

OTOBAN

OYDER Yönetim Kurulu Üyesi,
Şahsuvaroğlu Otomotiv
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
ve Genel Müdürü

Murat Şahsuvaroğlu
"Otomotiv sektörüne olan
inancımızı hiç kaybetmedik"

**2014 Türkiye: Küresel,
Bölgesel ve Ulusal Jeopolitik
Değerlendirme**
Prof. Dr. Ümit Özdağ

Mazda Türkiye Satış Direktörü

Mert Güçlüer
Yetkili satıcılarımız
markamızı sevgi ve
bağlılıkla temsil ediyorlar

**OYDER Başkanı Şükrü Ilısal, Rekabet
Kurumu Başkanı'nı ziyaret etti**

OYDER Genel Sekreteri Özgür Tezer,
Rekabet Kurumu'nun Uludağ Üniversitesi'
nin katkılarıyla gerçekleştirdiği " Motorlu
Taşıtlar Sektör Araştırması Raporu"
Paneline Konuşmacı olarak katıldı

**Rekabet Kurulu Motorlu Taşıtlar
Sektör Araştırması**



Türkiye’de ilk defa cepten ilan verme ayrıcalığı **tasit.com**’da

İster aracınızı **hemen satın**,
ister hayalinizdeki aracı **anında bulun!**



İlanınızın başlığı buraya gelecek
XX.XXX TL

Sedan, 101-125 BG, Dizel, Otomatik Vites,
Beyaz, Metalik Boya

- 1 Uygulamayı İndir
- 2 Araç Bilgilerini Gir
- 3 Fotoğrafları Yükle
- 4 İlanın Yayında!
- 5 Üstelik ilanın 120 haber portalında da yayında!

Milliyet

ZAMAN

Cumhuriyet

VATAN

STAR

INTERNETHABER

SÖZCÜ

HABERLER.COM

samanyoluhaber

HA

+110

**HABER
PORTALI
DAHA!**



/tasitcom



/tasitcom



/tasitcom



/tasitcom

tasit.com



Available on the iPhone
App Store



ANDROID APP ON
Google play



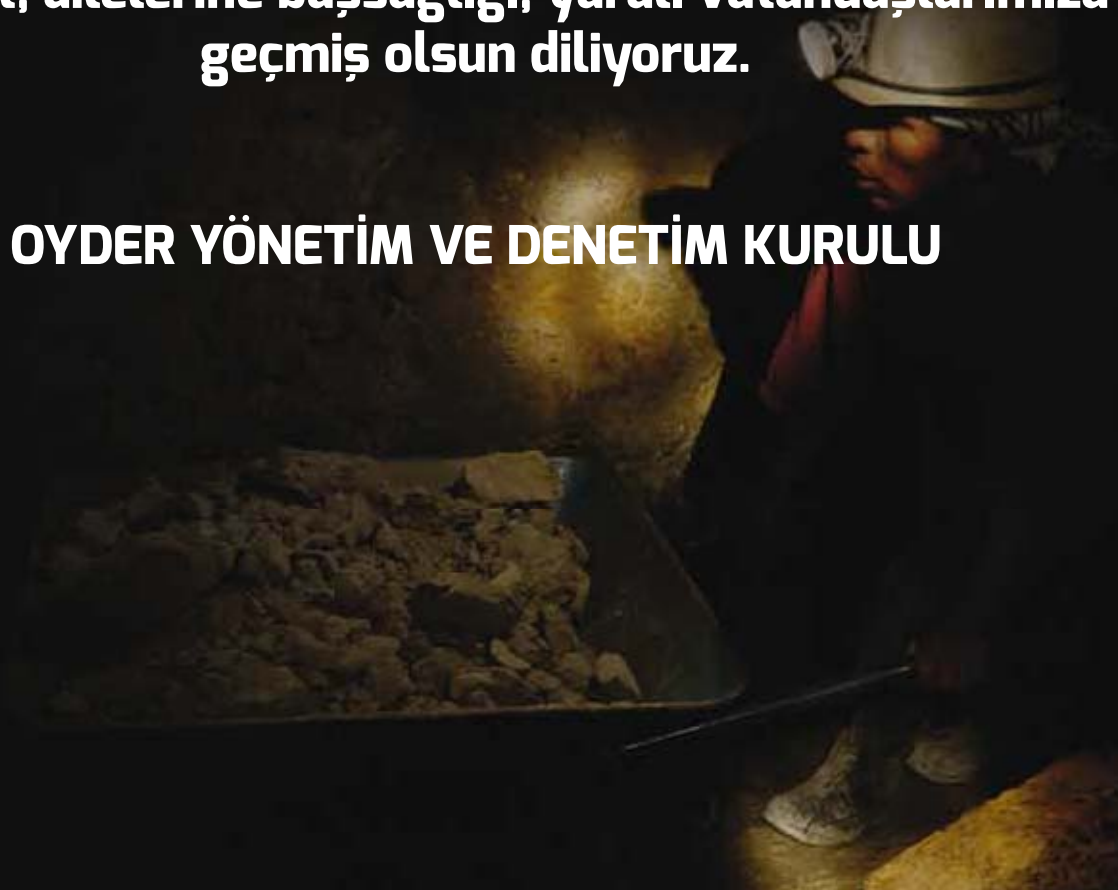


BAŞIMIZ SAĞOLSUN

Soma'daki bir maden ocağında meydana gelen patlama nedeniyle çok sayıda maden işçisinin hayatını kaybettiğini, yine çok sayıda yurttaşımızın da maden ocağında mahsur kaldığını büyük üzüntüyle öğrenmiş bulunuyoruz.

Kazada hayatını kaybeden yurttaşlarımıza Allah'tan rahmet, ailelerine başsağlığı, yaralı vatandaşlarımıza geçmiş olsun diliyoruz.

OYDER YÖNETİM VE DENETİM KURULU



Mesajlarımızı Rekabet Kurumu Başkanı'na ilettik

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri



Değerli Meslektaşlarım,

2014 yılı itibarı ile sektör üzerine çöken olumsuz havanın Nisan ayında da devam etmesi ile önemli derecede satış kaybı yaşanmaya devam ediyor. Yılbaşında yapılan yüzde 20 satış kaybı yaşanabileceği tahminleri 4 ay sonunda ortalama yüzde 25 gerçekleşme oranı ile doğrulanmaya çok yakın görünüyor.

Sektörümüzü regüle eden 2005/4 Blok Muafiyeti kanununun uygulanması ve sonuçlarına ilişkin Rekabet Kurumunun yaptığı rapor çalışması geçtiğimiz aylarda sonuçlanmıştı. Nisan ayında sektör dernekleri ile paylaşılan raporun değerlendirmesi amacıyla Bursa Uludağ Üniversitesi ev sahipliğinde bir sempozyum düzenlendi. Bu sempozyumun bir panelinde yetkili satıcılar adına görüşlerimizi paylaşmak üzere Rekabet Kurumu tarafından davet edilerek görüşlerimizi paylaşma fırsatı bulduk.

Raporun geneli anlamında, birçok bilginin biraraya getirilmesi açısından sektöre ışık tutmakla beraber bazı noktalarda düzeltmelerin yapılması gerekliliğini olduğunu tespit ettik ve kurumun yetkilileri ile bunları paylaştık. Sempozyumda verdiğimiz mesajları dergimizin içinde hem sempozyum haberinde, hem de daha sonra OYDER Yönetim Kurulu Başkanı Sn.H.Şükrü İLİSAL'ın Rekabet Kurumu Başkanı Prof Dr. Nurettin Kaldırımçıya yaptığı ziyaret haberinde aktardık.

Özetle kurum, uygulamanın başladığı 2006 yılından bu yana satış tarafında rekabet şartlarının sağlandığı ve bu şartların devam edeceği ancak satış sonrası ve yedek parça tarafında yeterli rekabet ortamının oluşmadığı bu konuda taraflar ile değerlendirmeler yapılacağı yönünde düşünceye sahip.

Ancak görünen odur ki kurumun çalışanlarının teknik bilgi konusunda yeterli altyapıya sahip olmamaları sebebi ile onarımlar ve yedek parçalar konusunda sektör tarafından desteklenmeye ve bilgilendirilmeye ihtiyaçları vardır. Kurum ile paylaştığımız OYDER raporunda bu yönde birçok bilgiyi sadece ana hatları ile paylaşmış ve detayları konusunda her zaman destek vermeye hazır olduğumuzu belirttik.

AB'de 2010 Haziran'ında satış sonrası ve parça konusunda değişen regülasyon, satış konusunda da 2013 Haziran'ında değişime gitmişti. Bu değişiklikleri dergimizin önceki sayılarında ve bölge toplantılarında sizlerle paylaşmıştık. Ülkemizde de mevcut regülasyonun bunlara uygun değişmesi amacıyla henüz bir çalışma başlatılmadığı kurum yetkilileri tarafından belirtilse de önümüzdeki süreçte bu konunun çok büyük bir dikkat ve önemle takip edilmesi gerekliliği vardır.

Saygılarımla,

Değerli arkadaşlarım, dergimizin basıma girdiği günde ülkemizde yaşanan çok elim, trajik ve korkunç Soma maden faciasında hayatını kaybeden kardeşlerimize Allah'tan rahmet, aileleri ve yakınlarına sabır diliyorum.



Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
adına İmtiyaz Sahibi
H. Şükrü İLİSAL

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Murat MUTLU

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

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

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

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

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

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

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın, Ayda Bir Yayınlanır.

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



MAVİ TANITIM VE İLETİŞİM



NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.

Yeni Hyundai Elantra.
Gençliğine geri dönemezsin
ama onu tekrar hissedebilirsin.

