	16,7
Ara malları	14.503	72,7	12.370	67,9	102.236	73,2	86.964	69,6
Tüketim malları	2.488	12,5	2.652	14,6	16.541	11,8	16.913	13,5
Diğer	33	0,2	41	0,2	283	0,2	270	0,2



ülkeyi sırasıyla Almanya (1 milyar 980 milyon dolar), Rusya (1 milyar 706 milyon dolar) ve İtalya (1 milyar 20 milyon dolar) izledi.

Yüksek teknoloji ürünlerin imalat sanayi ihracatı içindeki payı %3,3 oldu

Teknoloji yoğunluğuna göre dış ticaret verileri, ISIC Rev.3 sınıflaması içinde yer alan imalat sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Temmuz ayında ISIC Rev.3'e göre imalat sanayi ürünlerinin toplam ihracattaki payı %94'tür. Yüksek teknoloji ürünlerinin imalat sanayi ürünleri ihracatı içindeki payı %3,3, orta yüksek teknoloji ürünlerin payı ise %33,3'tür.

Yüksek teknoloji ürünlerin imalat sanayi ithalatı içindeki payı %14,7 oldu

İmalat sanayi ürünlerinin toplam ithalattaki payı %82,9'dur. Yüksek teknoloji

ürünlerinin 2015 Temmuz ayında imalat sanayi ürünleri ithalatı içindeki payı %14,7, orta yüksek teknoloji ürünlerin payı ise %44'tür.

Tüketici güven endeksi %3,6 azaldı

Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası işbirliği ile yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçlarından hesaplanan tüketici güven endeksi, Ağustos ayında bir önceki aya göre %3,6 oranında azaldı; Temmuz ayında 64,66 olan endeks Ağustos ayında 62,35 oldu.

Hanenin maddi durum beklentisi %2,3 azaldı

Hanenin maddi durum beklentisi endeksi bir önceki aya göre %2,3 oranında azaldı.

Temmuz ayında 88,24 olan endeks değeri Ağustos ayında 86,17 oldu. Bu azalış, gelecek

12 aylık dönemde hanenin maddi durumunun daha iyi olacağını bekleyenlerin oranının azalmasından kaynaklandı.

Genel ekonomik durum beklentisi %8 azaldı

Temmuz ayında 84,33 olan genel ekonomik durum beklentisi endeksi %8 oranında azalarak, Ağustos ayında 77,60 oldu.

Bu azalış, gelecek 12 aylık dönemde genel ekonomik durumun daha iyi olacağı yönünde beklentisi olan tüketicilerin sayısının bir önceki aya göre azaldığını göstermektedir.

İşsiz sayısı beklentisi %0,6 azaldı

İşsiz sayısı beklentisi endeksi bir önceki aya göre %0,6 oranında azalarak, Ağustos ayında 63,48 değerine düştü. Bu düşüş, gelecek 12 aylık dönemde işsiz sayısında artış bekleyenlerin oranındaki artıştan kaynaklandı.

Tasarruf etme ihtimali endeksi %0,2 oranında azaldı. Temmuz ayında 22,20 olan endeks, Ağustos ayında 22,16 değerine geriledi. Bu gerileme, tüketicilerin gelecek 12 aylık dönemde tasarruf etme ihtimallerinin bir önceki aya göre azaldığını göstermektedir.



Ekonomik güven endeksi %1,9 azaldı

Ekonomik güven endeksi Ağustos ayında bir önceki aya göre %1,9 oranında azalarak 85,87 değerinden 84,28 değerine düştü. Ekonomik güven endeksindeki düşüş, endeksi oluşturan tüm güven endekslerindeki düşüşlerden kaynaklandı.

Tüketici güven endeksi Ağustos ayında bir önceki aya göre %3,6 oranında azalarak 62,35 değerine düştü. Perakende ticaret sektörü güven endeksi %2,6 azalarak 101,86 değerine geriledi. Hizmet sektörü ve inşaat sektörü güven endeksleri Temmuz ayına göre %0,7 oranında azalarak 100,65 ve 82,10 değerlerine düştü. Reel kesim güven endeksi ise %0,1 azalarak 103 değerine geriledi. <<<

Ekonomik güven endeksi, alt kalemleri ve değişim oranları (Ağustos 2015)

	Endeks		Değişim Oranı (%)	
	07/2015	08/2015	07/2015	08/2015
Ekonomik güven endeksi	85,87	84,28	6,0	-1,9
Tüketici güven endeksi	64,66	62,35	-2,7	-3,6
Reel kesim güven endeksi	103,10	103,00	1,4	-0,1
Hizmet sektörü güven endeksi	101,37	100,65	1,9	-0,7
Perakende ticaret sektörü güven endeksi	104,60	101,86	0,8	-2,6
İnşaat sektörü güven endeksi	82,70	82,10	-2,7	-0,7

Endeks değerleri mevsim etkilerinden arındırılmış değerlerdir. Tüketici güven endeksinde mevsim etkisi bulunmamaktadır.

Tur Assist, Erkan Öztürk'ün yanında

Tur Assist, motosikleti bir yaşam tarzı olarak seçen Erkan Öztürk'e hayallerini gerçekleştirme serüveninde destek oluyor.



1 997 model Honda Africa Twin motosiklette sahip olan Öztürk, Fethiye Ölüdeniz'de yaşıyor ve bir kız çocuğu var. Off-road parkurlarda motosiklet sürmeyi seven Öztürk

Off-road motor sporlarında Honda CRF 450 X marka motosikletle yarıştı, yarış kariyerinde en son Türkiye Motosiklet Federasyonu Enduro yarışlarında, 2009 E2 sınıfı Türkiye üçüncüsü oldu. Bunun dışında motosiklet ile ilgili profesyonellerden "Güvenli Sürüş" eğitimleri aldı. Şu ana kadar motosikletle Türkiye'de birçok ili gördü, bunun yanında Avrupa'nın birçok ülkesine gitti. Motosikletiyle gezdiği Afrika seyahati sırasında TRT için Afrika'nın Rengi isimli belgeseli çekti. Çeşitli amatör fotoğraf eğitimleri alan Öztürk hobi olarak yazılar da yazıyor.

Tur Assist, yol yardım hizmeti ile Öztürk'e yollarda destek olarak hayallerine hep bir adım daha yakın olmasını sağlıyor. <<<

Tur Assist'ten iPad Mini Kampanyası



Tur Assist, kendisini internet kanalı aracılığıyla takip eden müşterilerine yönelik 'bitikle iPad Mini' kampanyası düzenledi. Nisan ayı boyunca kampanyaya katılma şansı yakalayan kullanıcılardan biri çekilişe iPad mini sahibi oldu. Çekilişe katılan 1428 kullanıcı arasında iPad miniyi kazanan talihli ise lise öğretmeni İsmail Kültür oldu. Çekiliş sonucu kendisine haber verilen Kültür heyecanını şu şekilde dile getirdi; "Kazananın ben olduğumu duyduğumda inanmadım telefonu kapatacaktım, iyi ki kapatmamışım." Tur Assist Genel Müdürü Cemal Fenercioğlu talihlinin hediyesini 01 Temmuz Çarşamba günü Tur Assist'in Şişli'deki genel binasında takdim etti. <<<

Tur Assist'in Twitter yarışması sonuçlandı

Twitter sosyal medya kanalında yarışma düzenleyen Tur Assist, belirlenen başlık ile aracının fotoğrafını gönderen yarışmacılar arasından 10 kişiye, 6 aylık ücretsiz Warranty 2. El Otomobil Garanti paketi hediye etti. Twitter kullanıcıları, araçlarıyla birlikte olan fotoğraflarını #kafamrahat yazısı ile ekleyerek yarışmaya katıldılar.



Gürkan Genç, Tur Assist ile dünya turunda

Keşfedip hayallerini gerçekleştiren, anlatmak için yaşayıp gelecek için pedallayan Gürkan Genç'e yolculuğu boyunca eşlik eden Tur Assist, sporcuya destek veriyor.

2010-2011 yıllarında Türkiye'den Japonya'ya bisikletle gidip, 9 Eylül 2012 tarihinde bisikletle 7 sene sürecek olan dünya turuna Türkiye'den başlayan Türk bisikletçi Gürkan Genç; sıcak soğuk her türlü hava koşulunda, dünyanın en yüksek araç geçiş noktalarında, en büyük çöllerinde pedallıyor. Yolculuğun 977 gününü tamamlayıp yaklaşık 35.150 kilometresini bisikleti ile kateden Gürkan Genç, gezdiği ülkelerin köylerinde, şehirlerinde tarihi ve doğal güzelliklerinin fotoğraflarını çekiyor. Toplumların kültürlerini yaşamlarını görmek, anlamak için onlarla birlikte yaşıyor. Edindiği tecrübeleri internet sayfasında ve gittiği ülkelerin okullarında öğrencilerle paylaşıyor. <<<

Tur Assist çalışmalarını Salesforce üzerinden gerçekleştiriyor

Tur Assist, kurumsal müşteri ve bayileri ile ilgili süreçlerini Salesforce'un hızlı ve kolay arabirimi ile takip etmeye başladı. Salesforce, bulut (Cloud) teknolojisi ile, internet üzerinden erişimde bulunulan yazılım uygulamaları, veri depolama hizmeti ve gelişmiş bir işlem kapasitesi sunuyor. Hiçbir donanım yatırımı gerektirmeyen, sadece bir bilgisayar ve internet bağlantısı ile cloud üzerinden verilere erişime izin veren bir program olan Salesforce, ilk olarak 2012 yılında, Tur Assist'in, İspanya Merkez ofisinde kullanılmaya başlandı. Türkiye, bu uzun soluklu koşuya Aralık 2014'te katıldı. <<<

İLK GÜNKÜ GİBİ YENİ!

Otomobiliniz, çevre ve insan sağlığına duyarlı oto koruma markası ResistAll ile boyadaki parlaklık kaybına, kuş pisliklerine, böcek lekelerine, ağaç reçinesine hatta asit yağmurlarına, döşemelerdeki yiyecek ve içecek lekelerine, mürekkep ve ruj izlerine karşı koruma altındadır.

Ürünlerimiz Amerika Birleşik Devletleri'nin Teksas eyaletinde üretilmektedir.

Yeni nesil, üstün "NANO" teknoloji.

Çevre ve insan dostu.

Ömür boyu yenilenebilir.

Takasta artı destek avantajı*

3 veya 5 yıl garanti seçeneği**

Transfer edilebilir garanti***

* Ayrıntılı bilgi için yetkili Satış Danışmanınıza başvurunuz.

