

OTOBAN

OYDER - OTOMOTİV YETKİLİ SATICILARI DERNEĞİ YAYIN ORGANIDIR

Sektörde
yeni yol
haritaları
çizilmeli





KOMİSYON YOK

2. elde fırsat ve avantajın adresi otokocihale.com hizmetinizde

Online açık artırma sistemi ve sunduğu benzersiz avantajlarla 2. el online araç satışında yepyeni bir dönem başlatan **otokocihale.com**'a hemen üye olun, ihalelere katılarak satın alım işlemlerine başlayın.



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
Adına İmtiyaz Sahibi
Murat Şahsuvaroğlu

Genel Yayın Yönetmeni
Özgür Tezer
ozgur.tezer@oyder-tr.org

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Duygu Demir
duygudemirci@gmail.com

Yayın Kurulu
Zeynep Fidan Soysal
Uğur Yalçınkaya
Kemal Altuğ Erciş
Murat Yeğin
Uğur Güven

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

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

Tasarım
Beyond Ajans
Büyükdere Cad. No:195
Kanyon Residence A Blok Kat, No:A7 D:5,
İstanbul - TURKEY
T: + 90 212 705 62 77

Baskı
Pelikan Basım
Maltepe Mah. Gümüşsuyu Cad. Odin
Topkapı İş Merkezi No: 28/1
Topkapı / Zeytinburnu
T: 0212 613 79 55

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

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

Dijital dünyaya hazır mıyız?



Değerli Meslektaşlarım,
Özellikle 40 yaş üstü meslektaşlarım çok iyi hatırlayacaklardır, hem Markalar hem de Yetkili Satıcılar bundan 10 sene kadar öncelerinde gazetelerde ilanlarını çıkartmak ve hatta en iyi yerleri seçmek için büyük çaba gösterirlerdi. Bugün geldiğimiz noktada artık basılı gazetelerde ilanlara rastlamak neredeyse imkansız gibi. Peki hizmet sektörünün en deneyimli, en kurumsal ve en önemli temsilcileri olarak bizler tüketiciler ile nerede, nasıl temas kuracağız? Bununla ilgili bir araştırma gerçekleştirilmiş ve çok önemli istatistikler ortaya çıkmış, dergimizin içinde grafikleri ile beraber bu araştırma sonuçlarını okuyabilirsiniz. Ancak ben de araştırma içeriğinden bazı sonuçları yukarıdaki sorunun cevabı olacağını düşünerek paylaşmak istiyorum.

82,4 milyon nüfusa sahip ülkemizde, 59.36 milyon internet kullanıcısı, 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ve 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı var.

Araştırmaya göre 60 milyona yakın internet kullanıcısı vatandaşımız internette günde ortalama 7 saat geçiriyorlar ve bu kullanıcılar günde ortalama 2 saat 46 dk sosyal medyada, ortalama 3 saat 9 dk televizyon başında ve son olarak ortalama 1 saat 15 dk müzik dinleyerek zaman geçiriyorlar. Türkiye’de, nüfusun %72’sine tekabül eden 59,3 Milyon internet kullanıcısının 56,3 Milyonu telefonlarından internete bağlanıyorlarmış. Araştırmada Türkiye’deki sosyal medya kullanım istatistiklerine de bakmışlar. Rapora göre Türkiye’de toplam 52 milyon sosyal medya kullanıcısı var ve bu kullanıcıların 44 milyonu mobil cihazlar ile sosyal medyaya bağlanıyorlar. En aktif sosyal medya platformu “Youtube” olmuş araştırma sonucunda ancak onu hemen “Instagram” ve “Facebook” takip etmiş. Geçen yıla göre 2019 yılında Instagram’ın Facebook’u geçtiğini görmüşler ve ardından “Twitter”, “Snapchat” ve “Linkedin” en çok kullanılan diğer sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkmış.

Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sayılarına ve cinsiyet dağılımı bu sene ilk defa bu raporda yer almış;

- Facebook’un 43 milyon kullanıcısı bulunmakta ve erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform olduğunu görüyoruz.
- Instagram’ın 38 milyon kullanıcı bulunmakta ve Facebook gibi yine erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform.
- Twitter ülkemizde 9 milyon kullanıcıya sahip ve her 10 kişiden 8’i erkek!
- Kadınların daha fazla kullandığı platform olan Snapchat’in ise ülkemizde 6.3 milyon kullanıcısı bulunuyor.
- LinkedIn yine erkeklerin daha yoğun olarak kullandığı bir platform ve 7.3 milyonluk kullanıcı sayısına sahip. (Geçen yıla göre LinkedIn kullanıcı sayısında %5,8’lik artış yaşanmıştır)

Yukarıdaki istatistiklere baktığımızda hizmet sektörünün en değerli firmaları olan bizlerin bu konularda halen yeterli çalışmalar yapamadığımızı görüyoruz. Bu mecralarda etkin kullanım ve raporlamalar yapabilmek, bu konuda uzman kişileri çalıştırmak ve yeterli profesyonellikte destek almak gerekiyor ki işimizi daha verimli hale getirebilelim.

Oyder bu noktada bir çözümler üretmek ve meslektaşlarımıza yol göstermek amacıyla bazı firmalar ile anlaşmalar yaparak sizlere dijital dünyanın tüm unsurlarını kullanımınıza sunmaya hazır. Ayrıca bu işi şirketinizde yönetebilecek bir profesyonelin bulunabilmesi için de “Sosyal Medya ve Dijital Pazarlama Eğitimi” konusunda hazırlıklarımızı yapmış durumdayız. Bu projelerin duyurusunu yaparak sizlerin girişimlerine destek vermeye hazırlanıyoruz. Bizi takip etmeye devam edin...

Renault Grubu yılın ilk yarısında pazar payını korudu



22

Golden Scarab, Citroën'in 100. Yıl Dönümü Kutlamaları İçin Yeniden Üretili



26

Continental, Frankfurt Otomobil Fuarı'nın Trendi Olan Teknolojilerin Üretimine Başlıyor



30

İÇİNDEKİLER



06 MURAT ŞAHSUVAROĞLU
Otomotiv Sektörü,
sona eren ÖTV ve KDV
indirimleri sonrası kendi
yol haritasını oluşturmali



10 ALİ BİLALOĞLU
ODD'den otomotivde
derinleşen soruna önemli
çözüm önerisi



12 HAYDAR YENİGÜN
Otomotivciler ÖTV-KDV
indirimi biterken
çıkış yolu arıyor



20 FİLİZ CÜREKLİBATIR
Aile Şirketlerini Geleceğe
Taşımak Keşke dememek
için can dostu olmak



24 KURTHAN TARAĞÇIOĞLU
Otomotivde Dijital
Perakendecilik sadece
teknolojiden ibaret değil



28 ALPER KANCA
Kanca,
Amerika'yı hedef aldı



34 EROL ŞAHİN
Pazarın Anatomisi...



36 15 Temmuz şehitleri yurt
genelinde anıldı



52 Renault Grubu yılın ilk
yarısında pazar payını
korudu

Motor yağını yolculukta tanırsın.

Maxima, yıllardır Türkiye'nin tüm yollarında.
Güç, güven ve performans Maxima ile yanında.



maxima
MOTOR YAĞLARI



Petrol Ofisi



Otomotiv Sektörü, sona eren ÖTV ve KDV indirimleri sonrası kendi yol haritasını oluşturmalı

Yılın sonunda bizim sektör ve diğer paydaşlarla birlikte hükümetimizi ziyaretimizle, bunun 1 ayla yeterli olmadığını bir 3 ay daha uzatılması gerektiğini ifade ettiğimizde kabul gördük ve 3 ay daha uzatıldı. 21 Mart tarihinde Oyder'in yapmış olduğu Otomotiv Kongresi'nde Sayın Bakanımızın katılımıyla beraber ÖTV-KDV indirimlerinin bir 3 ay daha uzatıldığı müjdesini orda aldık. Sn. Bakanımıza bu minvalde sektörümüz adına verdiği tüm destekler için teşekkürü bir borç biliyoruz. Gerçekten sektörün ihtiyacı vardı. Niye ihtiyacı olan bir şeydi diye baktığımızda bütün bu desteklere rağmen sektör, geçen sene ile kıyasladığımızda %45 küçülmüş. Eğer bu destekler olmasaydı sektörün geldiği nokta ciddi manada sıkıntılı bir süreç olurdu

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı
MURAT ŞAHSUVAROĞLU

ÖTV indirimleri öncesinde piyasa nasıldı sonrasında nasıl olacak?

Haziran'ın son haftasında ÖTV ve KDV indirimlerinin sektöre olan faydalarını anlatmış, mümkünse yılın 3. ve 4. çeyreğinde de ÖTV ve KDV indirimlerinin uzatılması yönünde, sektör olarak görüşlerimizi beyan etmiştik. Fakat 3. çeyrekte gördüğümüz kadarıyla hükümetimiz daha fazla bütçede sıkıntı yaratmaması adına bu teşviki 3. çeyrekte kesti. Yılın sonunda bizim sektör ve diğer paydaşlarla birlikte hükümetimizi ziyaretimizle, bunun 1 ayla yeterli olmadığını bir 3 ay daha uzatılması gerektiğini ifade ettiğimizde kabul gördük ve 3 ay daha uzatıldı. 21 Mart tarihinde Oyder'in yapmış olduğu Otomotiv Kongresi'nde Sayın Bakanımızın katılımıyla beraber ÖTV-KDV indirimlerinin bir 3 ay daha uzatıldığı müjdesini orda aldık. Sn. Bakanımıza bu minvalde sektörümüz adına verdiği tüm destekler için teşekkürü bir borç biliyoruz. Gerçekten sektörün ihtiyacı vardı. Niye ihtiyacı olan bir şeydi diye baktığımızda bütün bu desteklere rağmen sektör, geçen sene ile kıyasladığımızda %45 küçülmüş. Eğer bu destekler olmasaydı sektörün geldiği nokta ciddi manada sıkıntılı bir süreç olurdu. Belki %70-75'leri konuşuyor olurduk. Ciddi manada konsolidasyona sebep olacak ve sektörden çıkışlara sebep olacak bir

Muhakkak bizim uygun faiz oranına acilen ihtiyacımız var. Çünkü karşımızda ciddi yüksek mevduat faizleri var. Bu bizim en büyük açmazlarımızdan birisi. İnsanlar parasını ekonomiye kazandırmıyor. İnsanlar mevduat faizlerinden istifade etmek istiyor. İnsanlar böyle bir rahat kazanç durumu varken konut almayı, araç almayı, ticaret yapmayı, personel çalıştırmayı tercih etmiyorlar.

durum olurdu. Dolayısıyla yapılan teşviklerle birlikte aslında sektör bir miktar ayakta durmaya çalıştı. Herkes bugüne kadar yapmış olduğu birikimi sermayeyi kullandı ve ayakta kalmak için herkes elini taşın altına koydu. Bugün geldiğimiz noktada Temmuz ayına bakıyorum, 2017'de 82 bin, geçen sene ise 53 bin adet araç satılmış. Bugün ise Türkiye Cumhuriyeti'nde 82 milyonluk nüfusa sahip bir ülkede kabaca Temmuz'un ilk yarısında 3 bin -3 bin 500 adet araç fatura edilmiş. Yani bu tempoda giderse Temmuz ayında otomotiv sektörü 10 bin ile 13 bin adet arasında araç satacak. Geçen yılın Temmuz'u kıyasladığınızda düşüş %70 olacak. Bunu sektörün kaldırması, sektörün bu rakamlarla ayakta kalması düşünülemez. Çünkü kar marjları belli, sektörün muhakkak desteklenmesi lazım.

Otomotiv sektörü ne talep ediyor peki ?

Muhakkak bizim uygun faiz oranına acilen ihtiyacımız var. Çünkü karşımızda ciddi yüksek mevduat faizleri var. Bu bizim en büyük açmazlarımızdan birisi. İnsanlar parasını ekonomiye kazandırmıyor. İnsanlar mevduat faizlerinden istifade etmek istiyor. İnsanlar böyle bir rahat kazanç durumu varken konut almayı, araç almayı, ticaret yapmayı, personel çalıştırmayı tercih etmiyorlar. Çünkü böyle rahat bir kazanç fırsatı var. Sektörün kendini kısa sürede toparlaması adına uygun faizli kampanyaları kamu bankalarıyla, özel bankalarla birlikte hazırlaması ve ciddi manada herkesin taşın altına elini koyması lazım.

Dolayısıyla sektörlerin ayakta kalması adına finans sektörünün muhakkak tüketicileri desteklemeleri, bayileri desteklemeleri, yanlarında olmaları gerektiğini düşünüyor ve talep ediyoruz. Bu ülkede hepimiz elimizi taşın altına koymak ve reel sektörü doğru bir şekilde çalıştırmak durumundayız.

Konut sektöründe yapılan faiz indirimleri otomotivde yapılmadı. Bunları hiç istişare ettiniz mi?

Bizim sürekli gündeme getirdiğimiz konu, fakat konut sektörü ile otomotiv sektörünün arasında önemli bir ayrışma var. Ayrışma da şu; konut sektöründe sanırım kar marjları bizden farklı. Bizde ürünün vergisiz fiyatı üzerinden %1 ila %1.5 arasında kar marjı var. Dolayısıyla bizim bu konuyu sübvansedecek bir kar marjımız yok. Ama emlak piyasasında

sanırım müteahhit firmaları tarafından sübvansede edilen marjlar var. Bu sebeple Otomotiv Sektörü düşük faizli kredilerin komisyonlarını ödeyebilecek gelire ne yazık ki sahip değil.

ÖTV-KDV indirimi devam etseydi satışlar nasıl seyrederdi?

Biz 3. ve 4. çeyrekte olabilecek satış öngörümüzü kamuoyu ile paylaşmıştık. Son çeyrekte faizler düşerse 450-500 bini görmemizin önünde bir engel yok diye düşünüyorduk.

Devam etmesini de biz şöyle ifade ediyorduk; 15 puanlık vergi indiriminin devam etmesi bütçeye çok fazla geliyorsa, 3. çeyrekte bunu 10 puana düşürelim, son çeyrekte 5 puana düşürelim. Şimdi pazar kaç satış ile biter diye hesap yaptığımızda 350 bin adetle bitse iyi diyoruz. ÖTV-KDV teşvikleri devam etseydi 450 bin öngörüydük. Hatta son çeyrekte faizler düşerse 500 bine gideriz hesabını yapıyorduk. Ama şu anda 500 bine giden bir yol haritası önümüzde yok. Benim öngörüm 350 bin gibi bir rakamla seneyi kapatacağız ve bu sektör adına gerçekten kırmızı alarm. Çünkü bizim Türkiye genelinde 974 adet plazamız var, bu plazaların 350 bin adetle döndürülmesi, çevrilmesi, sağlıklı bir şekilde ticaret yapması maalesef mümkün değil. Bizim en yakın zaman içinde muhakkak 700 bin, 800 bin, 1 milyon adetlere gidecek hamleleri yapmamız lazım. Biz bugün diyoruz ki kurlar düşüyor, faizler de insan herkes elini taşın altına koysun. Markalar ÖTV-KDV indirimi bitince kendi bütçelerinden fedakarlık ederek kampanyalara başladılar. Bu aslında sektör adına sevindirici, ümit verici ama devletin verdiği destek ile karşılaştırıldığında aynı etkiyi göstermiyor. Bunu Temmuz satışları belli olduğuna hatta Ağustos-Eylül aylarının satışlarında göreceğiz.

İhracat ile ilgili ne düşünüyorsunuz?

Yatırımcıyı çekmenin ana noktalarından birisi içerideki pazarın akışkanlığı, iç pazarın dinamikliği, iç pazarın kalitesi, iç pazarın vergi sistemi. Biz geçen yıl 620 bin bu sene 350 binle kapanacak pazara yurt dışından yatırımcı çağırmak için mücadele ediyoruz. Bunun yanı sıra çok büyük bir vergi yükü var, yani her ne kadar ÖTV-KDV indirimi yapılsa da rakamlar ortada. Bu vergi yükünü gözden geçirmemiz lazım çünkü bir otomobilin üzerinde en düşük %71 vergi yükü var.

Bu %71 vergi sistemin bütün kanallarını tikiyor. Bunu yeniden gözden geçirmemiz lazım aksi takdirde sektörü istediğimiz oranda büyütemeyeceğiz. İç pazarda sektör büyüdükçe Türkiye’de yatırımcının iştahı artar. Hep örnek veriyorum, Avrupa’da otomotiv satışları esnasında yüzde 17 ile 27 arasında değişen oranlarda vergiler var. Bizde de yüzde 71 ile 204 arasında vergi var. Şimdi biz bunu nereye koyacağız? Ne ile kıyaslayacağız? Nasıl bir sistem ile çözeceğiz?

Fiat Egea’yı Bursa’da üretiyoruz İtalya’ya gönderiyoruz, İtalya’daki tüketici Bursa’da alınının teriyle çalışan kişiden daha ucuza o arabayı alıyor, bunun tek sebebi bizdeki vergilerin yüksek oluşu.

ÖTV hayatımıza 2003 senesinde girdi öncelikle bu Özel tüketim vergisinin adı deprem vergisiydi. Türkiye önemli bir deprem geçirmişti. Bu deprem yaralarını sarmak adına atılan bir adımdı ve Özel Tüketim Vergisi adını aldı daha sonra. Sektör büyüdükçe de vergi de büyüdü. Sektör 1 milyona gittikçe de vergi 27’den başladı, 45’e kadar geldi. Şu anda 45-50’den sonra da 60 oldu. Geçici pansumanlarla değil, bunu kalıcı bir reformla sağlıklı işler bir hale getirirsek inanın yurt dışından Türkiye’ye yatırımcı çekmenin önündeki en büyük engeli kaldırmış oluruz.

Parası olan tüketici nasıl bir yol izlesin? Şimdi ÖTV indirimleri de bitti, dolayısıyla bundan sonraki süreç için en azından ne tavsiye ediyorsunuz?

Günün sonunda bu otomobiller üretiliyor. Biz bayiler işletmelerimizi ayakta tutmaya çalışıyoruz. Üretiliyorsa, geliyorsa bizler de bunu satmakla mükellefiz. Yani müşteri her zaman kazanan tarafta yer alıyor. Bugün atladığımız bir şey var; devletimizin verdiği önemli desteklerden biri de Hurda Teşviki. Hurda teşviki, mayıs ayında 10 bin TL’den 15 bin TL’ye çıktı. Yani önümüzde müşteri lehine önemli bir fırsat var ve bu teşvik yılsonuna kadar devam edecek. Otomobil almak isteyen hurda indiriminden istifade edebilecek ve o bir artı olarak duruyor tüketicinin cebinde. Biraz önce söyledim firmalar ÖTV bizden, KDV bizden kampanyaları yapıyor. Bazı firmalar da 0 faizli kampanyalara başladılar. Bu avantajlar bitmeden araç

almak tüketicilerin lehine bir durum.

2020’den sonra bir toparlanma bekliyor musunuz?

Biz önemli bir üretim ülkesiyiz. Bir seneyi geçen ekonomik durgunluk var. Bizim gibi öyle, sıcakkanlı Akdeniz ülkelerinde 1 sene 1.5 sene uzun dönemli durgunluklara insanların tahammülü olmaz. Evet biz geçen yıl 650 bin sattık ama normal pazar 1 milyon. Orada bir 400 bin adet eksik satış var. Bu sene 350 bin satış ile bitiririz diyoruz, yani bu seneden de 650 bin adetlik talep ötelenmiş olacak. 2020’nin belki 2. yarısından sonra biz işlerin yavaş yavaş toparlayacağını, o ertelenen talebin de 2020-2021 yıllarına doğru yığılma yapacağını düşünüyoruz.

Murat Bey bu talepleri hükümete iletmiyor musunuz?

Talepleri elbette imkan bulduğumuzda sunuyoruz çünkü biz otomotiv sektörü STK’larından birinin yönetim kurulu başkanlığını yapıyoruz, ana görevimiz bu sorunları muhattaplarımız ile paylaşmaktır zaten ve bunu oldukça sık bir şekilde yapıyoruz diyebiliriz zannediyorum.

Hükümetimiz nezdinde Sektörümüzün fikirleri, talepleri her zaman dinleniyor, imkanlar dahilinde kabul görüyor ama sektörün menfaatleri ülkenin menfaatleri üstünde olamaz. Eğer ülkenin cari açığına sektör negatif anlamda hizmet veriyorsa bundan ötürü ÖTV-KDV indirimi yapılmamışsa buna da bizim saygı duymamız lazım. Bizim ifademiz bu konuda bir çalışma yapılması ve çalışmaya katkıda bulunmaya hazır olduğumuz bilinsin şeklinde. Bu noktada artık bütün paydaşların bir çalışma yapmasının zamanı geldiğini ifade ediyoruz.

Şunu belirtmeliyiz ki sadece geçen sene otomotiv sektörü 32 milyar usd ile ihracat birinciliğini korudu, senelerdir en çok ihracatı yapan sektörüz. Ve de sadece geçen sene 13 milyar USD cari fazla verdi bu sektör. Yani biz hem vergi toplanan, hem ihracat yapan, hem nitelikli iş gücünü barındıran, hem de cari fazla veren bir sektörüz.

Eminiz ki muhattaplarımız da bu değerlerin farkında, o sebeple çok

Bu vergi yükünü gözden geçirmemiz lazım çünkü bir otomobilin üzerinde en düşük %71 vergi yükü var. Bu %71 vergi sistemin bütün kanallarını tikiyor. Bunu yeniden gözden geçirmemiz lazım aksi takdirde sektörü istediğimiz oranda büyütemeyeceğiz. İç pazarda sektör büyüdükçe Türkiye’de yatırımcının iştahı artar. Hep örnek veriyorum, Avrupa’da otomotiv satışları esnasında yüzde 17 ile 27 arasında değişen oranlarda vergiler var. Bizde de yüzde 71 ile 204 arasında vergi var. Şimdi biz bunu nereye koyacağız? Ne ile kıyaslayacağız? Nasıl bir sistem ile çözeceğiz?

destek veriyorlar bize, buna minnettarız. Fakat Kamudaki dostlarımız bizim eksperliğimize güvensinler, amacımız herkesin kazanması, sektör yılsonuna kadar desteğin devam etmesini talep ediyor ve bunun çok makul sebepleri var.

Üretim tarafında ne öngörüyorsunuz?

Üretimdeki düşüşün sebeplerinden birisi ihracat pazarımızdaki kayıplar. İhracat pazarımızdaki kayıplar %8’ler mertebesine yaklaşmış vaziyette. Burada tekrar parantez açayım niye ihracat tarafında düşüş var? Avrupa Birliği’nde tedirginlik söz konusu fakat Avrupa Birliği sürekli emisyon oranlarını güncelliyor. Dolayısıyla bizim de ana ihracat pazarımız Avrupa olduğu için bizim ar-ge lerimiz, üretim sistemlerimiz bu manada kendilerini yeni sisteme göre dizayn ettiler. Onun için bir miktar düşüş oldu ama asıl üretimin düştüğü nokta iç pazar. İç pazar düştüğü zaman üretim de düşüyor.

Bayilerdeki durumu da soralım. Tüketici geldiğinde fiyatlar mı yüksek diyor yoksa dediğimiz gibi faizleri mi söylüyor?



Tüketici yavaş yavaş ÖTV indirimli fiyatlara ısınmıştı. Yani fiyatları artık kabullenmişti. Ama kim tüketicinin cebine, cüzdanına uygun kampanyalar yapıyorsa oradan tüketici mutlu ayrılıyordu. Yani sistem yavaş yavaş filiz vermeye başlamıştı. An itibarıyla tüketici yine showrooma gelse fiyatların çok fazla değişmediğini görecekti fakat gayr-ı ihtiyarı orda bir refleks oluştu. KDV-ÖTV indirimi bittiği için showrooma gelmekten vazgeçebiliyor insanlar. Bunu Ağustos ayında biraz daha yerinde müşahade ederiz ama malesef Ağustos'ta da koskoca bir bayram tatili var. Orada da onun negatif etkilerini hissedeceğiz.

ÖTV'nin bittiği hemen ertesi gün fiyatlar 12 bin TL arttı diye haberler çıktı. Markalar ÖTV indirimi bitti ama biz sektör olarak indirimler yaptık demeye başladılar, buradaki son durum nedir?

Doğru, ÖTV bitince fiyatlar 11 bin ile 17 bin arasında arttı. Ama orda 1 hafta 10 gün bilgi kirliliği de oluştu. ÖTV devam edecek, KDV indi gibi bilgi kirliliği bitince kampanyalar başladı. Onu insanlar görmek istedi, üretici görmek istedi, ithalatçı görmek istedi. Sonuçta bu

fabrikaların kapasitesi var ürettiği malı da bir şekilde satmak zorunda. Onun için bizim bu programlara çıkmamızın sebebi bu bilgi kirliliğini aşmak. İş çok da fazla bizim dünyamızda değişmedi. Araç almayı düşünenler o planlarını ötelemesinler çünkü ÖTV ve KDV indirimi bundan sonra hayatımızda olmayacak. Kampanyalarımız devreye girdi, hurda teşviki yılsonuna kadar devam ediyor. Kıymetli bir adım, hurda teşviki de yılsonunda bitiyor. Yılsonunda hurda teşviki de bittiği zaman burada 11-12 bin TL pahalı olan araba aslında 20-25 bin TL pahalı olmuş olacak. Çünkü burada hurda teşviğinin de avantajını kullanıyoruz. Dolayısıyla hala bu iş bir fırsattır, bu fırsatı değerlendirmek lazım.

Bir de 2. el pazarı var tabii işin, 2. el pazarında da ÖTV'nin düşmesiyle birlikte biraz fiyatlar düşmüştü. Orada şu an hareketlilik var mı ya da 0 araca göre biraz daha mı iyi 2. el pazarı?

İkinci el noktasına baktığımızda ikinci elde çok büyük bir kayıp yok, hareket devam ediyor. Sıfır satışlar %45 düşerken ikinci elde bu kayıp %5. Fakat sıfırla ikinci el arasındaki fiyat makası

eski hızla kapanmıyor. Sıfırın fiyatı kurdan ötürü hızlıca ve fazla açılınca ikinci el o makası çok kapatmadı tabii. İkinci elde de ÖTV-KDV indirimlerini istemeyen bir taraf da var. Çünkü ÖTV-KDV indirimi olunca ikinci el tarafı değerlendirilmiyor. Ancak sıfır araçların piyasaya girişlerinin yavaşlaması ile ikinci eldeki arz da yavaşlayacak, bu sefer orada araç bulmakta zorlanacak esnaf. Tabii bunların doğrusunu yanlıştığını sektör adına hep birlikte düşünmek lazım. Tek taraflı hareketler tüm sektöre ve ülkeye zarar verir.

Son olarak, şu aşamada Markalarımızın kampanyalarına hız vermeleri ve Bayilerinin ayakta kalmasını sağlayacak aksiyonları almalarının son derece kritik olduğunun altını çizmemiz lazım. Burada bütçe yoksa dahi özellikle yukarıdaki iki ana konu için merkezlerinden bu bütçeleri almalarının bu dönem için çok önemli olduğunun altını bir kez daha çizmemiz gerekiyor. Bunu elbette Marka Yöneticilerimiz düşünüyordur ancak geç kalınan her aksiyonun maliyeti gün geçtikçe katlanarak artıyor. Beklemeden hızlı çözüm üretmek ve el birliği ile bu zor dönemi atlatmak gerekiyor.

ODD'den otomotivde derinleşen soruna önemli çözüm önerisi

ODD Yönetim Kurulu Başkanı Bilaloğlu, 2019 sonuna kadar otomobil grubunda motor hacmi 1.600 cc'yi aşmayan araçlarda ve ticari araç grubunda ÖTV'nin sıfırlanmasını ve KDV indiriminin yüzde 1 olarak devam ettirilmesini önerdi.

Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bilaloğlu, 2019 sonuna kadar otomobil grubunda motor hacmi 1.600 cc'yi aşmayan araçlarda ve ticari araç grubunda ÖTV'nin sıfırlanmasını ve KDV indiriminin yüzde 1 olarak devam ettirilmesini önerdi.

Bilaloğlu, yaptığı yazılı açıklamada, otomotiv sektörüne ve sektör beklentilerine ilişkin değerlendirmelerde bulundu.

Yapılan bazı düzenlemelerin sektöre olumlu yansıdığını belirten Bilaloğlu, "Geride bıraktığımız 2018 yılında artan faiz, kur ve volatilité otomotiv sektöründe öngörülebilirliği zorlaştırırken, tüketiciyi de hızla otomotiv ürünlerine ulaşımdan



Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) Yönetim Kurulu Başkanı ALİ BİLAĞLU

uzaklaştırmıştı. İhtiyaçlara cevap veren düzenlemeler, hızlı aksiyonlarla hayata geçirildi. Kısaca hatırlayacak olursak hurda araç uygulamasının devreye girmesinin ardından, sektörümüze uygulanan özel tüketim vergisi oranlarına esas özel tüketim vergisi matrahları da güncellendi. Bu düzenleme ile alt vergi dilimlerinden daha fazla modelin faydalanması mümkün oldu." ifadelerini kullandı.

Bilaloğlu, 2018 yılında üretilmiş araçların ithalatına da ilave süre tanındığını, uygulanan ÖTV ve KDV indirimlerinin 30 Haziran'a kadar uzatıldığını ve son olarak da

hem hurda indirimine konu olan matrahlar hem de devamında hurda teşvik tutarlarının güncellendiğini anımsattı.

"İç pazarın önemini daima vurguluyoruz"

Alınan hızlı aksiyonlarla otomotiv sektörüne verilen desteklerden dolayı müteşekkirdiklerini dile getiren Bilaloğlu, şunları kaydetti:

"Ülkemiz ekonomisi ve istihdamı yönünden otomotiv ekosisteminin devamlılığı büyük önem taşıyor. Ayrıca mevcut yatırımların korunması ve yeni yatırımların gelmesi



"Geride bıraktığımız 2018 yılında artan faiz, kur ve volatilité otomotiv sektöründe öngörülebilirliğı zorlaştırırken, tüketiciyi de hızla otomotiv ürünlerine ulaşımdan uzaklaştırmıştı. İhtiyaçlara cevap veren düzenlemeler, hızlı aksiyonlarla hayata geçirildi. Kısaca hatırlayacak olursak hurda araç uygulamasının devreye girmesinin ardından, sektörümüze uygulanan özel tüketim vergisi oranlarına esas özel tüketim vergisi matrahları da güncellendi. Bu düzenleme ile alt vergi dilimlerinden daha fazla modelin faydalanması mümkün oldu."

bakımından iç pazarın önemini daima vurguluyoruz. Tüm bu önlemlere rağmen Türkiye otomotiv sektörü toplam pazarı 2018 yılında yüzde 35 daralırken, 2019 Ocak-Mayıs döneminde ise önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 50 azalarak 156 bin 990 adet oldu. Türkiye otomotiv pazarı 5 yıllık ocak- mayıs ayı ortalama satışlarına göre de yüzde 51,4 azaldı.