1.6 DİZEL MOTOR
SEÇENEĞİYLE...



İnternet bağlantılı,
navigasyonlu ses sistemi



3 farklı sürüş modu sunan
FLEX STEER™



LED entegreli sürüş farları



Yeni
ELANTRA

hyundai.com.tr

facebook.com/hyundaiturkiye

twitter.com/hyundaiturkiye

Hyundai Elantra'nın ortalama yakıt tüketimi
4,9-7,1 lt/100 km ve CO₂ emisyonu
128-165 g/km arasında değişmektedir.



İÇİNDEKİLER



10



14



30



42

EDİTÖRÜN YORUMU

4 Mesajlarımızı Rekabet Kurumu Başkanı'na ilettik

Özgür TEZER

OYDER Genel Sekreteri

OYDER'DEN HABERLER

8 OYDER Başkanı Şükrü İlısal, Rekabet Kurumu Başkanı'nı ziyaret etti

GÖRÜŞ

10 "Otomotiv sektörüne olan inancımızı hiç kaybetmedik"

Murat ŞAHSUVAROĞLU

OYDER Yönetim Kurulu Üyesi,
Şahsuvaroğlu Otomotiv
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
ve Genel Müdürü

RÖPORTAJ

14 "Yetkili satıcılarımız markamızı sevgi ve bağlılıkla temsil ediyorlar"

Mert GÜÇLÜER

Mazda Türkiye Satış Direktörü

REKABET HUKUKU

18 Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumu

22 Rekabet Kurulu Motorlu Taşıtlar Sektör Araştırması

Rekabet Kurulu'nun Motorlu Taşıtlar Sektör Araştırmasına göre satış pazarındaki rekabetçi yapı araç fiyatlarını düşürdü, sektördeki satış kar marjları ise azaldı. Rekabet Kurulunca yapılan araştırmada, motorlu taşıtlar sektöründe oldukça rekabetçi bir yapının olduğu, bu rekabetin araç fiyatlarını düşürdüğü tespit edildi.

MAKALE

30 2014 Türkiye: Küresel, Bölgesel ve Ulusal Jeopolitik Değerlendirme

Prof. Dr. Ümit ÖZDAĞ

İŞ ORTAKLARIMIZ

36 Kaporta ve Boya departmanlarının geleceği

Alphan ALTIN

BASF Coatings Kurumsal Müşteriler Müdürü

KİRALAMA SEKTÖRÜ

40 Uzun dönem araç kiralamak için şimdi 'HemenGazla'

RÖPORTAJ

42 "1 yılda Türkiye çapında 11 yetkili satıcıya ulaştık"

Tuğrul DENİZASAN

OTOMOL CEO'SU

TEDARİK SANAYİ

45 TAYSAD, otomotivde yeni kümelenme bölgelerine odaklandı

OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ

46 Sanayici, otomotivde katma değeri artıracak projelere talip

SEKTÖRDEN HABERLER

48 Opel'in gözü Türkiye'de

49 Continental'den lastikleriniz için özel saklama hizmeti

50 TÜVTÜRK Akademi'den, Egzoz Emisyon Ölçümü Sertifika Programı

53 Özön Grup İstanbul'da büyümeye devam ediyor

SOSYAL SORUMLULUK

54 Renault'nun yarışması binlerce liseliyi trafik sorunları için harekete geçirdi

SEKTÖR ANALİZİ

56 Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2014 yılı ilk 4 ayında yüzde 25,5 azaldı

62 Otomotiv ihracatı yine 2 milyar doları geçti



CITROËN DS Serisi huzurlarınızda.

CITROËN DS3



CITROËN DS4



CITROËN DS5



**SIRA DIŞI TASARIM VE YARATICI TEKNOLOJİ
DS SERİSİYLE CITROËN YETKİLİ SATICILARI'NDA!**

Otomobil dünyasının geleceğiyle bugünden tanışmanız için sizi bekliyoruz.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



OYDER Başkanı Şükrü İlşal, Rekabet Kurumu Başkanı'ni ziyaret etti



Rekabet Kurumu Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırım



OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlşal

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H.Şükrü İlşal, 12 Mayıs 2014 günü Ankara'da Rekabet Kurumu Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırım'ı ziyaret etti.

H. Şükrü İlşal, gerçekleştirdiği ziyarette, Rekabet Kurumu'nun otomotiv sektörü adına yapmış olduğu rapor çalışması için teşekkür ederek "bugüne kadar böyle bir çalışma gerçekleştirilmemişti. Bazı gerçeklerin ortaya çıkmasına vesile oldu" dedi.

OYDER olarak, Rekabet Kurulu Motorlu Taşıtlar Sektör Araştırması Raporu'nun içeriğinde düzeltilmesi gerektiği düşünülen bazı bilgiler hakkında görüşler paylaşıldı.

OYDER Yönetim Kurulu Başkanı H. Şükrü İlşal, özellikle yetkili satıcı şirketlerinin kâr marjları konusunda antat kalınmadığını belirtti. Raporda 2002-2011 yılları arasında belirtilen ortalama yüzde 3 civarında kâr marjının yetkili satıcılar için brüt marjını gösterdiği bilgisi verildi. Ancak bugünkü durumda kâr marjlarının yüzde 1 seviyelerinde olduğu aktarıldı. Yetkili satıcıların kâr marjlarına değinen İlşal, "Unutulmamalıdır ki bu marjlar vergi öncesi net kâr'lar değil, brüt kâr marjlarıdır. Rapor değerlendirilirken bu konunun özellikle bilinmesinin önemi çok yüksektir" dedi.

Rekabetin eşit bir seviyede değerlendirilmesi gerektiğini söyleyen H. Şükrü İlşal, "Bağımsız tamirhanelerin yeterli derecede denetlenemediğini düşünüyoruz. Çalışan personelin sosyal hakları, çalışma koşulları, iş güvenliği ve işçi sağlığı kanununun uygulaması, işçi maaşlarının gerçek seviyelerden gösterilmemesi, çevre sağlığının göz ardı edilmesi, yeterli teknik bilgi edinmeden onarım yapılması, doğru ekipman kullanmadan onarım yapılması, konularının denetleme yapılmaması sebebi ile haksız rekabet ortamına müsaade ettiği görülmektedir" diye konuştu.

H. Şükrü İlşal, Rekabet Kurulu Başkanı Nurettin Kaldırım'ı, eşdeğer parça tanımının yeterli derecede algılanmaması ve tanımın doğru olmaması nın yetkili satıcıları mağdur ettiğini dile getirdi.

H. Şükrü İlşal, "Bugün tebliğde 'bir parçanın sertifikası varsa bu eşdeğerdir' tanımı olması nedeniyle ülkemize yurt dışından gelen her parça eşdeğer statüsündedir. Yani Vietnam'da, Tayland'da, Tayvan'da ki bir üretici kendisinin yazdığı bir kağıt parçasına istinaden bu parçayı ülkemize sokabilmekte ve bunu eşdeğer olarak tanımlatabilmektedir.

Tüzük, bu parçanın eşdeğer olmadığının ispatının yükümlülüğünü eşdeğer değildir diyenin üzerine vermiştir. Önerimiz AB ülkelerinin önde gelen akredite olmuş 'TUV', 'Cappai', 'CZ' gibi firmaların onay verdiği parçaların eşdeğer olarak kabul edilmesidir. Ayrıca bu firmaların ülkemizde Türkak'tan da akredite olmaları sağlanmalıdır." dedi.

Ancak bu durumda tüketici gerçek eşdeğer parça ile onarım hakkını kazanmış olacaktır açıklamasını yapan H. Şükrü İlşal, "Bunun aksi olduğunda, kalitesi son derece düşük olan ama bir belge ile satıldığı için eşdeğer etiketi ile satılan parça ile onarımdan tüketici zarar görmektedir" diye konuştu.

H. Şükrü İlşal, Rekabet Kurumu Başkanı'na 'Denetim' ve 'Ceza' mekanizmalarının çalışmadığı bir ülkede 'Eşit şartlarda rekabetten' bahsetmenin olanaksız olduğunu ifade etti.

Ayrıca, yeni tebliğ çalışmaları yapılırken OYDER'in yetkili satıcılar adına bu çalışmalara her türlü bilgi birikimi ile destek vereceği belirtildi. <<<



HİSLERİMİZ DOĞRU ÇIKTI... YENİ PEUGEOT 308 YILIN OTOMOBİLİ



**Yılın otomobiliyle yılın test sürüşü için sizi,
Peugeot Yetkili Satıcıları'na bekliyoruz.**

PEUGEOT FİNANS PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44



twitter.com/PeugeotTürkiye



facebook.com/peugeotturkiye

Yeni Peugeot 308 1.6 HDi 92 hp karma yakıt tüketimi 3.7 L / 100 km, CO₂ emisyon değeri 95 g/km'dir.

Yeni Peugeot 308 sade ve karizmatik tasarımıyla kusursuz bir hatchback. Yeni Peugeot i-Cockpit teknolojisi, küçük sportif direksiyonu, geniş dokunmatik ekranı ve yükseltilmiş gösterge paneli ile tüm duygularınızı harekete geçirecek bir sürüş deneyimi için hazır. Siz de bir Peugeot Yetkili Satıcısı'na gelin; otomotiv dünyasının önde gelen 22 ismi tarafından yılın otomobili seçilen Yeni Peugeot 308'i test edin, keşfedin, hissedin.

YENİ PEUGEOT 308

MOTION & EMOTION



PEUGEOT

**OYDER Yönetim Kurulu Üyesi,
Şahsuvaroğlu Otomotiv
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
ve Genel Müdürü**

Murat Şahsuvaroğlu

"Otomotiv sektörüne olan inancımızı hiç kaybetmedik"

Sektörün birinci çeyrek performansı

Öncelikle sektörün ilk 3 ayına bakarken istikamet almamız gereken nokta, sektörün bir önceki yılda yani 2013 yılı ilk 3 aylık performansına bakarak bugüne dair bir yorum yapabiliriz. Ama bu yorum çıplak gözle bakıldığında ne kadar sağlıklı olur? Eğer geçen yıla oranla bir düşüş var ise, bu düşüşün zahiri yüzünün mühim olduğu kadar zahiri olmayan yüzünde bir o kadar mühim olduğunu belirtmekte hakkaniyet istikametinde mecburiyet teşkil etmektedir.