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

*** Otomobilinizi sattığınızda ResistAll garantisi geçerliliğini sürdürür.

BOYA KORUMA KAPSAMI



BOYADAKİ PARLAKLIK KAYBI



KUŞ PİSLİKLERİ



BÖCEK LEKELERİ



AĞAÇ REÇİNESİ

DÖŞEME KORUMA KAPSAMI



MÜREKKEP



GAZLI İÇECEKLER



YAĞ



SAKIZ

PATENT

Patentte Toyota lider

Hibrit ve yakıt hücreli otomobiller konusundaki yatırımlarıyla dikkat çeken Toyota, Uygulamalı Bilimler Üniversitesi'ndeki Almanya'nın Otomotiv Yönetimi Merkezi'nin araştırmasında; 2014'te 18 global otomobil üreticisi tarafından tescil ettirilen 57 bin patentin yüzde 26'sını gerçekleştirerek rekorunu tazeledi.

Tescilli patentlerini yüzde 11 artıran Toyota, bu oranla patentte dünyanın lider otomobil üreticisi konumunda. Şirket ayrıca, 5 bin 680 yakıt hücreli ve bununla bağlantılı patent hakkını da bedelsiz olarak kullanıma açtı.



Rolls-Royce Motor Cars İstanbul Marka Müdürü Hilal Aysal

Rolls-Royce her yıl küresel olarak stratejik önem gördüğü pazarlarda Rolls-Royce sahipleri ve potansiyel müşterilerle 'Dealer to Dealer Tour' kapsamında bir araya geliyor.

Rolls-Royce Bodrum'daydı
Rolls-Royce, tüm dünyada gerçekleştirilen 'Dealer to Dealer' turunun Türkiye ayağını Bodrum'da yaptı. Rolls-Royce tutkunları markanın Ghost ve Wraith modellerini deneyimleme fırsatı buldu.

Konuşan arabalarda yeni trend internet mavisi ve pırıltılı kırmızı

Dijital teknolojiler geliştikçe "Nesnelerin İnterneti" ile etrafımızdaki eşyalarla iletişime geçeceğiz ve konuşan arabalarda mavi renk tercih edilecek.



BASF, önümüzdeki yılların otomotiv renk trendlerini sundu. BASF'nin RAW adını verdiği yeni trend koleksiyonuna göre; gelecekte renkler arabaların karakterini şekillendirecek, çarpıcı dokular ön planda olacak. Mavi renk, bu alanda önemli bir role sahip olurken pazarda parlak mavi gölgelerden siyah mavi renk alanlarına kadar geniş bir yelpaze hakim olacak. Ayrıca yoğun kırmızı, parlak turuncu ve pırıltılı sarı, otomobillerde cazibe yaratacak. BASF Boya Global Stratejik Pazarlama Departmanından Astrid Van der Auwera, "Tüketici davranışlarını sürekli olarak zorlamak ve alternatifler aramak, aynı zamanda RAW koleksiyonunun renk dünyasında kendisini global seviyede hissettirmek anlamına geliyor" diye konuştu.. <><>

Volkswagen Ticari Araç Gümüş Stevie Ödülü'nün Sahibi Oldu

Dünyanın en ünlü markalarının projelerinin yarıştığı Stevie Ödülleri'nde, Volkswagen Ticari Araç'ın SUV modeli Amarok için Turkcell ile birlikte gerçekleştirdiği Beacon Teknoloji alt yapılı test sürüşü projesi, 2015 Yılı'nın Mobil Pazarlama Kampanyası dalında Gümüş Stevie Ödülü'ne layık görüldü.



Nissan, Avrupa'nın en çok satan Asya markası olarak zirvede!

Nissan yılın ilk yarısını Avrupa'nın en çok satan Asya markası olarak zirvede tamamladı. 2015 yılının ilk altı ayında satılan 384 bin 726 adet araçla bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,3 artış sağlandı. Türkiye'de ise ilk 7 ayda

geçen yılın aynı dönemine göre satışlarını yüzde 43 artırdı.

Nissan, 2015'in ilk altı ayı için açıkladığı satış adetleriyle Avrupa'nın en çok satılan Asya markası oldu. Toplamda 384 bin 726 adet olarak gerçekleşen

2015 yılının ilk altı aylık satış performansı, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 4,3'lük bir artış anlamını taşıyor. Bu başarı, Nissan'ın gelmiş geçmiş en rekabetçi ve güçlü model yelpazesıyla geldi. Nissan 2014 yılının ilk altı aylık döneminde 368 bin 314 adet araç satış gerçekleştirmişti.

2015'in ilk yarısında gelen artışlar büyük pazarlardan olan

İngiltere'de yüzde 34, İspanya'da yüzde 18 ve Almanya'da yüzde 11 oranında artarken, bu değerler Nissan'ın en ciddi rakibinin üzerinde gerçekleşti. Qashqai'nin sürekli artan satış performansı ve yüzde 100 elektrikli Nissan LEAF'in bu başarıdaki payı büyük olurken, Nissan'ın Avrupa pazarındaki toplam payı yüzde 4,2 olarak gerçekleşti.

Porsche Cayenne ve Panamera'nın plug-in hibrit modellerinde Bosch'un IMG-300 elektrikli motoru ek bir elektrik tahriki sağlıyor. 310 Nm'ye kadar ek bir güç sunuyor ve ek gücün 70 kW'sini (95 hp) karşılıyor.



Heyecan verici işbirliği: Porsche ve Bosch'tan hibrit teknoloji

918 Spyder, Panamera S E-Hybrid ve Cayenne S E-Hybrid ile Porsche, dünyada üç adet plug-in hibrit model sunan ilk otomobil üreticisi oldu. Porsche'nin yenilikçi sürüş sistemi konusunda güvendiği tedarikçiler arasında Bosch yer alıyor.

Renault hafif ticari araç pazarındaki iddialı hedeflerini açıklıyor

Tam 17 yıldır Avrupa'nın 1 numaralı Hafif Ticari Araç markası konumunda olan Renault Grubu, Güney Amerika ve Afrika pazarlarında sahip olduğu güçlü bölgesel pozisyonuna ilave olarak, Global arenada vites yükseltiyor. Hedef, Hafif Ticari Araç pazarındaki bölgesel zirve pozisyonunu, Global arenada da sergilemek.

Renault bu hedefine ulaşabilmek amacıyla, küresel Hafif Ticari Araç pazarının üçte birinden fazlasına denk gelen pick-up pazarına girmeye karar verdi. Haziran 2015'te Buenos Aires'te Güney Amerika pazarına yönelik lanse edilen Renault Duster Oroch'un yanı sıra, küresel yeni aracı işaret eden ALASKAN pick-up konseptini 3 Eylül'de ilk gösterimi gerçekleştirdi.

Renault, ürün ve pazar

politikalarına paralel olarak Hafif Ticari Araç müşterilerine ve kullanıcılarına hizmet verme konusunda küresel uzmanlığı olan Renault Pro+ hizmetini de lanse ediyor. Kişiyi özel ürün ve hizmetler sunmanın yanı sıra, alanında uzman olan Renault Pro+ şebekesi, tanıtımdan satış sonrası servise kadar ticari müşterilere her adımda ayrıcalıklı deneyimler yaşatacak. Renault Pro+ uzman markası, Renault'un müşteri

memnuniyeti anlayışını bünyesinde barındırıyor ve markanın küresel hedefleri yolunda planlarının ayrılmaz parçasını oluşturuyor.

Renault, Duster Oroch'un ardından ALASKAN Konsepti gün yüzüne çıkarıyor. ALASKAN Konsept, sürekli büyüyen pick-up pazarında yeni müşteriler kazanmaya yönelik büyük bir adımı ifade ediyor. Pick-up'lar küresel hafif ticari satışlarının üçte birinden fazlasına denk geliyor ve Renault'un ürün gamında yepyeni bir sayfa açıyor.

ALASKAN Konsept küresel çapta etki yaratacak olan gelecek modelin yolunu açıyor. Bir ton taşıma kapasitesini hem ticari hem de bireysel müşterilerin gereksinimlerini karşılayacak modern ve atletik tasarımıyla birleştiriyor.

ALASKAN Konsept: üç farklı dünyada hayattan en fazlasını elde etmek üzere tasarlandı

ALASKAN Konsept üç farklı dünyada hayattan en fazlasını elde etmek üzere tasarlandı: ticari ve özel kullanım ile birlikte günlük kullanım.

ALASKAN Konsept, ticari kullanıcıların gereksinimlerine kusursuz uyum; Mükemmel yol tutuşu için güçlü şasi, arttırılmış yerden yükseklik ve sıra dışı sürüş konforu; Beş yolcu ile birlikte bir tondan fazla yük taşıma kapasitesi ve geniş yükleme alanı; Ekipman sabitleme imkânı sunan üç adet uzunlamasına donatılan yükleme alanı; Yükleme alanının her iki yanında yer alan ilave saklama gözleri ve sınıfının en iyisi durumundaki yakıt tasarrufu ve etkileyici güç ve hızlanma performansı sunuyor.

HASSELBLAD VE ALASKAN KONSEPT

ALASKAN Konsept'in kullanımda çok yönlülüğünü öne çıkarmak için Renault, Hasselblad ile bir ortaklık anlaşması imzaladı. Hasselblad, kamera ve fotoğraf ekipmanları üreten İsveçli bir üretici. Söz konusu marka insanları ilk kez Ay'a taşıyan Apollo uzay programına sağladığı fotoğraf ekipmanları ile tanınıyor.

Bu ortaklık sayesinde her iki marka da Paul adını verdikleri bir kimlik yarattılar. Paul bir fotoğrafçı ve ALASKAN Konsept onun için kusursuz bir araç.





1

"Show truck" pick-up ALASKAN Konsepti

Renault, Duster Oroch'un ardından ALASKAN Konsepti gün yüzüne çıkarıyor. ALASKAN Konsept, sürekli büyüyen pick-up pazarında yeni müşteriler kazanmaya yönelik büyük bir adımı ifade ediyor. Pick-up'lar küresel hafif ticari satışlarının üçte birinden fazlasına denk geliyor ve Renault'un ürün gamında yepyeni bir sayfa açıyor.

ALASKAN Konsept küresel çapta etki yaratacak olan gelecek modelin yolunu açıyor.

ALASKAN Konsept, internete bağlı maceranın kusursuz dünyası. Uluslararası dergilere çalışan bir fotoğrafçı olarak Paul, her nereye giderse gitsin aracında profesyonel Hasselblad ekipmanları taşıyor. Üstelik bunu hem aşırı sıcak hem de çok soğuk iklimlerde yapıyor. Paul ALASKAN Konsept'ini aynı zamanda gezinti amaçlı da kullanıyor. Bu araç ona ve ailesine her durumda mükemmel çözümler sunuyor. Ve konu arkadaşlarıyla zaman geçirmek olduğunda Paul, bir kaç dakika içinde ALASKAN Konsept'inin tozunu alıyor ve göz alıcı aracını gururla park ediyor.