Son yıllarda otomotiv sektöründe yaratılan iç pazarın, ana ve yan sanayinin üretim ve ihracat başarısında, ülkemizde otomotiv ticaretinin gelişiminde, bunların da ötesinde tüm sektörün ana oyuncularını ve bağılı sektörleriyle yarattığı istihdam ile ülkemizdeki tüm

paydaşlar açısından çok değerli. Otomotiv ekosisteminin, ticaretinin en önemli parçalarından olan ve yaklaşık 80 bin kişiye istihdam sağlayan yetkili satıcıların da bu süreçte ticari faaliyetlerinin sektörün ihtiyacına cevap veren düzenlemelerle desteklenmeye devam edilmesi sürdürülebilirlikleri bakımından gereklidir."

Sektörün beklentileri

Sektörün beklentilerine de değinen Ali Bilaloğlu, şu değerlendirmelerde bulundu:

"Dengelenme yılı olarak görülen 2019 yılında alınan önlemlerin, otomotivde

faaliyet gösteren tüm paydaşların geçiş sürecini kolaylaştıracağı, yarattığı olumlu etki ile ekonomiye, istihdama yarar sağlamaya devam edeceği düşünülmektedir. Bu bakımdan önerimiz 2019 yıl sonuna kadar otomobil grubunda motor hacmi 1.600 cc'yi aşmayan araçlarda ÖTV'nin sıfırlanması, ticari araç grubunda da ÖTV'nin sıfırlanması ve KDV indiriminin yüzde 1 olarak devam ettirilmesi olup, sağlanacak olan bu can suyu yaratılmakta olan tahribatı minimize edecek ve sektörümüz de içerisinden geçilen bu süreçte ülkemiz yararına üzerine düşeni yapmaya devam edecektir."

Otomotivciler ÖTV-KDV indirimi biterken çıkış yolu arıyor

Temmuz başı itibarıyla araç satışlarında sona eren ÖTV ve KDV indiriminin uzatılmayacağı bilgisini resmi olarak aldıklarını söyleyen OSD Başkanı Yenigün, "Sektör araç satamıyor, yeni formüller şart" dedi.

Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) Yönetim Kurulu Başkanı Haydar Yenigün, "Devletimizle yapacağımız görüşmelerde iç pazarın canlandırılması için kısa ve uzun vadede yeni destekler verilmesi gerektiği konusuna vurgu yapmaya devam edeceğiz" dedi.

Yenigün, yaptığı yazılı açıklamada, 2018 Kasım'dan beri uygulamada bulunan otomotiv sektörüne yönelik KDV ve ÖTV indirimi destek paketinin 30 Haziran itibarıyla sona erdiğini kaydederek, sektörün, indirimlerin devamından veya kademeli olarak düşürülmesinden yana olduğunu hatırlattı.

ÖTV ve KDV indirimlerinin uzatılması veya kademeli olarak düşürülmesi konusunda talepte bulunduklarını



**Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) Yönetim Kurulu Başkanı
HAYDAR YENİGÜN**

aktaran Yenigün, ancak bu indirimlerin devam etmeyeceği bilgisini aldıklarını kaydetti.

Yenigün, "Otomotiv değer zincirinde faaliyet gösteren bayiler, distribütörler, ana ve yan sanayi firmaları olarak yılın ikinci yarısında mevcut ÖTV ve KDV oranlarıyla faaliyetlerimizi en az zararlı sürdürmeye gayret ederken, devletimizle yapacağımız görüşmelerde iç pazarın canlandırılması için kısa ve uzun vadede yeni destekler verilmesi gerektiği konusuna vurgu yapmaya devam edeceğiz." değerlendirmesinde bulundu.

Hükümetin otomotiv sektörüne bugüne kadar çok önemli destekler sağladığını ve sektörün bu destekleri memnuniyetle karşıladığını belirten Yenigün, şu ifadeleri kullandı:

"32 milyar doların üzerinde ihracatla Türkiye'ye en büyük katma değeri sağlayan sanayi kolu konumundaki otomotivin kamu idaremizin kapsamlı ve pozitif ayrımcılık yapacak şekilde desteklenmeye devam etmesi bizler için kritik öneme sahip. Bu desteğin adı da son dönemde ÖTV ve KDV idi. İçinden geçmekte

olduğumuz ekonomik hareketlilik sürecinde hükümetimiz ve bakanlarımız bizlerle yakın temas içinde çok önemli desteklerde bulundu. 2018 Kasım'dan beri pazardaki ciddi daralmayı yavaşlatıcı etki yaratan vergi paketinin ticari faaliyetlerin sürdürülmesi adına önemli derecede faydası oldu."

"Sektör araç satamıyor, yeni formüller şart"

Yenigün, söz konusu destek paketine rağmen yılın ilk yarısında pazarın yüzde 45 daraldığına dikkati çekerek, vergi indiriminin başta sanayiciler, distribütörler ve bayiler olmak üzere otomotiv değer zincirinin tamamı için çok ciddi katkısı olduğunu anlattı.

Uygulamanın sonlanmasıyla sektörde araç satışının durma noktasına geldiğinin altını çizen Yenigün, şu açıklamalarda bulundu:

"Otomotiv çok hassas bir sektördür, sistemin tökezlememesi için yavaş bir geçiş olması çok daha sağlıklı olurdu. Devletimizle yapacağımız görüşmelerde iç pazarı canlandırmaya yönelik tekrar vergi indirimi uygulanması veya finansmana erişim kolaylığı sağlayacak uygulamalar gibi başka formüllerin, kısa ve uzun vadede kurgulanması gerektiğine vurgu yapacağız.

Türkiye'nin ihracat, üretim ve istihdam performansı açısından en fazla katma değer yaratan sanayisi konumunda olan otomotiv için son derece hayati olan bu destekler gerek sektörümüz gerek ülkemiz için kritik önem taşımaktadır."

"Otomotiv değer zincirinde faaliyet gösteren bayiler, distribütörler, ana ve yan sanayi firmaları olarak yılın ikinci yarısında mevcut ÖTV ve KDV oranlarıyla faaliyetlerimizi en az zararla sürdürmeye gayret ederken, devletimizle yapacağımız görüşmelerde iç pazarın canlandırılması için kısa ve uzun vadede yeni destekler verilmesi gerektiği konusuna vurgu yapmaya devam edeceğiz."



Otomotiv Tedarik Sanayisinin 40 Yıllık Yolculuğu Kitaplaştırıldı

Türk Otomotiv Sanayisinin Portresi "TAYSAD'ın 40 Yılı Daha İyisi İçin Yarışmak" Kitabıyla Yeniden Çizildi!

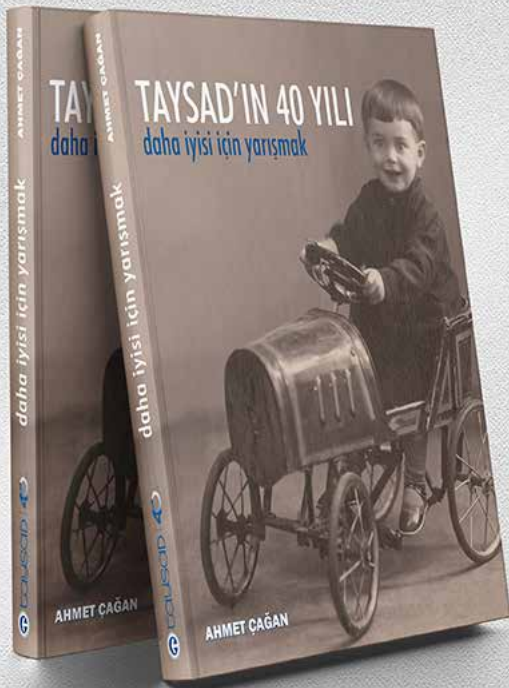
TAYSAD, otomotiv endüstrisinin kalbi niteliğindeki tedarik sanayisinin yarım asra yaklaşan tarihini, "TAYSAD'ın 40 Yılı - Daha İyisi İçin Yarışmak" isimli kitap ile ölümsüzleştirdi. TAYSAD'ın 1978 yılından bugüne kadar olan hikayesi ile ülkemiz otomotiv endüstrisinin kilometre taşlarına ışık tutan "TAYSAD'ın 40 Yılı - Daha İyisi İçin Yarışmak" eserinde, TAYSAD arşivi ve diğer özel arşivlerden titizlikle derlenen fotoğraflara da kapsamlı olarak yer verildi.

Günümüzde 400'ü aşkın üyesiyle otomotiv tedarik sanayi sektörünün tek temsilci konumunda bulunan TAYSAD, otomotiv endüstrisinin kalbi niteliğindeki tedarik sanayisinin yarım asra yaklaşan tarihini, "TAYSAD'ın 40 Yılı - Daha İyisi İçin Yarışmak" isimli kitap çalışmasıyla

ölümsüzleştirdi. TAYSAD'ın 1978 yılından bugüne kadar olan hikayesi ile ülkemiz otomotiv endüstrisinin kilometre taşlarına ışık tutan "TAYSAD'ın 40 Yılı - Daha İyisi İçin Yarışmak" eserinde, TAYSAD arşivi ve diğer özel arşivlerden derlenen fotoğraflara da kapsamlı olarak yer

verildi. "TAYSAD'ın 40 Yılı - Daha İyisi İçin Yarışmak" kitabında,

Türk otomotiv sanayisinin karşılaştığı zorluklar, etkili bir anlatımla ortaya koyulurken, elde edilen kazanımlar ve başarı hikayesine dönüşen tedarik sanayisi serüveni, tarihi anekdotlar ışığında yer buldu. Konuyla ilgili görüşlerini paylaşan TAYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Alper Kanca, "TAYSAD'ın kurulduğu 1978 senesi, hem siyasal karışıklıklar hem ekonomik sıkıntılar açısından Cumhuriyet tarihinin en zor dönemlerinden biriydi. İş dünyasında da tablo iyi değildi. Üretim adetleri çok düşüktü, hammadde temin etmek ve ithal girdi bulmak mümkün değildi. Dolayısıyla araç ve parça imalatı çok meşakkatliydi. Buna rağmen kurucularımız üretime soyundular, odaklandılar, mesleklerini geliştirdiler ve uluslararası alanda rekabet edebilecek bir tedarik sanayinin oluşmasına katkı verdiler. Bugün geriye doğru baktığımızda, ülkeleri için doğru işler yapmak ideale sahip, fedakâr, mücadeleci ve çalışkan insanlar olduklarını teslim etmemiz gerekiyor. Bir Sivil Toplum Kuruluşunu oluşturanların saygı çerçevesinde, birbirini dinleyip gönüllülük esasıyla ortak hedefler belirlemesi ve bu hedefleri başarmak için çok çalışarak, büyüyerek, sürekli gelişerek çitayı hep biraz daha yukarı taşıması... Ve bunu 40 yıldır aralıksız yapabilmesi... Böylesi bir performansa Türkiye'de az rastlanır. Bu kültürü oluşturanların sesi olmak, bu



sesi gelecek kuşaklara aktarmak ve bizden öncekilere duyduğumuz şükranı bir nebze olsun gösterebilmek için, Otomotiv Tedarik Sanayimizin ülke tarihindeki rolünü ve derneğimizin kuruluşundan bugüne geçirdiği mücadele dolu yılları, yaşanılanları, elde edilen başarıları anlatan bir kitap hazırladık” değerlendirmesinde bulundu. Bu önemli eser ve belgesel çalışmasının altında imzası bulunan yazar Ahmet Çağan ise yaptığı açıklamada, “TAYSAD, tutku ve cesaretle çıktığı yolda ilkleri başardı ve zamanla kartopundan çığa dönüşürken ‘daha iyi için yarışmaktan’ hiçbir zaman vazgeçmedi. Ben de bu eserlerde, TAYSAD’ın bu çabasını büyük bir kıvançla yansıtmaya çalıştım. TAYSAD’ın kilometre taşlarını sadece çalışmak, üretmek, pazar ağını artırmak şekillendirmemiştir. TAYSAD’ın hikâyesinin satır aralarında yaptığı işe inanmanın, heyecanını hiç yitirmemenin, samimiyetten vazgeçmemenin, sevgi ve saygının temellendiğini de görebilirsiniz. Bu çalışmayı oluştururken yaptığım araştırmalarda, Türk otomotiv tedarik sanayisinde faaliyet gösterenlerin girişimlerini destekleyen ve ülke ekonomisine önemli girdiler sağlayan bir kurumun, kuruluşundan bugüne kadar geçirdiği her aşamadaki çetin mücadeleyi hissettim” ifadelerini kullandı.

TAYSAD’ın kurulduğu 1978’de yaklaşık 90 bin adet olan toplam araç üretimi, bugün 1,5 milyon adedi; 50 bin adet olan otomobil üretimi ise 1 milyonu aşmıştır. O günlerde sektör ihracatı, 4 milyon dolar iken, bugün 32 milyar dolar; tedarik sanayi ihracatı ise 1 milyon dolardan bugün 11 milyar dolara yükselmiş durumda. 40 yıl önce Ar-Ge bir kavram olarak bile hayatımızda yokken, bugün TAYSAD üyelerinin açtığı 157 adet Ar-Ge ve Tasarım Merkezi mevcut. Yine o günlerde sadece 5 bin kişilik istihdam yaratırken, bugün 200 binin üzerinde istihdam ile büyük bir aile. TAYSAD, kurulduğu günden bu yana sürekli gelişti; rakamların ötesinde büyüdü ve otomotiv sektörünün en yetkin, güçlü ve örnek alınan sivil toplum kuruluşu oldu. İşte bu kitapta, o günlerden günümüze nasıl gelindiği, hangi olağanüstü çalışmalara imza atıldığı ve 40 yıllık başarının öyküsü okunabilecek.



HÜSEYİN AKSOY **Kocaeli Valisi**

Gelecek kuşaklara aktarmak adına derneğinizin dünden bugüne geçirdiği mücadele dolu yılları, yaşanılanları, elde edilen başarıları anlatan kitabınızı almaktan büyük mutluluk duydum.

PROF. DR. ERCAN TEZER **OSD Eski Genel Sekreteri**

Kitap, gerçekten çok güzel, güvenilir ve ayrıntılı bilgilerle hazırlanmış; sanayimize emek veren tüm TAYSAD’lı dostlarımıza özenle yer ayrılmış ve görüşleri ayrıntılı olarak yer bulmuş.

REŞTAN ARAS **TAYSAD 1978-1981 Dönem Yönetim Kurulu Başkanı**

“TAYSAD’ın 40. Yılı” kitabı için herkesi candan kutlarım. Şahane bir eser çıkarmışsınız.

HÜSEYİN BAYRAKTAR **TAYSAD 1984-1985 Dönem Yönetim Kurulu Başkanı**

TAYSAD’ın 40 Yılı için hazırlanan kitap, el ele vermiş olduğum kıymetli dostlarımı, yaşadıklarımızı, emeklerimizi, çalışmalarımızı, başarılarımızı bir kez daha hatırlamama vesile oldu. Bu başarılı kitabın hazırlanmasında emeği geçenleri tebrik ederim.

TUĞRUL ARIKAN **Anadolu Isuzu Otomotiv Genel Müdürü**

Otomotiv tedarik sanayimizin ülkedeki rolünü kitabınızda gündeme getirerek topluma ilham veren bu güzel çalışmanız için sizleri gönülden tebrik ederim.

Otokoç Otomotiv'in 90 yıllık hikâyesi: bir vizyon, azim ve tutku yolculuğu

Otomotiv sektörü için bir okul olan Otokoç Otomotiv, 90 yıllık tarihini sektörün en uzun süreyi kapsayan ilk kaynak eseri haline getirdi.



Otokoç Otomotiv Genel Müdürü
GÖRGÜN ÖZDEMİR

Türkiye'de otomotiv perakendeciliği, araç kiralama ve araç paylaşım alanlarında pek çok ilke imza atarak yaklaşık bir asırdır sektörlerine öncülük eden Otokoç Otomotiv, kuruluşunun 90. yılı için çok özel bir kitap yayımladı. Başta Vehbi Koç ve Rahmi M. Koç olmak üzere Otokoç Otomotiv'in emektar ve mevcut yöneticileri ile eski şirketlerine ait, pek çoğu ilk kez yayınlanan önemli anıların da yer aldığı kitap aynı zamanda sektörün en uzun süreyi kapsayan ilk yazılı kaynak eseri olma özelliği de taşıyor.

Türk Otomotiv endüstrisinin tarihçesine de ışık tutan ve yazar Ahmet Çağan tarafından kaleme alınan **"Bir Vizyon, Azim ve Tutku Yolculuğu"** adlı eser, Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Gökün Özdemir ile şirketin üst yönetiminin de katılımıyla Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlenen toplantıda tanıtıldı.

Otokoç Otomotiv'in, Koç Topluluğu'nun kurucusu merhum Vehbi Koç'un ilk göz ağrısı olarak 1928 yılında faaliyete başladığını belirten Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Gökün Özdemir, Ankara'da Ford Acenteliği ile başlayan serüvenin bugün araç satışından, araç kiralama ve paylaşım sistemine kadar geniş bir yelpazeye ve Türkiye dahil 9 ülkeye yayıldığını belirtti. Neredeyse Türkiye Cumhuriyeti ile yaşıt bir kuruluş olan Otokoç Otomotiv'in tarihçesinin Türk

otomotiv endüstrisinin de kilometre taşlarını oluşturduğunu belirten Özdemir, "90. yılımıza ithafen hazırladığımız bu eserin, sektörümüzün 90 yılda aldığı muazzam yolu anlamak isteyenler için de bir kaynakça olacağına inanıyorum" dedi.

Tarihleri boyunca otomotiv sektörüne liderlik etme misyonlarını tutkuyla sürdürdüklerini belirten Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Gökün Özdemir şöyle devam etti; "Otokoç Otomotiv 90 yıla birbirinden önemli pek çok ticari başarı sığdırdı. Ancak sektörü şekillendiren üç tarihi başlangıca özel birer başlık açmamız gerekirse, bunlardan birincisi otomotiv sektörünün oluşumuna giden yolda ilk adım olan otomotiv perakendeciliğini kurmamız ve bir mega bayi haline gelmemiz, ikincisi Avis'i bünyemize katarak Türkiye'de araç kiralama işini başlatmamız ve bunu çevre ülkelere doğru genişletmemiz, üçüncüsü ise çok hızlı bir dönüşüm ve değişim içinde olan dünyanın gidişatına uyum göstererek Zipcar'ı bünyemize katmamız diyebiliriz. Böylece araç paylaşımında da öncülüğü üstlenerek sektörümüze rehberlik ettik. Türkiye'nin yüzde yüz Türk sermayeli en büyük otomotiv şirketlerinden biri olarak 'Ulaşım çözümleri sunan yenilikçi, küresel yol arkadaşı olmak' vizyonumuzla sektörümüze ışık tutmaya devam edeceğiz."

"Bir Vizyon, Azim ve Tutku Yolculuğu" adlı eserin hazırlanmasında Otokoç Otomotiv'in emektar ve mevcut birçok değerli yönetici ve çalışanının katkısı olduğunu belirten Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Gökün Özdemir, "Bugün 9 ülkedeki yatırımlarıyla uluslararası bir yapı haline gelen Otokoç Otomotiv, bünyesindeki 11 marka için, 350 noktada, 4 bin çalışanı ile hizmet veriyor. Türkiye otomotiv pazarındaki yüzde 8'lik payı ve araç kiralamada 90 bin adetlik filosu ile uçtan uca mobilite çözümleri sunan örnek bir başarı hikayesi. Bu hikayeyi yazan çalışanlarımız ve paydaşlarımızdan aldığımız güç, inanç, azim, kararlılık ve heyecanla önümüzdeki 90 yılda da ülkemize katkılar sunmayı sürdüreceğiz." dedi.

"Şimdi, burada otomobil işimizi büyütmek için çırpınıyoruz"

Kitapta, Vehbi Koç'un babasına karşı çıktığı, 1920'li yıllarda bile otomotiv sektörünün geleceğine olan inancını gösteren bir anı dikkat çekiyor. Vehbi Koç yerli otomobilin üretimi için anlaşma yapıldıktan hemen sonra Londra'daki Dorchester Otel'i'nin yemek salonunda yanındaki arkadaşlarına şu hikayeyi anlatıyordu: "1923 yılında, Ankara'da, babamın 3 bin 500 liraya satın aldığı kırmızı renkli otomobile binerken, otomobil işine gireceğimi hiç

düşünmemiştim... 1928 yılında da otomobil acentesi olmak istediğim zaman, babamın itirazıyla karşılaşmıştım. 'Otomobil işi akıllı insanların harcı değildir! Onlar kendilerini hovardalığa ve lükse kaptırırlar!' derdi. Şimdi, burada otomobil işimizi büyütmek için çırpınıyoruz. Acaba biz, hepimiz aklımızı mı kaçırdık?"

Otokoç Otomotiv hep bir okul oldu

Otomotiv sektörünün temellerini atan Otokoç Otomotiv, kuruluşundan günümüze kadar sürdürdüğü vizyonuyla birçok duayen yönetici yetiştirerek sektöre kazandırdı. Bu anlamda hep bir okul niteliği taşıdı. Vehbi Koç'un "Sermayemiz insan kaynağımızdır." sözü, bir düstur olarak kabul edildi; asıl yatırım insana yapılan oldu.

Tanıtım toplantısında eserin hazırlanmasında katkı sağlayan Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç ve duayen yöneticilerin röportajlarından oluşan bir video gösterimi de yapıldı.

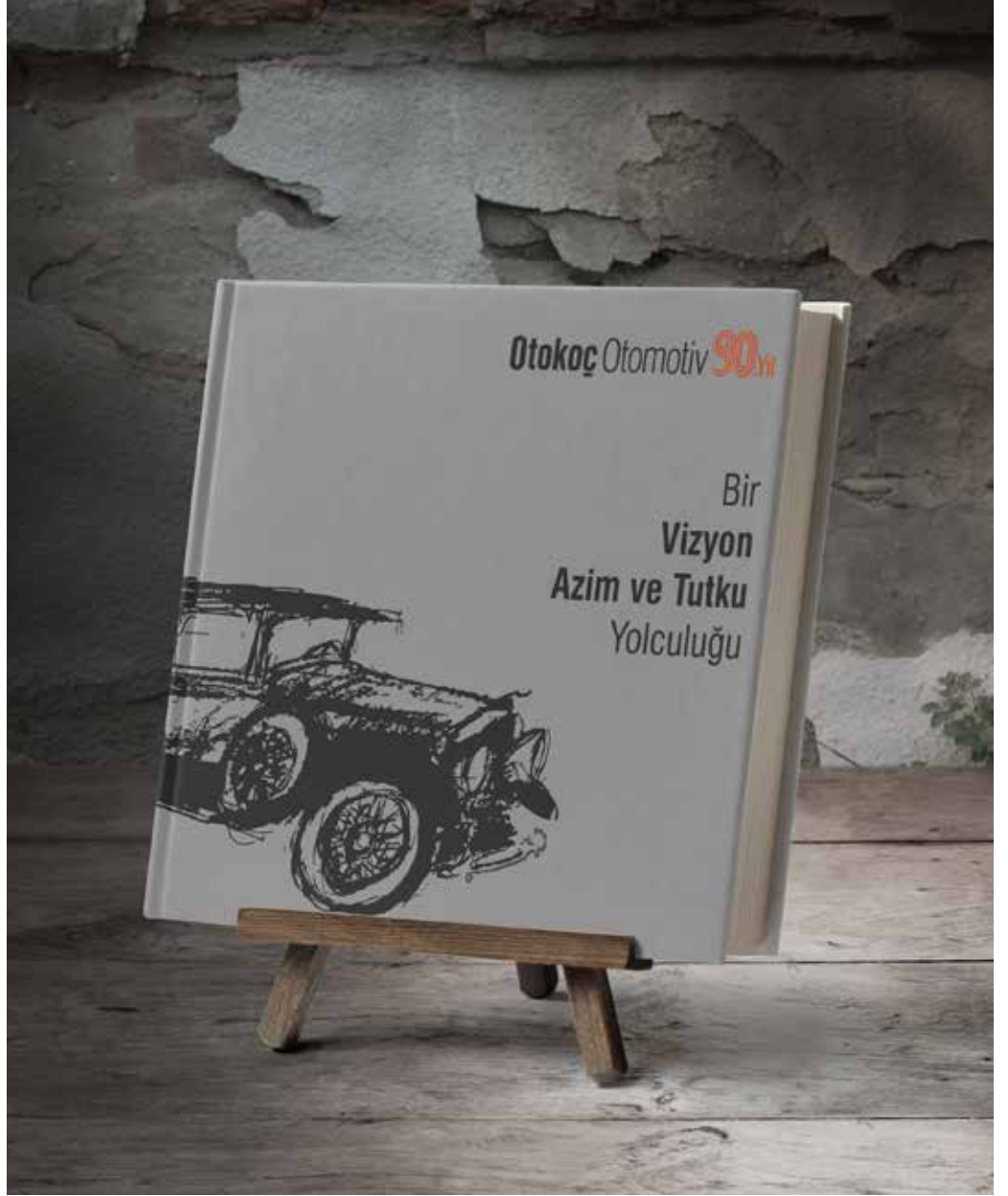
Avis'in Türkiye'ye gelişi ile araç kiralama sektörünün başlaması

Vehbi Koç'un Otokoç Otomotiv'i kurması, nasıl ki Türk otomotiv tarihini başlatmışsa, Rahmi M. Koç'un öngörüsü ile 1970'lerde, en büyük uluslararası araç kiralama şirketlerinden olan Avis ile lisans anlaşması yaparak Türkiye'de araç kiralama sektörünü başlatması da tarihte bir dönemeç olarak yerini alıyor. Vehbi Koç, araç kiralama fikrini ilk duyduğunda "Hırsızın istediği bir göz, siz veriyorsunuz iki göz" yorumunda bulunuyor ancak Rahmi M. Koç, babası Vehbi Koç'u ikna etmeyi başarıyordu. Tarihin tekerrür ettiği bu olayla Türkiye'de araç kiralama başlamış oluyordu.

Rahmi M. Koç babasının ilk otomobilini kaçırmış

Eserde Rahmi M. Koç'un gençlik yıllarında babasının otomobilini kaçırdığını anlattığı bir anısı da yer alıyor. Rahmi M. Koç anısını şu şekilde paylaşıyor: "Ankara'da özel araba o devirlerde çok azdı. Biz Keçiören'de otururduk. Babamız Taşhan dediğimiz Ulus'ta çalışırdı, bir tane taksi aldı. Taksi 1937 model bir Plymouth'tu. Her gün onunla Keçiören'e gelir giderdi.

Bir gün işte şoför yemek yerken araba da duruyor orada ben dedim bir deneyeyim



bakalım bu meret nasıl gider nasıl gitmez diye... Meğer şoför 1. viteste bırakmış arabayı. Biz kontağı açınca araba böyle zıplaya zıplaya kapıya kadar gitti, pat diye durdu. Bir de baktık ki şanzımanı dağıtmışız. Tabii söylenmedik laf kalmadı. Araba da belki 1 buçuk ay yattı garajda tamir edildi. Ondan sonra harp bitti otomobiller ithal edilmeye başlandı."

Otokoç Otomotiv 90. Yıl kitabı TÜHİD tarafından En Prestijli Kurum Kitabı seçildi

Otokoç Otomotiv'in 90 yıllık geçmişini onurlandırmayı amaçlayan "90. yıl kitabı", Otokoç Otomotiv'i sürdürülebilir bir başarı hikâyesi haline getiren değerli yönetici ve çalışanlarına da saygı duruşu niteliği taşıyor.

TÜHİD 18. Altın Pusula Ödülleri Kurumsal Yayınlar kategorisinde birinciliğe layık görülen eserin oluşturulma aşamasında Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç ve 4 Koç Holding CEO'su, 7 Koç Holding Grup Başkanı, 25 Üst Düzey Yönetici ile gerçekleştirilen röportajlar, sesli ve görüntülü olarak kaydedildi. Çalışmalar, Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir'in liderliğinde sürdürüldü. Kitabın yazarı Ahmet Çağan ise "Elinizde tuttuğunuz bu kitap, Vehbi Koç'un genç Cumhuriyet'in ve Dünya'nın geleceğini doğru okuyarak otomotiv sektörüne adım atmasını, tek damladan bir okyanus yaratmasını hepsi birbirinden değerli kaynak eserlerin yanı sıra sözlü tarih görüşmelerinin ve ilgi çekici anıların eşliğinde gözler önüne sermektedir" açıklamasında bulundu.



Nazer Otomotiv Genel Müdürü
AYKUT PEKTEKİN

Sular çekildikten sonra

Tam yazımının bu noktasında; temmuz ayında katılma şansı bulduğum PPG eğitiminde, eğitmen Dejan Zivkovic'in sektörümüzün süreçlerini sığ kayalıklarda yüzen bir tekneye benzetme metaforunu paylaşmak isterim.

Dejan'ın tespiti şu idi; işimiz = tekne, iş hacmimiz (araç girişi veya araç satışı) = suyun derinliği

iş hacmi düşünce kayalara çarpma riski artıyor ve kaçınılmaz son. Engellerimiz denizde teknenin altındaki kayalar gibidir. Zamanın olduğunu düşünüyorsan su derindir ve engelleri düşünmezsin, ama vaktinde adım atmazsan zamanın su gibi çekilir ve kayalar tekneni paramparça edebilir.

Madem sular çekildi, o zaman suların çekildiği zamanlarda alınması gereken tedbirleri plazalarımızda almalıyız. Teknemizin huzur içinde yüzerken attığımız adımlar bugünümüzde işimize yaramayabilir.

Daha önceki yazılarımda da, belirtmiştim tekrarlamak istiyorum !

- işimizde ciro getirene değil karlılık getirene,
- eğitimsiz çalışana değil etkin çalışana,
- süreçlerde hata yapanı cezalandırana değil, hatayı iyileştireni teşvik edene,
- stok finansmanında banka kredisine değil, pozitif nakit akışına,
- memnuniyet çalışmalarında, müşteri skoruna değil, süreci takımca iyileştirmeye,
- distribütörden alınacak desteğe değil, ticaretin kendisine,

• standartlarda saksının yerine değil, güler yüzlü ekibe önem verir ve "hayatımızda ki bu olumsuz yaşananları, kıymetli tecrübelerle nasıl çevirebiliriz ?" sorusunu kendimize dürüstçe sorar ve ekipçe birlikte yanıtları için çalışırsak bu sığ sulardan da çıkacağımıza inanıyorum.

Soruları sormak kolay, neden yanıtlamıyorum diye bu yazıyı yazarken düşündüm ve aklıma cevaplanamayan soruları yanıtlayan bilgenin hikayesini sizlerle paylaşmak geldi.

Zamanın birinde sorulan her soruya yanıtı olan bir bilge varmış. Bilgenin öğrencileri ne sorarlarsa, hocaları yanıtlıyor ve öğrencilerini her defasında şaşırtıyormuş. Bilgenin en uyanık iki öğrencisi kafa kafaya verip öyle bir soru soralım ki bilge dahi bilemesin diye düşünürken, soracakları soruyu bulmuşlar.

Bir öğrenci diğerine "buldum" demiş. "İki elimin arasına bir kelebek koyacağım ve bilgeye soracağım. Avucumun içinde bir kelebek var, canlı mı ölü mü? Ölü derse keleşe bırakacağım, canlı derse avucumu hafifçe bastıracağım keleşe öldüreceğim. Sonuçta her ne derse desin, cevabı bilemeyecek."