Ve zahiri olmayan kısımları ise kanaat-i acizaneince toplum tarafından algılanmış ve gereği bir demokrasi sınavı ile yapılmıştır. Bu minvalde 30 Mart yerel seçimlerinin ülkemize hayırlar getirmesini yüce Mevlamdan temenni ederim.

2013 yılının ilk üç aylık satış rakamlarına bakarsak; Ocak ayında 25.835, Şubat ayında 36.814, Mart ayında 51.785 adet, toplamda ise 114.434 adet ile gerçekleştiğini görürüz. Bununla birlikte aslolan LCV olarak adlandırılan hafif ticari araç pazarının gelişimidir. Hafif ticari araçlar, biz otomotiv yetkili satıcılarının kanımca belkemiğidir. Hiç bir mütevaziliğe gerek duymadan, gerçekten gururla



belirtmekte fayda varki hafif ticari araç pazarı ülkemiz için büyük bir övünç kaynağıdır. Hafif ticari araçlar üretim ve pazar açısından Avrupa kıtasının araç üretim ve geliştirme merkezine gelmiş ve rüştünü ispatta üzerinden gerçekten senelerin geçtiği bir laboratuvar haline dönüşmüştür.

Yine rakamlara dönecek olursak, bu yılın ilk 3 aylık döneminde Ocak ayında 9.688, Şubat ayında 11.493, Mart ayında 16.989 adet olarak toplamda 38.170 adet olarak gerçekleşti. Ve yukarıda belirttiğim zahiri olan kısmı yani 2014 yılı ilk 3 aylık otomobil verilerine bir göz atacak olursak Ocak 24.368 adet Şubat 27.167 adet ve son olarak Mart 37.812 adet ile toplamda 89.347 adet ile kapatmıştır. Ve burada bir önceki yıl ile kıyas edildiğinde bir önceki yılda ilk 3 aylık toplamın 114.434 adet olduğu gerçeği göz önüne alınacak olursa düşüşün ne kadar dramatik olduğu görülebilir. Geçmişte bir çok kriz yaşamış otomotiv yetkili satıcıları, tabiri caiz ise çifte su verilmiş bıçak haline gelmiş ve adeta ekonomik krizlere karşı her türlü esneklik kabiliyeti kazanmıştır. Otomotiv yetkili satıcıları, esneklik kabiliyetine zarar verecek % 28-29 mertebesinde düşüş ile ilk 3 ayı bir daha yaşamamak ümidiyle geride bırakmıştır.

Hafif ticari araç pazarına bakacak olursak orada da otomotiv yetkili satıcılarının ve bileşenlerinin lehine olmayan bir durumu görebiliriz. Kanımca daha dramatik düşüş gösteren ve bizlerin asıl lokomotif olan hafif ticari araç pazarının da benzer şekilde düşüş trendine girdiğini göz önüne sermektedir. Burada da rakamlara bakacak olursak 2013 Ocak ayı 9.688 adet Şubat 11.493 adet ve Mart 16.989 adet ile 38.170 adet olarak gerçekleşmiştir. 2014 yılı Ocak

Sektör yapmış olduğu plaza yatırımları, servis metrekareleri (atıl kapasite) insan kaynakları bakımından toplam adet/yıl asgari 1 milyon iç pazar satış adedi temposuna göre dizayn edilmiştir. Bu rakamlara ulaşamaması halinde sektörde maalesef doğal seleksiyon süreci devreye girip her biri olduğu yerde otomotiv bayi-lik sektörü adına birer gurur abidesi olan otomotiv plazalarının ne yazıkki başkaca kalıplara gireceği gerçeği artık flu değildir. Bu minvalde masanın etrafında oturanlar yani üretici, distribütör ve otomotiv bayi ağı bir hedefe giderken asgari müşterek belirleyip şapkayı önümüze koyup çuvaldızı karşımızdakine batırırken iğneyide bir diğer elimizde hazır bulundurma gerçeği aşikardır. Ve nihayet en önemlisi ekonomik değeri ölçülemeyecek yılların sektör birikimi ve tecrübesinin ise yitip gidecek olması gerçeğini izaha bile gerek duymuyorum.

ay 8.302 adet Şubat 7.854 adet ve Mart 9.769 adet ile toplamda 25.925 adet ile sonlanmıştır. Buradaki düşüş ise % 47-48 mertebelerinde olmuştur.

Benim bu tablodan çıkardığım sonuç ise hafif ticari araç müşterilerimiz olan küçük ve orta ölçekli işletmelerde gerçek manası ile bir ekonomik daralma ve belirsizliğin getirdiği satın alma kabiliyetini öteleme iradesini ortaya koymuştur diyerek optimist olmayı tercih ediyorum. Hülasa sektör yapmış olduğu plaza yatırımları, servis metrekareleri (atıl kapasite) insan kaynakları bakımından toplam adet/yıl asgari 1 milyon (iç pazar) satış adedi temposuna göre dizayn edilmiştir. Türkiye gibi genç nüfuslu, potansiyeli ciddi bir ülkede kanımca bu rakamlar gelişen ekonomisiyle paralellik maalesef göstermemektedir. Diğer her sektör son 10 yılın büyüyen trendinde üçşakağı beşyukarı Türkiye cumhuriyeti ekonomik büyümesiyle paralellik göstermiştir. Fakat otomotiv yetkili satıcılık sistemi ne yazık ki bu ekonomik büyüme gösterisinde sadece yardımcı rollerde görünebilmiştir. Kanımca sektör kendisine tevdi edilen bu yardımcı rol kisvesiyle sürdürülebilirlik konusunda ciddi manada alarm vermektedir. Yıllık 1 milyon adet satış rakamlarına ulaşamaması halinde sektörde maalesef doğal seleksiyon süreci devreye girecektir.

Her biri bulunduğu yerre sektör adına birer gurur abidesi olan yetkili satıcıların plazalarının ne yazık ki başka kalıplara gireceği gerçeği artık flu değildir. Bu minvalde masanın etrafında oturanlar yani üretici, distribütör ve otomotiv bayi ağı bir hedefe giderken asgari müşterek belirleyip şapkayı önüne koymak durumundadır. Artık çuvaldızı karşımızdakine batırırken, bir elimizde iğneyi hazır bulundurma gerçeği ile karşı karşıyayız.

Sonuç itibarıyla en önemlisi, ekonomik değeri ölçülemeyecek yılların sektör birikimi ve tecrübesinin ise yitip gidecek olması gerçeğini izaha bile gerek duymuyorum.



SATIŞ SONRASI HİZMETLERDE YAŞANAN SIKINTILAR

Satış sonrası hizmetler; bizlerin hiç bilmediği, otomotiv plazalarının başlangıcında ise hiç içine girmek istemediğimiz ve hatta yatırımlarımızı yaparken hep soru işareti ile yaklaştığımız alanlardı.

Arz ve talep dengesindeki bozukluk yüzünden satışlar yeterince kar üretiyordu. Bir özeleştirici olarak o dönemler bizler elbisemizin ütüsünün bozulmasını istemiyorduk. Otomotiv plaza yatırımlarının başladığı ilk yıllarda, servis noktalarının üçüncü şahıslara işletmek üzere verildiği örnekleri mevcut olmakla birlikte hafıza kompartımanlarımızda yerini hala korumaktadır.

Geldiğimiz bu noktada ise satış sonrası alanlar, bizlerin adeta nabız aldığı tek yer olarak ticarethanelerimizin en kutsal alanları olmayı kısa otomotiv plaza tarihinde bizlere öğretmiştir. Otomotiv işinin bekli de en müptela yanı hergün yeni bir şey öğrenebiliyor olmaktır. Bu öğrendiklerini yılların birikimi olan tecrübe havuzuna aktarmaktır. Yıllık bir milyon adet satış rakamlarına göre otomobil yetkili satıcıları plazalarını dizayn etmiştir.

Yani bu kadar yıllık araç satışının yanında halihazırdaki araç parkı ile son 10 yılın Türkiye'sinin büyümesine paralel bir büyüme gösteremedik. Yetkili satıcıların elinde buna rağmen atıl metrekareler, bütün eğitimlerini tamamlamış insan kaynakları mevcuttur. İşte bu büyük bir çelişkidir. Şimdi, "küçülmek mi gerekiyor?" sorusu akıllara gelebilir. Yani, "yetiştirilmiş insan kaynaklarını kaybetmek mi?" veya "servislerimizi sürdürülebilir kar merkezleri haline getirmek mi?" gerekiyor. Bana göre doğru olanı, servislerimizi sürdürülebilir

Satış sonrası alanlar bizlerin adeta nabız aldığı tek yer olarak ticarethanelerimizin en kutsal alanları olmayı kısa otomotiv plaza tarihinde bizlere öğretmiştir.

Yani herkesçe malum sigorta şirketlerinin maliyetlerini kurtarmak adına kendi kademelerini oluşturmaları, eşdeğer parça uygulamaları Avrupa Birliği müktesebatı, Gümrük Birliği bilmecesi, rekabetin kurumları, iş paydaşlarımızın bizi rekabet atına dönüştürmesi gibi malumu ilana gerek olmayan aşıkâr tekrar izaha gerek görmediğim satış sonrasına ait sıkıntılı konulardır.

kar merkezleri haline getirmek gerekliliğidir. Bu, daha önce belirttiğim gibi bütün bileşenlerin asgari müşterek belirlemesi ve aksiyonlarını ona göre dizayn etmesi ile mümkündür. Kanımca, yetiştirilmiş personelin ve kadroların sadece maddi değeri değil, aynı zamanda bir manevi değeri olduğuna da inancım tamdır.