Yeni 1 Tonluk Pick-Up, ALASKAN Konseptine yakın olacak

Seri üretim versiyonlarının tasarımı ALASKAN Konsept ruhunu eksiksiz bir şekilde yansıttak ve aynı boyutlarda olacak. Çok çeşitli gövde tipleri ve güç aktarma organı seçenekleri sunulacak.

Hem ticari, hem de günlük kullanıma yönelik kusursuz bir pick-up. Bu araç Renault Captur ve Kadjar gibi modellerinden elde edilen crossover know-how'ını bünyesinde barındırıyor. Bir ton taşıma kapasitesine sahip bu yeni pick-up 2016'nın ilk yarısında tanıtılacak.

Renault'un hafif ticari araç pazarındaki hedefleri

17 yıldan beri Avrupa'nın 1 numaralı Hafif Ticari Araç

markası olan ve hem Güney Amerika hem de Afrika pazarlarında sahip olduğu güçlü pozisyona rağmen Renault Grubu uluslararası arenada vites yükseltiyor. Hedef, Hafif Ticari Araç pazarındaki bölgesel zirve pozisyonunu, Global arenada da sergilemek. Hafif Ticari Araçlar, 2014 yılında gerçekleştirilen 14 milyondan fazla satış ile önemli bir stratejik pazar durumunda.

Renault, bu hedefe ulaşmak amacıyla iddialı bir ürün sunmakla birlikte sağlam ortaklıklar da kurdu. Bu esnada Renault Pro+ uzman marka sayesinde müşterilerine eşsiz bir deneyim sunmayı da başarıyor.



2

Renault Duster Oroch

Renault Duster Oroch, aynı zamanda Renault Duster'da da kullanılan Sport Utility Araç platformu üzerinde tasarlanan tek pick-up. Dört kapılı, beş koltuklu söz konusu araç, cömert yükleme alanı ile eşsiz özellikler taşıyor. Araç Duster'ın stilinden, ekipmanlarından ve aksesuarlarından esintiler taşıyor ve pek çok inovasyonu bünyesinde barındırıyor. Sahip olduğu araç-ıçi ekipman paketi C-segmenti SUV'lar ile boy ölçüşecek özellikte.

2

Renault Pro+

Renault Pro+ lanse ediliyor: söz konusu hizmet kişiye özel ürünler ve iyi eğitilmiş uzman şebekesi ile Hafif Ticari Araç kullanıcılarına ve müşterilerine gerekli hizmeti sunuyor, Şu ana kadar Pro+ ismi Renault HAFİF TİCARİ ARAÇ'larının uzman şebekesine verilen isimdi. Bu hizmet sayesinde HAFİF TİCARİ ARAÇ alıcılarına ve kullanıcılarına belirli satış noktalarında hizmetler veriliyordu, Şimdi ise uzman bir marka olarak bu şebekeye ek olarak Renault Pro+, Renault'nun HAFİF TİCARİ ARAÇ müşterilerine en doğru aracı araştırıp satın almaktan kullanım ömrü boyunca pozitif müşteri deneyimi yaşatmaya kadar pek çok hizmeti sunacak.



Infiniti'nin Frankfurt kozu: Q30 ACTIVE COMPACT

Infiniti'nin ikonik tasarıma sahip Q30 Active Compact modelinin Dünya Prömiyeri Uluslararası Frankfurt Otomobil Fuarı'nda gerçekleştirilecek. Cesur ve etkileyici tasarımı, gelişmiş sürüş özellikleri ve yol tutuş performansı ile öne çıkan Q30 Active Compact'ın 2016 yılının ilk çeyreğinde tüketici ile buluşması planlanıyor.

Infiniti, kompakt crossover segmentinde yer alan Q30 Premium Active Compact modelinin dünya prömiyerini Uluslararası Frankfurt Otomobil Fuarı basın gününde gerçekleştirecek. İlk kez konsept modeliyle 2013 yılında görücüye çıkan Q30 modeli, 2016'da ticarileştirilecek versiyonu olan konsept modele sadık kalınarak geliştirildi.

Infiniti Q30 Active Compact cesur tasarımı ve üstün sürüş özellikleriyle iddialı

Infiniti'nin ikonik tasarım diline sahip yeni Q30 modeli, "şehir içinde orijinallik arayan"

müşteriler için geliştirilmiş kategori birincisi bir model olarak lanse ediliyor. Dinamik sürüş özellikleri, Infiniti'ye özel güvenilir ve tepkisel performansın yanı sıra üstün bir sürüş ve yol tutuş performansı sunuyor. El işçiliği döşemeler ve etkileyici kabin özellikleri, göz alıcı tasarım yaklaşımının gövdeden yolcu kabinine kadar uzanmasını sağlıyor.

Q30 Active Compact'ın üretimi Infiniti araçlarını üreten üç kıtadaki dördüncü ülke olacak olan İngiltere'deki Sunderland'de yapılacak. 🚗🔧



Ford, Frankfurt'ta SUV atağına geçiyor



Avrupa'da SUV hamlesine hazırlanan Ford, Frankfurt Otomobil Fuarı'nda Yeni Edge'in Avrupa versiyonunu ilk kez görücüye çıkarıyor. Yenilenen Kuga ve EcoSport modelleri ile SUV ve AWD ailesini genişleten Ford, yenilenen Ranger'ın da Avrupa prömiyerini yapıyor.

Ford'un Avrupa'daki SUV atağı, müşterilerine en yeni portföyü sunmak üzere Frankfurt Otomobil Fuarı'nda ivme kazanıyor. Ford, Avrupa SUV ve crossover segmentindeki iddiasını ve büyümesini önümüzdeki 3 yıl içerisinde sunacağı 5 yeni ve yenilenen model ile güçlendiriyor.

Avrupa'da ilk kez seri üretim hali ile sergilenecek olan büyük SUV yeni Edge, orta sınıf SUV'lar arasında kullanıcılarına sunduğu ileri teknolojiler ve konfor ile dikkat çeken Kuga ve kompakt SUV modeli EcoSport ile Frankfurt'ta boy gösterecek olan Ford, bu modellere ek olarak Avrupa'da ilk kez görücüye çıkacak olan yeni Ranger ile de

dikkatleri üzerine toplayacak. Ford, gelecek sene itibariyle SUV ailesi ve yeni Ranger gibi pikap modelleri haricinde Ford Otosan tarafından Türkiye'de üretilen Transit'ten, sportif hatchback Focus RS'e uzanan modellerinin neredeyse yarısının AWD, akıllı dört tekerlekten çekiş sistemi ile sunmayı planlıyor.

Yepyeni lüks SUV Ford Edge

Şık ve sofistike tasarımıyla Avrupa'ya özel olarak tasarlanan Ford Edge, optimize edilen yakıt tüketimi ve 149 g/km'lik CO2 emisyon değeriyle pazara giriş yapacak.

Edge, 2.0 litre TDCi dizel motor ile 180 PS ve 210 PS olmak üzere iki farklı güç seçeneğinde

sunulacak. 180 PS güç üretebilen motor seçeneği 6 ileri manuel şanzıman ile desteklenirken, 210 PS'lik çift turbolu motor seçeneği ise 6 ileri PowerShift otomatik şanzıman sayesinde akıcı ve kusursuz bir sürüş sağlayacak.

Yeni teknolojiler ile Kuga

Ford Kuga ilk defa SYNC 2 gelişmiş bağlantı sistemi ile Frankfurt'ta otomobil severlerin karşısına çıkıyor. 5 inçten 8 inçe çıkartılan ekran boyutuyla sunulan bu sistem sayesinde sürücü kolayca telefonunu, eğlence elemanlarını, klimayı,



navigasyon sistemlerini basit günlük dil ile kullanabilecek ve geri vitese geçildiğinde arka kamera sayesinde kolayca park edebilecek.

Kompakt SUV EcoSport da geliştirildi

Ford EcoSport yenilenen iç mekanıyla çağdaş ve daha kaliteli bir görünüme kavuştu. EcoSport, tamamı Euro 6 normlarına göre tasarlanan 3 motor seçeneği ile sunuluyor.

Yeni Ranger Avrupa'da ilk kez Frankfurt'ta görücüye çıkacak

Yenilenen Ford Ranger dikkat çekici yeni görünümüyle ilk kez Frankfurt Otomobil Fuarı'nda otomobil severlerin beğenisine sunuluyor. Sınıfında sunduğu önemli yeni teknolojilerle ön plana çıkan Ranger, geliştirilen dizel motor seçenekleri ile de gücü ve mükemmel yakıt tasarrufunu bir araya getiriyor



Fiat'ın bir numarasından Aegea'ye övgüler

Fiat Chrysler Automobiles CEO'su Sergio Marchionne, Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç ile Bursa'da yeni sedarı test edip, Aegea projesinin nihai üretim onayını verdi.

Tofaş Yönetim Kurulu'nun toplantısı için sessiz sedasız Bursa'ya gelen Fiat Chrysler Automobiles (FCA) CEO'su Sergio Marchionne, burada Koç Holding ve Tofaş Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç ile birlikte Aegea (Ege) proje adıyla tanıtılan yeni kompakt sedanı birlikte test etti. Yeni aracı beğenen Marchionne, 520 milyon dolarlık yatırımla hayata geçirilecek Aegea'nın nihai üretim onayını da verdi.

Aynı zamanda FCA'nın Avrupa'daki yeni stratejisinin de mimarı olan ve geçtiğimiz günlerde Bursa'ya gelen Marchionne, Mustafa Koç ile birlikte önce Aegea'yı denedi. İkili, Tofaş fabrikasının içinde bulunan test pistine çıkarak, aracın son deneme sürüşünü gerçekleştirdi. Program çerçevesinde Mustafa Koç ile birlikte Tofaş fabrikasını gezen ve Ar-Ge Merkezi'nde de incelemelerde bulunan Sergio Marchionne, Aegea'nın seri üretimine yönelik olarak "son onay" verdi. Aracı çok beğendiğini belirten Marchionne, projede görev alan Tofaş çalışanlarıyla da biraraya geldi.

Mustafa Koç, ziyaret ve test sürüşünden duyduğu memnuniyeti dile getirirken, emeği geçen tüm çalışanlara teşekkür etti ve geline noktanın gurur verici olduğunu dile getirdi. FCA CEO'su Marchionne de, tüm Tofaş çalışanlarını kutlarken "Yeni kompakt sedan, Tofaş'ın ürün geliştirme ve üretim alanlarında sahip olduğu yüksek yeteneklerinin bir sonucudur" ifadesini kullandı. Marchionne, "Çok iyi bir iş çıkardınız" dedi.