Çıkmışlar bilgenin karşısına ve sorularını sormuşlar.

"Avucumun içinde bir kelebek var, canlı mı, ölü mü?"

Bilge uzun uzun çocukların gözlerinin içine bakmış ve cevaplamış;

"Size kim ne dersin çocuklar, atacağınız her adım, yapacağınız her şey sadece sizin ellerinizde ..."

Sektörümüzün geleceği dillerde ve maalesef genelde olumsuz geri bildirimlerle hafızalar besleniyor ... Ekonomik koşullar sektörümüzü çok zorluyor, hepimizin kafasında yanıtını merak ettiğimiz benzer sorular dört dönüyor.

- 2019 yılında pazar ne olacak ?
- Yetkili satıcıların yüzde kaç ayakta kalacak ?
- Çalışanlarımız işsiz kalıp, sektörün dışına mı itilecek ?
- Ne olacak vergi sisteminin bu hali ?
- Kur mu faizi, faiz mi kuru tetikliyor ? Kurun tansiyonu , faizin hızı düşer mi ?
- Faizler düşerse, bankalar otomotiv sektöründe sadece tüketiciyi değil yetkili satıcıyı da fonlaması gerektiğini ne zaman hatırlayacak ?

Kontrolümüz dışında olan bitenlerden kaynaklanan soruları sadece okurken dahi insanın içi daralmıyor mu ... Ne olursa olsun yönetemediklerimize odaklanmaktansa, gücümüzün yettiğince yönetebildiklerimize odaklanıp tekneyi yüzdürmek için çalışma zamanı.

Otomotiv üretiminde uyarı kırmızı...

Otomotiv Sanayii Derneği'nin verilerine göre yılın ilk yarısında toplam otomotiv üretimi yüzde 13 azaldı ve 735 bin 62 adet olarak gerçekleşti.

Otomotiv Sanayii Derneği (OSD), 2019 yılının ilk yarısına ait üretim, ihracat adetleri ile pazar verilerini açıkladı. Ocak-Haziran dönemi verilerine göre, toplam üretim bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 13, otomobil üretimi ise yüzde 12 oranında azaldı. Bu dönemde toplam üretim 735 bin 62 adet, otomobil üretimi ise 492 bin 700 adet düzeyinde gerçekleşti. İlk altı ayda toplam pazar ise yüzde 45 azalarak 200 bin 901 adet oldu.

Otomobil pazarı da yüzde 43 oranında azalarak 156 bin 378 adet olarak gerçekleşti. Yılın ilk yarısında ağırlıklı olarak iç pazardaki daralma kaynaklı olarak ticari araç üretimindeki daralma da sürdü. Ocak-Haziran döneminde toplam ticari araç üretimi yüzde 15 seviyesinde azalırken, ağır ticari araç üretimi yüzde 30, hafif ticari araç üretimi yüzde 14 seviyesinde azaldı. Geçen yılın Ocak-Haziran dönemine göre ticari araç pazarı yüzde 51, hafif ticari araç pazarı yüzde 50 ve ağır ticari araç pazarı yüzde 56 azaldı.

650 bine yakın araç ihraç edildi

OSD verilerine göre, bu yılın ilk yarısında, geçen yılın yılın aynı dönemine göre otomotiv ihracatı adet bazında yüzde 8, otomobil ihracatı yüzde 9 azaldı. Bu dönemde, toplam otomotiv ihracatı 634 bin 768, otomobil ihracatı ise 419 bin 46 düzeyinde gerçekleşti. Söz konusu dönemde toplam ihracat dolar bazında yüzde 7 düşerken, avro bazında ise geçen yılın aynı dönemine paralel seviyede gerçekleşti.

Aynı dönemde, toplam otomotiv ihracatı 15,6 milyar dolar olarak gerçekleşirken, otomobil ihracatı yüzde 12 azalarak 5,8 milyar dolar

Ocak-Haziran döneminde toplam ticari araç üretimi yüzde 15 seviyesinde azalırken, ağır ticari araç üretimi yüzde 30, hafif ticari araç üretimi yüzde 14 seviyesinde azaldı.



oldu. Avro bazında otomobil ihracatı ise yüzde 6 azalarak 5,1 milyar avro seviyesinde kayıtlara geçti. Bu yılın ocak-haziran döneminde toplam pazar geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 45 azalarak 200 bin 901 oldu.



Aile Şirketlerini Geleceğe Taşımak

Keşke dememek için can dostu olmak



Humanplus
FİLİZ CÜREKLİBATIR

Ülkemizde kayıtlı şirketlerin %95'i aile şirketi ve bunların %70'i bir sonraki kuşağa devredilmeden kapanıyor. Aile şirketlerinin devamlılığının olamamasının esas nedeni ise aile içi iletişim sorunu. Aile Şirketleri Koçluğu ile şirketlerdeki iletişim kaynaklı sorunları kuruma özel yaklaşım ve güçlü işbirliği ile ortadan kaldırmayı hedefliyoruz ve yani "keşke dememek için can dostu oluyoruz." Bunu birçok aile şirketinde de başardık. Başarıya giden yolda "önce insan" diyoruz ve aileyi tanıyarak işe başlıyoruz. Halden anlayarak, güven uyandırarak, can dostu olarak, niyet ederek ve işbirliği ile aile şirketinin sürdürülebilirliğine ve kuşaklararası geçişe katkı sağlıyoruz. Ortak niyet, ortak akıl ve ortak dil ile birlikte başarabiliriz.

Ekonominin Can Damarında Kronik Problem

Aile şirketleri ülkemiz ekonomisinin can damarını oluşturuyor ancak bu yazıyı okuyan, aile şirketi kurmuş 100 girişimciden sadece 30 tanesi yarattığı değer çocukları tarafından devam ettirildiğini görebilecek.

Torunları tarafından işin devam ettirildiğini görmek ise, sadece 3 tanesine nasip olacak dediğimizde konunun ülke ekonomisiyle ne derece bağlantılı olduğunu ve aile şirketlerinin devamlılığının ne kadar önemli olduğunu ifade etmiş oluruz. Verilere göre, aile şirketleri

ülkemizde kayıtlı olan şirketlerin %95'ini oluşturmakta, bunlar ekonominin %75'ini, istihdamın ise %80'ini gerçekleştirmektedir. Ülkemizde 100 yılı geçen aile şirket sayısı 70 adeti geçmemektedir. Ülkemizde aile şirketlerinin ortalama yaşam süreleri 20-25 yıldır.

Her aile şirketi özel ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu doğrultuda hazır bir hizmet paketi ile işe girişmek yerine, Aile Şirketleri konusuna daha bütüncül, operasyonel odaklı bakarak aileye uygun, gerçekçi, uygulanabilir ve finansal olarak erişilebilir bir öneri sunma becerisinde olmak gerekir. Ailenin de bu yaklaşımın arkasında, güçlü bir irade ile destek vermesi beklenmektedir. Ancak bu şekilde Aile Şirketi üyelerinin geleceğe yönelik kaygılarını, vakit bulamadığı ya da çekindiği için gündeme getiremediği kaygılarını masaya yatırmak, iletişim kanallarını açık ve işler kılmak konusunda somut adımlar atılacaktır.

Aile Şirketlerini Geleceğe Taşımanın Kilit Noktaları

Aile şirketlerinde en temel sorun aile içerisindeki iletişim kanallarının kapalı olması, net ifadeler yerine, imalarla ilişkilerin yönetilmesidir. Stratejik planlamaya bağlı olmadan, anlık ve tepkisel yaklaşımlar ve kararlar; dışarıdan destek almadan, içeriden gözüktüğü kadarıyla çözüm arama çabaları; kuşaklararası geçişi konusunda isteksiz olma ve profesyonelliğe bakılmaksızın özellikle aile üyelerinin işe yerleştirilmesi veya atamalar yapılması, kurumsallaşma ve profesyonellerle uyumlu çalışma konusunda



başarısız olunması ana sorunları oluşturmaktadır.

Aile Şirketlerinin sürdürülebilirliği için en önemli olgu “Çeviklik” yani şirketin çevik olmasıdır. Günümüz Dünyasında şirketler ekonomik ve siyasal çalkantılarla her an karşı karşıya kalmaktadırlar. Hele günümüz Türkiye’sinde bu çalkalanmalar neredeyse normal bir yaşam tarzına dönüşmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir olmak için öncelikli geliştirmemiz gereken beceri bu türbülanslara karşı çevik olmak ve amacımız doğrultusunda ilerlemektir. Burada kast edilen “statükoyu” korumak demek değil, vizyon doğrultusunda ilerlemektir. İşte burada bizim rolümüz; misyon, vizyon ve değerler içerisinde gidilmek istenen yere, ortak niyet, ortak akıl ve fikir birliği ile tüm iç iletişim kanallarını en sağlıklı şekilde oluşturarak “keşke dememe fırsatı için can dostu olmaktır”.

Bunu yaparken 2 temel yaklaşımla ilerliyoruz. İlk olarak akılda birlik

sağlıyor, ikinci olarak da bayi gözü ile gidilmek istenen yere nasıl gideriz sorusu için teknik destek veriyoruz. Böylece uzun ömürlü olma yolunda aile ve şirket değerlerini gelecek kuşağa aktarma becerisi geliştirilmiştir olacaktır

Hedef 100 yıl ve ötesi

Aile Koçluğu’nun tetiklemesi, arabuluculuğu ve potansiyeli amaç doğrultusunda ortaya çıkarması ile ele alınan konularda duruş ve beklenen davranışlarda netlik sağlanacaktır. Bu da ortak inancın artmasına, sinerjinin daha üst bir seviyeye taşınmasına imkan verecektir.

Sonuç olarak ortak değerlere dayalı bir iş yapma anlayışıyla sağlam, gerçekçi, uygulanabilir ticari adımların atılmasına ve 100 yılı aşan şirketlerden biri olma yolunda gelişim yolculuğu başlayacaktır. Bu da milli servetin ve istihdam gücünün korunmasına hizmet edecektir.

Avrupa'da otomotiv şirketleri AR-GE'ye ne kadar harcıyor?

Avrupalı otomotiv şirketleri BMW, Daimler, Peugeot, Renault ve Volkswagen 2007 yılından itibaren Araştırma ve Geliştirme'ye (AR-GE) ne kadar bütçe ayırılıyorlar? sizin için derledik...

Alman firmaların araştırma-geliştirme (AR-GE) alanında yaptıkları harcamalar 2017 yılında rekor seviyeye ulaştı.

Alman Bilim Vakıfları Birliği, Eğitim Bakanlığı'nın siparişi üzerine yürüttükleri araştırmanın sonuçlarını Salı günü açıkladı. Elde edilen verilere göre, firmalar bir yıllık zaman diliminde AR-GE'ye toplam 69 milyar euro harcadı. Bu sayının bir önceki yıla göre yüzde 9 buçuk oranında daha fazla olduğu belirtildi. Buna göre, 2017'deki toplam AR-GE harcamalarının 2016'daki harcamalardan 6 milyar euro daha fazla olduğu kaydedildi.

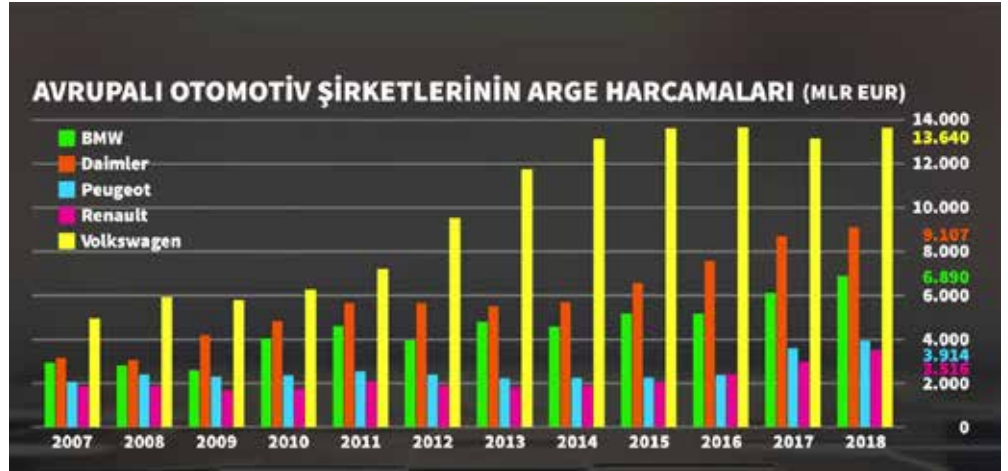
Sözkonusu harcamaların, gayrisafi yurt içi hasılanın yüzde 3,03'üne tekabül ettiği ifade edildi. Firmaların diğer firma ya da yüksekokullara verdikleri siparişler de 19 buçuk milyar euro ile yeni bir rekor kırdı.

Almanya Eğitim Bakanı Anja Karliczek, araştırma ve geliştirme için gayrisafi yurt içi hasılanın yüzde 3'ünden fazla harcamaya yapılması yönünde hükümetin belirlemiş olduğu hedefe iş dünyası ve devletin ilk kez ulaşmış olduğunu ifade etti. Karliczek, "Bilim dünyası ile iş dünyası arasındaki işbirliği iyi bir gelişme kaydetti" diye konuştu.

Alman Bilim Vakıfları Birliği Başkanı Andreas Barner ise uluslararası rekabette geri kalmamak için AR-GE alanında daha fazla çeşitlilik sağlanması çağrısında bulundu. Barner, AR-GE'nin vergiler üzerinden finansmanının "federal hükümet tarafından bir an önce hayata geçirilmesi" gerektiğini söyledi.

Çoğunluk otomotiv sektöründe

2017'de yapılan AR-GE harcamalarının yaklaşık üçte ikisinin otomotiv alanında harcandığı belirtildi. Otomotiv üreticileri ve tedarikçiler, bu alanda toplam 25,6 milyar dolar harcadı. Bilim-teknik servis sağlayıcılarının yüzde 82'si,



bu dönemde taşıt üretimi alanında araştırma yürüttü.

Diğer yandan iklim, çevre, enerji ve optik alanlarında görece daha az AR-GE harcaması yapıldı.

2017 yılında firmalar ayrıca, yürüttükleri araştırmalar kapsamında daha fazla personel istihdam etti.

2016 yılıyla karşılaştırıldığında, 2017 yılında özel şirketlerde çalışan araştırmacı ve geliştirmecilerin sayısı 23 bin 500 arttı. Başta büyük firmalar olmak üzere birçok firma, araştırma alanında 250'yi aşkın kişi istihdam etti. Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler ise, toplam araştırma harcamalarının yüzde 8'lik kısmını oluşturdu.

**1.5L DİZEL
OTOMATİK**

Ford YENİ KUGA



**Ford Yetkili Satıcısı
Kent Otomotiv**

Saadetdere Mah. 68. Sk. No: 40 Esenyurt
(Avcılar Haramidere Mevkii E-5 Üzeri) İstanbul
Tel: (0212) 456 57 00



İlanda kullanılan araç görseliyle pazara sunulan araçlar arasında donanımsal ve görsel açıdan farklılıklar olabilir. Ford Kuga'nın CO₂ salımı 115-173g/km arasında, yakıt tüketimleri l/100km: şehir içi 4,8 - 9,4 şehir dışı 4,2-6,3 ortalama 4,4-7,5 arasındadır. (Opsiyonel donanım, aksesuarlar, jantlar ve lastiklerden dolayı yakıt tüketimi değerleri farklılık gösterebilir).

Otomotivde Dijital Perakendecilik sadece teknolojiden ibaret değil

“Müşterilerin dijital çözümlerden genel anlamda beklediği şey, otomobil bayilerindeki geleneksel süreçten kurtulup, arzuladıkları şeffaflıkta müşteri odaklı bir hizmet almak.”



dealerdoping - Danışma Kurulu Üyesi
KURTHAN TARAKÇIOĞLU

OYDER üyesi olan birçok yetkili satıcı, dijital pazarlama işlemlerini destekleyici online perakende çözümlerinden artık haberdar. Ülkemizde hiçbir yetkili satıcı henüz eksiksiz ve kesintisiz bir online işlem çözümü sunmasa da, müşteri ihtiyaçlarını şimdilik karşılayabilecek yeterlilikte, çeşitli ve başarılı çözümleri görmek mümkün. Zaten nihayetinde müşteriler %100 dijital bir süreç beklentisi de taşıyorlar.

Otomotiv’de perakende modeli, 50 yıl önce ne ise bugün de hemen hemen aynıdır aslında. Uzun yıllardır perakende işinde otomobil markalarına, bu markaların ürettiği modellerin performansı, görünümü, güvenilirliği, güvenliği ve fiyatına dayalı pazar segmentlerine göre hedefler konulmaktaydı. Ancak artık markaların hemen hemen tüm modelleri bir birine benzer şekilde üstün niteliklere sahip. Bu yüzden otomobilciler yeni nesil tüketicilerin dikkatini çekmek için yeni ürün tanıtımını nasıl yapacağını, ne gibi yeni hizmetler geliştireceğini ve müşterileri ile hangi yollarla bağlantı kuracağını bulmak için eskiye nazaran daha yaratıcı olmak zorundalar.

Aslına bakarsanız müşterilerin dijital çözümlerden genel anlamda beklediği şey, otomobil bayilerindeki geleneksel süreçten kurtulup, arzuladıkları şeffaflıkta müşteri odaklı bir hizmet almak. Zira bu geleneksel süreci genellikle ya sıkıcı, ya yorucu ya da güvenilmez buluyorlar. Online işlemler ise onlara bu duyguların hiçbirini yaşatmıyor.

Birkaç yıl önce bu durumu yurtdışında çok markalı ve çok tesisli yetkili satıcı AutoNation’da gözlemledim. AutoNationDirect ismiyle, merkezi bir çağrı merkezi hizmetine sahip dev yetkili satıcı; telefon görüşmeleri ile yürütülen süreçlerde bile müşteriyi memnun etmeyi başarıyordu. Onlara doğru iletişimi doğru zamanda yaparak sözleşmeler ve fiyatlar gibi konularda olabildiğince şeffaf davranıyorlardı.

Günümüzde Türkiye’de birçok bayi, markalarının da sağladığı imkanlarla yüksek teknolojiye sahip ve kabuğunu kırarak rutin uygulamaların dışına çıkabilecek altyapıya sahipler. Ancak şöyle bir sorun var; “Gerçekten şeffaf olmak istiyorlar mı?”

Sonuç olarak Dijital Perakendeciliğin önündeki temel engeller teknik değil, kültürel engellerden oluşuyor. Çoğu bayi halen şeffaflık ve kârlılık kavramlarının çeliştiğini düşünüyor. Bu sebeple, dijital şeffaf fiyatlandırma ve değişik ödeme planları gibi dijital perakende esaslarının söz konusu olduğu iş modeline şimdilik uzak duruyorlar.

Evet, markaların yeni modeller geliştirmesi yıllardır otomobilcilik açısından temel bir performans göstergesi olduysa da müşterileri etkilemek için salt olarak yeni modellerin piyasaya çıkıyor olmasının resmin sadece yarısını oluşturacağı artık net olarak anlaşıyor. Bugünün müşterilerinin beklentilerine hitap eden yeni hizmetlerin de varlığı ve bunları



dijital kanallar yoluyla sunuş şekli en az pazara yeni modeller sunmak kadar önem taşıyor artık. Mesela araç satın alma ve takas işlemlerinde pazara dayalı gerçek fiyatların görülmemesi, korkarım bundan böyle müşteri adaylarının işlem yapmaktan vazgeçmesine sebep olacak.

Örneğin pek çok müşteri alışveriş yapabilmek, ya da en azından başlayabilmek için takas koşulları, finansman imkanları ve sigorta ürünleri hakkında daha fazla bilgiye ihtiyaç duyar. Anlayacağınız online otomobil işinde sadece araba satılmaz. Böylesine karmaşık bir işlemde çeşitli seçenekler arasından doğru seçimi yapabilmek için müşterilere



yapılacak tarafsız bir yönlendirme, esas unsur ve temel ilkedir. Bayiler kanımca ilk olarak şeffaflığa odaklanmalı, sonrasında ise şeffaf bir işlem aracılığıyla en yüksek kârı elde edebilecekleri bir iş modeli ve teknoloji seçmelidir. Böylesine temel bir değişikliğe en hızlı şekilde adapte olan bayilerin, önümüzdeki yıllarda karşı karşıya kalacağımız yeni pazarda bunun meyvelerini uzun süre toplayacağını düşünüyorum.

Sözüme güvenmek zorunda değilsiniz. Ama bilersiniz ki "Otomotiv Pazarı" gelişmiş ülkelerde ve hatta Çin'de, bu konuda ilk sözünü söyledi bile. Dijital perakendeciliğin gelişmesi konusunda "Pazarın Düşüncesi" ne? Bu sorunun cevabını Carvana'nın pazar payında ve halka açık çok markalı Avrupa'lı ve Amerika'lı meslektaşlarınızda bulabiliriz. Ocak ayının sonunda Carvana'nın pazar değeri neredeyse dev yetkili satıcılar olan AutoNation ve Penske'nin 6 milyar dolarlık toplam değerine eşitti. Buradan iki çıkarım yapabiliriz:

- 1- Carvana'nın değeri, "otomotiv pazarı" için dijital perakendecilik aracılığıyla ciddi bir değer yaratma potansiyeli oluşturuyor.
- 2- Geleneksel perakendecilerle Carvana'nın arasındaki fark sebebiyle günümüzün otomotiv liderlerinin "pazar"ın başını çekmeye devam

etmesi pek de muhtemel görünmüyor.

Aradaki fark, teknolojiye odaklanılarak değil, müşteri deneyimine odaklanılarak kapatılabilir.

Her bayi, aradaki farkı kapatabilecek kapasiteye sahip. Ancak bunun için şeffaflığa odaklanmak şart. Şeffaflığı önemsemeden sadece teknolojiye odaklanmak, işleri düzeltmeyecektir ama muhtemelen berbat edecektir, haberiniz ola.

İşlerinin tanıtımında ise otomobil bayilerinin bundan böyle; doğru medya aracılığıyla, doğru hedef kitlelere, doğru mesajları seçtiğinden her zamankinden daha fazla emin olması gerekecek.

Değişim hızla hızlanıyor. Türkiye otomotiv perakendecileri ise, bir yandan mevcut ortamın getirdiği zorlukları aşmaya çabalarken bir yandan da dijital farklılaşmayı sağlayarak çağı yakalamak zorundalar. Zor, ama ikisini de yapmalılar, aksi takdirde ayakta kalmak pek mümkün görünmüyor.

Özetle, kişiye özel ürün ve hizmetleri talep eden tüketiciler ile karşı karşıya kalacak olan yetkili satıcıların, 50 yıllık gelenekleri bir kenara atması ve yenilikçi perakende iş modellerini takip etmesi gerekiyor.

Öyle bir andayız ki, ya evrileceğiz, ya devrilecek. Bence, geleceğe hızlıca evrilme anındayız.



Günümüzde Türkiye'de birçok bayi, markalarının da sağladığı imkanlarla yüksek teknolojiye sahip ve kabuğunu kırarak rutin uygulamaların dışına çıkabilecek altyapıya sahipler. Ancak şöyle bir sorun var; "Gerçekten şeffaf olmak istiyorlar mı?"

Golden Scarab, Citroën'in 100. Yıl Dönümünü Kutlamaları İçin Yeniden Üretildi

Sahra Çölü'nden 1922 yılında geçen ilk araç olan Citroën'in yarı paletli 'Golden Scarab' isimli aracı, 2016 yılında başlayan bir yeniden inşa projesine konu oldu.



Golden Scarab, 13 Mayıs tarihinde Paris'teki Sanat ve El Sanatları Müzesi'nde eğitim projesinin ortaklarının katılımıyla tanıtıldı.

Mühendislik öğrencileri tarafından büyük bir titizlikle hazırlanan yarı paletli otomobil, Temmuz ayındaki "Yüzyılın Buluşması"na katılmadan önce Haziran ayındaki Citroën'in yüzüncü yıl dönümü kutlamalarında boy gösterecek.

Aralık 1922'de Sahra Çölünü geçen ilk otomobil olarak tarihe geçen Golden Scarab lakaplı yarı paletli otomobil Citroën'in 100. yıl dönümü kutlamaları çerçevesinde birebir orijinaline uygun olarak yeniden üretildi.

Eğitim projesi olarak 2016 yılında 160 mühendislik öğrencisi ve 40 öğretmen tarafından başlatılan projenin, finansal, teknik ve lojistik desteğini Citroën üstlendi. Golden Scarab, Citroën'in 100. yıl dönümü kutlamaları çerçevesinde çeşitli etkinliklerde sergilenecek.

Haziran ayında Citroën'in 100. yıl dönümü sergisi yerini alacak olan yarı paletli Golden Scarab, 18 Haziran 2019 tarihinde ise "Batiya Yolculuk" etkinliği kapsamında Şanzelize Caddesi boyunca Concorde Meydanı'ndan, Charles de Gaulle Meydanı'nda bulunan CCFA'ya (Fransız Otomobil Üreticileri Komitesi) ve oradan da Ferté Vidame'ye doğru bir sürüş gerçekleştirecek.

Golden Scarab, 19 - 21 Temmuz 2019 tarihleri arasında la Ferté Vidame'de gerçekleşecek olan "Yüzyılın Sürüşü" etkinliğinde yer alacak. Citroën CEO'su Linda Jackson yapmış olduğu değerlendirmede: "Golden Scarab'ın yeniden üretilmiş olması Citroën'in 100. yıl dönümü kutlamalarına tamamen yeni bir boyut kazandırıyor. Bu, André Citroën'in takdir edeceği bir proje olurdu.

Golden Scarab'ın birebir orijinal replikasının üretilmesi gibi önemli bir projenin her aşamasına destek vermekten gurur duyuyoruz. 100 yıllık süre iki aracın mimarlarının tamamen farklı olmasını sağlasa da, onlara aynı tutku yön veriyor." dedi.

Türk Otomotiv sanayisi bir çınarını hüznle uğurladı

Prof. Dr. Ercan Tezer, Otomotiv Sanayi Derneği'ndeki 23 yıllık görevinin ardından 17 Şubat 2015 tarihinde emekli olmuştu.

OSD Genel Sekreterlik görevine 1992 yılında başlayan Prof. Dr. Tezer, aralıksız olarak 23 yıl süreyle bu görevi sürdürerek ender görülen bir başarıya da imza attı. Prof. Dr. Tezer, Otomotiv Sanayiinin yeniden yapılanarak uluslararası alanda bugünkü konumuna gelmesiyle sonuçlanan sürecin aktif bir üyesi olarak sektöre çok kıymetli hizmetlerde bulundu...

Prof. Dr. Ercan Tezer, 1960 yılında Ankara Üniversitesi'nden mezun oldu ve aynı üniversitenin tarım makineleri bölümünde akademik çalışmalarını tamamladı. 1969-1983 yılları arasında Çukurova Üniversitesi'nde aynı bilim dalında Bölüm Başkanlığını ve akademik görevlerini sürdürdü. Dekanlık ve Rektör Yardımcılığı gibi görevlerle de geçen Üniversitelerdeki 23 yıllık hizmetten sonra 1983 yılında ayrılarak otomotiv sanayine geçti.

1983-1990 yılları arasında Ford Traktör fabrikasında Genel Müdür ve Daimler Benz Türkiye'de Pazarlama Direktörü olarak çalışan Prof. Dr. Ercan Tezer, 1992 yılında Otomotiv Sanayi Derneği'nde göreve başladı. Prof. Dr. Ercan Tezer otomotiv sanayimizi ilgilendiren birçok alanda stratejik rapor çalışmalarında doğrudan yer aldı. Prof. Dr. Tezer, 2005 yılında da 2 yıl için, OSD'ni temsil ettiği (OICA) Uluslararası Otomotiv Sanayii Birliği'nde Başkan Yardımcısı görevine seçildi. Prof. Tezer 2011 yılında yeniden bu defa 3 yıllık süre için OICA Başkan Yardımcılığına seçilmiş ve Otomotiv Sanayi Derneği'ndeki 23 yıllık görevinin ardından 17 Şubat 2015 tarihinde emekli olmuştu.

OYDER olarak biz de Prof. Dr. Ercan Tezer'i kaybetmenin derin üzüntüsünü yaşıyor, Allah'tan Rahmet, ailesine, yakınlarına ve otomotiv sanayisine başsağlığı dileklerimizi iletiyoruz.

Türk Otomotiv Sanayi'nin en kıymetli değerlerinden, Otomotiv Sanayii Derneği Eski Genel Sekreteri Prof. Dr. Ercan Tezer, 4 Temmuz Perşembe akşamı hayata gözlerini yumdu. Ercan Tezer, 6 Temmuz Cumartesi günü Karacaahmet Şakiirin Camii'nde kılınan ikindi namazının ardından Karacaahmet Mezarlığı'nda toprağa verildi.



Kanca, Amerika'yı hedef aldı

Üretiminin yüzde 90'ını otomotiv parçaları, yüzde 10'unu da el aletlerinden oluşan ve üretiminin yüzde 55'ini direkt ihraç Kanca'nın gündeminde Amerika pazarı var.



Kanca Yönetim Kurulu Başkanı
ALPER KANCA

Kocaeli'nin Çayirova İlçesinde, Otomotiv Yan Sanayi İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nde (TOSB) faaliyet gösteren Kanca'nın üretiminin yüzde 90'ını otomotiv parçaları, yüzde 10'unu da el aletleri oluşturuyor. Üretimin yüzde 55'ini doğrudan ihraç ettiklerini söyleyen Kanca Yönetim Kurulu Başkanı Alper Kanca, dolaylı olarak ise ihracat oranımız yüzde 75'i buluyor.

Bugün itibarıyla başta Avrupa'da olmak üzere, globalde 50 ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Kanca, "Son dönemde Amerika'yı hedef pazar olarak seçtik ve bu doğrultuda pazarlama ve satış faaliyetlerini yürütüyoruz. İhraç ettiğimiz ürünler, ağırlıklı motor ve

vites kutusu parçaları, şasi parçaları ile demiryolları parçalarından oluşuyor" dedi.

Tesislerinde 300 çeşit otomotiv parçası üretildiğini açıklayan Alper Kanca, yılda 14 milyon adet parça imal ettiklerini söyledi.

Üretilen parçaların otomotivde emniyeti sağladığını ifade eden Kanca, "Bu ürünler, bir aracın kullanımında hiç hata yapılmaması ve yüksek nitelikli olması gereken parçalar. Motor ve aktarma organlarındaki biyel kolları, krank milleri, çelik piston kafaları, salıncak kolları, dişli parçaları, dizel sistemlere ait enjektör gövdeleri ile dizel ray parçalar,

tekerlekleri araca bağlayan ve dönmesini sağlayan porya ve akson parçaları söz konusu ürünlerden bazıları" diye konuştu.

Demiryollarına yönelik tren çeki kancası da üretiyor

Türkiye ve Avrupa'da önde gelen OEM'lerle çalıştıklarını dile getiren Kanca, "Türkiye'deki müşterilerimiz Tofaş, Renault, Ford ve Toyota. Avrupa'daki müşterilerimiz arasında ise Volkswagen, Audi, Porsche, Scania ve Bentley öne çıkıyor. Son dönemde Türkiye ve Almanya'da demiryollarına yönelik de tren çeki kancaları başta olmak üzere çeşitli ürünler veriyoruz" şeklinde konuştu.