Sıkıntılar, sadece metrekare yani kapasite fazlası değildir. Ahilik geleneğini çok iyi bilen ve o değere hürmet eden bizim toplumlarda bazı engeller karşımıza çıkmaktadır. Sözüm ona rekabet adı verilen durum yani her türlü etik değerleri zorlayarak; aylık, üç aylık ve yıllık karnelere bürünmüş halleriyle bizleri kendi mecralarına çekiyor. Ve hatta bu konuda da başarı gösterdikleri hiç müphem değildir. Maalesef bizler ahilik geleneğini, beynimizde uyuşturup bu fettan güzelin aylık, üç aylık ve yıllık karnelerle bezeli sözde rekabetinin esirleri olmakta da yarışır hale gelmişiz.

Yani herkesçe malum sigorta şirketlerinin maliyetlerini kurtarmak adına kendi kademelerini oluşturmaları, eşdeğer parça uygulamaları Avrupa Birliği müktesebatı, Gümrük Birliği bilmecesi, rekabetin kurumları, iş paydaşlarımızın bizi rekabet atına dönüştürmesi gibi malumu ilana gerek olmayan aşıkâr tekrar izaha gerek görmediğim satış sonrasına ait sıkıntılı konulardır.

ŞAHSUVAROĞLU OTOMOTİV'İN 2014 HEDEFLERİ

Bizim Allah'a hamdolsunki yaptığımız iş ile özdeşleşmiş bir soyadımız var. Yani Şahsuvaroğlu denince akla otomotiv geliyor. Otomotiv denilince de akla Ford yetkili satıcılığı geliyor. Ne mutlu ki 50 yıllık otomotiv geçmişi olan ve bunun son 30 yılı sayısız başarılarla dolu olan Ford yetkili satıcılığının 3. kuşak temsilcisiyim. Hafızamı yokladığımda, temsilcisi olduğumuz markanın hep bayraktarı olma yönünde azim göstermişiz. Bu konuda yapmış olduğumuz yatırımlarla markamıza, markamızın geleceğine ve mesleğimize olan inancımızın gerekenlerini yapmışız diye düşünüyorum.

2014 yılında da diğer yıllarda olduğu gibi Maltepe ve Pendik lokasyonumuzda bulunan iki Ford plazamızı değişen ve gelişen dünyanın gerçeklerini göz aldı etmeden geliştirmekteyiz. Küresel dünyaya ayak uydurarak, ama dallanıp budaklandığımız hakkaniyet ekseninden kaymayarak şirketimize layık sonuçları tabii ki ortaya koymaktır.

UZUN DÖNEM KİRALAMALAR SEKTÖRE NELER GETİREBİLİR?

Uzun dönem kiralamalar konusu kanımca muammadır. Tabiat boşluğu kaldırmaz, o boşluk muhakkak doldurulur. Uzun dönem kiralamalarındaki son 5 yılda gözle görülür



küçümsenmeyecek bir artış söz konusu. Muamma noktası ise acaba gerçekten pazar bu kadar büyüyor mudur? Yoksa bazı yerler referans gösterilerek küçülen otomotiv endüstrisini belirli bir büyüklükte tutmak, daha açıkcası otomotiv yetkili satıcılarının ayakta kalmasını sağlamak için bir finans enstrümanı olarak mı kullanılıyor? İşte bu durum bende soru işaretleri yaratıyor. Çünkü piyasadaki fiyatlamalar bu işin karlı bir operasyon merkezi olmadığını gösteriyor. Veya gerçekten benim bilmediğim bir şeyler var diye düşünüyorum. Açık olmak gerekirse bu konu hakkındaki teknik bilgi ve donanımım beni çok fazla yorum yapmaktan alıkoymuyor.

Fakat bu konuda emin olduğum bir şey var ki uzun dönem kiralama firmalarındaki yüksek iştah bizlerden perakende müşterisini çok açık bir şekilde eksiltiyor. Uzun dönem kiralama firmalarına yapılan iştah kabartan indirimlerin oranları bir miktar disipline edilirse ve biz otomotiv yetkili satıcılarının devamının ana damarı olan perakende müşterisinede bir miktar daha indirim

Uzun dönem kiralama firmalarına yapılan iştah kabartan indirimlerin oranları bir miktar disipline edilirse ve biz otomotiv yetkili satıcılarının devamının ana damarı olan perakende müşterisinede bir miktar daha indirim çok görülme eminim ki perakende ve filo araç satışı oranında hissedilir derecede makas perakende lehine açılacaktır. Unutmayalım ki bu otomotiv bayilikleri perakende odaklı olduğu müddetçe sürdürülebilir kalacaktır.

Bu kadar yıllık araç satışının yanında halihazırdaki araç parkı ile son 10 yılın Türkiye'sinin büyümesine paralel bir büyüme gösteremedik. Yetkili satıcıların elinde buna rağmen atıl metrekareler, bütün eğitimlerini tamamlamış insan kaynakları mevcuttur. İşte bu büyük bir çelişkidir. Şimdi, "küçülmek mi gerekiyor?" sorusu akıllara gelebilir. Yani, "yetişmiş insan kaynaklarını kaybetmek mi?" veya "servislerimizi sürdürülebilir kar merkezleri haline getirmek mi?" gerekiyor. Bana göre doğru olanı, servislerimizi sürdürülebilir kar merkezleri haline getirmek gerekliliğidir. Bu, daha önce belirttiğim gibi bütün bileşenlerin asgari müşterek belirlemesi ve aksiyonlarını ona göre dizayn etmesi ile mümkündür. Kanımca, yetişmiş personelin ve kadroların sadece maddi değeri değil, aynı zamanda bir manevi değeri olduğuna da inancım tamdır.



çok görülme eminim ki perakende ve filo araç satışı oranında hissedilir derecede makas perakende lehine açılacaktır. Unutmayalım ki bu otomotiv yetkili satıcıları perakende odaklı olduğu müddetçe sürdürülebilir kalacaktır.

Son olarak otomotiv bayiliği her sektörde olduğu gibi giriş ve çıkışların yaşandığı bir sektör. Her sektörün parlak dönemi, parlak olmayan dönemi olmuştur. Ekonomilerde bu konular her daim yaşanacak ve bu yaşananlar bize tecrübe olarak kalacaktır.

Bir Anadolu deyişi vardır. "Su her geldiğinde kütük getirmez" diye. Bu gibi ekonomik giriş çıkışların olduğu durumlarda maalesef ilk anda negatif yönde etkilenen sektör otomotiv sektörüdür. Mümkün mertebe bu işten olan kazanımlarımızı yine bu işte değerlendirerek suyun kütük getirmeyeceği ekonomik ortamlara en rijit şekilde hazırlıklı olmalıyız kanaati bende hasıl olmuştur.

Yine belirttiğim üzere benim otomotiv sektörüne olan inancım tamdır. Türkiye Cumhuriyeti'nin 2023 ekonomik gelişme ve kalkınma projeksiyonunda otomotiv yine başı çekecektir. İçinde bulunduğumuz otomotiv sektörünün aleyhine olan yüksek vergi, ÖTV gibi durumlar inanıyorum ki tekrar kısa sürede eski sürdürülebilir haline gelecek.

Sektör, bizlerin yüzünü güldüren ve bizden sonraki nesillere de soru işaretli büyük bir güvenle emanet edeceğimiz işletmeler haline geleceğine dair en ufak bir endişem yoktur. Sıkıntısız gül bahçesi derilmez, bizim elimize diken battı sıra inşallah gülü dermekte. <<<

Mazda Türkiye Satış Direktörü Mert Güçlüer

Yetkili satıcılarımız markamızı sevgi ve bağlılıkla temsil ediyorlar

Mazda Türkiye Satış Direktörü Mert Güçlüer, Mazda'nın yürütmekte olduğu iş modeli ile marka sloganı olan "alışılmışa meydan oku" yaklaşımını ülkemizde ticari boyutları ile kazanca dönüştüren en özel marka olduğunu dile getirdi.

Mazda'nın son dönemde arka arkaya yeni modeller çıkararak bir atak içinde olduğu görülüyor. Önümüzdeki dönemde Mazda neleri hedefliyor?

Mazda daha önce hiç olmadığı kadar daha fazla mühendislik merkezli ürün geliştirme yaklaşımları ile gerek kendi markamız gerekse bu teknolojilere ihtiyaç duyan diğer otomotiv markalarına destek olarak ilerliyor.

Bu fırsattan yararlanarak Mazda'nın ürün geliştirmedeki felsefesini tarif eden bazı tanımları burada anmak isterim



Zoom Zoom: Her çocuk oyuncak arabaları ile oynarken motor, hız seslerini kendine göre taklit eder. Mazda otomobillerinin sürücülerine çocukken oynadıkları oyuncakların getirdiği hayal dünyasına götürmesi şeklinde tarif edilir.

Jinba-ittai: At ve binicisi, at binenlerin mutlaka hissettiği, binici ile atın uyumu ve hareketin kesintisiz sürekliliği ile atın binicinin yönlendirmesine itaatını tarif eder. Mazda otomobillerinin tamamında sürücünün komutlarına tam ve sorunsuz uyan bir sürüş ayarı vardır.

Kodo: hareketin ruhu tasarım felsefesi, 6. Kuşak Mazda araçlarının tasarımlarında rüzgar, dalga, at, çita'nın doğadaki hareketlerin araç çizgilerine ilham verdiği, otomobilin park halinde bile hareket ediyor hissi verdiği yeni yaklaşımdır.

Mazda tüm bu temel prensipler etrafında geliştirdiği ürünleri ticari tarafta gerek ürün gamındaki yenilikler, gerekse tüketicilerin algısındaki premium marka olmak hedefini destekleyen adımları atmaya devam ediyor.