Beklentiler arttı

Toplantı ve ziyarette Sergio Marchionne ile Mustafa Koç'a eşlik eden, aynı zamanda Tofaş'ın da eski



FCA'nın Avrupa'daki yeni stratejisinin de mimarı olan ve geçtiğimiz günlerde Bursa'ya gelen Marchionne, Mustafa Koç ile birlikte önce Aegea'yı denedi. İkili, Tofaş fabrikasının içinde bulunan test pistine çıkarak, aracın son deneme sürüşünü gerçekleştirdi.

CEO'larından olan FCA'nın Avrupa ile Afrika ve Ortadoğu Operasyonlardan sorumlu yöneticisi (COO) Alfredo Altavilla, sürpriz şekilde araca Avrupa'dan da büyük ilgi olduğunu belirtti.

Altavilla, "Kasım ayından itibaren Türkiye'den başlayarak kademeli satışa sunulacak Aegea proje isimli yeni Fiat kompakt sedanın, ilk aşamada EMEA Bölgesi'ndeki (Avrupa, Ortadoğu, Afrika) 40 ülkede satışa sunulması hedefleniyordu. Ancak, araç henüz yola çıkmadan Avrupa'da beklentilerin daha da arttığını görüyoruz. Mevcut gidişat gösteriyor ki, yeni modelin etki alanı daha da genişleyecek" açıklamasını yaptı.

Abartısız ve yalın olacak

Tofaş'ın 520 milyon dolarlık yatırımla Bursa'da üretimine başlamaya hazırlandığı, dünya tanıtımı İstanbul Autoshow 2015'te gerçekleşen yeni B sınıfı sedan Aegea, Fiat'ın yalın ve fonksiyonelliğin ön planda tutulduğu modelleri arasında yerini alacak. Aegea, Tofaş tarafından geliştirilen yeni bir platformla şekillenirken, bu platform, yine Bursa'da üretilen orta sınıf "hatchback" ve "station wagon" modellerin de temelini oluşturacak.

Formula 1 Türkiye'ye geri dönüyor

Formula 1'in 2016 takviminde Türkiye'nin de yer alması için görüşmeler tamamlandı.

Istanbul Park'ın işletmesini 2013 yılında devralan Intercity'nin Yönetim Kurulu Başkanı Vural Ak, düzenlediği basın toplantısında, Londra'da Formula 1 Başkanı Bernie Ecclestone ile görüştüğünü, Türkiye'de yeniden yarışın yapılmasını onun da istediğini aktardı.

Formula 1'in meşruiyetini kaybetmeye başladığını savunan Ak, "Formula 1 motor sporlarının zirvesi ve Batılı bir kültürden ortaya çıkmış bir aktivite. Türkiye de Batı kültürünün içinde ve yarışın buralarda olması gerekir, ama gittikçe uzağa gidiyor; Katar, Bahreyn, Abu Dabi, Rusya, Azerbaycan... Batı'daki ülkelerde bundan dolayı bir seyirci kaybı var" dedi.

Ecclestone'a "Türkiye'de bu yarış yeniden sizinle beraber yapmak için elimizden geleni yapmaya

hazırız' dediğini anlatan Ak, şunları kaydetti: "Operasyonla alakalı bir sürü talebi vardı. Onların hepsinde kendisiyle anlaştık, el sıkıştık. Nihayetinde bu uluslararası bir aktivite olduğu için hükümetin onay vermesi gerekiyor. Maalesef bu durumdan dolayı seçimi bekler olduk. Kasım ayındaki seçimden sonra hızlı bir karar mekanizması kurulabilirse, tabi bu ülkemiz için çok önemli, bize aralık ayına kadar bir opsiyon verdiler. Çünkü aralık ayında resmi takvim kesinleşecek. Seneye resmi takvime girmek için son imzaya kaldık diyebilirim. İnşallah bunu tamamlar ve Formula 1'i yeniden getiririz."

Gelinen nokta itibarıyla pistin, bu işe hazır olmasının, altyapıyı tamamen kurmalarının dünyadaki Formula 1 yarışına en hazır pist olarak İstanbul Park'ı öne çıkardığını ifade eden Ak,



ayrıca gelecek yıl 2-3 tane daha büyük dünya şampiyonası yarışı İstanbul Park'a getireceklerini söyledi.

Formula 1'in 20'den fazla ülkede yapılan her yarıştan bir ücret aldığını anımsatan Ak, şunları söyledi: "Biz 7 sene boyunca 13,5 milyon dolar verdik. Bu, o süre boyunca verilen en düşük bedeldi. Bizden sonra en düşük veren Macaristan 22 milyon dolar ödüyordu. Diğerleri de yukarı doğru gidiyor. Şu anki rakamlara göre Macaristan yine 22 milyon dolar, artı komisyon veriyor; 26 milyon dolar civarına çıkıyor. Katar, 90 milyon dolara anlaştı. ABD, Teksas için 42 milyon dolar veriyor. Rusya 40 milyon dolar veriyor ama hiç kimse de seyretniyor.

Dolayısıyla benim en çok üstünde durduğum şey, bizim ücretimizin yine eski ücret olması şartıydı, yani 13,5 milyon dolar. Hükümetin ödeyeceği rakam bence en fazla bu. Çünkü 7 sene boyunca sadece bu kadar ödedi. Bizim hükümetten daha fazla bir şey talep etmemiz sempatik olmayacaktır. Formula 1'e 'Üstüne bir şey gerekiyorsa ben ödeyeceğim' dedim. Bunu kabul ettiler. Hükümet 10 sene

önce ödediğini yine öderse yarış burada."

İstanbul Park'a 110 milyon lira yatırım yaptık

İstanbul Park'ı 3 sene önce açık ihaleyle devraldıklarını aktaran Ak, "Bize devrettiklerinde, burası son 3 yılında kullanılmadığından çok kötü durumdaydı. Komple tesisi elden geçirmemiz gerekiyordu. Burası Türkiye'nin otomobil merkezi olsun istedik. İstanbul Park'a 2013 yılından bu yana toplam 110 milyon liralık yatırım yaptık" dedi.

Pisti halka açtıklarını ve her ay bir hafta sonu Pist Günleri düzenlediklerini anlatan Ak, Intercity Sürüş Akademisi ve Porsche Driving Center'ın da önemli projelerinden olduğunu söyledi.

Ev sahipliği yaptıkları ulusal ve uluslararası yarışlara değinen Ak, otomobil sporu tarihinde önemli bir başlangıç yaparak amatör kullanıcılar için "Renault Clio Cup", orta-iyi kullanıcılar için "Catherham Cup", en tepe kullanıcılar için "Porsche GT3 Trophy" organizyonunu başlatacaklarını dile getirdi. <<<



Zipcar araçları 5 ayda 15 bin saat kiralandı

Otokoç Otomotiv Araç Kiralamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ekici, Zipcar'ın Türkiye'de aktif olarak kullanılmaya başlandığı mayıs ayından bu yana 15 bin saat kiralama gerçekleştiğini söyledi.

Otokoç Otomotiv Araç Kiralamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı İnan Ekici, internet üzerinden saatlik araba kiralamayı mümkün kılan "araç paylaşım sistemi" Zipcar'ın Türkiye'de aktif olarak kullanılmaya başlandığı mayıs ayından bu yana 15 bin saat kiralama gerçekleştiğini söyledi.

Ekici, Zipcar'ın uzun dönemli ya da günlük kiralamanın yerine geçemeyeceğini, günde 1-2 saat araç kullanım ihtiyacı olanlar için uygun bir ürün olduğunu dile getirdi.

Özellikle büyük kentlerde bir aracın bir yerden başka bir yere hareket etmesinin trafikte yük oluşturduğunu ifade eden Ekici, "Zipcar'ın en önemli özelliği çevreci olması. Her bir Zipcar, sokaktan ve yollardan 17 aracı çekiyor. Bu ürünü hedef kitleyle buluşturduğumuzda İstanbul'da köprülerden daha az araç geçecek" değerlendirmesinde bulundu.

Ekici, Zipcar'ın ilk olarak Amerika'da faaliyete başladığını ve şu an 1 milyona yakın üyesi olduğunu söyledi. Markanın, dünya genelinde yaklaşık 12 bin araçla hizmet verdiğini belirten Ekici, şöyle devam etti: "Özellikle Kuzey Amerika'da çok güçlü. Üniversite kenti olan Boston'da çok iyi çalışıyor. Londra'da 2 binin üzerinde aracı var. Bu gibi yerlere baktığımızda trafiği rahatlatan bir unsur olmasından kaynaklı yerel yönetimlerle kol kola çalışıyorlar. Kentin değişik yerlerinde, müşterilerin rahatlıkla görebileceği ve ulaşabileceği noktalar daha önceden belirlenmiş durumda.

Kentli nüfus sadece bir noktadan başka bir noktaya ihtiyacını görebilmek için kendi araçları yerine Zipcar'ları kullanıyor ve daha az araç trafiğe çıkması



oluyor. Dünyadaki her bir aracın günlük kullanım süresi 58 dakika. Böyle düşündüğümüzde 365 gün boyunca bir araca sahip olmak bazı ihtiyaç sahipleri için uygun değil. Eğer benim günde yarım saat ya da 1 saat belirli noktalarda araca ihtiyacım varsa sadece bu süre için bedeli de yüksek olan bir ürüne sahip olmak mantıklı olmayabiliyor."

5 ayda 15 bin saat kullanım

Global açıdan İstanbul'daki deneyimlerinin çok değerli olduğunu vurgulayan Ekici, "Zipcar'ın aktif olarak kullanılmaya başlandığı mayıs ayından

bu yana 15 bin saat kiralama gerçekleşti. İşe başladığımızda 20 noktadaydık, şu anda 32 noktaya çıktık. Yıl sonu hedefimiz de 50 noktaya ulaşmak. Faaliyetlerimizi planladığımız gibi sürdürüyoruz ve bu hedefe adım adım ilerliyoruz" ifadelerini kullandı.

Zipcar'ın, düzenlenen kampanyalar kapsamında akşam saatlerinde daha uygun ve indirimli fiyatlarla hizmet verdiğine işaret eden Ekici, şöyle konuştu: "Örneğin akşam 20.00'dan sabah 7.00'a kadar saat ücretlerimiz düşüyor. Dolayısıyla bu zaman dilimlerinde alternatif ulaşım aracı olarak diğer ürünlerin fiyatlarıyla karşılaştırıldığında çok makul bir noktaya geliyor. Son dönemde bu şekilde kullanım da artmaya başladı.

Çok farklı ürünlerimiz var. Örneğin iş yerlerine yakın noktalarda akşam saatlerinde daha çok kullanılıyor. Yine iş yeri açısından düşündüğümüzde öğle arasında bir noktadan başka bir noktaya gitmek için, toplantıya gitmek için, akşam mesaiye kalıp da eve gitmek için kullanılabilir. Araçlarımız genellikle 2 saat ve üzeri sürelerde kullanılmak için kiralanıyor."