"Yeni tezgah ve modernizasyon yatırımlarımız devam ediyor"

2018 yılında yüzde15 büyüdüklerini ve bu yıl da pazardaki güçlü konumlarını sürdüreceklerini ifade eden Kanca, "Yeni tezgah ve modernizasyon yatırımlarımız planlandığı şekilde devam ediyor. Bugüne kadar sürekli yenilikçi bir anlayışla hareket ettik. Üretim teknolojisini yenileyen, modern, ihtiyaçlara cevap veren bir yaklaşım içinde olduk. Uzun yıllar bir arada çalışmış tecrübeli, konusunu iyi bilen kadromuz da bugüne gelmemizde etkili oldu" ifadelerini kullandı.

"Renault'nun hibrit motoru için yerileştirme çalışmaları yaptık"

Öte yandan 12 yıl önce Almanya'da, 2018'de ise ABD'de bir depoyu faaliyete geçirdiklerini belirten Alper Kanca, ABD'deki depolarını daha da geliştirip, müşterilerine kendi evlerinde hizmet sunarak, pazarda iş hacimlerini artırmak istediklerini dile getirdi.

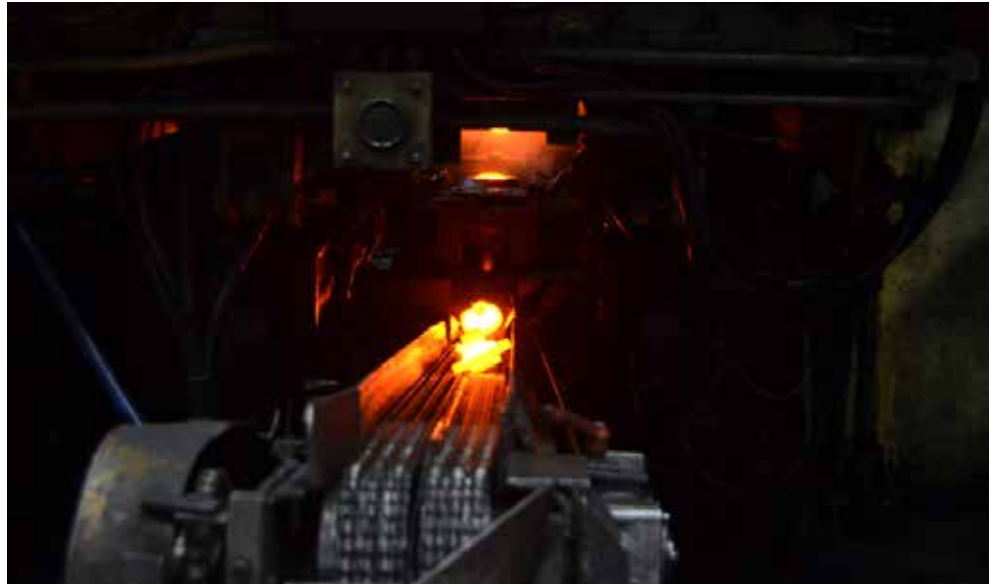
2018 yılını, müşterilerinin 2020 ve sonrası için planladıkları yeni projelerin numune ve sipariş çalışmalarıyla geride bıraktıklarını söyleyen Kanca, "Bunlardan en önemlisi Renault'nun Bursa'daki fabrikasında üretilecek hibrit motora ait parçaların yerileştirme çalışması oldu. Diğer taraftan uluslararası yılın kamyonu seçilen Ford F-Max'ın motor ve vites kutusunda 15'ten fazla ürünümüz kullanıldı" diye konuştu. Kanca; ayrıca alüminyum, titanyum ve paslanmaz çelik dövme konusunda Türkiye'nin dışa bağımlılığını azaltmak için çalışmalarının devam ettiğini sözlerine ekledi.

Titanyum alaşımlı malzemeler ile havacılıkta da sipariş almaya başladı

Ar-Ge çalışmaları hakkında bilgi veren Alper Kanca, her yıl cirolarının yaklaşık yüzde 2.5'ini Ar-Ge faaliyetlerine harcadıklarını söyledi.

"Ar-Ge stratejilerimiz arasında, öncelikli olarak Türkiye'de üretilmeyen ithal ürünleri üretmek, müşterimizin taleplerine yenilikçi ve rekabetçi çözümler sunabilmek var" diyen Kanca, araç hafifletme amaçlı, yüksek mukavemetli çelik, alüminyum ve magnezyum alaşımları dövme teknolojilerinin geliştirilmesi için de çalıştıklarını altını çizdi.

Kanca, sadece otomotiv değil havacılık alanında da titanyum alaşımlı malzemeleri dövebildiklerini, havacılık sanayinden de ilk siparişleri almaya başladıklarını belirtti.



Continental, Frankfurt Otomobil Fuarı'nın Trendi Olan Teknolojilerin Üretimine Başlıyor

2019 Eylül ayında Frankfurt'ta yapılacak olan Frankfurt Otomobil Fuarı (IAA) öncesinde teknoloji şirketi Continental, "Mobilité Hayatın Ritmidir" sloganıyla endüstri zirvesinin üç ana trendini yansıtan çok sayıda yeniliği tanıtacak.

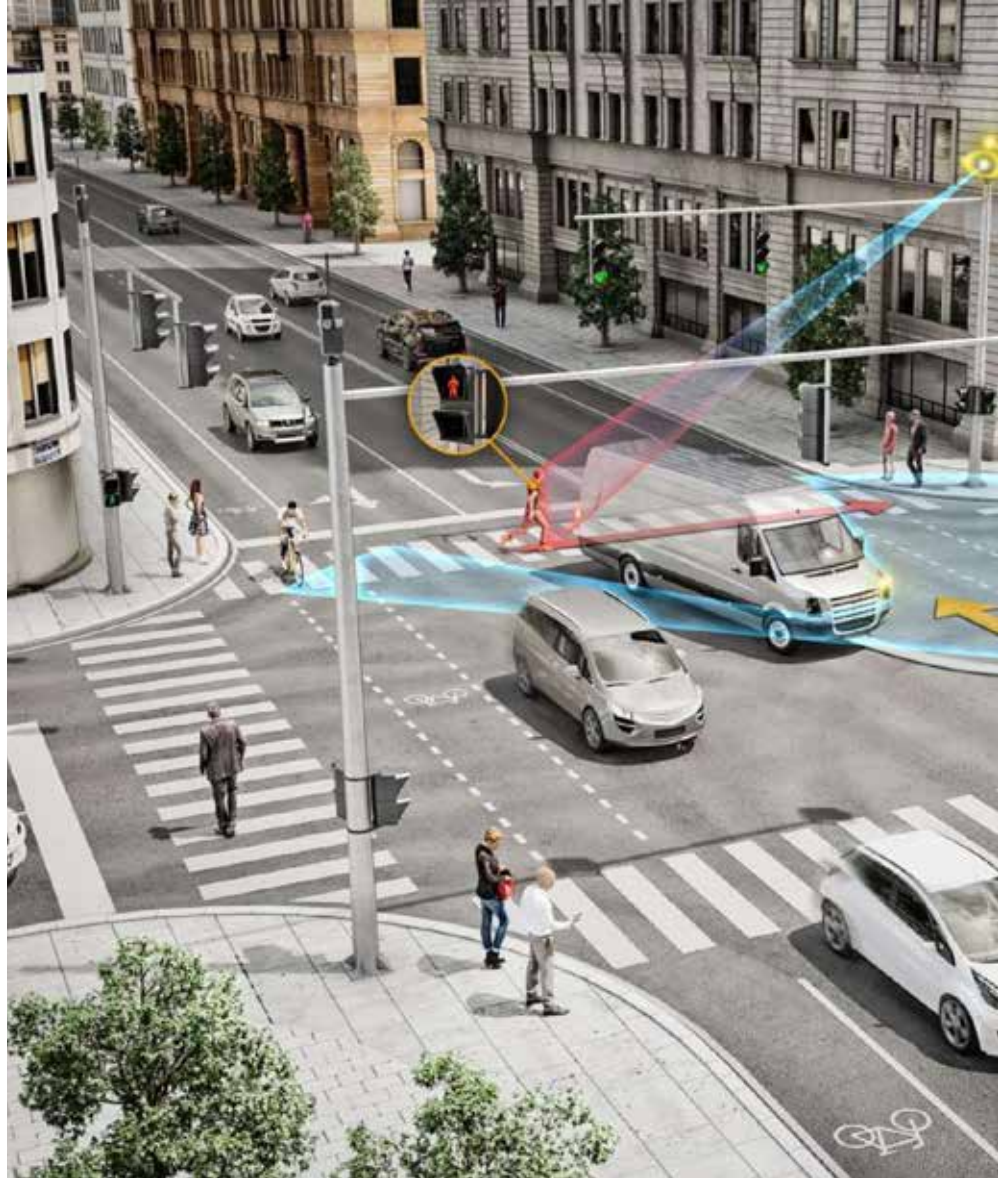
Continental Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Elmar Degenhart açıklamasında, "Akıllı bağlantı ve konfor sayesinde sıfır kaza, sıfır emisyon ve sıfır stres sağlanacak. Öncü teknolojilerimiz buna yardımcı oluyor. Teknoloji bizim güçlü yönümüz ve Continental bu alanda üstün bir uzmanlığa sahip" dedi.

Şirket, sadece geçtiğimiz yıl içinde yeni nesil mobilité konusunda araştırma ve geliştirme çalışmalarına 3 milyar eurodan fazla yatırım yaptı. Bu tutarın önemli bir kısmı, yeni araç içi fonksiyonlara dönük teknolojiler için kullanılacak.

Degenhart açıklamasının devamında şunları söyledi: "Araştırma ve geliştirmeye yaptığımız yatırımlarla, başlangıcından bu yana otomotiv endüstrisinin en büyük devrimine büyük ölçüde şekil veriyoruz ve bu alanda lider konumdayız. Alternatif sürüş sistemlerimiz ile Continental'in otomatik ve otonom teknolojilerinin yanı sıra bağlantılı araç teknolojilerimiz, sağlıklı bir mobilité ekosisteminin temel unsurları. Amacımız, çevreye karşı duyarlı ve toplumsal olarak kabul edilen yeni teknolojiler geliştirmek. Böylece sadece ekolojik iklimi değil, ekonomik ve toplumsal iklimi de korumak istiyoruz."

İlk tam entegre elektrikli sürüş üretimine başlanıyor

Bugün hâlihazırda milyonlarca araç Continental teknolojisi ile yola çıkıyor. Bu yıl, Continental'in otomotiv trendleri ile ilgili olan ve ilk kez üretimine başlanan önemli yeniliklerini görmeye devam edeceğiz. Çin ve Avrupa'daki araç üreticileri Continental'in elektrikli sürüşünün ortaya koyduğu



başarıyı kabul ediyor. Ağırlığı 80 kilogramın altında olan modülde elektrikli motor, şanzıman, güç elektronikleri ve motor kontrolü yer alıyor. Entegrasyon sayesinde, birçok kablonun ve fişin kullanılmasına gerek kalmıyor. Böylece tam entegre sürüş, elektrikli araçların ağırlığını yaklaşık 20 kilogram azaltıyor.

Otonom sürüş ve 5G bağlantısı ile daha fazla üretim başarısı

Bu yılın bir diğer üretimi, otonom sürüş alanındaki gelişmeler için bir dönüm noktası niteliğinde. EasyMile isimli Fransız şirketinin EZ10 otonom servis aracı, özel olarak sürücüsüz araçlar için geliştirilen ve üretime hazır Continental radar sisteminin kullanıldığı ilk araç oldu. Her birinin menzili yaklaşık 200 metre olan toplam yedi radar sensörü, aracın çevresini sürekli olarak izliyor. Sistem, bu verilerle sürüş stratejisini

uyarlıyor, engellerden kaçınıyor ve böylece yol üzerindeki tehlikeli durumları erken bir aşamada tespit ediyor. Bu gibi otonom servis araçları gelecekte genellikle kentsel bölgelerde kullanılacağından, bu sistem özellikle yayaları ve bisikletlileri koruyor.

Ayrıca, Continental'in bir araç üreticisi için dünya çapındaki ilk 5G çözümünün gelişimi de devam ediyor. Bu yeni platformda Continental'in bağlantı uzmanları, beşinci nesil hücresel iletişimin özelliklerini, farklı araçlar ve altyapı arasında doğrudan veri alışverişine imkân veren kısa mesafeli radyo teknolojileri ile bir araya getiriyor. Araçlar birbirleriyle her zamankinden daha hızlı ve daha az kesintiye uğrayarak konuşuyor. Örneğin bir virajın sonundaki kazaya veya ilerideki trafik sıkışıklığına karşı birbirlerini uyarabiliyorlar. Burada da Continental, önceden bağımsız olan fonksiyonları bir araya getirerek aracın ağırlığını azaltıyor. Bu, araçların çevreye karşı duyarlılığına ve yol güvenliğinin artmasına önemli bir katkı sağlıyor.

Otomobilde doğal bir şekilde konuşan dil asistanları geliyor

Continental'in araştırmalarının diğer bir sonucu da sezgisel olarak tasarlanmış işletim sistemleri. Sesle etkinleşen akıllı dijital yol asistanı ve üç boyutlu ekranların yardımıyla sürücü ve araç arasında gerçekleşen basit iletişim, yeni araç teknolojilerinin kabul görmesine yardımcı oluyor. Continental, doğal konuşmaya tepki veren ve araç koşullarına tam olarak uyarlanabilen sesle etkinleşen dijital yol asistanı üzerinde çalışıyor. Bu, sürüşü kolaylaştırıyor ve bu sayede sürücüler gözlerini yoldan ayırmak zorunda kalmıyor. Böylece trafiğe gösterilen dikkat artırılırken kaza riski azaltılıyor ve sürücünün rahatlaması sağlanıyor.

Trendleri belirleyen diğer bir konsept ise otomobildeki bağlantılı pencereler. Bunlar, örneğin güneş ışığının neden olduğu parlamayı önlemek için özellikle karartılabilir. Ayrıca, aracın içini soğutmak için gereken enerjiyi azaltıyor ve yolcu gizliliğini artırıyorlar.

Akıllı şehirlere akıllı kavşaklar geliyor

Kuzey Amerika'nın ve Asya'nın pilot şehirlerinde Continental, tüm sürücüler arasında daha fazla bağlantıyla

sağlanabilecek olanakları araştırıyor. Bu projede sıradan kavşaklar akıllı sensör teknolojisi ile donatılmış son derece akıllı test alanlarına dönüştürülüyor. Sensörlü trafik ışıkları ve sokak lambaları, özellikle yayaları ve bisikletlileri korumak için civardaki araçlarla veri alışverişi yapıyor. Bu teknoloji, örneğin sola dönüşlerde aniden yola çıkan yayalar ve daha savunmasız diğer kişilere karşı sürücüyü uyarabiliyor. Sokak lambalarından alınan trafik verileri emisyonları azaltabiliyor. Trafik ışıklarındaki sinyal değişiklikleri, trafik akışını optimize edecek ve kavşaklarda bekleme süresini azaltacak şekilde kontrol edilebiliyor.

Her ihtiyaca özel elektrikli sürüş mümkün hale geliyor

IAA fuarı öncesinde Continental, elektrikli sürüş alanındaki üstün sistem uzmanlığını daha heyecan verici yeniliklerle sergiliyor. Şirket, seri üretim için tamamen entegre yüksek voltajlı sürüşe ek olarak hibrit araçlar için yeni bir teknoloji de geliştiriyor. 30 kilovat çıkış gücüne sahip 48 voltluk yüksek güçlü sürüş sistemi, uzun mesafelerin bile ilk kez tamamen elektrik gücüyle katedilmesini mümkün kılıyor. Bugüne kadar bu, 48 voltluk teknoloji ile değil, ancak yüksek voltajlı sürüş sistemlerinin kullanılması ile mümkün oluyordu. Bu sayede, araç üreticileri artık dünya genelinde yeni ve cazip fiyatlı hibrit araçlar sunabiliyor.

Daha fazla güvenlik, daha fazla konfor, daha fazla bağlantı

Continental, sadece elektrikli sürüş alanında değil, bu yılın IAA fuarının ikinci ana trendi olan otonom sürüş geliştirme alanında da teknolojik dönüm noktalarını belirliyor. Bu, şirketin kazasız mobilitayı hedefleyen "Vision Zero" girişiminin kademeli olarak gerçekleştirilmesiyle birlikte ilerliyor. Güçlü araç içi sensörler bu teknolojinin temelini oluşturuyor. Continental, destek sistemleri için geliştirilmiş fonksiyonları destekleyen yeni radar ve kamera sensörlerini bulutta akıllı veri işleme ile bir araya getiriyor. Örneğin Continental, aracın mevcut yol koşullarına göre çok hızlı gitmesi halinde sürücüyü yoldaki virajlara karşı önceden uyararak ve gerekirse aracın hızını ayarlamak için otomatik fren yapan öngörülü denge kontrolünü de tanıtıyor. Bu da daha fazla güvenlik ve konfor sağlıyor.



TİM Başkanı Gülle: Daha az iş gününde daha yüksek performansla ihracat gerçekleştirdik

TİM Başkanı İsmail Gülle "Haziranda, dokuz günlük uzun bayram tatili nedeniyle, daha az iş gününde, daha yüksek günlük performansla ihracat gerçekleştirdik" dedi.

TİM Başkanı İsmail Gülle, TİM'in Ticaret Bakanlığı ile birlikte açıkladığı ihracat verilerine ilişkin yazılı bir açıklama yaptı.

Türkiye'nin haziran ayında yaptığı ihracatın Genel Ticaret Sistemi'ne (GTS) göre yüzde 14,9 azalarak 11 milyar 597 milyon dolara gerilediğini dile getiren Gülle, ihracatın Özel Ticaret Sistemi'ne (ÖTS) göre ise de yüzde 14,2 azalışla 11 milyar 89 milyon dolara indiğini anımsattı.

Haziran ayının başındaki Ramazan Bayramının ihracatın belirleyicisi olduğunu dile getiren Gülle, 9 günlük uzun bayram tatili dolayısıyla haziran ayında deyim yerinde ise sadece 3 hafta tam randımanlı ihracat gerçekleştirdiklerini kaydetti.

Gülle, 2018 yılında haziran ve ağustos ayları hariç tüm aylarda aylık ihracat rekorları kırıldığını hatırlatarak, "Son 3 yıldır Ramazan Bayramı haziran



ayına isabet ediyor. Buradan hareketle aylık ihracat rakamları üzerinde takvim etkisinden söz etmek mümkün. Nitekim yılbaşından bu yana haftalık ortalama 3,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirmişken, 3-9 Haziran haftasında ihracatımız 381 milyon dolarda kaldı. Hesaplamalarımıza göre Haziran'da takvim etkisinden arındırılmış yapısal artış yüzde 8 düzeyinde. Haziranda, dokuz günlük uzun bayram tatili nedeniyle, daha az iş gününde, daha yüksek günlük performansla ihracat gerçekleştirdik." değerlendirmesinde bulundu.

İlk 6 ayda ihracatın GTS'ye göre yüzde 2,2 artışla 88 milyar dolar, ÖTS'ye göre ise yüzde 1,9 artışla 84 milyar dolara ulaştığını hatırlatan Gülle, "Son 12 aylık ihracata baktığımızda GTS'ye göre 179 milyar dolar, ÖTS'ye göre ise 170 milyar dolar ihracat gerçekleştirdik." açıklamasında bulundu.

İsmail Gülle, haziran ayında ihracata ilişkin çok önemli çalışmalara imza attıklarını hatırlatarak, "16 Haziran'da genel kurulumuzu Sayın Cumhurbaşkanımız ve Bakanlarımızın

teşrifleriyle gerçekleştirdik. Aynı anda 'İlk 1000 İhracatçı' araştırmamızın sonuçlarını açıkladık, dereceye giren ihracat şampiyonlarına ödülleri takdim ettik. Geçtiğimiz hafta birlik başkanlarımız ile birlikte 'İhracat Master Planı' için çok verimli bir toplantı gerçekleştirdik. İhracatın tek çatı kuruluşu olarak işimiz gücümüz ihracat. Net ihracatın 2019'da da büyümeye pozitif katkısını güçlü kılmak adına, geceli gündüzlü çalışıyoruz." değerlendirmesinde bulundu.

1 Temmuz'da Tokyo'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın başkanlık ettiği toplantıda Japon iş dünyasıyla bir araya geldiklerini, buradaki temasların ardından Çin'de Pekin Expo'da Türk Günü etkinliklerine katıldıklarını hatırlatan Gülle, "Uzakdoğu, bizler için son derece kritik bir pazar. Gerek Çin gerekse Japonya, pazar paylarımızın AB ve Ortadoğu ülkelerine göre hak ettiği potansiyele göre düşük kaldığı coğrafyalar. Artık globalleşen dünyada, geldiğimiz dijital çağda uzak yakın kavramı anlamını yitirdi. Çin'e ve Japonya'ya ihracatımızı en az Almanya, Irak, ABD gibi ülkelerde edindiğimiz seviyeye çıkarmamız, bu artışta da, rekabetçi ürünlerimizin yanı sıra, yüksek teknoloji ürünlerine ağırlık vermemiz son derece gerekli." ifadelerini kullandı.

"Haziran'da bin 107 firma ihracata başladı"

Tim Başkanı Gülle, haziranda 32 bin 973 firmanın ihracat gerçekleştirdiğini, bu firmaların bin 107'sinin ise tarihinde ilk defa ihracat yaptığını bildirdi. Gülle, şunları kaydetti:

"Haziran ayında ihracatımızda lider ülke yine Almanya olurken, bu ülkeye ihracatımız 1 milyar 75 milyon dolar oldu. Almanya'yı 684 milyon dolarla İngiltere, 639 milyon dolarla Fransa takip etti. En çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk 10 ülkeye ihracatımız 5,5 milyar dolar ile aylık ihracatta yüzde 49,4 pay alırken, ilk 20 ülkede bu oran yüzde 66 oldu. En çok ihracat gerçekleştirdiğimiz ilk 5 ülke arasına Haziran'da Irak girerken ABD listede 6. oldu. Haziran'da en güçlü ihracat artışını yüzde 410 ile Singapur'a,



yüzde 192 ile Malta'ya ve yüzde 146 ile Nijerya'ya yaşadık.

Ülke gruplarında ise AB'ye ihracatımızın toplam ihracat içerisindeki payı Haziran'da yüzde 51,3 oldu. İllere baktığımızda haziran ayında 81 ilimizin tamamı ihracat gerçekleştirdi. Bir önceki yılın haziran ayında ihracatı olmayan Kars ilimiz 23 bin dolarlık ihracat gerçekleştirirken bunda Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri sektöründeki ihracat etkili oldu. Aylık ihracatın düşüşü ile birçok ilimizin ihracatı düşerken, 23 ilimiz ihracatını artırmayı başardı. En dikkat çekici artışlar ise ihracatını 4,5 kat artıran Rize, neredeyse 3 katına çıkaran Siirt ile yüzde 40'ın üzerinde artıran Adıyaman oldu."

Sektörlere bakıldığında ihracatta lider sektörün yine otomotiv sektörü olduğunu anımsatan Gülle, "Otomotiv sektörü haziranda 2,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken, onu 1,3 milyar dolarla kimyevi maddeler, 1,1 milyar dolar ile hazır giyim ve konfeksiyon sektörü takip etti. Savunma ve havacılık sektörümüz,

yüzde 69'luk artış oranı ile en dikkat çekici artış oranına ulaşırken, bunda sektörümüzün İstanbul Endüstri ve Ticaret Serbest Bölgesi yanında İsviçre ve Gana'ya ihracatta yaşanan artışlar etkili oldu." değerlendirmesinde bulundu.

Haziran ayında ihracatın, miktar bazında yüzde 1,6 azaldığına işaret eden Gülle, tarım ürünleri ihracatı miktar olarak yüzde 10,7 azalışla 1,3 milyon ton, madencilik ürünleri ihracatı yüzde 9,4 azalışla 2 milyon ton olduğunu kaydetti.

Gülle, sanayi ürünleri ihracatının ise yüzde 3,1 artışla 6,6 milyon tona ulaştığını bildirdi.

TİM Başkanı Gülle, parite etkisinin yılbaşından bu yana olduğu gibi haziran ayında da ihracatı olumsuz etkilemeyi sürdürdüğünü dile getirerek, "Haziran ayında sadece avro/dolar paritesi kaynaklı 186 milyon dolarlık negatif bir kayıp yaşandı. Yılbaşından bu yana yaşanan kayıp ise 3,9 milyar dolar oldu." ifadelerini kullandı.





Otomotiv sektörünü derinden sarsan durgunluk, Otomotiv üretimini de %12,83 oranında gerilettili.

2018 yılı sonunda gerilemeye başlayan Türkiye Otomotiv üretimi 2019 yılı Ocak-Haziran döneminde %12,83 daralarak 735.062 adete düştü. 2018 yılı Ocak-Haziran döneminde Traktör hariç toplam Otomotiv üretimi 843.216 adetti. 2019 yılı ilk 6 aylık dönemde üretimde ki kayıp tam 108.154 adeti buldu. Üretimde ki düşüşü 2 kaynağa bağlamak yanlış olmaz. Birincisi ilk 6 aylık dönemde %44'e varan daralma ile Türkiye otomotiv iç Pazarı, ikincisi ise %6,6 oranında daralan Uluslararası Otomotiv pazarından kaynaklı düşen ihracat rakamlarımız. Ne yazık ki Otomotiv sektörünün önümüzde ki yılda resesyona devam edeceği öngörülmekte. Bu bağlamda hem iç pazarda, hem de dış pazarda bir iyileşme beklenmemesi gerekli.

İhracatta düşüş devam ediyor..!

2019 Ocak-Haziran döneminde Otomotiv ihracatımızda ki düşüş devam etti. Bu dönem de Toplam Otomotiv ihracatı 53.111 adet düşerek, %7,72 kayıpla 634.768 adet oldu. 2018 yılı Ocak-Haziran döneminde toplam Otomotiv ihracatı 687.879 adet olarak gerçekleşmişti. Tablo

Pazarın Anatomisi...

da görüleceği üzere 2019 yılı Ocak-Haziran döneminde üreticilere göre ihracatta en büyük kaybı yaşayan markalar, %-58,40 ile Honda, %-45,80 ile Karsan, %-26,72 ile Tofaş, %-17,32 ile Hyundai Assan oldu. Sektörün ihraç ettiği ürün çeşitlerine baktığımız da ise, Otomobil ihracatı %9,01, Kamyonet ihracatı %9,03 düşerken, Minibüs ihracatı %13,67, Otobüs ihracatı %27,45 ve Kamyon ihracatı %25,85 oranında arttı. İhracatımızın ağırlığını oluşturan Otomobil Pazarında Avrupa'da yaşanan %3,1 lik düşüş ihracatımızı etkileyen en önemli etken oldu. Düşüşün yıl sonuna kadar bir nebze daha artarak devam etmesi beklenmeli.

Dünya ve Avrupa Pazarı

TÜRKİYE'de otomobil satışları ilk 6 ayda %44 daralırken, elektrikli yeni çağa girmeye hazırlanan küresel Otomotiv sektörü de son dönemin en zorlu yıllarından birini yaşıyor. Tüketicilerin yeni otomobil alırken, pazara sunulacak yeni nesil elektrikli ve hibrit modelleri beklemesi satışlarda daralmayı beraberinde getiriyor. Haziran ayında tüm Dünya da Otomobil ve Hafif Ticari Araç satışları yüzde 6.4 gerileyerek 8.325.068 adetten 7.793.607 adete gerilerken, dünyanın en büyük otomotiv pazarı Çin'de de satışlar haziranda %9.3 düşüşle 2 milyon adede inerken 6 aylık kayıp %12,4 oldu. Haziran ayında ABD'de pazar %2.4 azalarak 1.5 milyon adete inerken, 6 aylık kayıp ise %2,1 oldu. Kanada'da %10, Güney Kore'de %7.2, Rusya'da %3.3, Japonya'da % 0.4 düştü. Avrupa Otomobil Üreticileri Derneği'nin açıkladığı sonuçlara göre Avrupa'da da otomobil satışları Haziranda

%7,8 düştü. 2019 yılı için Avrupa'da satışların yıl sonunda %1 düşmesi öngörüldürken, Haziran sonuçları sonrası bu beklentinin artacağı da görülmekte. Ocak-Haziran dönemini kapsayan ilk 6 aylık rakamlara göre, haziran ayında AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamında Otomobil satışları %7.8 geriledi. Haziran 2018'de 1.619.280 otomobil satılırken, bu yıl Haziran ayında bu rakam 1.491.285 adete kadar geriledi. Ocak-Haziran döneminde ise yine AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamında satışlar %3.11 düşerek 8.426.227 adete geriledi. Haziran ayında Avrupa'da en büyük kaybı %51.95'lik daralmayla İsveç yaşarken, bu ülkeyi %15.54 daralan Çek Cumhuriyeti ve %14.43 küçülen Avusturya izledi. Haziran ayında Avrupa'da satışlarını tek artıran ülke ise %12.66 büyümeye İrlanda oldu. İlk 6 aylık sonuçlara göre ise İsveç %25'le otomobil satışları en fazla daralan ülke olurken, Çek Cumhuriyeti %10.63 ile ikinci, Hollanda ise %10.48 ile en fazla düşen üçüncü ülke oldu. Haziran ayında markalar bazında en büyük kaybı %26.60 daralan Nissan yaşarken, Volvo %21.67 kayıpla ikinci, Fiat ise %15 daralmayla üçüncü sırada. 6 aylık sonuçlara göre ise Nissan %24.22 düşüşle ilk sırayı korurken, Fiat %10.21 daralmayla ikinci sırada yer aldı. Dünya Otomotiv Pazarı ise Ocak-Haziran 2019 döneminde %6,6 daralarak 45milyon 148 bin adete geriledi.