Bu yeni model atağının en önemli modeli Mazda 3 olacak sanırsınız. Satışlar nasıl başladı? Neler bekleniyor?

Göz alıcı Kodo- Hareketin Ruhu tasarım felsefesi ve Mazda'nın ultra verimli hafif SKYACTIV teknolojilerinin kullanıldığı 6 nesil araçlarından üçüncüsü olan tamamen Yeni Mazda3'ün Türkiye'de satışına Nisan ayında başladık. Mazda'nın en çok satan modeli ünvanına sahip Mazda3 bizim için her zaman lokomotif görevi görmektedir. Mazda3'ü Türkiye'ye özel 120 BG'nde motor ve yeni SKYACTIV düz ve otomatik şanzımanlar ve sedanda 5, hatchback'te 4 farklı donanım seçeneği ile sunuyoruz. Tamamen yeni Mazda3 uzun süreden beri Mazda tutkunları ve otomobil meraklıları tarafından merakla bekleniyordu. Satışa sunulur sunulmaz büyük bir ilgiyle karşılandı. Beklentilerin

Mazda otomotiv sektörüne adım atmak için kesinlikle uygun bir marka değil. Bizim bayilerimizle iletişimize en çok üzerinde durduğumuz konu markamızın adetle değil kazançla yoluna devam eden bir marka olması. Mazda olarak segmentlerinin en çok satan otomobillerini pazara sunmuyoruz. Ancak Mazda bayilik yapmak için pek çok firmanın hayalini kurduğu ticari ortamı sağlıyor. Bunun en önemli göstergesi ise ülke çapında elde ettiğimiz çok sayıda başvurular ve son 3 senede aramıza katılan yeni bayilerimiz.

çok üstünde bir otomobil olduğunu düşünüyoruz bu sebeple de Mazda3 ile tanışmak isteyenlerin sayısı her geçen gün artıyor. Şu an teslimat için yaklaşık dört ay kadar beklemek durumunda kalan müşterilerimiz var. Yeni Mazda3 tüm pazarlarda büyük bir taleple karşılaşması nedeniyle talebe cevap vermekte zorluklar yaşanmakta. Bu markamız için gurur verici bir durum. Elbette daha fazla araç temini ve bekleyen müşterilerimizi memnun edebilmek üzerinde çalışmaktayız. Şimdilik 2014 süresince toplamda 1000-1200 arasında tamamen yeni Mazda3 satış planımız bulunmakta. Elbette bu araçların ülkemize zamanında ulaşmasını sağlayacağız.

Mazda 3'ün getirdiği bir yenilik var mı? Bu model tüketiciler tarafından neden tercih edilmeli?

Mazda3'ün donanım özellikleri onu sınıfının teknolojik liderleri arasına sokuyor. Mazda'nın yeni bağlantı konsepti (connectivity), Avrupa'nın C segmentinde yolcularına online olma olanağı sağlayan ilk modellerinden biri olma özelliği kazandırıyor. Yeni ve geliştirilmiş insan-makine arayüzü (HMI) ile birleştirilen yeni araç içi bağlantı sistemi ile yolcularının güvenli ve kesintisiz bir şekilde online olmasını sağlayan ilk Mazda. Halihazırda mevcut olan metin ve navigasyon özelliklerinin üzerine ilave edilen sistem; Facebook ve Twitter'ın sesli akışlarını, radyodan sesli kitaba ve daha fazlasına kadar on binlerce bulut tabanlı istasyona sahip olan Aha™ uygulamaları da dahil olmak üzere, ücretsiz mobil içerikleri aracın içine kadar güvenle getiriyor.

Tüm yenilikçi teknolojilerin yanısıra Yeni Mazda3'de Mazda'nın i-ACTIVSENSE adını verdiği zengin bir güvenlik donanımı da sunuluyor. i-ACTIVSENSE güvenlik sistemi yaklaşan tehlikeler hakkında sürücüyü uyararak güvenli yol alınmasını sağlıyor. i-ACTIVSENSE ile sunulan sensör bazlı ve radar destekli güvenlik teknolojileri Mazda3'ü sınıfında donanım olarak üst sıralara taşıyor.

Tamamen yeni Mazda3 ile radarlı cruise control özelliğine de kavuştuk. Bu özellik sayesinde sürücü gerek hız gerekse öndeki araç ile mesafeyi ayarlayarak daha güvenli bir sürüş imkanına sahip olacak.

Skyactiv teknolojisi nedir ve ne önemi vardır?

SKYACTIV Teknolojileri, Mazda'da yeni bir çıkış açtı. Mazda mühendisleri temelden başlayarak yepyeni bir araç serisi geliştirmek amacıyla yola çıktılar. Yakıt tasarrufu ve karbon dioksit emisyonlarını iyileştirirken aynı zamanda emniyet, performans ve kullanımı geliştirmek için ödün vermeden çalıştılar. Mazda SKYACTIV



teknolojileri, yepyeni motorlar, şanzımanlar, gövde ve şasiyi bir arada sunmaktadır. SKYACTIV Teknolojileri, güvenliği ve sürüş keyfini artırırken, aynı zamanda yeni nesil araçların verimliliğini ve sürdürülebilirliğini artırmak üzere tasarlanmıştır.

Mazda, içten yanmalı motorlarda kat edilecek çok yol olduğunu ve SKYACTIV'in bu yolda rehber olacağını düşünmekte. İçten yanmalı motorlar, 2020'de araçların %80'inden fazlasının güç kaynağı olmaya devam edecek. Ancak günümüzün versiyonları yalnızca %30'luk bir verimliliğe sahip. Bu nedenle iyileştirme için oldukça fazla alan mevcut. Alışılmışı meydan okuyan Mazda mühendisleri, sürüş keyfinden, çevresel sürdürülebilirlik ve araç güvenliği konularından ödün vermeden ideale ulaşmak için araştırmaya devam ediyorlar. SKYACTIV teknolojileriyle donatılmış yeni nesil Mazda modellerini bu hedeflere doğru atılmış en büyük adım olarak değerlendirebiliriz. Bazılarına göre ellili yıllarda tamamlanan içten yanmalı motor teknolojisinin gelişimi Mazda ile yeniden ilerlemeye başladı. Elbette SKYACTIV sadece motor teknolojilerine getirdiği benzin ve dizelde 14:1 sıkıştırma oranı gibi devrimsel yaklaşımlardan ibaret değil. Şanzıman, şasi tasarımı ve malzeme tercihleri ile de farklılaşıyor.

Mazda 3 alan yeni müşterilerin ilk tepkileri neler? En çok hangi özelliği dikkat çekiyor?

Yeni Mazda3 modelimizde ilk dikkat çeken özellik otomobilin tasarımı. Müşterilerimiz ve meraklıların bayi ziyaretlerinde en çok işittiğimiz görüşler otomobilin sportif çizgilerinin tam hızda koşan bir vahşi kediye çağrıştırdığı. Deneme sürüşlerinde müşterilerimizin görüşleri ise otomobilin üstün yol tutuş, sürüş pozisyonu ve özel tasarlanmış egzost sesinin verdiği heyecan.

Hiç şüphe yok ki Mazda3 genç ve orta yaşlılar ile ailelerin kullanımı için bir otomobil. Tüm ayarları özellikler yakıt ekonomisi, güvenlik ve konfor öğeleri yanında güncel ileri teknolojileri barındırıyor. Müşterilerimizden özellikle otomobili bir performans otomobili olarak görmemelerini talep ediyoruz.

Mazda yetkili örgütü de hızlı bir gelişim içerisinde. Bu yeni model ile yetkili satıcılardan beklentiniz nedir?

Mazda her yönüyle dinamik bir marka. Satış yönetiminden sorumlu olarak tüm bayilerimizin sadece Mazda3 değil tüm model gamının tüketiciler ile buluşmasını sağlamak, Mazda sahibi olmanın farklılıklarını otomobil meraklılarına sunmak üzere iş ortaklarımızla sürekli iletişim ve etkileşim içindeyiz.



Mazda bayilerinin en önemli özelliği adet baskısı ve Pazar payı hedefleri altında ezilmeden çalışıyor olmaları. Mazda bayileri tüketicilere sadece bir otomobil satmak için çalışmıyorlar. Bayilerimiz otomobil meraklılarına farklı bir tecrübe, özel bir deneyim yaşatmanın mutluluğunu yaşıyorlar. Mazda, iş ortaklarına her zaman açık, şeffaf yaklaşımla sürdürülebilir ve istikrarlı bir iş ortamı sağlıyor. Özellikle sadece Mazda markası ile çalışan bayilerimiz bizim için çok önemli. Onların Mazda markasındaki başarıları ve kazanımlarını dikkatle beraber yönetiyoruz.

Geride kalan süre içinde bayi örgütümüzde önemli değişiklikler yaşadık. Markanın dinamizmini ve gelişen ürün çeşidi ile içinde barındırdığı ticari fırsatları iyi gören bayilerimiz ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Elbette Mazda markası bayi tarafında çok çalışmayı, bölgesel aktif tanıtımlar düzenlemeyi, tecrübeli ve eğitimli kadro ile çalışmayı gerektiriyor.

Mazda otomotiv sektörüne adım atmak için kesinlikle uygun bir marka değil. Bizim bayilerimizle iletişimimizde en çok üzerinde durduğumuz konu markamızın adetle değil kazançla yoluna devam eden bir marka olması. Mazda olarak segmentlerinin en çok satan otomobillerini pazara sunmuyoruz. Ancak Mazda bayilik yapmak için pek çok firmanın hayalini kurduğu ticari ortamı sağlıyor. Bunun en önemli göstergesi ise ülke çapında elde ettiğimiz çok sayıda başvurular ve son 3 senede aramıza katılan yeni bayilerimiz.

Mazda Yetkili satıcılarının en önemli özelliği nedir?