Zipcar Kampüste, Serviste ve İş'te

Zipcar'ın üniversitelerde, araç servislerinde ve anlaşmalı kurumlarda da kullanıldığını dile getiren Ekici, söz konusu ürünün mobiliteye ihtiyacı olan her müşteri açısından alternatif bir ulaşım kaynağı olduğuna dikkati çekti. Ekici, şunları kaydetti: "Bu iş üyeliği olduğu için Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) çok ama çok önemli. İhtiyaca ve döneme göre çok yaratıcı kampanyalar yapıyoruz. Zipcar'ın hedef kitlesi içerisinde iş adamları, genç profesyoneller, öğrenciler ve aileler



İnan Ekici, "Zipcar'ın en önemli özelliği çevreci olması. Her bir Zipcar, sokaktan ve yollardan 17 aracı çekiyor. Bu ürünü hedef kitleyle buluşturduğumuzda İstanbul'da köprülerden daha az araç geçecek" değerlendirmesinde bulundu.

var. Zipcar Kampüste ürünümüz, üniversite öğrencileri tarafından gün içinde derslerinin olmadığı saatlerde, özellikle kentin biraz dışındaysa alışveriş amaçlı ve diğer ihtiyaçlarını gidermek için kullanılıyor.

Bizim Otokoç Otomotiv tarafındaki servislerimizde de Zipcar araçlarımızı konuşlandırmaya başladık. Aracını servise bırakan müşteriler mobilitelerini Zipcar ürünü ile sağlıyor. Bazı kurumlarla iş birliklerimiz var. Araçlarımız, oralarda da aktif olarak kullanılıyor. Hafta sonu ürünümüz de arabası olmayan aileler için çok ideal bir çözüm."

"Dört adımda araç kiralanıyor"

Zipcar'ın çok basit ve kullanımı çok kolay bir sistemle çalıştığına vurgu yapan Ekici, araç kiralama işinin sadece akıllı cep telefonu kullanılarak tamamlandığını söyledi. Kendisinin de bir Zipcar kullanıcısı olduğunu dile getiren Ekici, sözlerini şöyle tamamladı: "Benim en çok sevdiğim tarafı hiçbir yere telefon açmak ya da herhangi bir evrak imzalamak zorunda değilsiniz. Dört adımda işlem bitiyor. Üye oluyorsunuz, rezervasyonunuzu yapıyorsunuz, aracınıza biniyorsunuz ve kullanıyorsunuz. Bir kez üye olduktan sonra prosedürel hiçbir işlem yok. Bütün teknoloji cep telefonunuzda ve cebinizdeki kartta.

İnternet, cep telefonu ve diğer kanallardan sadece bir parmak hareketiyle istediğiniz arabaya rezervasyon yapabiliyorsunuz. Sonrasında ise cep telefonunuzla ya da kartınızla aracın anahtarına ihtiyaç duymadan kapılarını açıp özgürce yolunuza devam ediyorsunuz." <<<<



Daimler Otobüs Grubu Başkanı Hartmut Schick:

“Türkiye’de kalmaya ve yatırımlara devam edeceğiz”

Daimler Otobüs Grubu Başkanı Hartmut Schick, döviz kurlarındaki aşırı dalgalanmaların Türkiye’deki faaliyetlerini etkilemediğini vurguladı ve “Türkiye’de kalmaya ve yatırımlara devam edeceğiz” dedi.

1 995 yılında kurulan, 2005 yılında ikinci yatırım aşaması tamamlanan ve 2010 yılında yeniden yapılandırılan Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs Fabrikası 20. yılını kutluyor. Bu kapsamda Hoşdere fabrikasından bir basın toplantısı düzenlendi.

Toplantıya Daimler AG Otobüs Grubu Başkanı Hartmut Schick, Ağustos ayında Türkiye’de göreve başlayan Mercedes-Benz Türk Direktörler Kurulu Başkanı Britta Seeger, Mercedes-Benz Türk Otobüs Üretim Direktörü Dr. Martin Walz ve Mercedes-Benz Türk yöneticileri katıldılar.

Basın toplantısında bir gazetecinin döviz kurunda yaşanan dalgalanmadan nasıl etkilendikleri şeklindeki sorusu üzerine, Hartmut Schick, “Ekonomideki gidişat bizi etkilemedi, hedeflerimizin tutuyor. Planladığımız her şeye planladığımız şekilde devam ediyoruz ve hedeflerimizi tutturacağız. Döviz kurundaki

Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs Fabrikası’nda gerçekleştirilen 20. Yıl Basın Toplantısı’nda konuşan Daimler Otobüs Grubu Başkanı Hartmut Schick, Hoşdere Otobüs Fabrikası’nın dünyanın en modern otobüs fabrikalarından biri olduğunu belirtti.



değişiklikleri yakından takip ediyoruz ama şimdiye kadarki hiçbir yatırım planımızı etkilemedi. Türkiye’de kalmaya ve yatırımlara devam edeceğiz” yanıtını verdi.

Hartmut Schick: “Tüm gücümüzle geleceğe”

Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs Fabrikası’nda gerçekleştirilen 20. Yıl Basın Toplantısı’nda konuşan Daimler Otobüs Grubu Başkanı Hartmut Schick, Hoşdere Otobüs Fabrikası’nın dünyanın en modern otobüs fabrikalarından biri olduğunu belirterek şunları söyledi: “Bizim için Hoşdere Otobüs Fabrikası, Daimler’in küresel otobüs Ar-Ge ve üretim ağının çok önemli bir noktası konumunda. Bugün Avrupa üretim birliğimiz ve Almanya’daki merkez fonksiyonlarımız Hoşdere’siz düşünülemez. Burada üretilen araçların yüzde 80’inden fazlası Avrupa ve Orta Doğu bölgelerine ihraç ediliyor. Üretim ağımızda yer alan merkezler giderek daha fazla birbirine kenetlenirken Hoşdere fabrikamız



bir yetkinlik merkezi olarak öne çıkıyor. Mercedes-Benz Türk kuruluşundan bu yana 75 bin otobüs üretmiş ve gerek yurtiçinde yüzde 60'ın üzerinde pazar payı, gerekse 70'in üzerinde ülkeye yaptığı ihracatıyla önemli başarılarla imza attı. Burada üretilen modellerimiz, en yüksek satış adetlerine ulaşan modeller. Hoşdere fabrikamızın çalışanları bu başarılarıyla tüm camiamızın saygısını kazandılar. Geleceğe doğru tüm gücümüzle birlikte ilerleyeceğiz.”

Britta Seeger: "Türkiye'ye sosyal alanlardaki katkılarımızı da artırarak sürdüreceğiz"

Ağustos ayında göreve başlayan Mercedes-Benz Türk Direktörler Kurulu Başkanı Britta Seeger de toplantıda bir konuşma yaparak, yeni görev yerinin Türkiye olması teklifini aldığımda, hiç tereddüt etmediğini ifade ederek şunları kaydetti: “Türkiye'nin Daimler dünyası içindeki önemini, otobüs ve kamyon üretiminde çok değerli bir yere sahip olduğunu biliyordum. Hoşdere otobüs fabrikamızın 20. kuruluş yıldönümü, ne mutlu ki benim de Türk basını ile ilk buluşmama vesile oldu. Şirketimizin kurulduğundan bu yana sergilediği üstün performansı, tarihi ve geleneği ile gurur duyuyoruz. Bugün Türkiye'deki en büyük yabancı sermaye yatırımlarından biri olan Mercedes-Benz Türk, 48 yıllık tarihinde yatırımları ve yarattığı istihdam ile sadece ekonomiye değil, sürdürdüğü uzun soluklu kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile topluma da katkıda bulundu. Buna örnek olarak “Her Kızımız Bir Yıldız” projesi kapsamında bugüne kadar meslek eğitimlerine destek verdiğimiz 3,500 genç kıyı ve MobileKids projemizde trafik eğitimi verdiğimiz 9,000 ilkököl öğrencisini gösterebiliriz.



Mercedes-Benz Türk Otobüs Üretim Direktörü Dr. Martin Walz de konuşmasında Türkiye'de Mercedes-Benz Türk tarafından üretilen 75 bininci otobüsün banttandır.

Sanayi kuruluşu olarak çalışmalarımızı sürdürürken sosyal alandaki katkılarımızı gelecekte de artırarak sürdüreceğiz.”

Martin Walz: "75.000'inci otobüs Hoşdere'de banttandır"

Mercedes-Benz Türk Otobüs Üretim Direktörü Dr. Martin Walz de konuşmasında Türkiye'de Mercedes-Benz Türk tarafından üretilen 75 bininci otobüsün banttandır belirtti. Walz, “Dünyanın en modern otobüs fabrikalarından biri olan Mercedes-Benz Türk Hoşdere Otobüs Fabrikası, Türkiye otomotiv sanayiinin gelişmesine öncülük etmiş ve birçok ilke imza atmıştır” diyerek sözlerini şöyle sürdürdü: “Örneğin, ilk otobüs hava yastığı, ilk kataforez daldırma ünitesi gibi öncü çalışmalarımız, üretimde mükemmeli arayışımızın sonuçlarıdır. Daha 1995 yılında ISO 9001 kalite belgesini alan Hoşdere, Türk otomotiv ana sanayiinde bu belgeyi alan ilk üretim tesisi olmuştur. İnaniyorum ki, gelecekte de Hoşdere'nin önemi artarak, Daimler dünyasının sembollerinden biri olmaya devam edecektir.”

Hoşdere Fabrikası

Türkiye'nin en büyük otobüs fabrikası ünvanına sahip olan Hoşdere Otobüs Fabrikası, 3.300 kişiye istihdam sağlıyor. Fabrika, aynı zamanda ülke genelinde çalışan sadakatının de en yüksek olduğu üretim merkezlerinin başında geliyor. İlk üretime başladığında Hoşdere'de görev yapan 533 çalışandan 300'ü hala aynı merkezde faal olarak çalışmaya devam ediyor.

Toplam 360 bin metrekarelik bir arazi üzerinde 127 bin metrekarelik kapalı alana kurulu olan Hoşdere Otobüs Fabrikası, önemli yatırımlarla sağlanan teknolojisi ve üretim sistemlerinin yanı sıra alınan özel önlemler ve arıtma tesisleri ile çevre koruma açısından da dünyada örnek tesis olarak kabul ediliyor. <<<



Otomobil ve hafif ticari araç pazarı

2015 yılı 8 ayında % 47 arttı

Otomobil pazarı %43, hafif ticari araç pazarı %62 büyüdü. Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2015 yılı sekiz ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %47,18 artarak 598.963 adet olarak gerçekleşti. 2014 yılı sekiz aylık döneminde 406.962 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları, 2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %42,93 artarak 453.817 adete yükseldi. 2014 yılı aynı dönemde 317.503 adet satış gerçekleşmişti.