İç Pazar ve 2.El'de Sektörün Bir Yılı

Otomotiv iç pazarı 2018 yılına iyi başlamış ve sektör 2018 yılında 900.000 adetleri hedeflemişti. Oysa piyasanın sinyalleri pazarın ciddi bir daralmaya gittiğini, iç pazarda siyasi ve ekonomik etkiler ile bir

küçülme olacağını gösteriyordu.Pazar 2018 Haziran itibari ile etkileri hissetmeye ve hızla küçülmeye başladı.2018 Ekim sonu itibari ile 500.000 seviyesine giden Pazar, Kasım 2018 tarihinden yapılan ÖTV ve KDV teşvikinin de etkisi ile 620.937 adete ulaşabilmişti.Sektör zor geçen 2018 yılı sonrası 2019 yılına 3 ay süre ile uzatılan teşviklerin etkisi ile girdi ve beklentiler bir anda 450-500.000 hatta 570.000 adetler olarak telaffuz edilmeye ve planlanmaya başladı.Ancak yapılan tüm hesaplama ve öngörüler gösteriyordu ki Pazar en iyimser hali ile 375-400 Bin,normal halinde ise 350 Bin adet oluyordu.İlk 3 aylık dönem bu karmaşa içinde 88.469 adet ile geçildi. Görülüyor du ki Pazar daralmaya devam ediyor ve bir iyileşme belirtisi yoktu. Bunun sonucunda Hükümet yetkilileri ile yapılan görüşmeler sonucu Hazine ve Maliye Bakanı Sn.Berat Albayrak Oyder Kongresinde sürenin 3 aylık süre için daha teşviklerin uzatıldığını açıkladı.Umutlanan Pazar, Nisan-Haziran dönemini de bu etki ile ancak 106.675 adet ve Ocak-Haziran dönemi de toplam da 195.144 adete ulaşabildi.Kısa bir

hatırlatmasını yaptığımız Otomotiv pazarında kalan günlerde bizi ne bekliyor? Gerçekçi olmak gerekirse Pazar ancak 350 Bin adetler seviyesinde ve teşviksiz olarak yoluna devam edecek. Otomotiv sektörü kendi iç dinamikleri güçlü ve dirençli bir sektördür.Bundan önce de bir çok krizi ve sıkıntılı süreci yara alarak ama başarı ile atlattığını bildi. Bütün mesele bundan sonra yapılması gerekenleri yapacak irade ve kararlılığı ortaya koyabilmesi.Geçen sayıda yazmış olduğumuz SSH (Satış Sonrası Hizmetler) için yapılması gereken Garanti Uzatımı,Bayilerin Süreçlerinin 2019-2020 dönemi için hafifletilmesi yada minimize edilmesi,Stok maliyetleri konusunda ek valör tanınması,test aracı gibi kriterlerde süre ve vadelerin uzatılması son derece önemli.Bayilerin özel servislerle rekabetinde özellikle parça maliyetlerinin üretici-marka işbirliği ile bu dönemde sübvansede edilmesi de SSH için hayati bir gereklilik.Gelelim yeni araç satamayan bayilerin çarklarını döndürmenin yoluna. Bunun için artık tüm bayilerin önemini fark ettiği,2.El konusu başlı başına ayrı

bir öneme sahip. Bu noktada markaların araç tedarigi konusunda bayilere ciddi destek verebileceği görülüyor.Filolardan satılacak araçların yeni araç karşılığı değişimi yapılabilir ve bu açığa çıkan araçlar veri ile analiz edilerek doğru adresteki bayilere satış için sevk edilebilir ki, bugün 2.el de önemli konulardan biride lokasyona göre doğru araç tedarigidir. Tablo da görüleceği üzere pazarda talep gören yaş aralıkları geçmiş dönemlere göre değişkenlik göstermekte. Elbette bu rakamlar,markalar ve modeller her ilde, hatta ilçede dahi farklılıklar göstermektedir.Bir aracın hangi il ve ilçede ne kadar sattığı,ne kadar satabileceği ilan sayısı ile tespit edilmez. Kısacası bir aracın bulunduğu ilde ki park sayısı,sıfır satış sayısı,2.elde aylar bazında ki hareketliliği,model yılına göre devir hızı gibi analizler ticareti yapılması gereken araçların tespiti de ve minimum stok gün sayısının oluşturulmasında son derece önem arz etmektedir. EBS farkı ile henüz tanışmamış tüm bayi ve markalarımız, bu konuda bizimle irtibata geçebilirler. Saygılarımla

EBS Danışmanlık Otomotive dair her şey...					
OTOMOTİV İHRACATIMIZ 2019					
ÜRETİCİ MARKA	2019	2018	DEĞİŞİM (%)	DEĞİŞİM (Adet)	
TOPLAM	634.768	687.879	-7.72%	-53.111	
FORD OTOSAN	167.324	164.929	1.45%	2.395	
OYAK RENAULT	150.742	147.119	2.46%	3.623	
TOYOTA	116.264	117.469	-1.03%	-1.205	
TOFAŞ	102.807	140.291	-26.72%	-37.484	
HYUNDAI ASSAN	81.314	98.346	-17.32%	-17.032	
MERCEDES TÜRK	8.505	7.239	17.49%	1.266	
HONDA TÜRKİYE	3.611	8.680	-58.40%	-5.069	
MANT TÜRKİYE	1.516	1.322	14.67%	194	
KARSAN	929	1.714	-45.80%	-785	
A.I.O.S.	855	382	123.82%	473	
OTOKAR	648	215	201.40%	433	
TEMSA	253	173	46.24%	80	

EBS Danışmanlık Otomotive dair her şey...					
MARKALAR TOPLAM OTOMOTİV ÜRETİMİ 2019					
ÜRETİCİ MARKA	2019	2018	DEĞİŞİM (%)	DEĞİŞİM (Adet)	
TOPLAM	735.062	843.216	-12.83%	-108.154	
FORD OTOSAN	186.666	198.600	-6.01%	-11.934	
OYAK RENAULT	175.669	189.006	-7.06%	-13.337	
TOFAŞ	131.931	175.138	-24.67%	-43.207	
TOYOTA	130.541	129.644	0.69%	897	
HYUNDAI ASSAN	83.750	107.400	-22.02%	-23.650	
HONDA TÜRKİYE	11.249	22.367	-49.71%	-11.118	
MERCEDES TÜRK	8.914	11.192	-20.35%	-2.278	
KARSAN	2.044	3.257	-37.24%	-1.213	
MANT TÜRKİYE	1.541	1.433	7.54%	108	
A.I.O.S.	1.447	2.541	-43.05%	-1.094	
OTOKAR	898	1.073	-16.31%	-175	
TEMSA	412	1.565	-73.67%	-1.153	

EBS Danışmanlık Otomotive dair her şey...						
AVRUPA OTOMOBİL PAZARI						
OTOMOBİL	HAZİRAN			OCAK-HAZİRAN		
ÜLKE/BİRLİK	2019	2018	DEĞİŞİM	2019	2018	DEĞİŞİM
AVRUPA BİRLİĞİ	1.446.183	1.569.363	-7.85%	8.183.562	8.449.689	-3.15%
AB+EFTA	1.491.285	1.619.280	-7.90%	8.426.190	8.696.227	-3.11%
ALMANYA	325.231	341.308	-4.71%	1.849.000	1.839.031	0.54%
BİRLEŞİK KRALLIK	223.421	234.945	-4.90%	1.269.245	1.313.994	-3.41%
FRANSA	230.964	252.216	-8.43%	1.166.442	1.188.150	-1.83%
İTALYA	171.626	175.273	-2.08%	1.082.197	1.121.649	-3.52%
İSPANYA	130.519	142.397	-8.34%	692.472	734.671	-5.74%
BELÇİKA	50.044	56.211	-10.97%	310.488	331.369	-6.30%
POLONYA	45.050	46.090	-2.26%	278.332	273.045	1.94%
HOLLANDA	41.671	46.746	-10.86%	226.482	252.988	-10.48%
AVUSTURYA	32.529	38.015	-14.43%	175.909	192.861	-8.79%
İSVEÇ	31.830	66.244	-51.95%	167.882	225.543	-25.57%
TÜRKİYE	36.024	41.225	-12.62%	156.378	275.870	-43.31%
PORTEKİZ	25.305	26.217	-3.48%	128.595	134.561	-4.43%
ÇEK CUMHURİYETİ	21.902	25.932	-15.54%	128.498	143.784	-10.63%
DANİMARKA	20.715	22.518	-8.01%	122.245	120.726	1.26%
İRLANDA	1.406	1.248	12.66%	80.707	87.116	-7.36%

Yaş Grubu	Model Yılı	Dönem	Satış	Yaş Grubu	Model Yılı	Dönem	Satış
PAZAR	Tümü	2018	2.295.780	5 Yaş	2013 Model	2018	134.590
	Tümü	2019	2.176.762		2014 Model	2019	104.448
	Değişim	-5.13%	Değişim		-22.40%		
1 Yaş Altı	2018 Model	2018	2.496	6 Yaş	2012 Model	2018	155.386
	2019 Model	2019	2.066		2013 Model	2019	114.039
	Değişim	-17.23%	Değişim		-26.61%		
1 Yaş	2017 Model	2018	98.521	7 Yaş	2011 Model	2018	134.857
	2018 Model	2019	56.317		2012 Model	2019	132.195
	Değişim	-42.84%	Değişim		-1.97%		
2 Yaş	2016 Model	2018	124.118	8 Yaş	2010 Model	2018	73.229
	2017 Model	2019	109.334		2011 Model	2019	117.393
	Değişim	-11.91%	Değişim		-60.31%		
3 Yaş	2015 Model	2018	160.613	9 Yaş	2009 Model	2018	55.582
	2016 Model	2019	145.123		2010 Model	2019	63.205
	Değişim	-9.64%	Değişim		19.71%		
4 Yaş	2014 Model	2018	146.580	10 Yaş ve Üzeri	2008 Model ve Altı	2018	1.209.808
	2015 Model	2019	156.265		2009 Model ve Altı	2019	1.176.375
	Değişim	6.61%	Değişim		-2.76%		

EBS Danışmanlık
Otomotive dair her şey...

2.EL OTOMOBİL
PAZARI MODEL YAŞ
DEĞİŞİMLERİ
(Ocak-Mayıs 2019)

SATILDI

15 Temmuz şehitleri yurt genelinde anıldı

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla yurt genelinde anma programları ve çeşitli etkinlikler düzenlendi.

Ankara

Ankara Büyükşehir Belediyesince Fetullahçı Terör Örgütü'nün (FETÖ) 2016'da gerçekleştirdiği darbe girişiminde şehit düşen 251 kişi için mevlit okutuldu.

Hacı Bayram Veli Camisi'nde okunan mevlidin ardından 15 Temmuz şehitleri başta olmak üzere bütün şehitler için dua edildi.

Jandarma Genel Komutanlığınca, 15 Temmuz şehitleri, Fetullahçı Terör Örgütü (FETÖ) tarafından gerçekleştirilen darbe girişiminin üçüncü yılında Ulus'ta düzenlenen mehteran konseriyle anıldı.

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla, Jandarma Genel Komutanlığı Mehteran Birliği, Ulus'taki Atatürk Anıtı önünde, 15 Temmuz şehitleri seçkin eserlerini seslendirdi.

Vatandaşların ilgi gösterdiği etkinliğe katılanların duygulandığı görüldü.

Ayrıca, Başkent'te 15 Temmuz gazileri oluşturdukları araç konvoyuyla hain darbe girişimine karşı direnişin simgesi olan yerleri ziyaret ederek o gece şehit olanları andı.

Ankara'nın, darbe girişiminde 9 şehidin verildiği, 92 kişinin gazi olduğu Kahramankazan ilçesinde de, 15 Temmuz Milli Birlik ve

Demokrasi Günü dolayısıyla tören yapıldı.

İzmir

İzmir'in Kemalpaşa ve Ödemiş ilçelerinde 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla çeşitli anma etkinlikleri düzenlendi.

Kemalpaşa ilçesinde düzenlenen anma töreninde Kur'an-ı Kerim tilavetinin ardından şehitler, gaziler ve devletin bekası için dua edildi.

Mardin

Mardin'de merkez Artuklu ilçesi Mustafa Yaman Caddesi'ndeki programda saygı duruşunda bulunuldu, İstiklal Marşı okundu, şehitler için dua edildi.

Ellerinde Türk bayraklarıyla alanı dolduran vatandaşlar, "İhanet onların, vatan bizimdir", "Şehitler ölmez vatan bölünmez" ve "Kahrolsun FETÖ" sloganları attı.

Siirt

Siirt Valiliği öncülüğünde gerçekleştirilen etkinlik "Demokrasi ve Milli Birlik Yürüyüşü" ile başladı.

Ellerinde Türk bayraklarıyla Güreş Caddesi'ndeki eski hastane kavşağında bir araya gelen vatandaşlar, mehter takımı eşliğinde Siirt 15 Temmuz Demokrasi Meydanı'na kadar yürüdü.



Şırnak

Şırnak Valiliği öncülüğünde merkez Atatürk Mahallesi Gaffar Okan Caddesi'nde düzenlenen etkinlikte, vatandaşlar ellerinde Türk bayraklarıyla alanı doldurdu.

Saygı duruşu ve İstiklal Marşı ile başlayan programda Kur'an-ı Kerim okundu, ilahiler seslendirildi ve 15 Temmuz konulu şiirler okundu.

Aydın

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü kapsamında Aydın'da yürüyüş düzenlendi.

Valilik binasını önünde toplanan grup, ellerinde Türk bayrağı ve "15 Temmuz" yazılı tişörtleriyle Adnan Menderes Bulvarı'ndan Atatürk Kent Meydanı'na kadar yürüdü.

Ordu

Ordu Valiliği tarafından kent merkezinde düzenlenen yürüyüş, mehter takımı eşliğinde Yeni Mahalle'deki Altınordu Belediyesinin önünde başladı, Şarkıye Mahallesi'ndeki Demokrasi Meydanı'nda sona erdi.

Yürüyüşe, Vali Seddar Yavuz, Büyükşehir Belediye Başkanı Hilmi Güler, Cumhuriyet Başsavcısı Mehmet Akif Aktaş, Altınordu Belediye Başkanı Aşkın Tören, kamu kurumu, siyasi parti ve sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve çok sayıda vatandaş katıldı.

Giresun

Giresun'da sağanak altında Debboy mevkisinden başlayan yürüyüş, Gazi Caddesi takip edilerek Atatürk Meydanı'nda tamamlandı.

Yürüyüşe, Giresun Valisi Harun Sarıfakioğulları, Belediye Başkanı Aytekin Şenlikoğlu, kamu kurum ve kuruluşlarının yetkilileri, siyasi parti ve sivil toplum örgütlerinin temsilcileriyle vatandaşlar katıldı.

Artvin

Artvin'de Atapark mevkisinde toplanan vatandaşlar Artvin Halk Eğitim Merkezi Livane Mehter Takımı'nın çaldığı marşlar eşliğinde Milli İrade Meydanı'na yürüdü.

İki dev Türk bayrağının taşındığı yürüyüşte vatandaşlar, "Darbelere karşı omuz

omuza", "Şehitler ölmez vatan bölünmez" şeklinde sloganlar attı.

Rize

Rize'de de Sahil Camisi önünden başlayan yürüyüş, Memişağa Parkı'nda tamamlandı.

Yürüyüşe, Vali Kemal Çeber, Belediye Başkanı Rahmi Metin, Cumhuriyet Başsavcısı Önder Kemal Seküçü, kamu kurum ve kuruluşlarının yetkilileri, siyasi parti ve sivil toplum örgütlerinin temsilcileri ve çok sayıda vatandaş katıldı.

Antalya

Antalya'da, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla yürüyüş düzenlendi.

Valilik tarafından düzenlenen "15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Yürüyüşü"ne katılanlar, Antalya Müzesi önünde toplanarak ellerinde taşıdıkları Türk bayrakları ve dövizlerle Konyaaltı Caddesi üzerinden Cumhuriyet Meydanı'na kadar yürüdü.

Yürüyüş boyunca gruba Mehter Takımı ve atlı polis birliği de eşlik etti.

Meydanda şehitler için Kur'an'ı Kerim okunarak, dualar edildi.

Çorum

Çorum'da, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla tören düzenlendi.

15 Temmuz Hürriyet Meydanı'ndaki törende saygı duruşunda bulunuldu, İstiklal Marşı okundu.

Samsun

Samsun'da 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla geniş katılımlı 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Yürüyüşü düzenlendi.

İstiklal Caddesi Verem Savaş Dispanseri önünde toplanan vatandaşlar, ellerindeki Türk bayrakları ve 15 Temmuz şehitlerinin fotoğraflarının yer aldığı dövizlerle çeşitli sloganlar atarak Cumhuriyet Meydanı'na kadar yürüdü.

Sinop

Sinop'ta, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla geniş katılımlı 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Yürüyüşü düzenlendi.

Eski otogar mevkisinde toplanan grup ellerinde taşıdıkları Türk bayrakları ve dövizlerle Sakarya Caddesi üzerinden Cumhuriyet Meydanı'na kadar yürüdü.

Muğla

Muğla'nın ilçelerinde 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla programlar düzenlendi.

15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü etkinlikleri kapsamında, Fetullahçı Terör Örgütü'nün (FETÖ) hain darbe teşebbüsü sırasında Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik suikast girişiminde bulunan Muğla'nın Marmaris ilçesinde de yürüyüş düzenlendi.

Afyonkarahisar

Afyonkarahisar'da 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla etkinlik düzenlendi.

Sivas

Sivas'ta ellerindeki Türk bayraklarıyla Tren Garı önünde toplananlar, İnönü Bulvarı üzerinden yürüyüşe geçti. Kortejin önünde, atlı birlikler ve Sivasspor taraftarları da yer aldı.

Niğde

Niğde Valisi Yılmaz Şimşek, Milli Savunma Bakan Yardımcısı Alpaslan Kavaklıoğlu, Belediye Başkanı Emrah Özdemir, AK Parti Niğde milletvekilleri Yavuz Ergun ve Selim Gültekin, diğer protokol üyeleri ve siyasi parti temsilcileri, Fetullahçı Terör Örgütü'nün (FETÖ) 15 Temmuz'daki hain darbe girişimi sırasında Ankara'da Özel Kuvvetler Komutanlığında darbeci generali vurduktan sonra şehit edilen Astsubay Ömer Halisdemir'in Bor ilçesi Çukurkuyu beldesinde kabrini ziyaret etti, okunan Kur'an'ı Kerim'i dinledi, dua etti, kabre karanfil bıraktı.

Daha sonra Derbent kavşağında toplanan kalabalık, ellerinde Türk bayraklarıyla Ömer Halisdemir meydanına yürüdü.

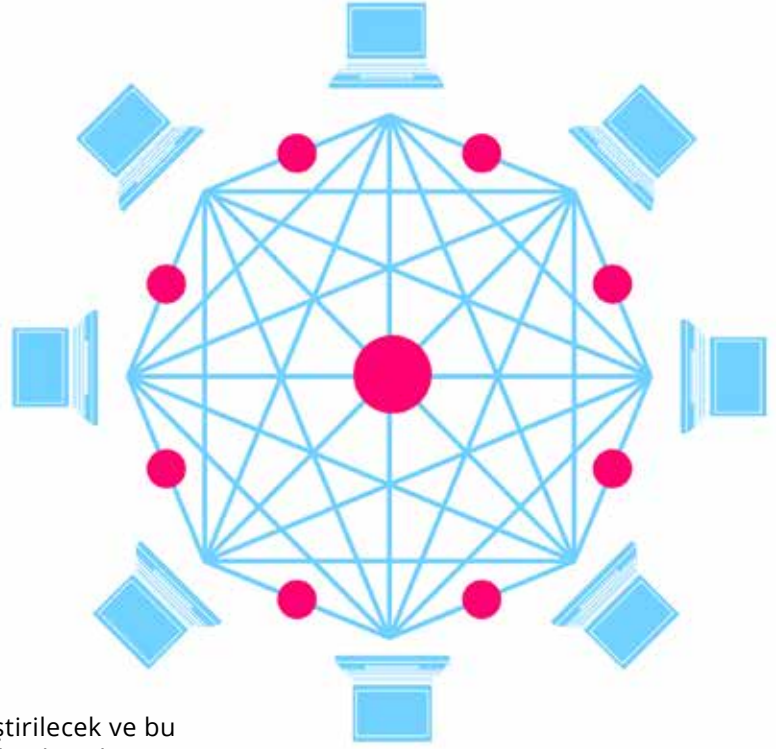
Kırşehir

Kırşehir'de, 15 Temmuz Demokrasi ve Milli Birlik Günü dolayısıyla çeşitli programlar düzenlendi.

Anma merasimleri yurt genelinde bi çok ilde gerçekleşti.

IBM: Otomotiv endüstrisinin yüzde 95'i blockchain'e önemli yatırımlar gerçekleştirecek

Otomotiv endüstrisi söz konusu olduğunda blockchain yıkım getiriyor gibi gözüküyor. IBM Institute for Business Value'nun çalışmasına göre yöneticilerin yüzde altmış ikisi üç yıl içinde güvenli dağıtık defter teknolojisinin otomotiv sektöründe yıkıcı güç haline geleceğini düşünüyor. Eksik mi ne? Standartlaştırma -orijinal ekipman üreticilerini (OEM) ve satıcılarının veri toplama, paylaşma ve güvenlik konusunda aynı sayfada olmalarını sağlamak.



Blok partisine hoş geldiniz

Büyük ölçekli, çok amaçlı projeler bulut ekosistemi çözümlerini değiştirmeye başladıkça, Barron'un da söylediği gibi, blockchain yaşam döngüsünün korunaklı bahçe dönemini geride bırakıyor. Sonuç olarak da, otomotiv firmalarının yüzde 95'i 2021 sonunda küçükten büyüğe çok sayıda blockchain yatırımı yapmış olacaklar.

Peki ama en büyük avantaj ne olacak? Otomotiv sektöründeki üreticiler ve satıcılar blockchain'den nasıl faydalanacaklar?

Blockchain'in değer önerisi net: Ödeme blokları zincir yapıları kullanılarak bağlanacak ve tüm bloklar öncesi ve sonrasına bağlı olacak. İşlemler paylaşılmış defter

sistemiyle gerçekleştirilecek ve bu sayede ağdaki tüm katılımcılar için tüm işlemler görülebilir olacak. Blockchain modelleri iki farklı fayda sağlıyor: Veri geçmişleriyle verilerin takibi kolaylaşacak ve güvenlik çok daha yüksek seviyede olacak -onaylanmamış ödemeler düzen dışı olacakları için defter ağında ayrı kalacak.

Otomotiv üreticileri ve satıcıları için blockchain dinamik kimlik avantajı sunuyor. 17 karakterlik araç tanıma numarası (VIN) ile araçların nerede üretildiği, hangi temel özelliklerin dahil olduğu ve aracın ne zaman satıldığı/çalındığı gibi kritik bilgilerin takibi mümkün. Ancak VIN'ler statik; yani aracın geçmişine dair bilgilere erişmek mümkünken sonrasında gerçekleşen -kazalar, değişen parçalar, modifiye bilgileri- kayıtsız kalıyor. Blockchain ile bakımlardan, kontrollerden ve sigortalardan elde edilen veriler düzenli olarak kaydedilecek.



Sakarya'dan 156 ülkeye ihracat

Türkiye'nin otomotiv ihracatında lokomotif şehirleri arasında yer alan Sakarya, yılın ilk yarısında 156 ülkeye 2 milyar 639 milyon 286 bin dolarlık dış satım gerçekleştirdi.



Sakarya'dan yılın ilk 6 ayında 156 ülkeye 2 milyar 639 milyon 286 bin dolarlık ihracat yapıldı.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) verilerinden derlenen bilgiye göre, İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir, Ankara ve Gaziantep'in ardından ihracatta 7. sırada bulunan Sakarya'dan haziranda 331 milyon 948 bin dolarlık dış satım gerçekleştirildi.

Sakarya, başta otomotiv olmak üzere makine ve aksamaları, demir ve demir dışı metaller, iklimlendirme sanayi ile kimyevi maddeler ve mamulleri sektörleriyle Türkiye'nin toplam ihracatına yüzde 3,13 katkı sağladı.

Toyota, TürkTraktör ve Otokar gibi önemli firmalarıyla İstanbul, Bursa ve Kocaeli'nin ardından en fazla otomotiv ihracatı yapan 4. il olan Sakarya'nın, ocak-haziran aylarındaki toplam ihracatının yüzde 92,14'lk kısmı bu alanda gerçekleşti.

Yılın ilk yarısında otomotiv sektöründe geçen yıl 2 milyar 643 milyon 113 bin dolarlık ihracat yapan kent, bu yıl yüzde 7,99 azalışla 2 milyar 431 milyon 962 bin dolarlık dış satım gerçekleştirdi.

Sakarya'da en fazla ihracat yapılan

Kentten yılın ilk yarısında toplamda 156 ülke ve 8 serbest bölgeye 2 milyar 639 milyon 286 bin dolarlık ihracat yapıldı.

ikinci sektör 33 milyon 22 bin dolarla "demir ve demir dışı metaller", üçüncü sektör 26 milyon 997 bin dolarla "makine ve aksamaları" oldu. Bunları 25 milyon 224 bin dolarla "iklimlendirme sanayi" ile 23 milyon 675 bin dolarlık ihracatla "kimyevi maddeler ve mamulleri" sektörleri izledi.

Bu yılın ilk 6 ayında geçen yıla göre en fazla ihracat artışı ise yüzde 286,55 ile "kuru meyve ve mamulleri" sektöründe yaşandı.

En çok ihracat Birleşik Krallık'a

Bu yıl ocak-haziran döneminde en çok ihracat 279 milyon 253 bin dolarla Birleşik Krallık'a yapıldı. Bu ülkeye yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 6,89 arttı. Sakarya'nın en fazla ihracat yaptığı ikinci ülke 272 milyon 327 bin dolarla Fransa oldu. Bu dönemde İspanya'ya 207 milyon 75 bin dolarlık ihracat gerçekleştirildi.





Elektrikli oto için batarya yatırımı gerçekleştirilecek

Türkiye'nin otomotiv sanayisini dönüştürecek, bu konuda ülkeyi rekabet edebilir hale getirecek "Türkiye'nin Otomobili Projesi" kapsamında, elektrikli otomotiv üretimine yönelik batarya yatırımı da gerçekleştirilecek.

Türkiye'nin otomotiv sanayisini dönüştürecek, bu konuda ülkeyi rekabet edebilir hale getirecek "Türkiye'nin Otomobili Projesi" kapsamında, elektrikli otomotiv üretimine yönelik batarya yatırımı da planlanıyor.

TBMM Başkanlığına sunulan On Birinci Kalkınma Planı'na (2019-2023) göre, otomotiv sektöründe yüksek teknolojiye dayalı "yerli marka araç" üretimi, rekabet gücü yüksek tedarik sanayisinin geliştirilmesi ve böylece uluslararası pazar payının artırılması hedefleniyor.

Bu kapsamda, rekabet gücünün geliştirilmesi için "Otomotiv Destek Programı" hayata geçirilecek. Programla sensör, batarya, yakıt hücresi ve yazılım gibi alanlarda teknoloji ve üretim kabiliyetlerinin geliştirilmesi sağlanacak. Yerli marka otomobil projesi için teşvik mekanizması geliştirilerek, proje tamamlanacak. İç ve dış pazarın ihtiyaçlarına yönelik bu projeye "markalaşma" özendirilecek.

Sektörün Kümelenme Destek Programı'ndan faydalanması için tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilecek ve otomotiv sanayisinde kümelenme birlikteliğinin daha yüksek seviyede desteklenmesine imkan

verilecek. Otomotiv tedarik sanayisine yönelik, talep edilmesi halinde ihtisas organize sanayi bölge (OSB) yerlerinin belirlenmesi için fizibilite raporları hazırlanacak ve otomotiv ihtisas OSB'lerinin sayısı artırılacak.

"Otonom araçlar gibi kritik teknolojilere yoğunlaşılacak"

Otomotiv sektörüyle elektronik, yazılım, elektrikli makine, ana metal ve savunma gibi diğer sektörlerle iş birliği ve bütünleşme sağlamaya yönelik tedbirlerin alınmasıyla bilgi paylaşım organizasyonları desteklenecek.

Dijitalleşmeye ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilecek üstün donanımlı iş gücü yetiştirilecek. Otomotiv sanayisinin yoğunlaştığı Kocaeli, İstanbul, Bursa, Sakarya, Ankara, İzmir, Aksaray ve Adana'daki nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılamak için otomotiv endüstri meslek liseleri ve meslek yüksek okullarının, bu bölgelerde açılması ve kapasitelerinin geliştirilmesi için çalışılacak.

Söz konusu otomotiv meslek ve teknik liselerinin, sektörün karar alma organlarında yer alması sağlanacak.

Otomotiv sanayisinin rekabet gücünün korunarak geliştirilmesi amacıyla küresel gelişmeler, yeni teknolojiler ve değişen müşteri beklentileri çerçevesinde çevre teknolojileri, bağlantılı ve otonom araçlar, akıllı hareketlik gibi kritik teknolojilerin geliştirilmesine önem verilecek.

Otomotiv bilişim teknolojilerinde ulusal üretim ve Ar-Ge çalışmalarının gelişmesi için ulusal ortak proje platformları oluşturularak desteklenecek. Sektörel pazar araştırmalarıyla teknolojik gelişim, insan gücü ihtiyacı, pazarlama, markalaşma gibi konulardaki araştırmalara yönelik destek programı uygulanacak.

"Yerli elektrikli otobüslerin kullanımı yaygınlaştırılacak"

Yeni nesil araçlar için uygun altyapı oluşturulacak. Alternatif güç sistemli araçlara etkin altyapı kurulmasına yönelik araştırma yapılacak. Otonom ve bağlantılı araçların geliştirilmesi ve kullanılmasını içeren teknik mevzuat ve altyapı ihtiyacı belirlenecek.

Elektrikli otomotiv üretimine yönelik batarya yatırımı gerçekleştirilecek. Yeni nesil araçlardan veri toplanması, kullanılması ve katma değerli hizmetlere dönüştürülmesi konusunda mevzuat ve uygulamaya yönelik belirsizlikler giderilecek.

Yurt içinde üretilen elektrikli otobüslerin, şehir içi ve şehir dışı taşımacılıkta kullanımının yaygınlaştırılmasına dönük destekler geliştirilecek ve düzenlemeler yapılacak. Yurt dışı pazar ve ihracat imkanları geliştirilecek. Otomotiv sanayisinin ağırlıklı ihracat pazarlarına yönelik risklerin azaltılması için yeni pazarlara ve yurt dışında yatırıma yönelik araştırmalar yapılacak.



Innovation
that excites

NISSAN INTELLIGENT MOBILITY



360° GÖRÜŞ SİSTEMİ



GÜVENLİ SÜRÜŞ



MESAFE KORUMA



YENİ!

1.3 L 160 HP BENZİNLİ

1.5 L DİZEL OTOMATİK

AKILLI SÜRÜŞÜN ÖNCÜSÜNDEN

NISSAN QASHQAI LİDER ARTIK DAHA GÜÇLÜ!

NISSAN ARTKIY

Akçay Caddesi No: 253/1 Gaziemir / İzmir

0232 252 33 33

www.nissanartkiy.com

[f](#) [t](#) [i](#) [y](#) /NissanTürkiye

www.nissan.com.tr | NISSAN GÜLÜMSEME HATTI 0216 651 84 20

Qashqai'nin ortalama CO₂ emisyon değeri 100-122 gr/km ve ortalama yakıt tüketimi 3,8-5,4 lt/100 km'dir.
Detaylı bilgi: www.nissan.com.tr

2019 Türkiye internet kullanım ve sosyal medya istatistikleri

We are social ve Hootsui tarafından her yıl hazırlanan sosyal medya istatistikleri "Digital 2019 in Turkey" ismiyle yayınlandı.

We are social ve Hootsui tarafından her yıl hazırlanan İnternet ve sosyal medya istatistikleri "Digital 2019 in Turkey" ismiyle yayınlandı. Özellikle dijital pazarlama uzmanları ve sosyal medya uzmanlarını çok ilgilendirecek/bilgilendirecek altın değerinde bilgiler var. Bakalım Türkiye'de 2019 sosyal medya istatistikleri gelişimi nasıl olmuş.