Mazda bayilerinin en önemli özelliği adet baskısı ve Pazar payı hedefleri altında ezilmeden çalışıyor olmaları. Mazda bayileri tüketicilere sadece bir otomobil satmak için çalışmıyorlar. Bayilerimiz otomobil meraklılarına farklı bir tecrübe, özel bir deneyim yaşatmanın mutluluğunu yaşıyorlar. Mazda, iş ortaklarına her zaman açık, şeffaf yaklaşımla sürdürülebilir ve istikrarlı bir iş ortamı sağlıyor. Özellikle sadece Mazda markası ile çalışan bayilerimiz bizim için çok önemli. Onların Mazda markasındaki başarıları ve kazanımlarını dikkatle beraber yönetiyoruz.

Mazda bayilerinin en önemli özelliği Mazda iş modelini iyice kavramış ve sektörün genel sorunlarından uzaklaşarak Mazda'yı her geçen sene daha büyük sevgi ve bağlılıkla temsil ediyor olmaları. Bana göre Mazda, yürütmekte olduğu iş modeli ile marka sloganı olan "alışılmışı meydan oku" yaklaşımını ülkemizde ticari boyutları ile kazanca dönüştüren en özel marka. <<<



Aracınızı bir ayda 28 milyon kişiye göstermenin tek yolu sahibinden.com

sahibinden.com, ayda **28 milyon*** kişi tarafından ziyaret ediliyor.
Siz de aracınızı satmak için sahibinden.com'a ilan verin,
aracınızı milyonlara gösterin.

* IAB Gemius Global verilerine göre, Mart 2013'te sahibinden.com'a 28 milyon tekil ziyaretçi geldi, 3 milyar sayfa görüntüledi.

sahibinden.com

Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumu

Rekabet Kurumu Başkanı Nurettin Kaldırımcı, Uludağ Üniversitesi (UÜ) Otomotiv Mühendisliği Bölümü Konferans Salonu'nda, Rekabet Kurumu ve Uludağ Üniversitesi (UÜ) iş birliğiyle bu yıl 12'ncisi düzenlenen "Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumu"nda yaptığı konuşmada, her yıl Türkiye'nin gündeminde yer alan bir konuyla ilgili sektör raporu hazırladıklarını söyledi.

Rekabet Kurumu Başkanı Nurettin Kaldırımcı, "Otomotiv, çok ciddi pazarları içeriyor ve istihdam, milli gelir, katma değer gibi pek çok açıdan ticari aktivitelerin yoğun olduğu, ekonomik kararların verildiği, iyi işlenmesi gereken bir alan, çeşitli pazarlardan oluşuyor" dedi.

Kaldırımcı, Uludağ Üniversitesi (UÜ) Otomotiv Mühendisliği Bölümü Konferans Salonu'nda, Rekabet Kurumu ve Uludağ Üniversitesi (UÜ) iş birliğiyle bu yıl 12'ncisi düzenlenen "Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumu"nda yaptığı konuşmada, her yıl Türkiye'nin gündeminde yer alan bir konuyla ilgili sektör raporu hazırladıklarını söyledi.

Söz konusu raporları her sene bir üniversitede kamuoyu ile paylaştıklarını belirten Kaldırımcı, bu yıl, Motorlu Taşıtlar Tebliğinin uygulamasının sonuçlarına ilişkin değerlendirme raporunu sunmaya karar verdiklerini anlattı.

"Otomotiv" denilince akla Bursa'nın geldiğini vurgulayan Kaldırımcı, şöyle konuştu: "Baştan beri üniversitelerle irtibatımızı hep canlı tutmak istedik. Üniversitelerin, aklımızı çoğaltacağını, işimizi



Rekabet Kurumu Başkanı Nurettin Kaldırımcı

Sempozyuma, UÜ Rektörü Prof Dr. Kamil Dilek, Otomotiv Distribütörleri Derneği Genel Koordinatörü Özgür Tezer, Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği Genel Sekreteri Veli Şahin, Özel Servis Birliği Başkanı Serdar Aslan, Yenileme Pazarı Geliştirme Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Haluk Arı ile bir grup akademisyen katıldı.

iyi yapmaya imkan vereceğini hep düşündük. Üniversitelerden gelecek bilginin, katkının, daha sağlıklı kararlar almamızı ve daha etkili olmamızı sağlayacağını hep düşündük. Bu yüzden her sene bir üniversiteyle anlaşma yapıyor ve programımızı icra ediyoruz. Yenilenmenin, yeni olan biten şeyler hakkında bilgi sahibi olmanın kaçınılmazlığı açık ve bu başlık da onu çağırıyor. Hem Türkiye'de hem dünyada hem Türkiye'nin genel panoraması içinde hem de bazı piyasa ve pazarlarda olan bitenlere dokunamazsak, nabzını tutamazsak daha sağlıklı karar verme konusunda başka yollara başvurmamız lazım ki maalesef bunu sağlamak da mümkün değil. Daha sağlıklı ve doğru karar vermek, etkin olmak illa ki gerçeğe yüz yüze gelmekten, gerçeklere dokunmaktan geçiyor."

Kaldırımcı, otomotivin, toplumsal hayat ve ekonomik bakımdan pek çok ülkede olduğu önemli bir sektör olduğunu dile getirdi.



Çağrı merkezi
444 9 466



Yepyeni Bir Sistem: HemenGazla.com

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

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



Periyodik Bakım



Taahhüt Vergisi



Lastik Değişimi



Sigorta



7/24 Yol Yardımı



Hasar Yönetimi



Yedek Araç



Kasko

WEB'DEN RAHATÇA KIRALA HEMEN GAZLA!



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



Rekabet Kurulu Motorlu Taşıtlar Sektör Araştırması

Rekabet Kurulu'nun Motorlu Taşıtlar Sektör Araştırmasına göre satış pazarındaki rekabetçi yapı araç fiyatlarını düşürdü, sektördeki satış kar marjları ise azaldı.

Rekabet Kurulunca yapılan araştırmada, motorlu taşıtlar sektöründe oldukça rekabetçi bir yapının olduğu, bu rekabetin araç fiyatlarını düşürdüğü tespit edildi.

Otomotiv sektörünün tüketici harcamaları içindeki büyük payı ve ekonomideki lokomotif konumu, rekabet otoritelerinin sektördeki dağıtım anlaşmalarına ayrı bir önem vermesine neden olmuş ve sektördeki dikey anlaşmalar Avrupa Birliği (AB)'nde 1985; Türkiye'de ise 1998'den beri diğer sektörlerden farklı kurallara tabi tutulmuştur. Bu kurallar ekonomideki gelişmeler ve

ihtiyaçlar çerçevesinde belli dönemlerde gözden geçirilmiş ve değiştirilmiştir. Türkiye'de sektördeki anlaşmaları düzenleyen 2005/4 sayılı Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği 2006 yılından beri yürürlüktedir. Otomotiv pazarının değişen şartları çerçevesinde Tebliğ'in etkilerinin ölçülebilmesi ve 5 yıllık uygulama sonuçlarının değerlendirilebilmesi amacıyla Rekabet Kurulu'nun 26.05.2011 tarih, 11-32/674-M sayılı kararıyla sektör araştırması başlatılmıştır.

Bu kapsamda, T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Hazine Müsteşarlığı, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD), Otomotiv Sanayi Derneği (OSD), Ağır Ticari Araçlar Derneği (TAİD), Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği (OYDER),



Yenileme Pazarı Geliştirme Derneği (YPG), Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD), Özel Otomobil Servisler Birliği (ÖSEBİR), hızlı tamir zinciri olarak faaliyet gösteren firmalar ile sektöre yönelik kapsamlı anket çalışmalarına yön verecek olan çeşitli görüşmeler yapılmıştır. Öncelikle sektörde 59 farklı markanın dağıtımını gerçekleştiren 39 motorlu taşıt üretici ve ithalatçısı (sağlayıcı) ile yeni motorlu araçların satışı pazarındaki gelişmelere ilişkin ayrıntılı bir anket çalışması yapılmıştır. Satış pazarına ilişkin elde edilen bu veriler, pazardaki diğer oyuncu grubu olan yetkili satıcı ve servisler ile yapılan anket çalışmasından edinilen bilgiler ile tamamlanmıştır. Sayıları 2.000'i aşan yetkili satıcı ve servisler ile yapılan anket çalışmasında ayrıca satış sonrası hizmetlere ilişkin olarak da önemli veriler derlenmiştir. Yetkili servis anketleri aracılığıyla derlenen bilgilere bağımsız (özel) servisler ile yapılan anket çalışmalarının eklenmesi ile birlikte

ise bakım onarım pazarına ilişkin detaylı bir veri seti elde edilmiştir. Son olarak Tebliğ'in yedek parça pazarındaki etkilerini ortaya koyabilmek bakımından bu alanda faaliyet gösteren ve sayıları 200'ü bulan yedek parça üreticisi ve dağıtıcısı da Kurumumuzca yapılan anketler kapsamında yer almıştır. Anket kapsamında elde edilen sonuçlar TÜİK, ODD ve OSD gibi kuruluşların veri tabanlarından elde edilen verilerle desteklenmiş ve pazarın yapısı, yıllar itibarıyla gelişimi ve rekabetçilik düzeyine ilişkin çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

Tespitler

Sektör araştırması kapsamında edinilen bilgi ve değerlendirmeler sonucunda satış, bakım onarım ve yedek parça pazarı bakımından ulaşılan tespitler şu şekildedir:

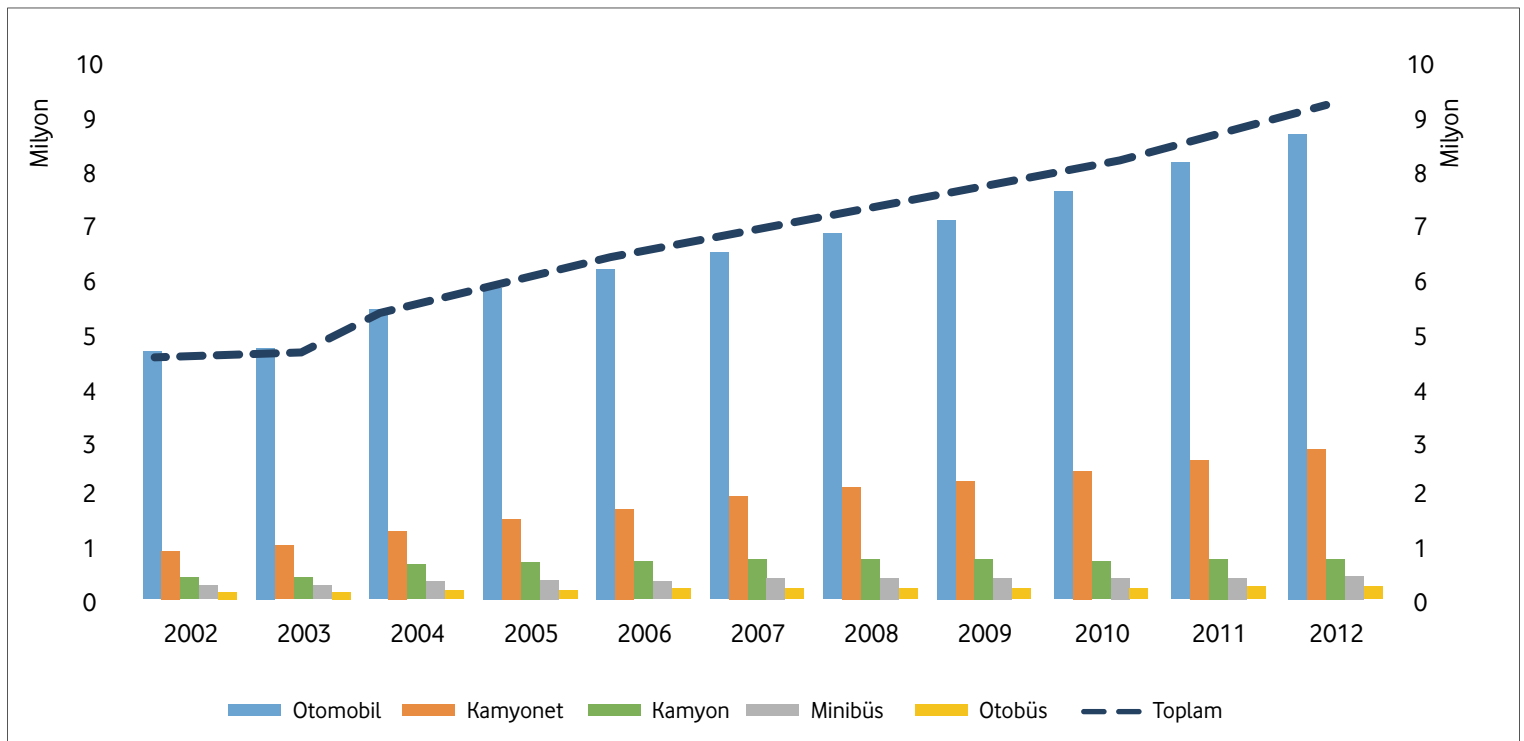
1. Satış Pazarına Yönelik Tespitler

1.1. Ülkemizde motorlu araçlar sektörü büyüme eğilimindedir. 2002-2012 dönemi incelendiğinde, araç parkındaki toplam motorlu araç sayısının sürekli arttığı görülmektedir. Talebin ekonomik kriz, büyüme, reel gelir artışı, döviz kuru gibi makro ve sektörün rekabetçilik seviyesi, sağlayıcıların kampanyaları gibi mikro pek çok faktörden etkilendiği değerlendirilmektedir.

Motorlu araçlar sektörü, büyüme eğiliminde olup 2002 yılından bu yana pazardaki kara taşıtı sayısı artmaktadır. Şekil 1'de yıllar itibarıyla trafikteki kara taşıtı sayısına yer verilmiştir. 2002 yılında 6.236.344 adet olan trafikteki araç sayısı, 2012

Satış kar marjları azaldı, yoğunlaşma oranları düştü

Araştırmanın sonuçları, satış pazarında oldukça rekabetçi bir yapının bulunduğunu ortaya koydu. Bu çerçevede araç fiyatlarında düşüş olduğu, sektördeki satış kar marjlarının azaldığı ve yoğunlaşma oranlarının düştüğü belirlendi. Sonuçlar, ayrıca sektördeki bakım onarım hizmetleri ve yedek parça pazarlarının rekabet açısından daha fazla üzerinde durulması gereken alanlar olduğunu gösterdi. Özellikle bakım onarım pazarındaki kar marjlarının yüksek seyretmesi, alternatif oyuncuların oyuna dahil olmakta karşılaştıkları güçlükler ve eşdeğer yedek parça kullanımının sınırlı kalması gibi birtakım sonuçlar rekabetçi kaygıların satış pazarından ziyade bu alanlara yöneltilmesi sonucunu doğuruyor.

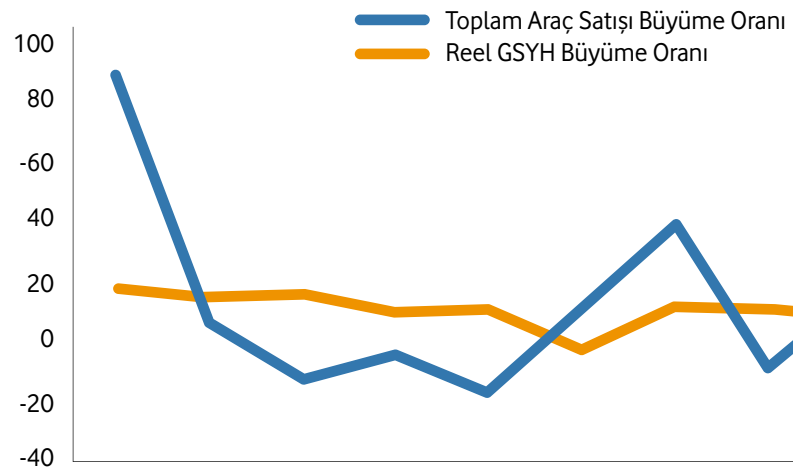


yılına gelindiğinde 12.062.014 adede çıkmıştır. Araç parkında ağırlıklı olarak otomobil ve kamyonet tipindeki araçların yer bulduğu görülmekte; kamyon, minibüs ve otobüslerin ise araç parkının daha küçük bir bölümünü oluşturduğu dikkat çekmektedir.

Trafiğe kayıtlı motorlu taşıt sayısının artış oranına ise Şekil 2'de yer verilmektedir. Buna göre kayıtlı araç sayısı, 2003-2012 yılında ortalama %7,71 oranında büyümüştür. 2003 yılında kayıtlı araç sayısı bir önceki yıla göre %3,39 oranında büyürken 2004 yılında bu oranın %20,65'e çıkması dikkat çekicidir. Bu gelişmede, 2001 ve 2002 yıllarında yaşanan krizin ardından gerçekleşen toparlanmanın ve baskılanan talebin efektif hale gelmesinin yanı sıra o yıl uygulamaya konulan hurda indiriminin etkili olduğu düşünülmektedir. Sektörün ortalama büyüme oranından daha düşük performans sergilediği dönem ise 2008-2009 yıllarıdır. Bu dönemde sırasıyla büyüme oranı %5,56 ve %4,13 olarak gerçekleşmiştir. Bu görünümde 2008 yılında yaşanan küresel krizin etkisi olduğu düşünülmektedir.

1.2. Yeni araç satışlarının önemli bir kısmını ithal araçlar oluşturmaktadır. 2003-2013 dönemine alt segmentler bazında bakıldığında satışların binek araç pazarında %68'i, hafif ticari araç pazarında %45'i ve ağır ticari araç pazarında ise %29'unun ithal araçlardan oluştuğu görülmektedir. Aynı dönem için sektördeki ithal araç satışlarının genel ortalaması ise %57'dir.

Tablo 1'de ise her bir segmentteki satış adetlerinin yerli- ithal dağılımı gösterilmektedir. İthal araçların ağırlığının en fazla görüldüğü pazar yaklaşık %70'lere varan ithal araç oranı ile otomobil pazarıdır. Hafif ticari araçlar pazarında ise satılan araçların ortalama %45'i ithaldir. İthal



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Toplam Araç Satışı Büyüme Oranı	85,77	5,61	-13,21	-5,34	-16,98	9,37	37,73	-9,59	14,02
Reel GSYH Büyüme Oranı	17,05	13,50	14,43	9,13	9,46	-2,75	10,89	9,38	7,71

Türkiye'deki araç profilinde dikkati çeken ilk hususun, yüzde 70 civarında otomobillerin yer alması olduğunu belirten raporda şu ayrıntılara yer veriliyor: "Binek araçları, sırasıyla kamyonet ve diğer araçlar takip ediyor. Bu konuya ilişkin ikinci tespitimiz, araç parkının genel olarak büyüme eğiliminde olduğu. Yıllar itibarıyla büyüyen bir araç parkı ve dolayısıyla doymamış bir talep yapısından bahsediyoruz. Bir diğer tespitimiz, ortalama araç yaşı 12 olarak hesaplanıyor. Avrupa Birliği ile kıyaslandığında yüksek bir yaş ortalaması. Ortalama yaşta, satış bakımından araçların yaşlı olduğunu, yani ilerleyen yıllarda araç talebi olacağını söylemek mümkün. Satış sonrası pazar bakımından bakacak olursak yaşlı araçlar daha fazla bakım ve onarıma ihtiyaç duyuyor ve araç yaşlarına göre tüketicilerin servis tercihleri değişiyor. Satış adetlerine bakıldığında sektörde ithal araçların yoğun olduğu görülüyor. Satılan araçların yüzde 60'a yakını ithal. Sektör, döviz kuru gibi, yurt dışı gelişmeler gibi makro ekonomik değişkenlerden önemli ölçüde etkileniyor. Satış adetleri yıllar itibarıyla dalgalanıyor. Dolayısıyla istikrarsız bir talep yapısının olduğunu söylemek mümkün. Satış adetleri bakımından dikkat çekici bir başka husus da sektörün mikro, makro pek çok değişkenden etkilendiği ve özellikle kriz dönemlerinden yoğunlukla etkilendiğidir."