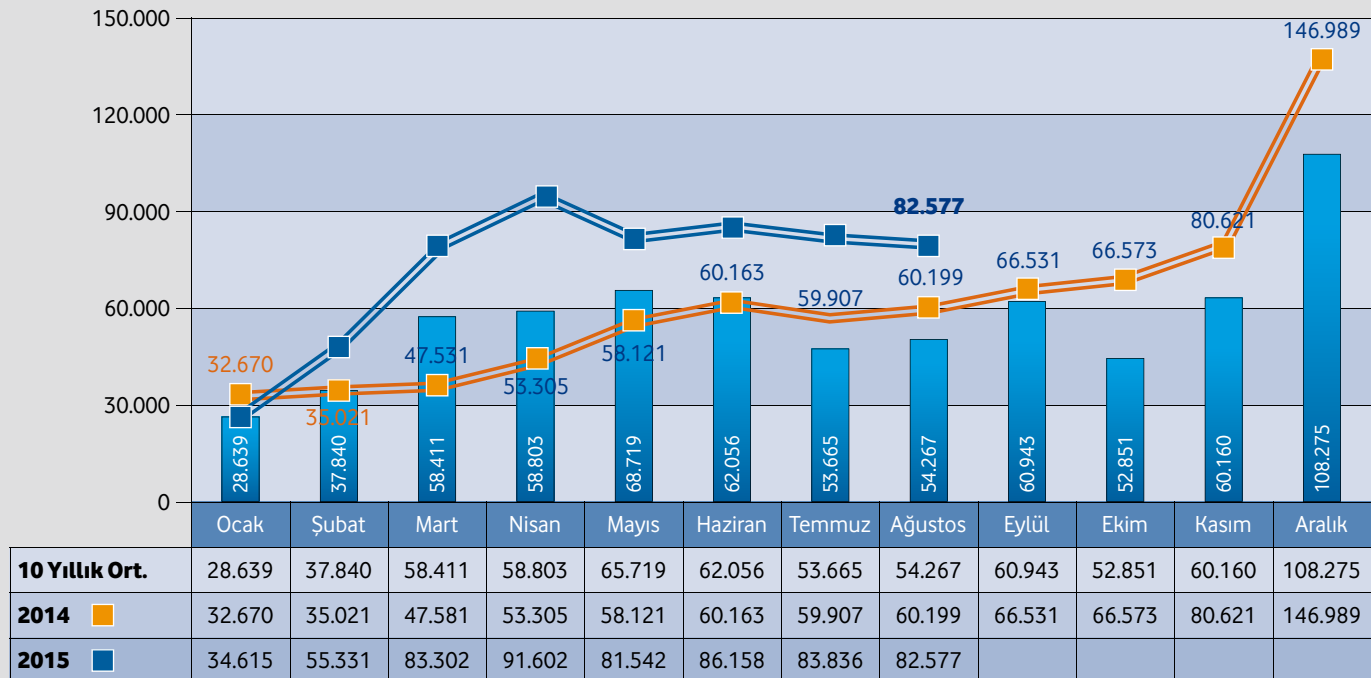
Hafif ticari araç pazarı, 2015 yılı sekiz ayında geçen yıla göre %62,25 oranında artarak 145.146 adete ulaştı. Geçen yıl aynı dönemde 89.459 adet satış yapıldı. 2015 yılı Ağustos ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 82.577 adete ulaştı. 60.199 adet olan 2014 yılı Ağustos ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %37,17 oranında arttı. 2015 yılı Ağustos ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %36,83

artarak 61.753 adet olarak gerçekleşti. 2015 yılı Ağustos ayında hafif ticari araç pazarı 2014 yılının Ağustos ayına göre %38,2 artarak 20.824 adet seviyesine ulaştı. 2015 yılı sekiz aylık dönemde, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %44,59, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %11,28 ve 2000cc üstü otomobillerde %17,66 artış görüldü. 2015 yılı sekiz aylık dönemde, 85kW altı 14 adet, 121kW üstü ise 65 adet olmak üzere 79 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti. 2015 yılı sekiz ayında, otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %41,64 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 188.983

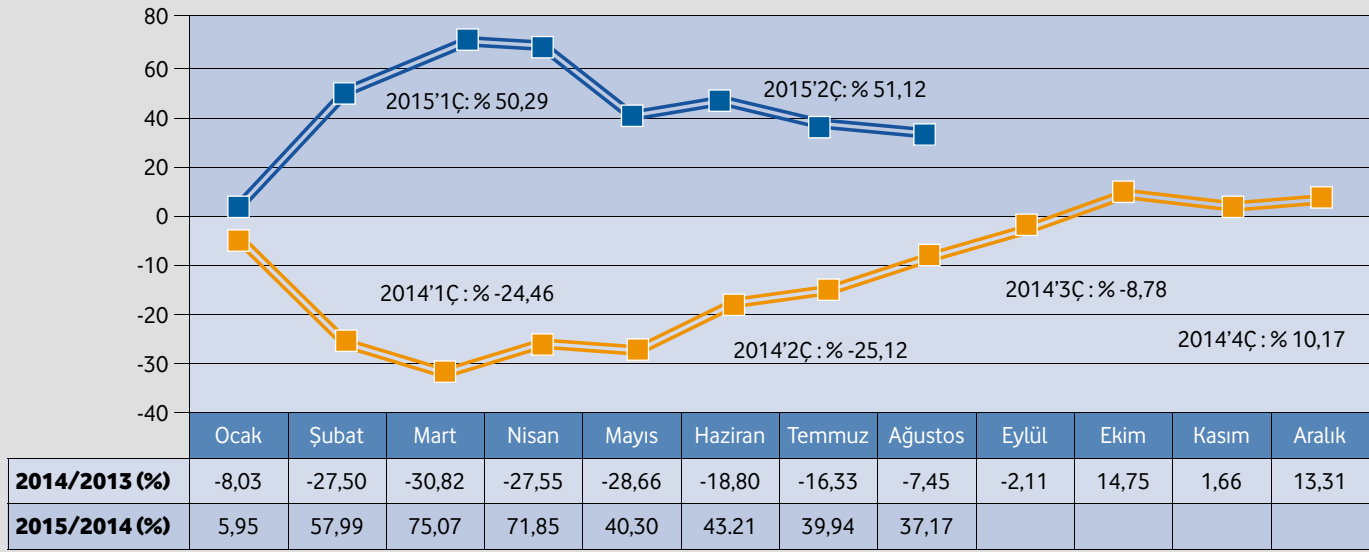
adet ile sahip oldu. 2015 yılı sekiz aylık dönemde, dizel otomobil satışlarının payı %61,34'e gerilerken, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise %48,19'a yükseldi. 2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde otomobil pazarı segmentinin %83,7'sini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %52,31 pay alan C (237.370 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%49,06 pay, 222.658 adet) oldu. 2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde hafif ticari araç pazarı gövde tipine göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %70,8 pay ile Van (102.757 adet), ardından %12,16 pay ile Kamyonet (17.656 adet), %11,29 pay ile Minibüs (16.390 adet) ve %5,75 pay ile Pick-up (8.343 adet) yer aldı. Çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%49,06 pay, 222.658 adet) oldu.



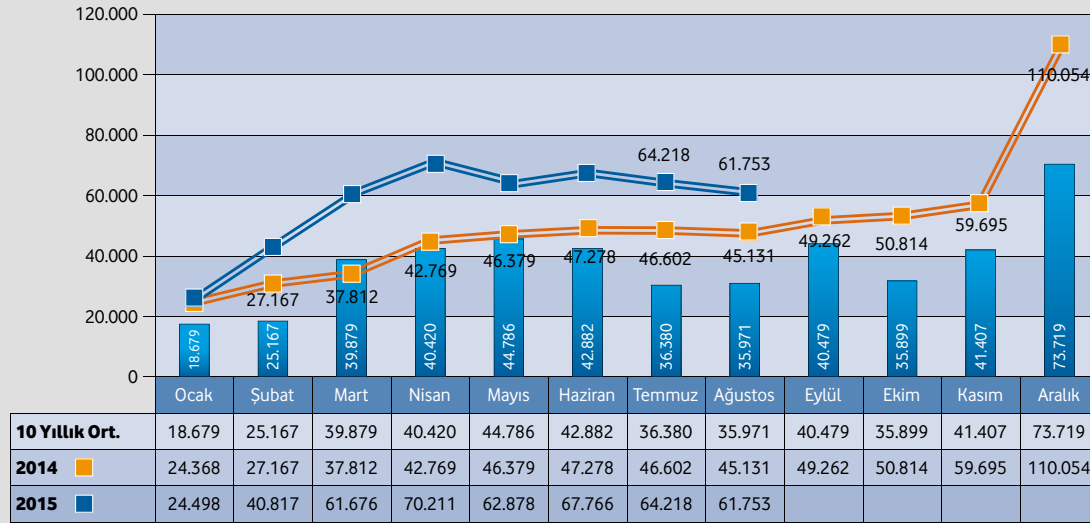
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ TOPLAM PAZARI



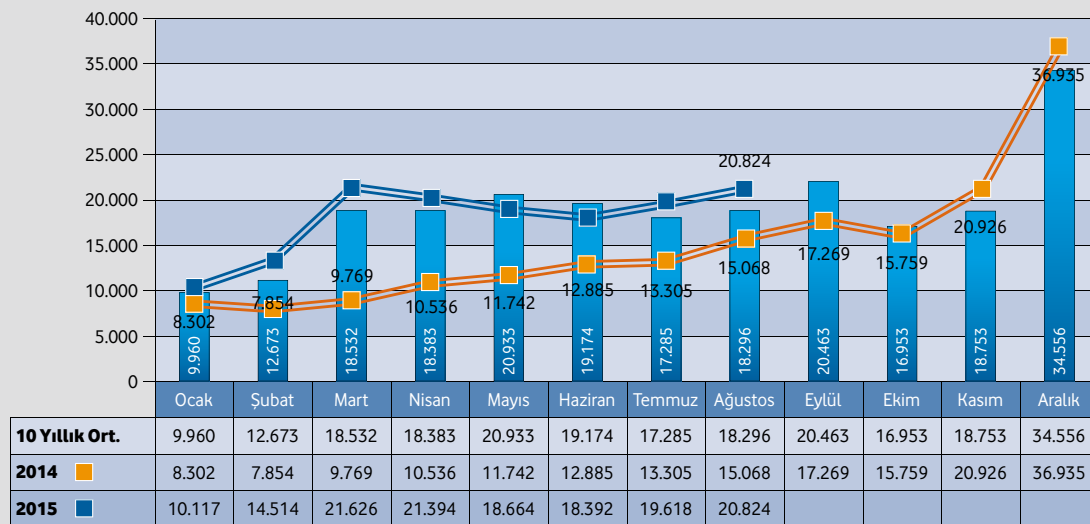
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI



HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %62,25 oranında artarak 145.146 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 89.459 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Ağustos ayında geçen yılın aynı ayına göre %38,20 oranında artarak 20.824 adet seviyesine ulaştı. Geçen sene Ağustos ayında 15.068 adet satış gerçekleşmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %13,82 arttı.