Türkiye'deki Dijital Dünyaya Genel Bakış

82,4 milyon nüfusa sahip ülkemizde;

Nüfusun %72'sini oluşturan 59.36 milyon İnternet kullanıcısı nüfusun %63'ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı nüfusun %53'ünü oluşturan 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı var. Türkiye'deki yıllık dijital değişim istatistiklerine baktığımızda da;

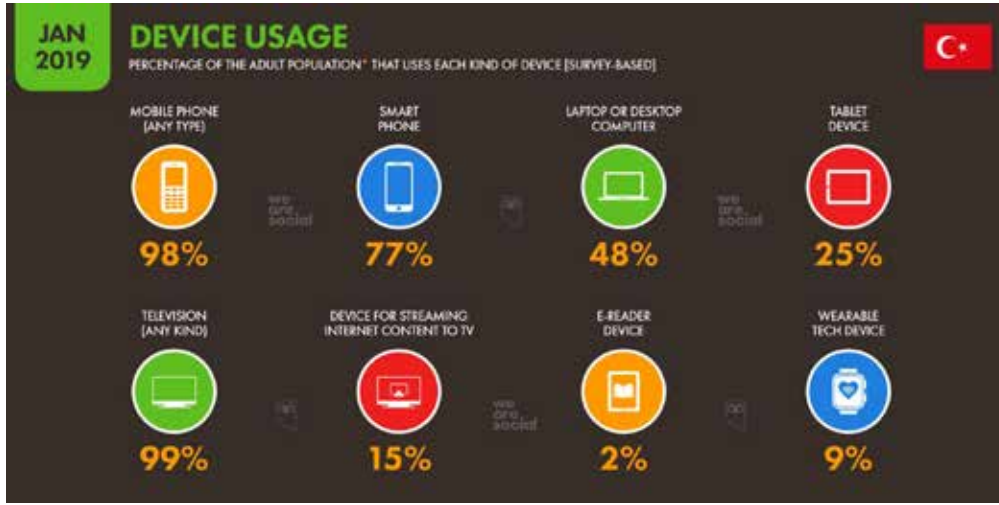
- İnternet kullanım istatistiklerinde, internet kullanıcılarının %9, yani 5 milyonluk bir artış görüyoruz. (59.3 milyon internet kullanıcısı)
- Aktif sosyal medya kullanıcı sayısının da 2 milyonluk bir artış gerçekleşmiş. (52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı)
- Aktif mobil sosyal medya kullanıcı sayısı ise geçen yıla aynı kullanıcı sayısına sahip.

Şimdi de 2019 yılında Türkiye'de elektronik cihaz kullanımına bakalım.

- Yetişkin insanların %98'i cep telefonu kullanırken, bunların %77'si akıllı telefon kullanıyor.

- Masaüstü bilgisayar veya laptop kullananların oranı %48 iken, tablet kullananların oranı %25
- Neredeyse herkesin televizyonu var oranı %99.
- Giyilebilir teknoloji ürünleri kullananların oranı ise %9 olarak hesaplanmış.





İnsanlar internette günde ortalama 7 saat geçiriyorlar. Peki bu kullanıcılarımız en çok nerelerde vakit harcıyorlar:

- Günde ortalama 2 saat 46 dk sosyal medyada
- Günde ortalama 3 saat 9 dk televizyon başında
- Ve son olarak günde ortalama 1 saat 15 dk müzik dinleyerek

Türkiye'de İnternet Kullanım İstatistikleri 2019

Bir de hemen internet kullanım istatistiklerine kısaca bir bakalım.

Türkiye'de, nüfusun %72'sine tekabül eden 59,3 Milyon internet kullanıcısı var ve bunların 56,3 Milyonu telefonlarından internete bağlanıyorlar.

Türkiye'de sosyal medya kullanımı istatistikleri 2019

Şimdi de Türkiye'deki sosyal medya kullanım istatistiklerine bakalım. Rapora göre Türkiye'de toplam 52 milyon sosyal medya kullanıcısı var ve bu kullanıcıların 44 milyonu mobil cihazlar ile sosyal medyaya bağlanıyorlar. Görüldüğü gibi en aktif sosyal medya platformu Youtube. Onu hemen Instagram ve Facebook takip ediyor. Geçen yıla göre Instagram'ın Facebook'u geçtiğini görüyoruz.

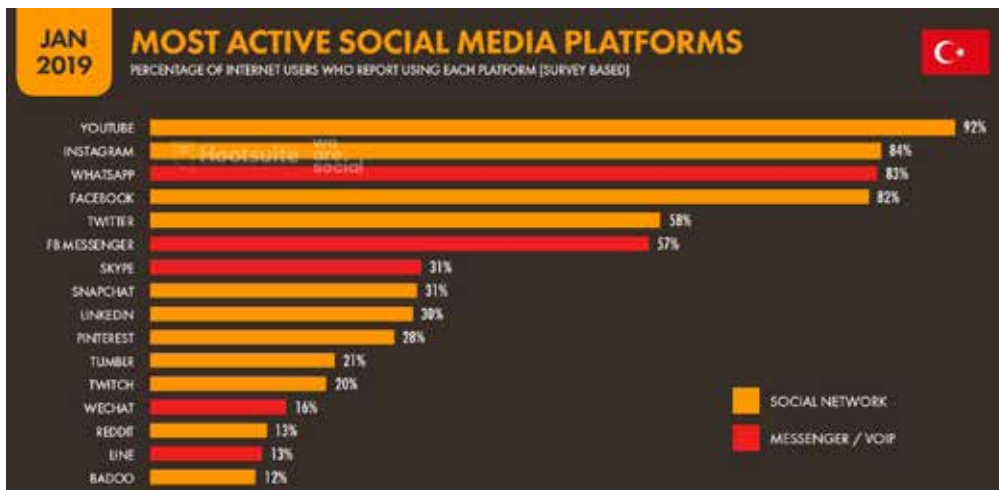
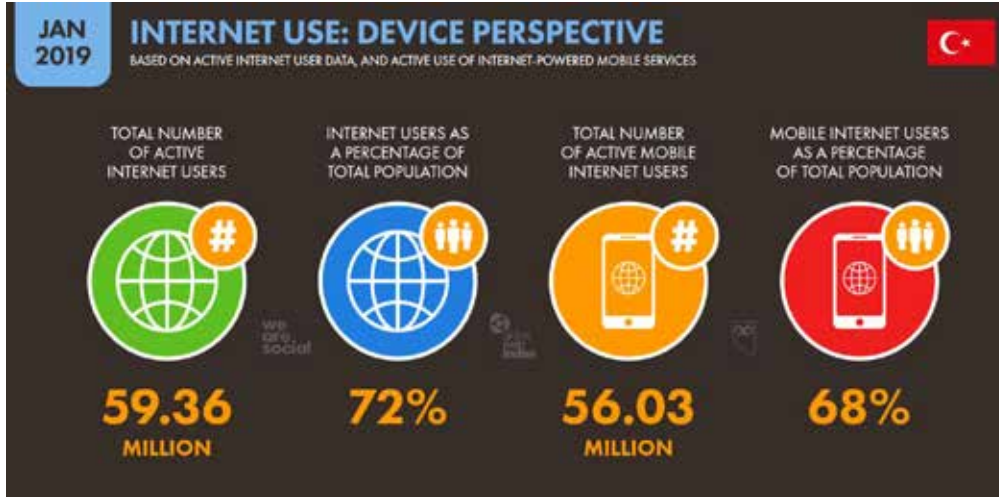
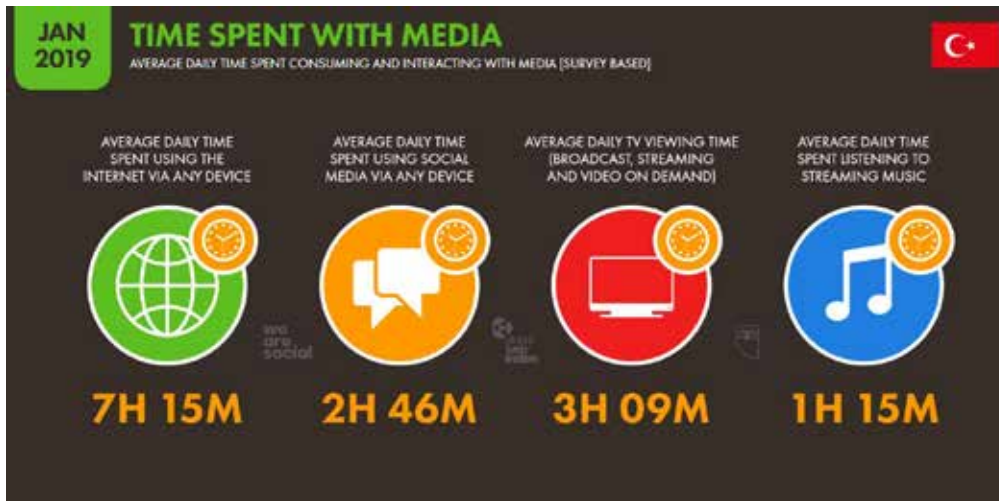
Ardından Twitter, Snapchat ve LinkedIn en çok kullanılan diğer sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkıyor.

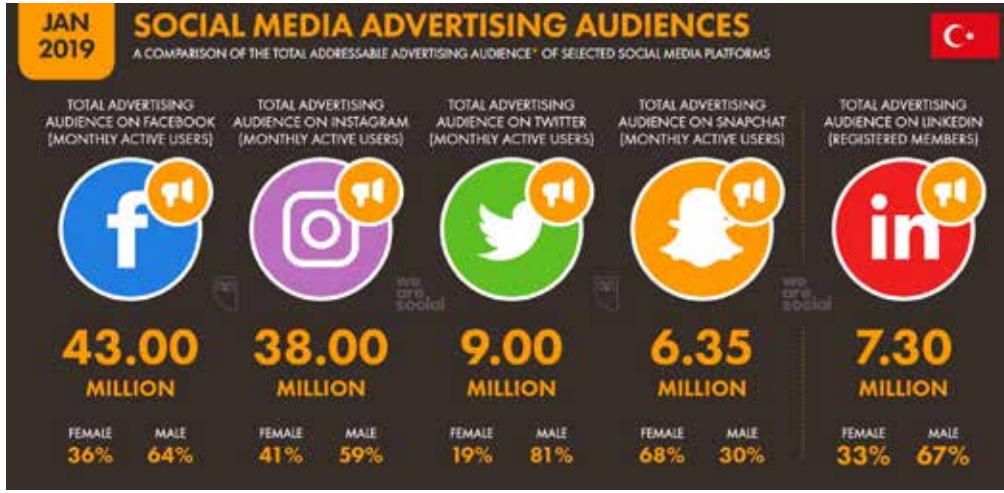
Her ne kadar LinkedIn ve Pinterest ülkemizde daha az popüler olsa da, özel bir kitleyi barındırması açısından dijital pazarlamacıların planlarında bulundurmaları gereken sosyal medya platformlarından.

We Are Social 2019 Türkiye Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları

Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya platformlarının kullanıcı sayılarına ve cinsiyet dağılımı bu sene ilk defa bu raporda yer aldı. Detaylara geçecek olursak;

- Facebook'un 43 milyon kullanıcı bulunmakta ve erkeklerin daha fazla





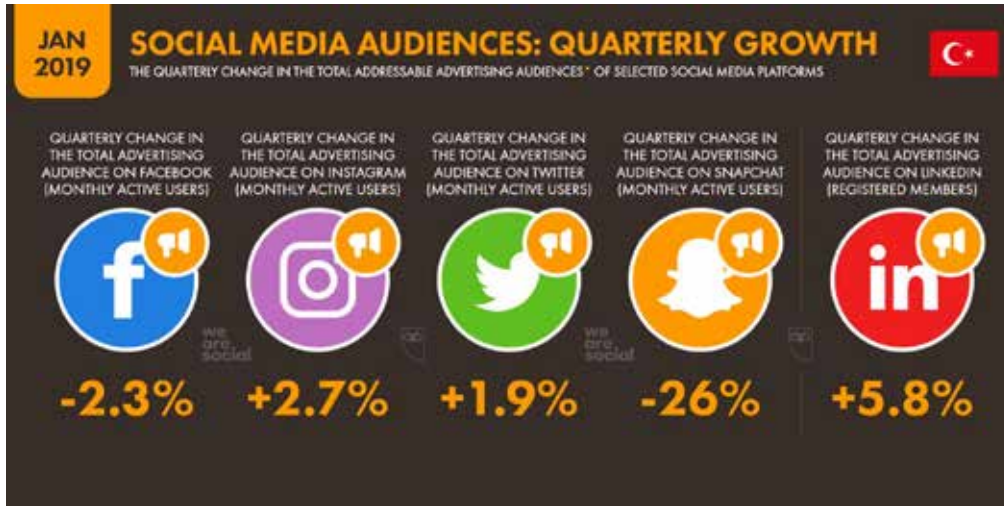
kullandığı bir platform olduğunu görüyoruz. (Geçen yıla göre Facebook kullanıcı sayısında %2,3'lük azalma yaşanmıştır)

• Instagram'ın 38 milyon kullanıcı bulunmakta ve Facebook gibi yine erkeklerin daha fazla kullandığı bir platform. (Geçen yıla göre Instagram kullanıcı sayısında %2,7'lik artış yaşanmıştır)

• Twitter ülkemizde 9 milyon kullanıcıya sahip ve her 10 kişiden 8'i erkek! (Geçen yıla göre Twitter kullanıcı sayısında %1,9'luk artış yaşanmıştır)

• Kadınların daha fazla kullandığı platform olan Snapchat'in ise ülkemizde 6.3 milyon kullanıcısı bulunuyor. (Geçen yıla göre Snapchat kullanıcı sayısında %26 oranında ciddi bir azalma söz konusu)

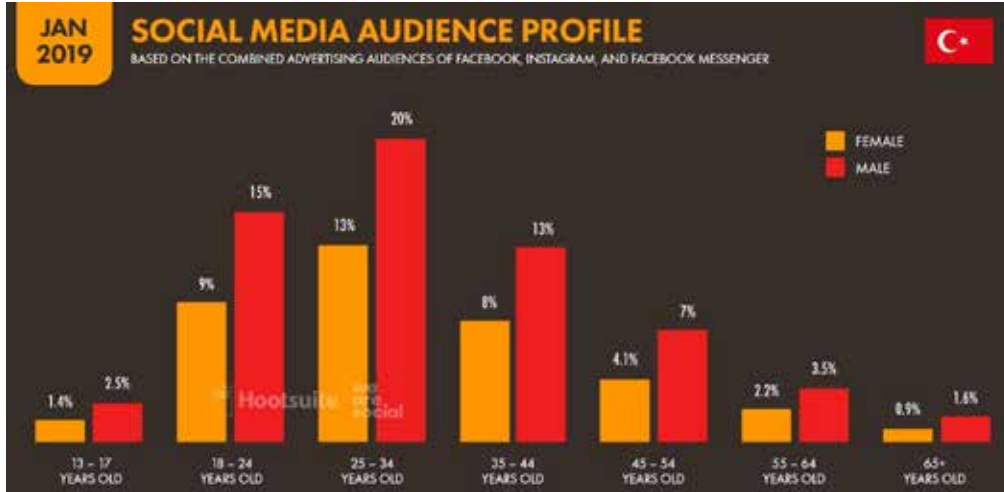
• LinkedIn yine erkeklerin daha yoğun olarak kullandığı bir platform ve 7.3 milyonluk kullanıcı sayısına sahip. (Geçen yıla göre LinkedIn kullanıcı sayısında %5,8'lik artış yaşanmıştır)



Yüzdelik olarak Snapchat'in en fazla kullanıcı kaybeden, LinkedIn'in en çok kullanıcı kazanan platform olduğunu belirtmekte fayda var

We Are Social 2019 Türkiye sosyal medya kullanıcılarının yaş dağılımı

2019 Türkiye sosyal medya kullanıcılarının cinsiyet yaş dağılımına baktığımızda sosyal medyayı erkekler her yaş grubu için daha fazla kullandığı görülmektedir. Genel olarak sosyal medya kullanıcılarının 1/3'i 25-34 yaş grubundadır.

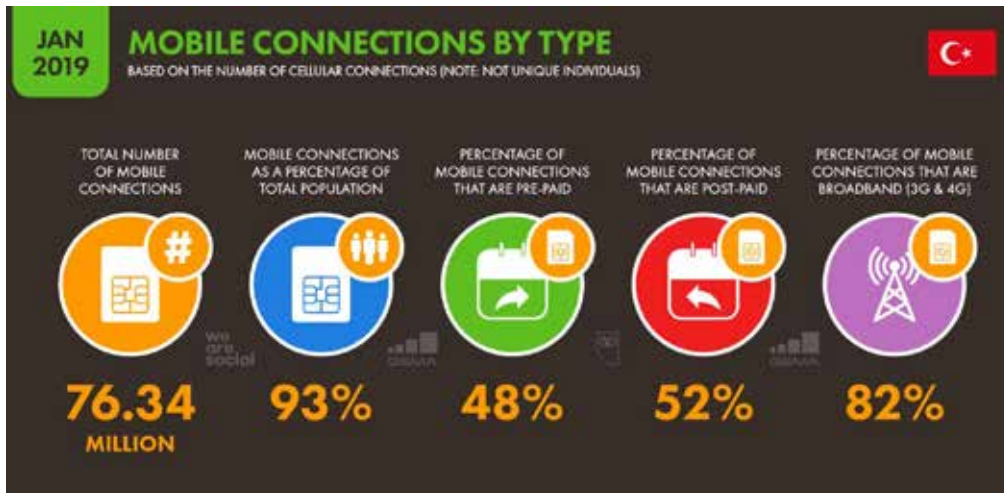


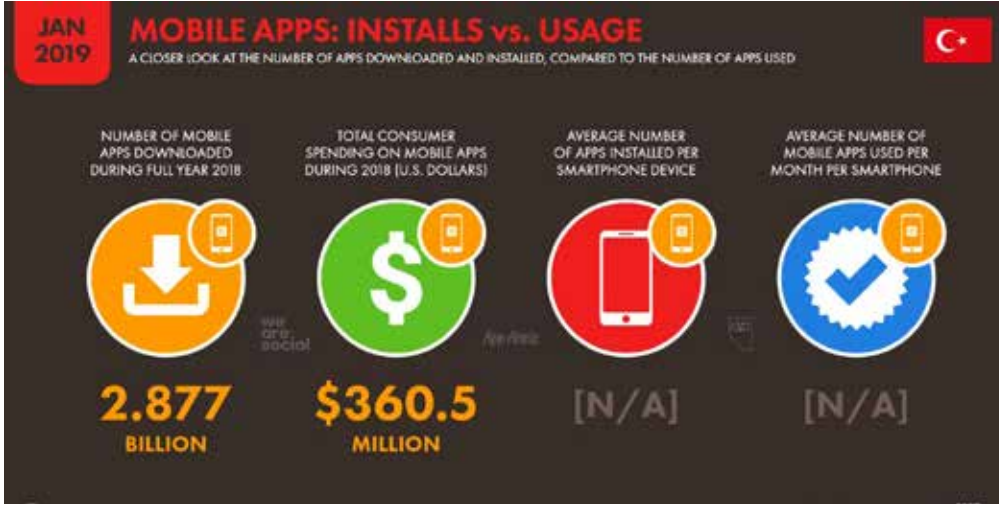
Mobil Kullanıcı İstatistikleri

Mobil kullanıcı sayısı her yıl düzenli olarak artmaktadır. 2019 mobil kullanıcı istatistiklerine baktığımızda da mobil kullanıcı sayısının 76.3 milyon olduğunu görmekteyiz. Görüldüğü üzere bu oran Türkiye nüfusunun %93'üne denk geliyor.

Mobil Uygulama İstatistikleri

2019 mobil uygulama istatistiklerine baktığımızda geçen yıl boyunca toplam 2.8 milyar kez uygulama indirilmiş. Mobil





Türkiye'de sosyal medya kullanımı istatistikleri 2019

Şimdi de Türkiye'deki sosyal medya kullanım istatistiklerine bakalım. Rapora göre Türkiye'de toplam 52 milyon sosyal medya kullanıcısı var ve bu kullanıcıların 44 milyonu mobil cihazlar ile sosyal medyaya bağlanıyorlar. Görüldüğü gibi en aktif sosyal medya platformu Youtube. Onu hemen Instagram ve Facebook takip ediyor. Geçen yıla göre Instagram'ın Facebook'u geçtiğini görüyoruz.

Ardından Twitter, Snapchat ve LinkedIn en çok kullanılan diğer sosyal medya platformları olarak karşımıza çıkıyor.

uygulamalara harcanan para miktarı ise 360 milyar dolar. Gelecek mobilde!

We Are Social 2019 Türkiye E-Ticaret harcamaları

2019 Türkiye E-Ticaret istatistiklerine göre en çok harcama sırasıyla seyahat, elektronik ürünler, moda ve güzellik ürünleri ve oyuncak ve hobi ürünlerine yapılmış. Bu harcamalar geçen yıl ile kıyaslandığında;

En yüksek artış %9,7'lik oranla seyahat harcamalarında yaşanmış. Bu artışı sırasıyla oyun ve müzik harcamaları takip ediyor.

2019 Türkiye E-Ticaret istatistiklerine göre tüketim mallarına yapılan harcamalar 5,955 milyar dolar olarak gerçekleşmiş.

Tüm bu istatistikleri hedef kitle belirleme, dijital ve sosyal medya pazarlama stratejileri, mecra seçimi ve diğer tüm faaliyetlerinizde kullanabilirsiniz.



Ford Otosan Genel Müdürü
HAYDAR YENİGÜN

Ford Otosan 2018 Sürdürülebilirlik Raporu

Türk otomotiv sektörünün öncü şirketlerinden Ford Otosan, ticari ve finansal performansı ile toplumsal değer yaratma vizyonunu bir bütün olarak ele aldığı 2018 yılı Sürdürülebilirlik Raporu'nda ticari ve finansal performansı ile toplumsal değer yaratma vizyonunu bir bütün olarak ele alan...



Türk otomotiv sektörünün öncü şirketlerinden Ford Otosan, ticari ve finansal performansı ile toplumsal değer yaratma vizyonunu bir bütün olarak ele aldığı 2018 yılı Sürdürülebilirlik Raporu'nda ticari ve finansal performansı ile toplumsal değer yaratma vizyonunu bir bütün olarak ele alan Ford Otosan, inovasyon ve dijitalleşme merkezli yaklaşımının yanı sıra çevreye ve topluma duyarlı çalışmalarını, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi için yürütülen programlarını ve çalışanlarına yaptığı yatırımları kamuoyuyla paylaştı.

Ford Otosan'dan yapılan açıklamaya göre, şirket, Global Reporting Initiative (GRI) tarafından yayınlanan GRI Standartları'nın (GRI Standards)

"temel" (core) ilkeleri doğrultusunda hazırladığı 1 Ocak-31 Aralık 2018 tarihleri arasındaki dönemi kapsayan 2018 yılı Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınladı.

Ford Otosan, sürdürülebilirlik alanında gösterdiği performansla Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi'ndeki ve sorumlu yatırım konusunda uluslararası ölçekte kabul gören "FTSE4Good - Gelişmekte Olan Piyasalar Endeksi"ndeki yerini korudu.

Çevreye duyarlı ve insana değer veren üretim yaklaşımı

Açıklamada görüşlerine yer verilen Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, üretimin güvencesi olan çalışanları, köklü Ar-Ge kültürü ve verimlilik sağlayan çevresel performansı ile Ford Otosan'ın müşterileri için değer yarattığını belirterek, şunları kaydetti:

"Bu nedenle sürdürülebilirlik işimizin önemli bir parçası. Çevreye duyarlı ve insana değer veren üretim yaklaşımımızla büyümeyi sürdürülebilir kılmak için çalışıyoruz. Dijital dönüşüm ve inovasyon odağında fabrikalarımızda Endüstri 4.0'a yönelik yatırımlarımız devam ediyor. 2018 yılında fabrikalarımızda 51 adet robotu devreye alırken dijital dönüşümü hayata geçirmeye yönelik 23 farklı proje yürütüyoruz. 2018'de tamamlanan kapasite artırımı ile kurulu üretim kapasitemiz 455 bine yükselirken yıllık toplam 374 bin adetlik üretimimizi sıfır kaza ile gerçekleştirmenin gururunu yaşadık."

"Yaşanabilir bir dünya için çalışmayı sürdüreceğiz"

Yenigün, çevresel sürdürülebilirliğe ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı amacıyla yürüttüğü çalışmalara da değinerek, şunları kaydetti:

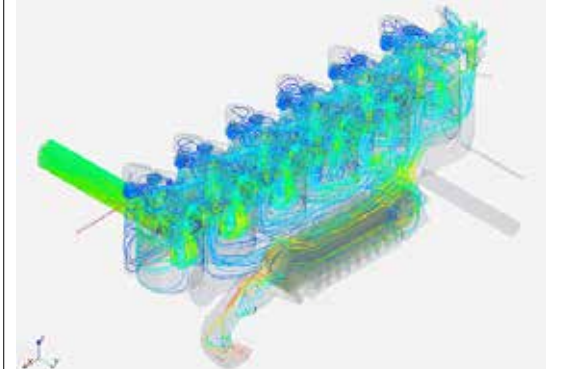
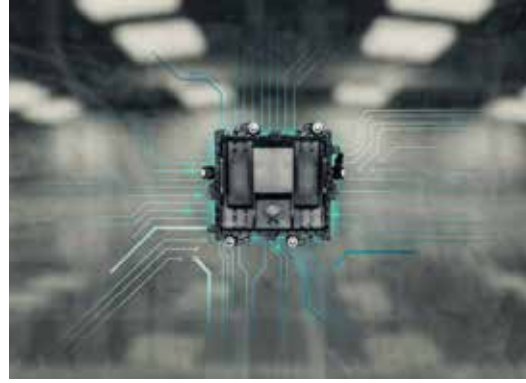
"Doğal gaz gibi daha düşük emisyonlara sahip alternatif yakıtlı, elektrikli, hibrit araçlar ile ilgili motor ve aktarma sistemlerinin geliştirilmesinde önemli ölçüde ivme yakalarken 2019 itibarıyla üretimini ve ihracatını geliştireceğimiz yeni elektrikli hibrit (PHEV) Transit Custom modelinin karbon ayak izinin azaltılmasına önemli katkı sağlayacağına inanıyoruz. Çevre konusundaki hedeflerimizi yakalamak adına 2018 boyunca çalışanlarımıza toplam 14 bin 450 saat, taşeronlarımıza ise 908 saat eğitim verdik. BM girişimi olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri (WEPS) imzacısı olarak Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliği konusunu sahipleniyoruz. Ford Motor Company'nin üyesi olduğu SWE'ye (Society of Women Engineers – Kadın Mühendisler Topluluğu) Türkiye'den üye olan ilk şirket olduk ve tüm oyuncuları konuya dahil etmek için SWE İstanbul'u kurduk. Yaşanabilir bir dünyanın inşası için çalışmaya ve kaynaklarımızı gelecek nesillere aktarmaya yönelik çabalarımızı önümüzdeki dönemde de güçlü bir odaklanmayla sürdüreceğiz."

Enerji verimliliği projeleriyle sağlanan tasarruf miktarı yüzde 12 arttı

Araç başı enerji tüketiminde iki yıldır Ford Avrupa'nın en verimli üretim hattı konumunda bulunan Ford Otosan, yürüttüğü enerji verimliliği projeleriyle 2017'ye göre yüzde 12'lik artışla 79 bin 869,5 GJ enerji tasarrufu sağladı ve 4 bin 860,6 ton karbondioksit emisyonunun önüne geçti. Süreç verimliliğinde sağlanan gelişme sayesinde toplam enerji tüketimi önceki yıla göre yüzde 8,4 düşüşle 2 milyon GJ seviyesine çekildi. Yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelen Ford Otosan'ın rüzgar türbini ve güneş panellerinin kurulumuyla 2017'de 89 GJ olan yenilenebilir enerji tüketimi 2018'de 2 bin 368 GJ'a çıktı.

Su yönetimi çalışmaları kapsamında Kocaeli ve İnönü fabrikalarında 290 bin metrekare suyun üretim döngüsünde tekrar kullanılarak geri kazanılması sağlanıyor. Atık su tesisine giden suyun yaklaşık yüzde 75-80'ini geri kazandıracak şekilde tasarlanan sürecin ise 2019 içinde devreye alınması planlanıyor. Atık yönetimini öncelikleri arasında gören Ford Otosan, geliştirdiği döngüsel modellerle hem çevre performansını artırıyor hem de ekonomik tasarruf sağlıyor. 2021 yılına kadar depolama sahasına giden atık miktarının yüzde 7 azaltılması hedefi doğrultusunda çalışmalar sürdürülürken 2018'de geri kazanılan tehlikeli ve tehlikesiz toplam atık miktarı 95 bin 364 ton ile 2017 seviyesinin üzerine çıktı.

2018'de çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlayan inovatif çalışmalardan biri de atık plastiğin toplanarak kamyon



fan davlumbazının hammaddesi olan polipropilen ile cam elyaf karışımında kullanılmasını amaçlayan proje oldu. Tüm modelleme ve test süreçlerinin başarıyla yönetilmesinin ardından hayata geçirilen proje ile parça fiyatlarında yüzde 25 düşüş ve senelik 95 bin TL'lik maddi tasarruf sağlandı. Önümüzdeki dönemde projenin daha yüksek hacimde üretilen transit araçlara da yayılması ile bu kanaldan da senelik 850 bin TL'lik tasarruf öngörülüyor.

Sesli komutlarla kontrol özelliği sayesinde elleri direksiyondan kaldırma ihtiyacını ortadan kaldırarak güvenli sürüşe destek sağlayan Ford SYNC teknolojisinin en yeni versiyonu SYNC 3, bu alanda dünya çapında bir ilke imza attı. SYNC3 Yapı Kredi uygulaması ile uyumlu hale getirilerek ilk kez araç içi multimedya sistemi üzerinden bankacılık uygulamasına erişim özelliği kazandırıldı.





EasyRoute ile 24 saat sonrasına ilişkin trafik tahmini

Geleceğin akıllı şehirlerinde ulaşım çözümleri geliştirme hedefiyle devreye alınan ve tüm dünyada bir otomotiv şirketi tarafından hayata geçirilen ilk mobil navigasyon uygulaması olan EasyRoute mobil uygulaması ile kullanıcılar güncel ve geleceğe yönelik trafik tahmini ve navigasyon hizmetinden yararlanabiliyor. Uygulamanın geçmiş trafik verisi, hava durumu, resmi tatiller ve sosyal aktiviteler gibi trafiği etkileyecek farklı etkenleri değerlendiren algoritması sayesinde 24 saat ileriye yönelik trafik tahmini alınabiliyor.

Ford Otosan, sürücülerin hayatını kolaylaştırırken yakıt tüketiminin azaltılmasına katkıda bulunan ağ bağlantılı araçlar alanındaki çalışmalarını yeni nesil çekicisi F-MAX ile ürüne dönüştürdü. Türkiye'nin bağlantılı ilk ağır ticari olan F-MAX'te sunulan ConnectTruck uygulaması ile araç sahipleri ekranlarından araçlarıyla ilgili bilgileri takip

edebiliyor. Aynı zamanda harita destekli hız kontrolü, uzaktan teşhis ve yazılım güncellemesi gibi hizmetler de içeren ConnectTruck'ın filo yönetim sistemleri ile entegrasyonunun sağlanarak filo yönetim sistemleri kullanacak araç sahiplerine avantajlı ürünler geliştirilmesi planlanıyor.