SEKTÖR ANALİZİ

2015 yılı Ocak-Ağustos dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %95,88 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 435.129 adet ile sahip oldu. Ardından %3,25 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,85 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2014 yılı aynı dönemine göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %44,59, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %11,28 ve 2000cc üstü otomobillerde %17,66 artış yaşandı. 2015 yılı sekiz aylık dönemde, 85kW altı 14 adet, 121kW üstü ise 65 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2014 Ağustos Sonu		2015 Ağustos Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	300.950	% 94,79	435.129	% 95,88	% 44,59	% 45	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	13.262	% 4,18	14.758	% 3,25	% 11,28	% 90	% 18
≥ 2001 cc	B/D	3.273	% 1,03	3.851	% 0,85	% 17,66	% 145	% 18
≤ 85 kW	Elektrikli	16	% 0,01	14	% 0,00	-	% 3	% 18
86 kW ≤ 120 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 7	% 18
≥ 121 kW	Elektrikli	0	% 0,0	65	% 0,01	-	% 15	% 18
Toplam		317.503	% 100,0	453.817	% 100,0	% 42,93	Vergi Oranları	

2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya %41,64 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (188.983 adet) ve ardından yine %29,41 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (133.488 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2014 Ağustos Sonu		2015 Ağustos Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	32.729	% 10,31	48.383	% 10,66	% 47,83
≥ 100 - < 120 gr/km	125.444	% 39,51	188.983	% 41,64	% 50,65
≥ 120 - < 140 gr/km	99.374	% 31,30	133.488	% 29,41	% 34,33
≥ 140 - < 160 gr/km	44.061	% 13,88	65.732	% 14,48	% 49,18
≥ 160 gr/km	15.895	% 5,01	17.231	% 3,80	% 8,41
Toplam	317.503	% 100,0	453.817	% 100,0	% 42,93

2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %38,22 oranında arttı. 2015 yılı sekiz aylık otomobil satış adetleri, 2014 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %63,43'den %61,34'e (278.383 adet) geriledi.

Dizel	2014 Ağustos Sonu		2015 Ağustos Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	11	% 0,47	11	% 0,38	% 0,00
B (Entry)	57.347	% 59,56	79.130	% 56,71	% 37,98
C (Compact)	113.274	% 68,37	153.494	% 64,66	% 35,51
D (Medium)	23.263	% 58,46	36.701	% 65,11	% 57,77
E (Luxury)	5.635	% 49,57	6.252	% 42,94	% 10,95
F (Upper Luxury)	1.874	% 92,96	2.795	% 91,22	% 49,15
Toplam	201.404	% 63,43	278.383	% 61,34	% 38,22

2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2014 yılı aynı dönemine göre %53,22 arttı. 2015 yılı sekiz aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %44,95'den %48,19'a (218.676 adet) yükseldi.

Otomatik Şanzıman	2014 Ağustos Sonu		2015 Ağustos Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	1.586	% 67,17	2.227	% 76,32	% 40,42
B (Entry)	26.657	% 27,68	46.210	% 33,12	% 73,35
C (Compact)	71.728	% 43,29	108.691	% 45,79	% 51,35
D (Medium)	32.182	% 80,88	47.885	% 84,95	% 48,79
E (Luxury)	8.608	% 75,72	10.608	% 72,85	% 23,23
F (Upper Luxury)	1.961	% 97,27	3.055	% 99,71	% 55,79
Toplam	142.722	% 44,95	218.676	% 48,19	% 53,22

Avrupa otomotiv pazarı 2015 Ocak-Haziran döneminde yüzde 8,7 arttı

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2015 Ocak-Haziran döneminde %8,7 arttı ve 8.483.290 adet seviyesinde gerçekleşti. 2014 yılı aynı dönemde toplam 7.801.498 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde en fazla düşüş %4,5 ile Lüksemburg'da, ardından %2,7 ile Finlandiya'da, %2,5 ile Avusturya'da gerçekleşti. 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; İzlanda %38,7, Portekiz %31,2 ve İrlanda %28,8 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2015 yılı Haziran ayında 2014 yılı aynı ayına göre %15,2 büyüdü ve toplam 1.618.195 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2014 yılı aynı ayında ise 1.404.727 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Haziran ayında en fazla düşüş %2,5 ile Finlandiya'da gerçekleşti. 2015 yılı Haziran ayında satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Litvanya %36,3, Portekiz %34,8 ve İzlanda %31,1 oranıyla yer aldı.

2015 yılı Ocak-Haziran döneminde, Türkiye %49,21 artış ile Avrupa otomotiv satışları sıralamasında 6. ülke konumunda yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde 2014 yılı aynı dönemine göre %8,2 arttı ve toplam 7.414.958 adet seviyesinde pazara ulaşıldı. 2014 yılı aynı dönemde ise 6.853.139 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre sırasıyla en fazla düşüş %5,4 ile Lüksemburg'da, ardından %3,5 ile Finlandiya'da, %3 ile Avusturya'da görüldü. 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar ise sırasıyla; İzlanda

%37,7, Portekiz %32,8 ve İrlanda %25,4 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2015 yılı Haziran ayında 2014 yılı aynı ayına göre %14,8 arttı ve toplam 1.413.911 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2014 yılı Haziran ayında ise 1.232.068 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre en çok daralma %14 ile İrlanda ve %2,5

ile Finlandiya'da yaşandı. 2015 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %33,9, İzlanda %31,1 ve Litvanya %30,1 oranıyla yer aldı. 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye %45,21 artışla Avrupa otomotiv satışları sıralamasında 6. oldu. Avrupa (AB (28) ve EFTA) ülkeleri toplamına göre Hafif Ticari Araç pazarı 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde %12,1 arttı ve 887.211 adete yükseldi. 2014 yılı aynı dönemde 791.105 adet satış gerçekleşmişti. <<<

AVRUPA OTOMOTİV SATIŞLARI (HAZİRAN 2015/2014)							
	HAZ. 2015	HAZ. 2014	Değ.%		OCK-HAZ 2015	OCK-HAZ 2014	Değ.%
ALMANYA	345.158	306.517	12,6	ALMANYA	1.779.255	1.691.597	5,2
İNGİLTERE	298.479	262.593	13,7	İNGİLTERE	1.588.600	1.461.062	8,7
FRANSA	271.471	236.815	14,6	FRANSA	1.233.496	1.171.267	5,3
İTALYA	159.277	139.463	14,2	İTALYA	944.900	824.313	14,6
İSPANYA	128.530	101.650	26,4	İSPANYA	643.182	519.218	23,9
BELÇİKA	56.314	48.396	16,4	BELÇİKA	327.970	322.784	1,6
HOLLANDA	44.169	38.204	15,6	HOLLANDA	241.337	232.505	3,8
İSVEÇ	36.818	32.988	11,6	POLONYA	213.183	205.604	3,7
POLONYA	36.769	30.625	20,1	İSVEÇ	193.513	175.628	10,2
İSVİÇRE	36.667	30.963	18,4	AVUSTURYA	182.121	186.780	-2,5
AVUSTURYA	34.230	32.754	4,5	İSVİÇRE	180.094	167.423	7,6
DANİMARKA	25.022	20.393	22,7	ÇEK CUM.	126.887	105.064	20,8
PORTEKİZ	24.252	17.992	34,8	DANİMARKA	123.401	113.956	8,3
ÇEK CUM.	23.667	20.069	17,9	PORTEKİZ	116.862	89.067	31,2
NORVEÇ	17.590	14.637	20,2	İRLANDA	98.255	76.310	28,8
ROMANYA	10.392	8.167	27,2	NORVEÇ	93.442	90.326	3,4
FİNLANDİYA	10.275	10.571	-2,5	FİNLANDİYA	64.454	66.231	-2,7
YUNANİSTAN	9.412	8.439	11,5	MACARİSTAN	47.970	42.334	13,3
MACARİSTAN	9.261	7.914	17,0	YUNANİSTAN	46.661	40.023	16,6
SLOVAKYA	8.525	7.698	10,7	SLOVAKYA	42.869	40.467	5,9
SLOVENYA	6.273	5.581	12,4	ROMANYA	42.794	37.963	12,7
HIRVATİSTAN	5.385	4.692	14,8	SLOVENYA	36.418	32.972	10,5
LÜKSEMBURG	5.031	4.836	4,0	LÜKSEMBURG	28.242	29.572	-4,5
BULGARİSTAN	3.051	2.464	23,8	HIRVATİSTAN	25.332	24.681	2,6
İZLANDA	2.726	2.080	31,1	BULGARİSTAN	13.799	12.242	12,7
İRLANDA	2.405	2.295	4,8	ESTONYA	12.845	12.626	1,7
ESTONYA	2.312	2.168	6,6	LİTVANYA	11.378	9.653	17,9
LİTVANYA	2.088	1.532	36,3	İZLANDA	9.630	6.943	38,7
LETONYA	1.599	1.400	14,2	LETONYA	8.915	8.029	11,0
KIBRIS	1.047	861	21,6	KIBRIS	5.485	4.858	12,9
TOPLAM	1.618.195	1.404.727	15,2	TOPLAM	8.483.290	7.801.498	8,7
TÜRKİYE	90.462	63.952	41,42	TÜRKİYE	455.269	305.124	49,21

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI AĞUSTOS 2015									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		60	60			0	0	60	60
AUDI		1.603	1.603			0	0	1.603	1.603
BENTLEY		1	1			0	0	1	1
BMW		2.881	2.881			0	0	2.881	2.881
CHERY		26	26			0	0	26	26
CITROEN		1.658	1.658	349	443	792	349	2.101	2.450
DACIA		3.552	3.552		703	703	0	4.255	4.255
FERRARI		1	1			0	0	1	1
FIAT	2.583	478	3.061	3.471	1.022	4.493	6.054	1.500	7.554
FORD	195	4.081	4.276	5.554	609	6.163	5.749	4.690	10.439
GEELY		1	1			0	0	1	1
HONDA	908	569	1.477			0	908	569	1.477
HYUNDAI	1.941	2.175	4.116		138	138	1.941	2.313	4.254
INFINITI		1	1			0	0	1	1
ISUZU			0	280	17	297	280	17	297
IVECO			0		257	257	0	257	257
JAGUAR		17	17			0	0	17	17
JEEP		253	253			0	0	253	253
KARSAN			0	239		239	239	0	239
KIA		994	994		613	613	0	1.607	1.607
LADA			0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		0	0			0	0	0	0
LANCIA		0	0			0	0	0	0
LAND ROVER		79	79			0	0	79	79
LEXUS		3	3			0	0	3	3
MASERATI		4	4			0	0	4	4
MAZDA		144	144			0	0	144	144
MERCEDES-BENZ		3.206	3.206		924	924	0	4.130	4.130
MINI		120	120			0	0	120	120
MITSUBISHI		134	134	58	334	392	58	468	526
NISSAN		2.209	2.209		0	0	0	2.209	2.209
OPEL		4.069	4.069			0	0	4.069	4.069
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		1.648	1.648	347	889	1.236	347	2.537	2.884
PORSCHE		73	73			0	0	73	73
PROTON		25	25		0	0	0	25	25
RENAULT	5.648	2.533	8.181		1.437	1.437	5.648	3.970	9.618
SEAT		1.586	1.586			0	0	1.586	1.586
SKODA		1.709	1.709			0	0	1.709	1.709
SMART		36	36			0	0	36	36
SSANGYONG		65	65		13	13	0	78	78
SUBARU		143	143			0	0	143	143
SUZUKI		13	13			0	0	13	13
TATA		3	3		17	17	0	20	20
TOYOTA	2.403	997	3.400		26	26	2.403	1.023	3.426
VOLKSWAGEN		10.473	10.473		3.084	3.084	0	13.557	13.557
VOLVO		452	452			0	0	452	452
TOPLAM	13.678	48.075	61.753	10.298	10.526	20.824	23.976	58.601	82.577

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI OCAK-AĞUSTOS 2015

Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	544	544	0	0	0	0	544	544
AUDI	0	11.958	11.958	0	0	0	0	11.958	11.958
BENTLEY	0	11	11	0	0	0	0	11	11
BMW	0	19.336	19.336	0	0	0	0	19.336	19.336
CHERY	0	271	271	0	0	0	0	271	271
CITROEN	0	11.485	11.485	4.306	4.028	8.334	4.306	15.513	19.819
DACIA	0	23.331	23.331	0	4.410	4.410	0	27.741	27.741
FERRARI	0	6	6	0	0	0	0	6	6
FIAT	25.676	3.538	29.214	29.602	5.459	35.061	55.278	8.997	64.275
FORD	1.851	29.591	31.442	40.945	983	41.928	42.796	30.574	73.370
GEELY	0	25	25	0	0	0	0	25	25
HONDA	6.768	2.159	8.927	0	0	0	6.768	2.159	8.927
HYUNDAI	16.573	14.604	31.177	0	1.139	1.139	16.573	15.743	32.316
INFINITI	0	29	29	0	0	0	0	29	29
ISUZU	0	0	0	2.237	207	2.444	2.237	207	2.444
IVECO	0	0	0	0	1.595	1.595	0	1.595	1.595
JAGUAR	0	144	144	0	0	0	0	144	144
JEEP	0	2.321	2.321	0	0	0	0	2.321	2.321
KARSAN	0	0	0	1.370	0	1.370	1.370	0	1.370
KIA	0	7.691	7.691	0	2.674	2.674	0	10.365	10.365
LADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAMBORGHINI	0	6	6	0	0	0	0	6	6
LANCIA	0	2	2	0	0	0	0	2	2
LAND ROVER	0	877	877	0	0	0	0	877	877
LEXUS	0	3	3	0	0	0	0	3	3
MASERATI	0	41	41	0	0	0	0	41	41
MAZDA	0	855	855	0	0	0	0	855	855
MERCEDES-BENZ	0	18.284	18.284	0	5.440	5.440	0	23.724	23.724
MINI	0	918	918	0	0	0	0	918	918
MITSUBISHI	0	858	858	330	2.529	2.859	330	3.387	3.717
NISSAN	0	15.707	15.707	0	7	7	0	15.714	15.714
OPEL	0	27.758	27.758	0	0	0	0	27.758	27.758
OTOKAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PEUGEOT	0	15.076	15.076	2.230	5.224	7.454	2.230	20.300	22.530
PORSCHE	0	401	401	0	0	0	0	401	401
PROTON	0	461	461	0	0	0	0	461	461
RENAULT	40.696	19.397	60.093	0	8.309	8.309	40.696	27.706	68.402
SEAT	0	11.388	11.388	0	0	0	0	11.388	11.388
SKODA	0	14.318	14.318	0	0	0	0	14.318	14.318
SMART	0	80	80	0	0	0	0	80	80
SSANGYONG	0	496	496	0	256	256	0	752	752
SUBARU	0	1.099	1.099	0	0	0	0	1.099	1.099
SUZUKI	0	127	127	0	0	0	0	127	127
TATA	0	133	133	0	163	163	0	296	296
TOYOTA	22.875	7.155	30.030	0	1.137	1.137	22.875	8.292	31.167
VOLKSWAGEN	0	72.439	72.439	0	20.566	20.566	0	93.005	93.005
VOLVO	0	4.455	4.455	0	0	0	0	4.455	4.455
TOPLAM	114.439	339.378	453.817	81.020	64.126	145.146	195.459	403.504	598.963

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

Otomotivde küresel krizin ardından en iyi Ağustos ayı ihracatı gerçekleşti

Otomotiv endüstrisi global krizin ardından en iyi Ağustos ayı ihracatına imza attı. Sektör, ağustosta geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8 artışla 1 milyar 364 milyon dolar dış satış gerçekleştirdi.

Otomotiv endüstrisi, Ağustos ayında ihracatta yüzleri güldürdü. 2008'deki global krizin ardından en iyi Ağustos ayı ihracatını gerçekleştiren otomotiv endüstrisi, sektörel bazda en fazla dış satış gerçekleştiren 5 sektör arasında da artış oranında ilk sırada yerini aldı.

Binek otomobiller ile eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar ürün gruplarında çift haneli büyüme sağlayan otomotiv endüstrisi, Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 8 büyümeyle bir milyar 364 milyon dolar ihracat yaptı. Yılın 8 aylık döneminde parite kaynaklı 2.1 milyar dolar kayıp yaşandı ve bu dönemde dış satışlar yüzde 10 azalışla 13 milyar 467 milyon dolar oldu.

Tatil döneminde ihracatta durmak yok

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Ağustos ayı otomotiv endüstrisi



ihracat verilerini açıkladı. Ağustos ayında otomotiv endüstrisinde geleneksel hale gelen üretimde tatil dönemi olmasına rağmen ihracat durmadı.

OİB Başkanı Orhan Sabuncu, Ağustos ayındaki olumlu gelişmeyi beklediklerini ifade ederek, 'En fazla ihracat yapılan 8 ülkenin 6'sında artış yaşandı. AB ülkelerini dikkate aldığımızda bu bölgeye yüzde 10 seviyesindeki büyüme, daha önce öngördüğümüz artıştır. Önümüzdeki dönem için artış trendinin devamını bekliyoruz' diye konuştu.

Binek otomobilde yüzde 22 artış

Otomotiv ihracatında ürün grupları dikkate alındığında ise yan sanayi Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6 azalışla 646 milyon dolar ihracat gerçekleştirdi. Binek otomobil ürün grubunda yüzde 22 artışla 373 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda yüzde 41 artışla 240 milyon, otobüs, minibüs, midibüs ürün grubunda da yüzde 5 gerilemeyle 80 milyon dolarlık ihracata imza atıldı. Diğer başlığı altında da yüzde 40 yükselişle 25 milyon dolarlık dış satış yapıldı.

Yılın 8 aylık döneminde de geçen yılın aynı süresine göre yan sanayi yüzde 12 gerilemeyle 5 milyar 609 milyon, binek otomobillerde yüzde 10 gerilemeyle 4 milyar 415 milyon dolar ihracat yapıldı. Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda yüzde 7 düşüşle 2 milyar 541 milyon, otobüs minibüs, midibüs ürün grubunda da yüzde 4 artışla 740 milyon dolar dış satışa imza atıldı. Diğer başlığı altında da yüzde 13 gerilemeyle 190 milyon dolar ihracat gerçekleşti.

Birleşik Devletler'e ihracat yüzde 102 arttı

Ülke bazlı ihracatta da, Ağustos ayında Almanya'ya yüzde 1 azalışla 231 milyon, Birleşik Krallık'a yüzde 27 artışla 183 milyon, Fransa'ya da yüzde 26 yükselişle 148 milyon dolarlık dış satış yapıldı. Ağustos ayında, Birleşik Devletler'e yüzde 102 artışla 66 milyon, İspanya'ya da yüzde 97 büyümeyle 69 milyon dolarlık ihracat dikkat çekti. Yılın 8 aylık döneminde de yine Almanya'ya yüzde 13 düşüşle 2 milyar 147 milyon, Birleşik Krallık'a yüzde 7 gelişmeyle 1 milyar 770 milyon, Fransa'ya yüzde 14 gerilemeyle 1 milyar 352 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Aynı dönemde Birleşik Devletler'e yüzde 84 artışla 477 milyon dolar dış satış dikkat çekti.



TÜRKİYE OCAK-AĞUSTOS 2015 İHRACAT RAKAMLARI

1000 USD	OCAK-AĞUSTOS			
SEKTÖRLER	2014	2015	Değ. (%)	Pay (%)
Otomotiv Endüstrisi	14.956.907	13.496.794	-10	14
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	12.695.442	11.199.275	-12	12
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	11.881.105	10.469.726	-12	11
Çelik	9.003.394	6.942.082	-23	7
Elektrik-Elektronik ve Hizmet	7.828.964	6.730.853	-14	7
Toplam	104.439.491	95.135.724	-9	100

MAKSİMUM PERFORMANS İÇİN GÜÇ

TITANIUM FST
İLE GÜÇLENDİRİLMİŞ



Şu ana kadar ürettiğimiz en güçlü yağımız
artık **TİTANYUM** gücünde!

Dünyanın lider araç üreticilerinin tercihi Castrol.



YAĞIN ÖTESİNDE...

Castrol
EDGE
PROFESSIONAL



“ÜLKEMİZ VAROLDUKÇA, YAPACAK ÇOK İŞİMİZ VAR”



ERGO

MAPFRE

Allianz

GÜNEŞ SİGORTA

AKSigorta

AKKENT MAH. ÇEVRE YOLU BULVARI İSKİLİP KAVŞAĞI NO: 184 MERKEZ/ÇORUM 0364 224 01 44
www.karakaslargrup.com.tr



facebook.com/karakaslargrup



twitter.com/karakaslargrup



instagram.com/karakaslargrup