2016'da otomotiv sektöründe bir ilk olarak devreye alınan ve sağlık, gıda, mobilya, sigortacılık gibi farklı sektörlerde hizmet veren Paketleme Test Merkezi'nde ürün ve ambalajların tüm lojistik süreçlerde maruz kaldığı titreşim, yük, sıcaklık, nem gibi ortam şartlarında edilmesi sağlanıyor. Böylece ihtiyaç doğrultusunda paketleme dizaynı, iyileştirme, geliştirme önerileri konusunda destek sunuluyor. Hatalı paketleme kaynaklı sevkiyat problemlerinin önlenmesiyle enerji kullanımı, doğal kaynakların tüketimi, emisyon salınımı gibi konularda fayda sağlanıyor. 2019 yılında test portföyünü genişletmek için yeni ekipman yatırımları planlanan merkezin Türk Akreditasyon Kurumu'ndan akreditasyon alması çalışmalarının da 2019 içerisinde tamamlanması hedefleniyor. 71 meslek lisesine araç bağışı Etik değerlere saygılı bir iş ortamı oluşturmaya büyük önem veren Ford

Otosan'ın Etik Politikası 2018 yılında Yönetim Kurulu tarafından fiilen onaylanarak yürürlüğe girdi. Bu kapsamda Etik Kurulu, İç Denetim ve Etik Komitesi ile Etik Değerlendirme Heyeti oluşturuldu. Ayrıca yeni yapıda etik ihlal bildirimlerinin etkin şekilde ele alınması ve takibi için Etik Koordinatörlüğü pozisyonu oluşturuldu. Bu konuda şirket içinde farkındalık yaratmak amacıyla "Etik Değerlerimizi Koruyor ve Geleceğe Taşıyoruz" başlıklı iletişim ile Etik Politikası hakkında video tanıtım filmi yayınlandı.

Sürdürülebilirlik yönetimini güçlendirmek amacıyla başlatılan Ortak Kültür ve Yalın Dönüşüm süreçleri kapsamında sosyal sorumluluk projelerini tedarikçileri ve bayileriyle birlikte gerçekleştirmeye özen gösteren Ford Otosan'ın 2018 yılında bu kapsamdaki önemli projelerinden biri meslek liselerine araç bağışı oldu. Milli Eğitim Bakanlığı ile Koç Holding arasında 2006'da imzalanan "Mesleki Eğitimin Geliştirilmesi İşbirliği Protokolü" kapsamında meslek liselerinin motor ve teknik bölümlerinin geliştirilmesi amacıyla 47 ildeki 71 farklı mesleki ve teknik Anadolu lisesine yeni nesil teknolojilerle donatılmış Ford araçlar bayilerin desteğiyle bağışlandı.

Motor yağını yolculukta tanırsın.

Maxima, yıllardır Türkiye'nin tüm yollarında.
Güç, güven ve performans Maxima ile yanında.



maxima
MOTOR YAĞLARI



Petrol Ofisi

İlçede büyük heyecan! Yeri bile hazır

İman otomotiv devi Volkswagen'ın yeni üretim tesisi için Türkiye ve Bulgaristan seçenekleri üzerinde değerlendirme yapması İzmir Torbalı'da heyecana yol açtı. Torbalı Ticaret Odası Başkanı Abdolvahap Olgun, dev yatırımın ilçelerine yapılması halinde bin dönüm arazinin hazır olduğuna vurgu yaparken, tecrübe, lokasyon, yedek parça ve iş gücüne ulaşım konusunda da en doğru bölge olduklarını dile getirdi.

Torbalı Ticaret Odası Başkanı Abdolvahap Olgun, Volkswagen'ın yeni üretim tesisi için neden Türkiye'den Torbalı'yı tercih etmeleri gerektiğini sıraladı.

Volkswagen'ın dev yatırım için Bulgaristan ve Türkiye arasında kaldığını hatırlatarak Torbalı'nın Bulgaristan ve Türkiye'de en uygun lokasyona sahip bölge olduğunu dile getiren Olgun, "Bizde tahsis edilebilecek yer var, lokasyonumuz uygun, tecrübemiz var, yedek parça ve iş gücüne ulaşım konusunda da en doğru bölgeyiz" diye konuştu.

Opel'in kararı Torbalı'ya moral oldu

Olgun, Torbalı'da Opel'e ait 18 yıldır kullanılmayan tesisle ilgili önemli bir gelişme yaşandığını, PSA grubuna geçen Opel'in ilçede bulunan tesisi Avrupa'nın yedek parça tedarik merkezi haline getireceğini belirtti. Olgun, bu kararın Volkswagen yetkililerine de emsal teşkil edeceğini ifade ederek, "Torbalı'daki yerimiz 18 yıldır atıl vaziyetteydi. Opel, PSA'ya geçince yeni çalışmalar gündeme geldi. Biz de PSA ile irtibata geçtik, çeşitli dosyalar hazırladık. Torbalı'daki yerin değerlendirilmesi konusunda yapmış olduğumuz çağrı, geçen hafta itibarıyla yerini bulmuş oldu. Bu bizi Torbalılılar olarak çok sevindirdi. Torbalı'nın son yıllarda



yakalamış olduğu gelişim, 1989'da Opel'in fabrikası ile başlamıştı. 90'lı yıllarda çok sayıda otomobil üretilmiş, 2000 yılından beri de üretim durmuş durumdaydı. PSA'nın Torbalı'da kalma kararı bizi çok mutlu etti. Artık Opel'in Torbalı'daki 40 dönümlük tesisi PSA'nın Avrupa yedek parça tedarik merkezi haline gelecek. Opel, Torbalı'da kalma kararı alarak hem Türk ekonomisine olan güvenini ortaya koymuştur hem de Torbalı'nın ne

kadar doğru bir bölge olduğunu ortaya koymuştur. Biz aynı çağrılar yerli otomobille ilgili de yapmıştık. Alınan karar bize moral verdi" ifadelerini kullandı.

"En uygun lokasyon Torbalı"

Volkswagen'ın, Bulgaristan'da ya da Türkiye'de yatırım yapmak istediğini kaydeden Olgun, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Bu da yaklaşık 5 yılda 4 milyar Euro'luk ciddi bir yatırım. Bu konuda Türkiye, çeşitli yerler için önerilerde bulundu. Bu yerlerden biri de Torbalı. Önce Bulgaristan ve Türkiye arasında karar verilecek ancak ben Türkiye’de karar verileceğine inanıyorum. Gerek Bulgaristan’da, gerekse Türkiye’de en uygun lokasyon Torbalı.”

“Torbalı, cazibelerin buluştuğu yer”

Torbalı’nın neden yatırım yapmak için en uygun yer olduğunu sıralayan Olgun, “İçinden otoyol, otoban ve tren yolu geçen başka bir lokasyon yok. İlçe havalimanına 15 dakika, limana 40 kilometre uzaklıkta. Tren yolu bağlantımız üzerinde hızlı tren hattımız da mevcut. Ankara-İzmir hızlı tren hattına bağlantımız var. İstanbul-İzmir otoyoluna da bağlantımız olacak. Kemalpaşa Lojistik Kent’e de 40 kilometre uzaklıktayız. Bizim yaptığımız çalışmalardan sonra başka illerin de bazı söylemlerde bulunduklarını duyuyoruz ama söylemlerin içi boş. Dosyaların içi boş. Bizim dosyamızın içi dolu. Otomobil fabrikasının geldiği yerde lojistik çok önemli. Ayrıca biz otomobil üretimi

konusunda tecrübesi olan bir ilçeyiz. Yılda 200 civarında üretimin yapıldığı yıllarımız oldu. Torbalı’nın, cazibelerin buluştuğu, yatırım yapılması için kupon bir yer olduğunu söyleyebilirim” ifadelerine yer verdi.

Yer temini konusunda iki alternatif var

Bulgaristan’ın da tıpkı Türkiye gibi yatırımlarla ilgili olarak yer temini konusunda büyük cazibeler ortaya koyduğunu dile getiren Olgun, ilçedeki Torbalı Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ve Pancar OSB’yi işaret etti. Torbalı Organize Sanayi Bölgesinin genişleme sahasında bin dönüme kadar ulaşılabilir bir hazine arazisi olduğunu vurgulayan Olgun, Pancar OSB’nin otobanın hemen sınırında 250 dönümden bin dönüme kadar büyütülebilecek hazine arazileri olduğunu sözlerine ekledi.

“Torbalı hazır”

Yatırımın ilçeye yapılması için ilgililerle görüşmeler yaptıklarını ifade eden Olgun, şöyle devam etti: “Biz tüm artılarımızı ilgililere anlatmaya

çalışıyoruz. Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisine de gerekli dosyalarımızı gönderdik. Volkswagen’e gerekli çalışmalarımızı ilettik. Torbalılılar olarak biz bu yatırıma hazırız. Torbalı’yı güzel bir şekilde anlattığımız takdirde Torbalı’nın tercih edileceğini düşünüyorum. PSA’nın kararının Volkswagen’e emsal teşkil edeceğini düşünüyorum.”

“Potansiyeli katlayacak”

Yatırımın hem Türkiye’ye hem İzmir’e hem de Torbalı’ya büyük avantaj sağlayacağını söyleyen Olgun, “Bizim şu anda en çok dış yatırıma ihtiyacımız var. Dış yatırımcıların Türkiye’ye olan güveni de çok önemli. Yatırım yapılırsa istihdam konusunda, ekonominin gelişmesi konusunda güzel gelişmeler yaşanacaktır. Opel Torbalı’ya geldiğinde ilçedeki fabrika sayısı 3-5 adetti. 30 yıl sonra baktığımızda ilçenin şimdi 800 fabrikaya ev sahipliği yaptığını görüyoruz. 60 bin çalışana istihdam sağlıyoruz. Bu yatırımın Torbalı ve bölgemizin potansiyelini katlayacak bir yatırım olacağına inanıyorum” diye konuştu.



Renault Grubu yılın ilk yarısında pazar payını korudu

Renault Grubu, yüzde 7,1 daralan küresel pazarda, yüzde 6,7 düşüş ile direnç göstererek, 1 milyon 938 bin 579 araç satışı ile yüzde 4,4'lük pazar payını korudu.



Renault Grubu, yüzde 7,1 daralan küresel pazarda, yüzde 6,7 düşüş ile direnç göstererek, 1 milyon 938 bin 579 araç satışı ile yüzde 4,4'lük pazar payını korudu. Renault Grubu'ndan yapılan açıklamaya göre, Grup bu yılın ilk yarısındaki küresel satış rakamlarında pazar payını koruyarak başarı gösterdi. Buna göre, Renault Grubu, yılın ilk yarısında yüzde 7,1 daralan pazarda, yüzde 6,7 düşüş ile 1 milyon 938 bin 579 adet araç satışı gerçekleştirdi. Böylelikle küresel pazarda yüzde 4,4'lük pazar payını korudu. Avrupa'da satışlar yüzde 2,5 daralan pazarda sabit kalırken, Avrupa dışındaki bölgelerde, Grup satışları düşüş gösteren küresel trendi izledi.

Renault markası, elektrikli araçlar segmentinde satış adedini dünya çapında yüzde 42,9 artırarak 30 bin 600'ü aştı. Avrupa'da ZOE satışları yüzde 44,4 yükselişle 25 bin 41'e, Kangoo Z.E. satışları yüzde 30,7 artışla 4 bin 653'e çıktı.

Grup, yılın ikinci yarısında Çin'de, Renault K-ZE modelinin tanıtımını gerçekleştirecek ve ülkenin 5'inci en büyük elektrikli araç üreticisi JMEV için yatırım yaparak elektrikli araç stratejisine hız vermiş olacak.

Avrupa'da, yüzde 2,5 daralan pazarda satışlar sabit kaldı. Grup'un B segmenti modelleri Clio, Captur, Sandero'nun yanı sıra Yeni Duster da başarısını

teyit etti. Clio, Avrupa'nın en çok satan ikinci modeli olurken Captur kendi sınıfının en çok satan crossover modeli oldu. Yüzde 3,7 büyüyen Avrupa hafif ticari araç pazarına, yüzde 7,5 artış gösteren satış adetleri katkı sağladı.

Dacia markası Avrupa'da yüzde 10,6'lık artışla 311 bin 24 satış adedi ile yeni bir satış rekoru kırdı ve yüzde 3,3 gibi rekor bir pazar payı elde etti. Bu artış, Yeni Duster ve Sandero sayesinde gerçekleşti.

Avrupa dışında, Grup özellikle Türkiye ve Arjantin'deki pazarın daralmasının ve İran'da satışların Ağustos 2018'den bu yana durmasının (Renault Grubu 2018'in ilk yarısında 77 bin 698 satış adedi gerçekleştirdi) etkisini yaşadı. Renault Grubu, satış hacmi bakımından en büyük





ikinci ülkesi olan Rusya'da, satışlarını 0,45 puan artırarak yüzde 28,8 pazar payı ile lider oldu. Yüzde 2,4 daralan pazarda, satışlar yüzde 0,9 düşüş gösterdi.

LADA ürün gamındaki başarılı yenilenme sayesinde 174 bin 186 satış adedi ve yüzde 21'lik pazar payı ile satışlarında yüzde 2,5 artış kaydetti. LADA Granta ve LADA Vesta Rusya'da en çok satılan 2 model oldu. Yılın ikinci yarısında Arkana modelinin tanıtımı öncesi Renault markası, yüzde

9,1 düşüş ile 64 bin 431 satış adedi gerçekleştirdi. Brezilya'da Grup, yüzde 10,5 büyüyen pazar ortalamasının üzerinde bir performans gerçekleştirdi. 40 bin 500'den fazla adet ile yüzde 36,5 artış göstererek en çok satan 5'inci araç olan (2018'in ilk yarısında 9'uncu sıradaydı) Kwid modelin başarısı sayesinde, bu pazarda satışlar yüzde 20,2 artışla 112 bin 821 adede ulaştı ve yüzde 9,1 pazar payı elde etti.

Afrika'da Grup, özellikle Fas, Güney Afrika ve Mısır'daki başarılı performans sayesinde yaklaşık 110 bin satış adedi ve yüzde 19,3 pazar payı ile liderliğini pekiştirdi.

Fas'taki pazar payı yüzde 43,3 ile tarihi bir seviyeye ulaştı. Dacia, Logan ve Dokker'in başarısı sayesinde liderliğini korudu. Renault markası Fas'ın en çok satan modeli Clio ile ikinci sırada yer aldı.

Güney Afrika'da, Renault marka satışları yüzde 3,6 artış ile yaklaşık 11 bin 900'e ulaştı ve yüzde 4,9 pazar payı elde etti. Yılın ikinci yarısında Triber modelinin tanıtımı

öncesi Hindistan'da, Grup'un pazar payı ikinci çeyrekte yüzde 2,1 ile sabit kaldı. Triber, 2022 itibarıyla Hindistan pazarının yaklaşık yüzde 50'sini elde edecek bir segmente giriş yapmak üzere hazırlanıyor.

Yılın ikinci yarısında yeni elektrikli şehir otomobili Renault K-ZE modelin lansmanı öncesi yüzde 12,7 daralan Çin pazarında, Grup'un satışları yüzde 23,7 azaldı.

Renault Grubu'nun 2019 pazar öngörüsü

2019 yılında küresel otomotiv pazarının 2018'e kıyasla hafif bir düşüş göstermesi öngörülüyor. Avrupa pazarının stabil olması (Brexit hariç), Rusya pazarının yüzde 2 ila 3 daralması, Brezilya pazarının ise yaklaşık yüzde 8 büyümesi bekleniyor.

"Renault Grubu düşen pazarda payını korudu"

Açıklamada görüşlerine yer verilen Renault Grubu Satış ve Bölge Direktörü ve Yönetim Kurulu üyesi Olivier Murguet, "Yılın ilk yarısında yeni ürünü olmayan Renault Grubu, düşen pazarda satışlarında yüzde 6,7 azalma ile pazar payını korudu. Yılın ikinci yarısında, Avrupa'da Yeni Clio ve Yeni ZOE, Rusya'da Arkana, Hindistan'da Triber ve Çin'de Renault K-ZE modellerinin başarılı lansmanlarına odaklanacağız." ifadelerini kullandı.





'Tekrar kullanılabilir roketler uzay madenciliğini mümkün kılacak'



Space X şirketinin çalışmalarını, tekrar kullanılabilen Falcon serisi roketleri ve uzayın geleceğini değerlendiren Prof. Dr. Orhan Gölbaşı, tekrar kullanılabilir roketlerin uzay madenciliğini mümkün kılacağını ifade etti.

Space X şirketinin çalışmalarını, tekrar kullanılabilen Falcon serisi roketleri ve uzayın geleceğini değerlendiren Prof. Dr. Orhan Gölbaşı, tekrar kullanılabilir roketlerin uzay madenciliğini mümkün kılacağını ifade etti.

Tekrar kullanılabilir roketler üzerinde çalışan Space X uzay şirketi en son geliştirdiği 'Falcon Heavy' roketi deneme testlerinde başarısızlığa uğradı. Ünlü girişimci Elon Musk'ın sahip olduğu şirket 'tekrar kullanılabilir' uzay araçları üzerinde çalışarak uzay görevlerinin ucuzlamasını amaçlıyor.

Space X şirketinin çalışmalarını 'heyecan verici' olarak değerlendiren İstanbul Aydın Üniversitesi Gök Bilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü Prof. Dr. Orhan Gölbaşı, "Tekrar kullanılabilir roketler sayesinde uzay sivilleşecek ve gezegenler arası yolculuklar olası hale gelecek" diye konuştu.

"Tekrar kullanılabilir roketler uzayı ulaşabilir kılacak"

Tekrar kullanılabilir roket teknolojisinin yakın gelecekte yaygınlaşacağını belirten Prof. Dr. Orhan Gölbaşı, "Space

X şirketinin geliştirdiği Falcon serisi roketlerin en büyük özelliği tekrar kullanılabilmesi. ABD'nin Ay görevleri için kullandığı Saturn V roketleri tüm yüküyle birlikte 3 bin 100 tonluk bir ağırlığa ulaşıyordu. Görev dönüşünde yalnızca 500 kilogramlık bir ağırlık dünyaya geri dönüyordu. Tekrar kullanılabilir roketlerle kaybedilen araçlar her uçuşta yenilenmeyecek böylece uzay görevlerinin maliyeti hatırı sayılır bir şekilde düşecek. Ucuzlayan görevler uzayı sivilleştirerek, gezegenler arası yolculukları olası hale geçirecek ve en önemlisi uzayı ulaşılması zor olmaktan çıkaracak" dedi.

"Sivil kuruluşlar uzaya açılmaya başladı"

Elon Musk'ın kurduğu Space X şirketiyle uzay alanında çalışan sivil kuruluşların çoğaldığını belirten Prof. Dr. Gölbaşı, "ABD'de sivil kuruluş ve firmalar bu konuda çok etkin. James Webb adlı kişi de 6.5 m ayna çaplı bir uzay teleskopunun finansmanını sağlıyor. Bunun için milyarlarca dolar harcayacak. Bu teleskopun başında da Prof.Dr. Feryal Özel isimli bir Türk kızımız var. Bu alanda NASA'da görev yapan tek Türk bilimkadını olma özelliğini de koruyor.

2020 yılında işleme girmesi planlanan bu teleskop ile kara deliklerin olay ufkunun fotoğraflanacağı düşünülüyor. Uzayın geleceğini gören iş adamları bu alana yönelmeye başladı. Ülkemizde uzay çalışmalarının geleceğini henüz kavrayan bir iş adamı yok. Umarım ileride olur" şeklinde açıklamada bulundu.

"Uzay madenciliğini mümkün kılacak"

Tekrar kullanılabilir roketlerin bir diğer amacının da 'gezegenler arası yolculuğu imkânlı kılmak' olduğunu açıklayan Prof. Dr. Gölbaşı, "Space X şirketinin misyonlarından biri de Mars'a yapılacak bir yolculuğu imkânlı kılmak. Mars'ı dünyalaştırma projesi Amerikan Uzay ve Havacılık Dairesi (NASA) tarafından ciddiye alınan ve üzerine çeşitli araştırmaların yapıldığı bir proje. Tekrar kullanılabilir roketler Mars görevlerinin 'ulaşım' ayağını sağlamak için geliştiriliyor. Ayrıca çeşitli gök cisimlerinde bulunan değerli madenlerin çıkartılması ve dünyaya getirilmesi gelecekte olası görünüyor. Tekrar kullanılabilir Falcon roketleri bu madenlerin gezegenimize getirilmesinde büyük rol oynayacak" dedi

Toyota'dan yapay zeka profesyonel basketbolcu

Toyota'nın, yüzde 100 sayı isabetiyle oynayan yapay zeka robot basketbolcusu CUE3, NBA oyuncularını bile kışkırtan bir performans sergiliyor



kayıtlı, yapay zekaya sahip ilk profesyonel basketbol oyuncusu robot olma unvanını da elinde bulunduruyor. Guinness rekorlar kitabına da giren ve geliştirme aşaması altı ay süren robot basketbolcu, bağımsız bir şekilde iki ayağının üzerinde rahatlıkla durabiliyor.

Yapay zekaya yatırımlarıyla yaşamın her alanında kullanılabilecek robotları geliştirmeye devam eden Toyota, ürettiği robotların neler yapacaklarının bir göstergesi olan CUE, CUE2 ve daha da geliştirilen CUE3 ile kat ettiği yolu gözler önüne seriyor.

Parkede tüm açıları ve hızı hesaplayarak atışlarını yapan robot basketbolcu CUE3, yapay zekaya sahip robotların insanlar gibi hareket edebileceğini de en güzel şekilde ortaya koyuyor. Toyota Yapay Zeka Robot Geliştirme Grubu tarafından üretilen CUE3, ilk yapay zeka basketbolcu olan 1.93'lük CUE ve 2.04'lük CUE2'nin ileri bir versiyonu.

Toyota'nın, yüzde 100 sayı isabetiyle oynayan yapay zeka robot basketbolcusu CUE3, NBA oyuncularını bile kışkırtan bir performans sergiliyor.

Toyota açıklamasına göre, boyu 204 santimetre, ağırlığı ise 56 kilogram olan robot CUE3 şutör gard pozisyonunda oynuyor. 3 sayılık atışlardaki yüzde 100 sayı istatistiği ile takımının sayı yükünü sırtlayan yapay zeka robot basketbolcu "yok artık" dedirtecek bu performansı ile parmak ısırtıyor.

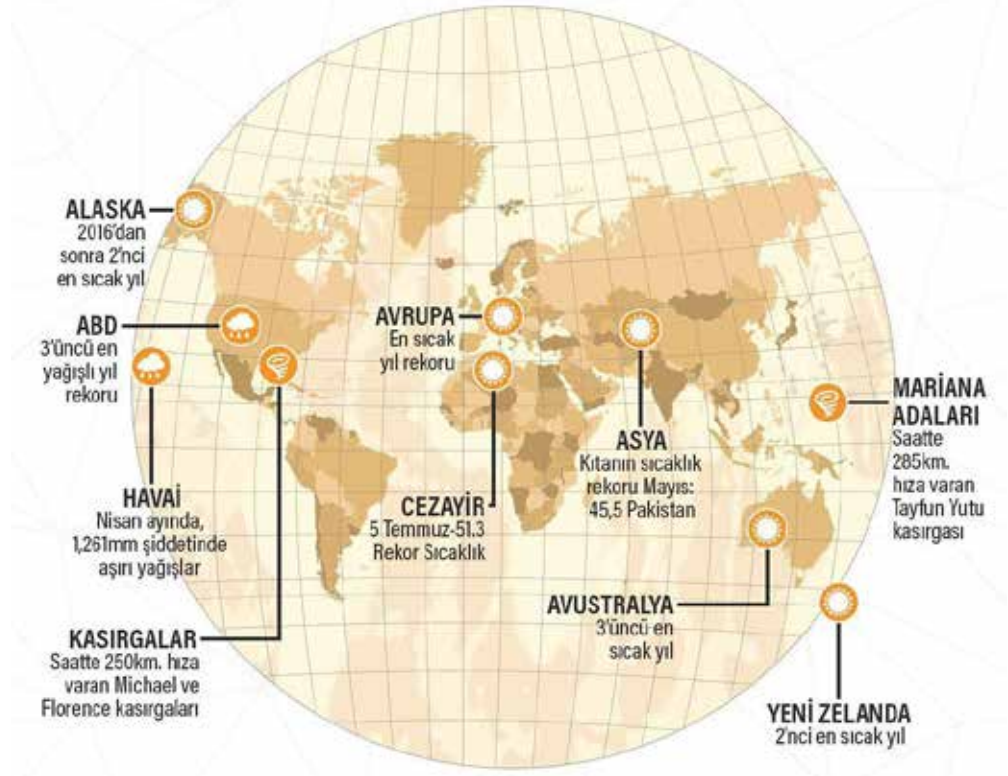
İlk yapay zeka basketbolcu CUE ve CUE2'den sonra geliştirilen CUE3, Japon profesyonel basketbol tarihinde, Alvark Tokyo takımına



İklim değişikliği durdurulabilir mi!!

İsviçre'deki Zürih Teknik Üniversitesi'nin "Bilim" dergisinde yayımlanan araştırmada ormanlaştırmanın karbon salınımına çare olabileceği açıklandı.

Araştırmacılar dünyada şu an 2 milyar 800 milyon hektar alanın ağaçlandırılmış olduğunu belirtiyor ve 900 milyon hektarlık ormanlaştırmanın daha mümkün olduğunu savunuyor



Birleşmiş Milletler Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) geçen yıl yayımladığı raporda küresel sıcaklık artışının 1,5 derecede tutulamaması halinde karşılaşılabilecek tehlikelere dikkat çekmişti.

İsviçreli bilim insanları iklim değişikliğine karşı en etkili önlemin ormanlaştırma olduğunu açıkladı.

Küresel ısınma nedeniyle ülkeler sera gazı salınımlarını azaltmak için mücadele verirken, bilim insanları İsviçre'deki Zürih Teknik Üniversitesi'nin "Bilim" dergisinde yayımlanan araştırmada ormanlaştırmanın karbon salınımına çare olabileceğini açıkladı.

Araştırmaya göre ormanlaştırmanın şimdiye kadar

insanlığın neden olduğu karbondioksit salınımlarının üçte ikisini azaltma potansiyeli bulunuyor. Araştırma dünyada hangi bölgelerde ormanlaştırma çalışması yapılabileceğini ve bunun ne kadar karbon gazını etkisiz hale getireceğini gösterdi.

Bu bağlamda araştırmacılar küresel ısınmanın en fazla 1,5 °C ile sınırlandırılması hedefinin tutturulabileceğini aktarıyor. Söz konusu araştırmaya göre bu hedefe ulaşmak için yaklaşık bir milyar hektar alanın ağaçlandırılması gerekiyor.

Bu büyüklükte bir alan yaklaşık olarak Amerika'nın yüz ölçümüne veya Almanya'nın yüz ölçümünün yirmibeş katına tekabül ediyor. Yeni ağaçlandırılan alanların 205 milyar ton karbon gazını emerek bloke edebileceği belirtiliyor. Bunun da endüstriyel devrimden bu yana atmosfere salınan 300 milyar ton karbonun üçte ikisini oluşturacağına dikkat çekiliyor.

"Dünya Acele Etmeli"

Araştırmanın yöneticisi Tom Crowther "Acele etmeliyiz çünkü ormanların doğal karbon depolayıcısı olma potansiyeline ulaşması ve olgunlaşmasına daha yıllar var" dedi. İklim değişikliği nedeniyle ormanlaştırmaya uygun alanlar ise her geçen yıl azalıyor.

Araştırmaya göre Rusya, Kanada, ABD, Brezilya, Avustralya ve Çin'de ormanlaştırmaya uygun büyük alanlar mevcut.

BM Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nden uyarı geldi

BM Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) geçen yıl yayımladığı raporda küresel sıcaklık artışının 1,5 derecede tutulamaması hâlinde karşılaşılabilecek tehlikelere dikkat çekmişti.



195 ülkenin onayıyla yayımlanan rapor, dünyanın gittiği tehlikeli yoldan çıkabilmesinin yolunu ortaya koymuştu.

Rapora göre, küresel sıcaklıkların endüstriyel dönem öncesine göre 2°C üzerine çıkması, yalnız doğal yaşam alanları ve türlerin kayıplı sonuçlanmayacak, buzulların erimesi ve deniz seviyesinin yükselmesi sonucu sağlığı, refahı, güvenliği ve ekonomisiyle insan hayatını doğrudan etkileyecek yıkıcı sonuçlara da yol açacak.

Acil harekete geçmenin önemini vurgulayan Rapor'a göre, Paris Anlaşması kapsamındaki mevcut taahhütler, küresel ısınmayı 2°C'de tutmak için bile yeterli değil. Raporda mücadelenin gecikmesi halinde iklim değişikliğinin etkilerinin daha büyük olacağı ilerde çok daha yüksek maliyetli çözümler gerekeceği uyarısında bulunulmuştu.

IPCC raporunun hazırlanmasına, küresel ortalama sıcaklıktaki artışın endüstriyel dönem öncesi seviyelerin 2°C'nin çok daha altında bir seviyede sınırlandırılması ve 1,5°C sınırının aşılmamasının

kararlaştırıldığı 2015 yılında Paris'te yapılan BM toplantısını müteakiben hükümetler tarafından karar verilmişti.

"İklim değişikliği ekonomiyi de vuracak"

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün yayınladığı raporda iklim değişikliğiyle birlikte artacak sıcaklıkların 80 milyon istihdama mal olacağını saptandı. Raporda, gayri safi küresel hasılanın bu süre içinde 2 trilyon 400 milyar dolar azalarak yüzde 1,4 oranında gerilemesinin beklendiğini yazan uzmanlar tahmini verilerin hesaplanmasında küresel ısınmanın 21'inci yüzyılın sonuna kadar sadece 1,5 derece ile sınırlı kalacağını varsayıldığını belirtiyor.

Gelecek 10 yıl içinde toplam çalışma saatlerinin dünya çapında yüzde 2,2 oranında azalacağını kaydeditildiği ILO raporuna göre, bu gelişmeden en fazla tarım ve inşaat sektörleri etkilenecek.

Raporu hazırlayan uzmanlardan Catherine Saget, şunları kaydediyor:

"En iyimser tahmine göre bile, sıcaklıkların artmasının işverenler ve çalışanlar için, yerel ekonomi ve hatta dünya ekonomisi için dramatik sonuçları olacak"



2023'te elektriğin yüzde 39'u yenilenebilirlerden üretilecek

Türkiye, yenilenebilir kaynakların elektrik üretimindeki payını 2023'te yaklaşık yüzde 39'a yükseltmeyi hedefliyor.

Türkiye, yenilenebilir kaynakların elektrik üretimindeki payını 2023'te yaklaşık yüzde 39'a yükseltmeyi hedefliyor. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın onayının ardından Türkiye Büyük Millet Meclisine sunulan 2019-2023 dönemini kapsayan On Birinci Kalkınma Planı çerçevesinde, yenilenebilir kaynakların elektrik üretimindeki payı 2018'deki yüzde 32,5'lik seviyeden 2023'te yüzde 38,8'e yükseltilecek.

Yerli kaynaklardan üretim artacak

2018'de 88 bin 551 megavat olan elektrikteki kurulu güç, 2023 itibarıyla 109 bin 474 megavata çıkarılması hedeflenen plana göre, yerli kaynaklardan elektrik üretimi de 2018'deki 150 TWh'den 219,5 TWh'e yükseltilecek. Elektrik üretiminde en büyük kalemlerden olan ancak payı her geçen gün düşmeye devam eden doğalgazın elektrik üretimindeki payı da 2018'de yüzde 29,85'ten yüzde 20,7'ye indirilecek.

ELEKTRİK TÜKETİMİ ÖNGÖRÜLERİ

On Birinci Kalkınma Planı enerji sektörü öngörülleri arasında enerji tüketimi de bulunuyor. Buna göre 2018 yılında 147,955 bin ton eşdeğeri petrol olan birincil enerji talebinin 174,279 bin ton eşdeğeri petrole ve kişi başı birincil enerji tüketiminin 2,01 ton eşdeğeri petrole çıkması öngörülüyor. Elektrik enerjisi talebinin de 2023'te 375,8 TWh'e, kişi başı elektrik enerjisi tüketiminin de 4324 kWh'e çıkması öngörülüyor.



oticon | OPN İşitme Cihazı

Konuşmaları

%30

Daha İyi Anlayın!

Dinleme Gayretinizi

%20

Azaltın!

Konuşmaların

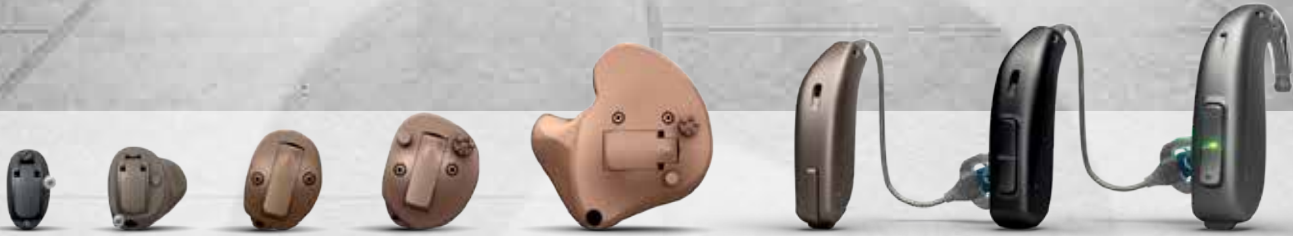
%20

Daha Fazlasını
Hatırlayın!

Direkt Stereo

iPhone

Bağlantısı!



ODYOPARK®

İŞİTME CİHAZLARI SATIŞ ve UYGULAMA MERKEZİ



Osmanağa Mah. Kuşdili Cad. No:10/B Altıyol Kadıköy/İSTANBUL



0216 414 93 00



www.odyopark.com

Anadolu Ateşi yeni sezonunu açıyor

Sahnelerdeki 20'nci yılını geride bırakan Anadolu Ateşi, yaz sezonunu 27 Temmuz'da Çeşme'de açıyor.



Türkiye'nin dans kültürünü 104 ülkede sergileyen Anadolu Ateşi, her yıl turizm bölgelerindeki gösterilerinde 1 milyonu aşkın turisti de bu muhteşem gösteriyle buluşturuyor.

Anadolu Ateşi, 20'nci yıl etkinlikleri öncesinde, bu sezon sergilemeye başladığı "İstanbul Dreams by Anadolu Ateşi" ile şubat ayından bu yana Türkiye turnesine devam ediyor.

"Anadolu Ateşi" ve "Troya" gösterileri devam ederken "İstanbul Dreams by Anadolu Ateşi" yaz sezonunu 27 Temmuz'da Çeşme'de açıyor.

Riley B. King'in gitarı satılıyor

Blues efsanesi Riley B. King'in isminin yazılı olduğu özel yapım gitarı ABD'de açık arttırmayla satışa sunulacak.

Julien's Müzayedede Evi'nden yapılan açıklamada, 'Blues müziğin kralı' olarak anılan Amerikalı şarkıcı, söz yazarı ve gitarist Riley B. King'in hayatının son döneminde çaldığı, ona özel üretilen elektro gitarın 21 Eylül'de yapılacak açık arttırmada, sanatçının diğer eşyalarıyla birlikte satışa çıkarılacağı duyuruldu.

Baş kısmında sedef kakmalı bir taçla birlikte King'in adının yazılı olduğu gitarın 80 bin ila 100 bin dolar arasında alıcı bulacağı tahmin ediliyor. Müzayedede ayrıca, ABD Başkanı George H.W. Bush tarafından 1990 yılında sanatçıya verilen Ulusal Sanat Madalyası, B.B. King'e ait mücevherler ve kıyafetler de yer alacak.



Akdamar Kutsal Haç Kilisesi Fotoğraf Sergisi açıldı

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından düzenlenen "Akdamar Kutsal Haç Kilisesi Fotoğraf Sergisi", Topkapı Sarayı Müzesi'ndeki Aya İrini Kilisesi'nde açıldı.



Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından düzenlenen "Akdamar Kutsal Haç Kilisesi Fotoğraf Sergisi", Topkapı Sarayı Müzesi'ndeki Aya İrini Kilisesi'nde açıldı.

Kiliseyi anlatan Anadolu'nun Saklı Anıtları Gün Yüzüne Çıkıyor: Akdamar başlıklı filmin izlenmesiyle başlayan açılıшта, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın mesajı okundu.

Cumhurbaşkanı Erdoğan mesajında şunları kaydetti:

"Hristiyan aleminin, özellikle Ermeni halklarının önemli bir inanç merkezi olan Akdamar başlıklı filmin izlenmesiyle başlayan açılıшта, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın mesajı okundu.

Cumhurbaşkanı Erdoğan mesajında şunları kaydetti:

"Hristiyan aleminin, özellikle Ermeni halklarının önemli bir inanç merkezi olan Akdamar Kilisesi'ne tarih bilinci ve kültürel mirası koruma ahlakıyla sahip çıktık. Ortak kültürel mirasımızı ayakta tutabilmek ve gelecek kuşaklara aktarabilmek için özenle çalıştık. Anadolu'nun farklı inanç ve kültürlerde saklı anıtlarının bir bir gün yüzüne çıkardık. Bunu ülkemizin bir zenginliği olarak gördük. Kültürel miraslarımızın hak ettiği değere yeniden kavuşması için incelikli çalışmalarımızı sizlerin de desteğiyle sürdürmek en büyük dileğimizdir. Bu güzel akşamda ülkemizin kültürel zenginliğinin en güzel fotoğrafını veren sizleri sevgi ve saygı ile selamlıyorum."

'Çingene Kızı' ABD için hazırlanıyor

Parçaları 58 yıllık hasretin ardından Türkiye'ye getirilen Çingene Kız mozağının Gaziantep'te replikaları hazırlanıyor. Mozağın kopyaları tamamlandıktan sonra ABD'nin Bowling Green State Üniversitesinde sergilenecek.

Yıllar önce Türkiye'den ABD Ohio'daki Bowling Green State Üniversitesine kaçırılan Zeugma Mozaikleri kayıp parçalarının Gaziantep'e getirilmesinin ardından yerlerine gönderilecek olan replika mozaiklerin çalışmalarında sona gelindi. Türkiye'de en önemli kültür mirasları arasında gösterilen ve diplomatik girişimlerin ardından yıllar sonra Gaziantep'teki Zeugma Mozaik Müzesi'ne getirilen Çingene Kız mozağının kopyaları Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Jale Tekinalp Yücel Kültür Sanat ve Merkezi tarafından hazırlanıyor.

Kültür ve Turizm Bakanlığının kontrolünde Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Gaziantep Mozaikleri Eğitim Merkezi Restorasyon Müdürlüğüne yaklaşık 7 aydır yürütülen çalışmalarda son aşamaya gelindi. Fırat Nehri kıyısından toplanan ve dönemi yansıtan taşlarla yapımı devam eden 12 adet mozaik parçanın replikaları tamamlandıktan sonra ABD'nin Ohio eyaletindeki Bowling Green State Üniversitesine gönderilecek.



Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2019 yılı ilk altı ayında %45 azaldı

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2019 yılı ilk altı ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre %44,77 azalarak 195.144 adet olarak gerçekleşti. 2018 yılı ilk altı ayında 353.348 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları, 2019 yılı ilk altı ayında geçen yıla göre %43,31 oranında azalarak 156.378 adet oldu. Geçen yıl aynı dönemde 275.870 adet satış yaşanmıştı.

Hafif ticari araç pazarı, 2019 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yıla göre %49,97 azalarak 38.766 adet oldu. 2018 yılı aynı dönemde 77.478 adet satış gerçekleşmişti.

2019 yılı Haziran ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 42.688 adet oldu. 51.037 adet olan 2018 yılı Haziran ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %16,36 oranında azaldı.

2019 yılı Haziran ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %12,62 azaldı ve 6.024 adet oldu. Geçen sene 41.225 adet satış gerçekleşmişti.

2019 yılı Haziran ayında hafif ticari araç pazarı 2018 yılının Haziran ayına göre %32,08 azaldı ve 6.664 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 9.812 adet satış yaşanmıştı.

2019 yılı Haziran ayı sonunda 1600cc altındaki otomobil satışlarında %44,5 , 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %49,5 ve 2000cc üstü otomobillerde %36,9 azalış izlendi. 2019 yılı Haziran ayı sonunda 90 adet elektrikli ve 4.811 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

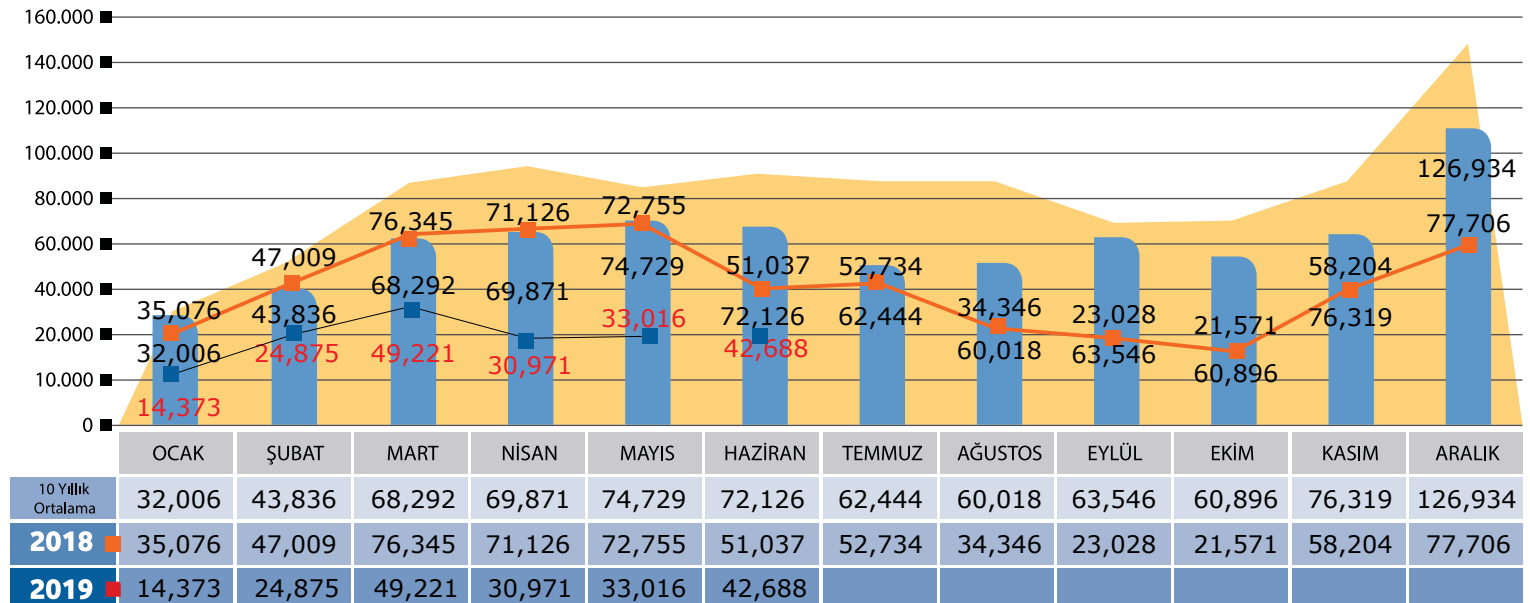
2019 yılı Haziran ayı sonunda otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %36,77 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 57.500 adet ile sahip oldu.

2019 yılı Haziran ayı sonunda dizel otomobil satışlarının payı %56,07'ye gerilerken, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı %66,28'e ulaştı.

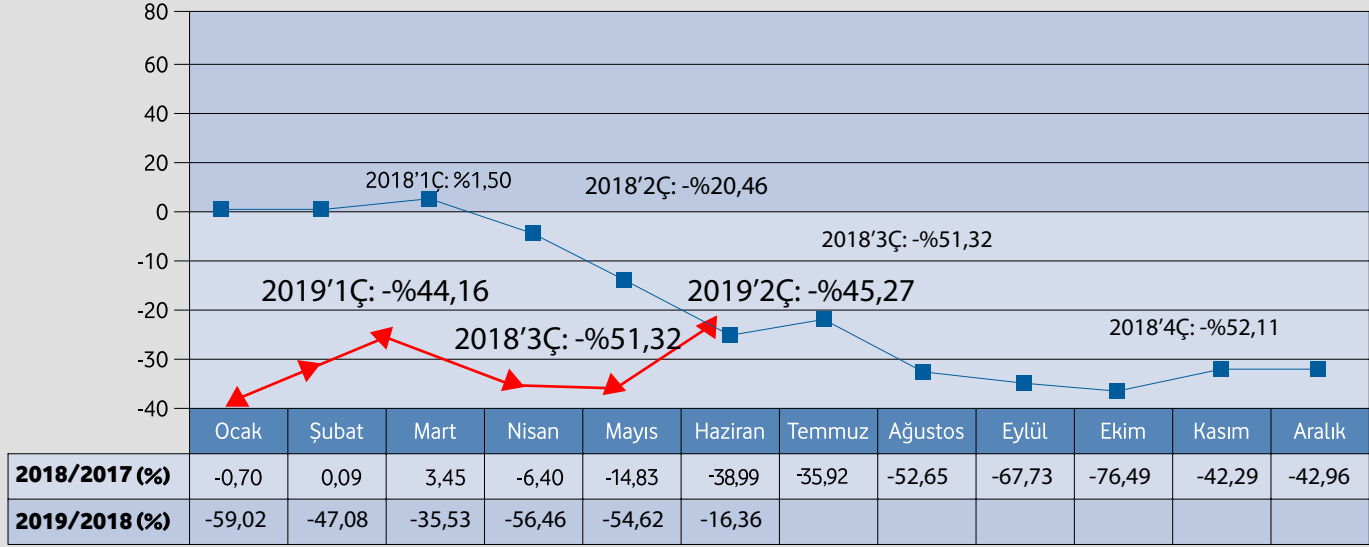
2019 yılı Haziran ayı sonunda otomobil pazarı segmentinin %87,35'ini vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %63,3 pay alan C (99.059 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğinde ise en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%50,7 pay, 79.341 adet) oldu.

2019 yılı Haziran ayı sonunda Hafif Ticari Araç Pazarı gövde tipine göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine %71,16 pay ile Van (27.584 adet), ardından %12,80 pay ile Kamyonet (4.963 adet) ve %8,04 pay ile Pick-up (3.115 adet) ve %8,01 pay ile Minibüs (3.104 adet) yer aldı.

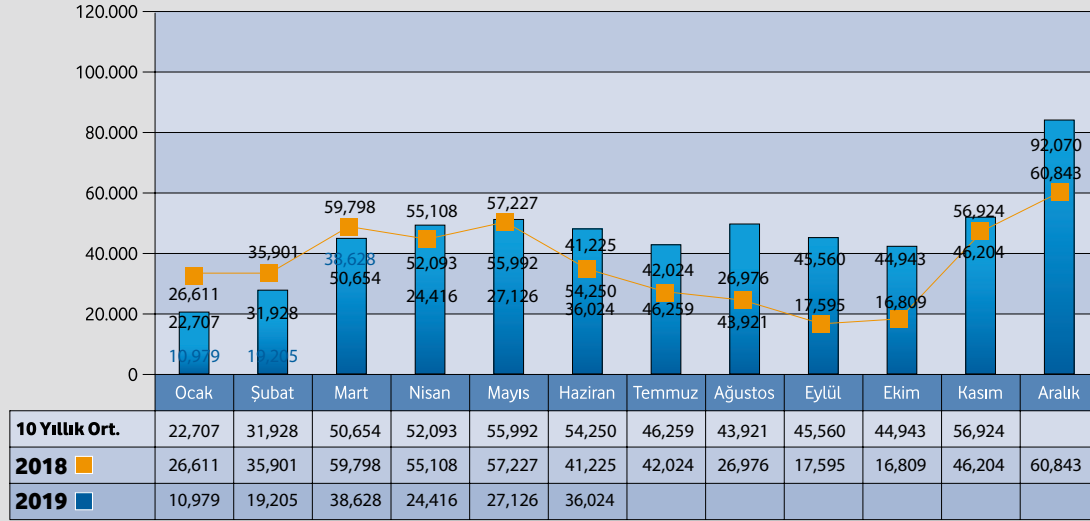
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK VE ÇEYREKLER GELİŞİMİ (%)



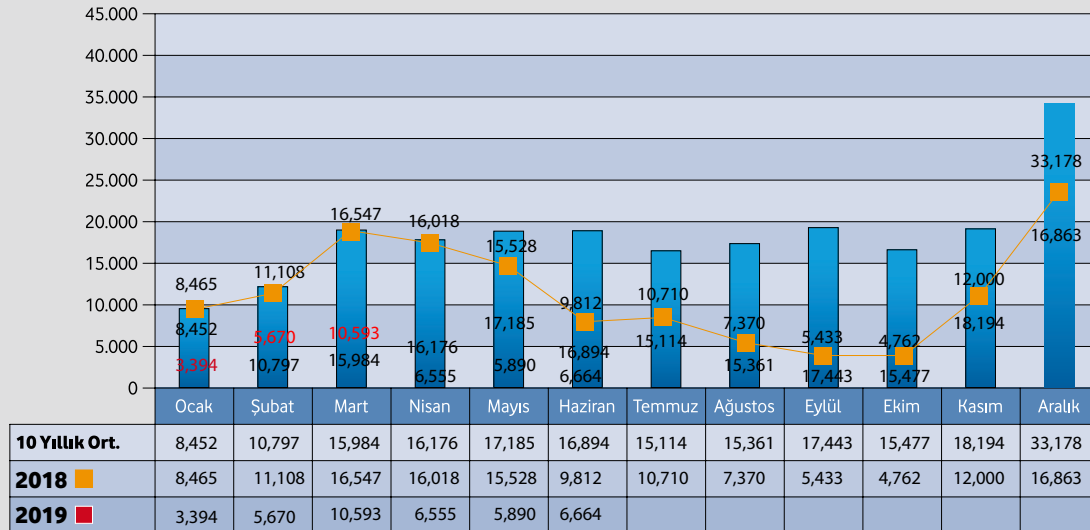
OTOMOBİL PAZARI



Türkiye Otomotiv pazarında hafif ticari araç pazarı, 2019 yılı Ocak-Mayıs döneminde geçen yıla göre %52,56 azalarak 32.102 adet oldu. 2018 yılı aynı dönemde 67.666 adet satış gerçekleşmişti.

2019 yılı Mayıs ayında hafif ticari araç pazarı 2018 yılının Mayıs ayına göre %62,07 azaldı ve 5.890 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 15.528 adet satış yaşanmıştı.

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Mayıs ayı ortalama satışlara göre %65,73 azaldı.

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: OCAK - HAZİRAN 2019

Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO	0	189	189	0	0	0	0	189	189
ASTON MARTIN	0	7	7	0	0	0	0	7	7
AUDI	0	3.879	3.879	0	0	0	0	3.879	3.879
BENTLEY	0	4	4	0	0	0	0	4	4
BMW	0	3.492	3.492	0	0	0	0	3.492	3.492
CITROEN	0	1.900	1.900	0	1.371	1.371	0	3.271	3.271
DACIA	0	6.444	6.444	0	1.016	1.016	0	7.460	7.460
DS	0	69	69	0	0	0	0	69	69
FERRARI	0	12	12	0	0	0	0	12	12
FIAT	23.677	453	24.130	6.443	530	6.973	30.120	983	31.103
FORD	627	4.845	5.472	13.532	552	14.084	14.159	5.397	19.556
HONDA	7.165	1.306	8.471	0	0	0	7.165	1.306	8.471
HYUNDAI	2.773	6.850	9.623	0	588	588	2.773	7.438	10.211
INFINITI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ISUZU	0	0	0	359	62	421	359	62	421
IVECO	0	0	0	0	555	555	0	555	555
JAGUAR	0	89	89	0	0	0	0	89	89
JEEP	0	885	885	0	0	0	0	885	885
KARSAN	0	0	0	282	0	282	282	0	282
KIA	0	1.781	1.781	0	608	608	0	2.389	2.389
LAMBORGHINI	0	4	4	0	0	0	0	4	4
LAND ROVER	0	357	357	0	0	0	0	357	357
LEXUS	0	18	18	0	0	0	0	18	18
MASERATI	0	19	19	0	0	0	0	19	19
MAZDA	0	167	167	0	0	0	0	167	167
MERCEDES-BENZ	0	4.222	4.222	0	2.255	2.255	0	6.477	6.477
MINI	0	595	595	0	0	0	0	595	595
MITSUBISHI	0	229	229	0	875	875	0	1.104	1.104
NISSAN	0	5.907	5.907	0	482	482	0	6.389	6.389
OPEL	0	5.986	5.986	0	251	251	0	6.237	6.237
PEUGEOT	0	8.824	8.824	0	2.443	2.443	0	11.267	11.267
PORSCHE	0	155	155	0	0	0	0	155	155
RENAULT	23.890	3.337	27.227	0	1.969	1.969	23.890	5.306	29.196
SEAT	0	2.054	2.054	0	0	0	0	2.054	2.054
SKODA	0	5.152	5.152	0	0	0	0	5.152	5.152
SMART	0	20	20	0	0	0	0	20	20
SSANGYONG	0	65	65	0	100	100	0	165	165
SUBARU	0	348	348	0	0	0	0	348	348
SUZUKI	0	1.040	1.040	0	0	0	0	1.040	1.040
TOYOTA	10.061	593	10.654	0	473	473	10.061	1.066	11.127
VOLKSWAGEN	0	15.046	15.046	0	4.020	4.020	0	19.066	19.066
VOLVO	0	1.842	1.842	0	0	0	0	1.842	1.842
TOPLAM:	68.193	88.185	156.378	20.616	18.150	38.766	88.809	106.335	195.144

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: MAYIS-2019									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		60	60			0	0	60	60
ASTON MARTIN		1	1			0	0	1	1
AUDI		891	891			0	0	891	891
BENTLEY		0	0			0	0	0	0
BMW		637	637			0	0	637	637
CITROEN		469	469		189	189	0	658	658
DACIA		1.569	1.569		170	170	0	1.739	1.739
DS		15	15			0	0	15	15
FERRARI		2	2			0	0	2	2
FIAT	4.906	99	5.005	1.375	175	1.550	6.281	274	6.555
FORD	139	1.232	1.371	2.047	34	2.081	2.186	1.266	3.452
HONDA	1.640	203	1.843			0	1.640	203	1.843
HYUNDAI	653	1.123	1.776		81	81	653	1.204	1.857
INFINITI		0	0			0	0	0	0
ISUZU			0	71	2	73	71	2	73
IVECO			0		134	134	0	134	134
JAGUAR		19	19			0	0	19	19
JEEP		168	168			0	0	168	168
KARSAN			0	31		31	31	0	31
KIA		205	205		149	149	0	354	354
LAMBORGHINI		1	1			0	0	1	1
LAND ROVER		48	48			0	0	48	48
LEXUS		3	3			0	0	3	3
MASERATI		3	3			0	0	3	3
MAZDA		18	18			0	0	18	18
MERCEDES-BENZ		1.021	1.021		319	319	0	1.340	1.340
MINI		169	169			0	0	169	169
MITSUBISHI		26	26	0	411	411	0	437	437
NISSAN		1.215	1.215		41	41	0	1.256	1.256
OPEL		1.268	1.268		55	55	0	1.323	1.323
PEUGEOT		1.927	1.927		333	333	0	2.260	2.260
PORSCHE		24	24			0	0	24	24
RENAULT	6.565	718	7.283		211	211	6.565	929	7.494
SEAT		547	547			0	0	547	547
SKODA		1.441	1.441			0	0	1.441	1.441
SMART		1	1			0	0	1	1
SSANGYONG		11	11		22	22	0	33	33
SUBARU		32	32			0	0	32	32
SUZUKI		245	245			0	0	245	245
TOYOTA	2.559	94	2.653		90	90	2.559	184	2.743
VOLKSWAGEN		3.665	3.665		724	724	0	4.389	4.389
VOLVO		392	392			0	0	392	392
TOPLAM:	16.462	19.562	36.024	3.524	3.140	6.664	19.986	22.702	42.688

2019 Haziran ayı sonunda otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %94,02 oranıyla 1600cc altındaki otomobiller 147.031 adet ile sahip oldu. Ardından %2,54 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,30 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2018 Haziran ayı sonuna göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %44,5 , 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %49,5 ve 2000cc üstü otomobillerde ise %36,9 azalış görüldü. 2019 yılı altı aylık dönemde 85kW altı 23 adet ve 121kW üstü 67 adet, toplam 90 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

2019 Haziran ayı sonunda 1600cc altı 58 adet, 1601cc<=1800cc (>50 kW) aralığında 4.536 adet, 1801cc-2000cc aralığında 72 adet, 2001cc-2500cc (>100KW) aralığında 57 adet, 2001cc-2500cc (<=100KW) aralığında 86 adet ve 2500cc üstü 2 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti. 2019 Haziran ayı sonunda toplam 4.811 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2018'Haziran Sonu		2019'Haziran Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	265.035	96,07%	147.031	94,02%	-44,5%	30, 35, 60	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	7.884	2,86%	3.979	2,54%	-49,5%	100, 110	
≥ 2001 cc	B/D	740	0,27%	402	0,30%	-36,9%	160	
≤ 85 kW	ELEKTRİK	72	0,03%	23	0,01%	-68,1%	3	
86 kW ≤ 120 kW	ELEKTRİK	0	0,00%	0	0,00%		7	
≥ 121 kW	ELEKTRİK	26	0,01%	67	0,04%	157,7%	15	
≤ 1600 cc	HİBRİT	304	0,11%	58	0,04%	-80,9%	30, 35, 60	
1601 cc - ≤ 1800 cc (<50 KW)	HİBRİT	0	0,00%	0	0,00%		110	
1601 cc - ≤ 1800 cc (>50 KW)	HİBRİT	1.642	0,60%	4.536	2,90%	176,2%	30, 35, 60	
1801 cc - ≤ 2000 cc	HİBRİT	17	0,01%	72	0,05%	323,5%	110	
2001 cc - ≤ 2500 cc (<=100 KW)	HİBRİT	0	0,00%	57	0,04%		160	
2001 cc - ≤ 2500 cc (>100 KW)	HİBRİT	146	0,05%	86	0,05%	-41,1%	110	
>2500 cc	HİBRİT	4	0,00%	2	00,0%	-50,0%	160	
Toplam		275.870	100,00%	156.378	100,00%	-43,3%	Vergi Oranları	

2019 Haziran ayı sonunda otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya %36,77 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (57.500 adet) ve ardından %27,86 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (43.562 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2018'Haziran Sonu		2019'Haziran Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	51.157	18,54%	28.207	18,04%	-44,86%
≥ 100 - < 120 gr/km	114.145	41,38%	57.500	36,77%	-49,63%
≥ 120 - < 140 gr/km	60.217	21,83%	43.562	27,86%	-27,66%
≥ 140 - < 160 gr/km	41.815	15,16%	22.799	14,58%	-45,48%
≥ 160 gr/km	8.536	3,09%	4.310	2,76%	-49,51%
Toplam	275.870	100,00%	156.378	100,00%	-43,31%

2019 yıl Haziran ayı sonunda otomobil satışları motor tipine göre incelendiğinde dizel otomobil satışları %56,07 pay (87.680 adet) ile birinci sırada yer alırken, benzinli otomobil satışları %36,89 pay (57.687 adet) ile ikinci sırada, ardından otogazlı %3,91 pay ile üçüncü, hibrit %3,08 pay ile dördüncü ve elektrikli otomobiller ise %0,06 pay ile beşinci sırada yer aldı.

MOTOR TİPİ	2018'Haziran Sonu		2019'Haziran Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
Dizel	167.033	60,55%	87.680	56,07%	-47,51%
Benzin	97.972	35,51%	57.687	36,89%	-41,12%
Otogaz	8.654	0,77%	6.110	3,91%	-29,40%
Hibrit	2.113	0,04%	4.811	3,08%	127,69%
Elektrik	98	0,04%	90	0,06%	-8,16%
Toplam	275.870	100,00%	156.378	100,00%	-43,31%

AUTOROLA

İkinci el araç işini yeniden tasarladık!

AUTOROLA, Filo ve İkinci El Yönetimi için online yeniden pazarlama ve otomotiv IT çözümlerinde dünya lideridir.



DNA'mızda « Yazılım » var.

AUTOROLA
MARKETPLACE

AUTOROLA ONLINE AÇIK ARTIRMA PLATFORMU

31 ülkeden 70.000 üzerindeki alıcısıyla, dünya genelindeki satıcıların araçlarının sunulduğu online araç açık artırma platformu
www.autorola.com.tr

AUTOROLA
SOLUTIONS

AUTOROLA 2.EL FİLO ÇÖZÜMLERİ

Tek merkezden filo yönetimi, araç ekspertizi, araç değerlendirme, fotoğraflama, stoklama, sistem entegrasyonları
www.autorolagroup.com

INDICATA
PART OF AUTOROLA GROUP

INDICATA

14 ülkede günde 6 milyon online araç ilanını robotlar aracılığıyla tarayarak ikinci el pazarına ait gerçek zamanlı analiz yapan yapay zeka, makine öğrenmesi ve akıllı verinin birleştiği platform
www.indicata.com.tr

#FOCUSBENİM



Seni en güçlü yansıtan o.

*Sana yakışan, seninle yaşayan,
seni ileri, standartlarını yukarı taşıyan
Yeni Ford Focus.*



Go Further

Ford Focus Titanium 4 Kapı 1.5L 120 PS otomatik şanzımanlı dizel motor tipinde CO₂ salımı 113 g/km, yakıt tüketimleri L/100 km: Şehir içi 4,9, şehir dışı 4,0, ortalama 4,3'tür.
Detaylı bilgi için ford.com.tr/yeni-focus