Tablo 1: Araç Segmentlerine Göre Satışlarda İthal Araç Oranı

	OTOMOBİL	HAFİF TİCARİ	AĞIR TİCARİ ARAÇ	TOPLAM PAZAR
2003	68%	45%	29%	57%
2004	70%	47%	18%	59%
2005	69%	46%	20%	57%
2006	68%	46%	24%	57%
2007	66%	46%	27%	56%
2008	68%	48%	25%	58%
2009	66%	35%	24%	55%
2010	69%	40%	31%	59%
2011	69%	43%	26%	59%
2012	74%	42%	25%	63%
2013	78%	48%	20%	69%
ORTALAMA	68%	45%	29%	57%



500L LIVING

TARZINA DAHA FAZLA YER AÇ.



500 ailesinin yeni üyesi 500L Living, 5+2 oturma düzeniyle hem sevdiklerine hem de 493 litreye çıkabilen bagaj hacmiyle tarzına daha çok yer sunuyor. Sen de Fiat showroom'larına gel, 500L Living ile hayata daha fazla yer aç.

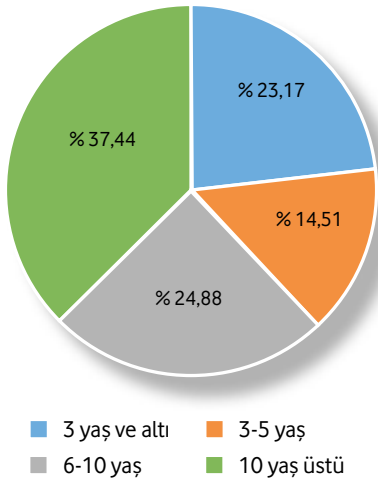
Büyüsen de tarzını kaybetme!



5+2 KOLTUK



Araç Parkındaki Araçların Yaşlarına Göre Dağılımı (%)



araç ağırlığının en az olduğu pazar ise ağır ticari araçlar pazarıdır. Bu segmentte ithal araçlar toplam satışların ortalama %29'udur.

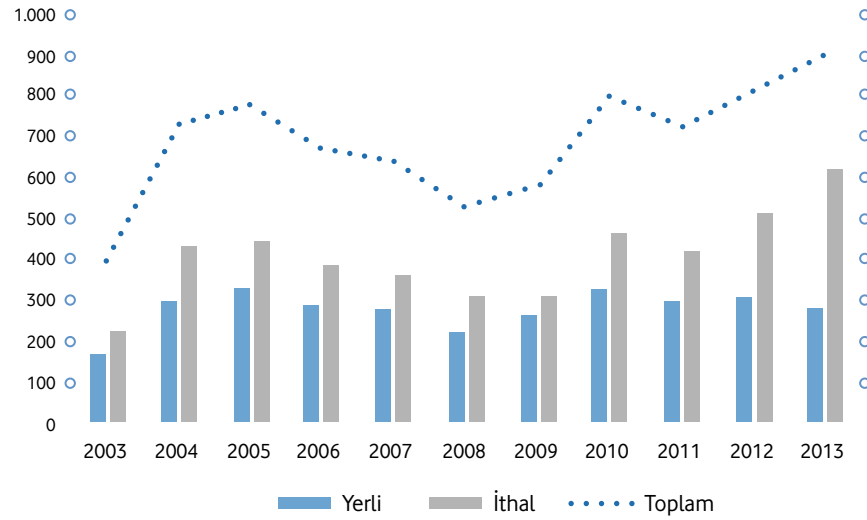
1.3. Araç parkının yaşı yüksektir. 2012 yılı itibarıyla araç parkındaki araçların ortalama yaşı yaklaşık 12'dir. Araç türü özelinde kamyonetler dışında diğer araç türlerinin ortalama yaşı 10'un üzerindedir. Binek araçların %43,07'si on yaş ve üzerinde iken ticari araçlarda bu oran %30,63'tür.

Ortalama araç parkı yaşı hem yeni araç satışı hem de satış sonrası pazar bakımından önemli bir göstergedir. Türkiye'de araç parkındaki araçların %37,44'ünün on yaş ve üstü olduğu dikkat çekmektedir. Üç yaş ve altı araçlar ise araç parkının %23,17'sini oluşturmaktadır. Bir başka deyişle, araç parkının %76,83'ü üç yaşın üstündedir. Araç parkına dair bu görünüm, gelecek dönemde yeni araç satışına olan talebi arttıracak unsurlardan biri olarak yorumlanabilir. Bunun yanı sıra bu veri

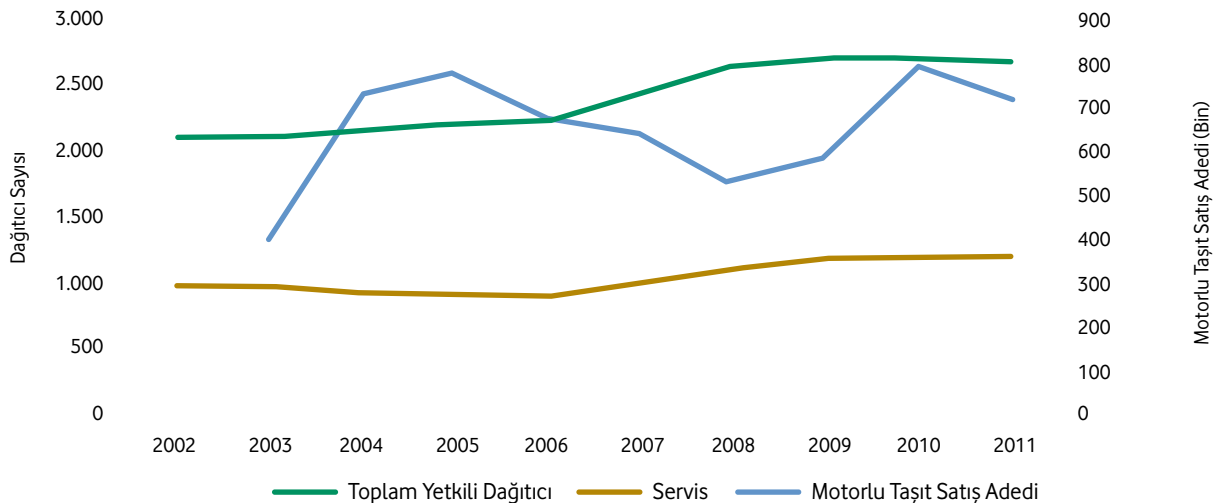
Araç dağıtıcıları da yedek parça ve bakım onarım hizmetlerinden daha fazla kar elde etmektedir. Dağıtıcı gelirleri içinde satıştan elde edilen gelirlerin yüksek paya sahip olmasına rağmen satış sonrası hizmetlerden elde edilen kar marjlarının satışa göre daha yüksek seyrettiği ve incelenen dönemde her hizmet türündeki karlılık oranlarında değişme görülmediği, ayrıca yıllar itibarıyla bayi başına düşen satış adedinin dalgalandığı anlaşılmıştır.

özellikle satış sonrası pazar bakımından da önem arz etmektedir. Zira sağlayıcılar sattıkları araçlara genellikle iki veya üç yıl garanti vermekte ve bu süre zarfında tüketiciler çoğunlukla yetkili servislerden hizmet almayı tercih etmekte, bu sürenin bitiminde ise bağımsız servislere yönelmektedirler. Tebliğ'in temel amaçlarından birinin bağımsız servislerin rekabet gücünün artırılması olduğu dikkate alındığında araç parkında üç yaş ve üstü araçların ağırlıklı olmasının hem satış pazarındaki talebi etkileyebileceği hem de raporun ilerleyen bölümlerinde yer verileceği üzere satış sonrası pazar bakımından önemli bir gösterge olabileceği ve bağımsız servislerin müşteri potansiyelini arttırdığı söylenebilecektir.

Araç parkındaki araçlar; binek ve hafif ticari, lüks ve ağır ticari olarak ayrıştırıldığında ise Şekil 17 ortaya çıkmaktadır. Binek ve hafif ticari araçların %40,98'i on yaş ve üzerindedir. Ticari araçlarda bu oran



YETKİLİ DAĞITICI SAYISI



**Onu bizim kadar iyi anlamak için
ona 15 yıl boyunca aynı tutkuyla
bakmanız gerekir.**



15 yıldır sadece Audi için çalışan ve ilk günden beri Audi'ye aynı tutkuyla bağlı olan Şenyıldız, müşteri odaklı hizmet anlayışı ve detaylara önem veren titizliğiyle, teknoloji ve konforu sadece sürüş deneyimiyle sınırlamıyor. Satış öncesinden satış sonrası hizmetlere kadar Audi'ye sizin gibi tutkuyla dokunan bir tecrübe için siz de Şenyıldız'a gelin.

Şenyıldız

Sahilyolu Kennedy Cad. No: 90 Yenikapı / İstanbul Tel: (212) 402 20 00 www.audisenyildiz.com
Şenyıldız Butik: Valikonağı Caddesi No: 41 Nişantaşı / İstanbul Tel: (212) 638 94 94
Şenyıldız bir Doğu Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. yetkili satıcısıdır.



Audi Şenyıldız
iPhone uygulaması
App Store'da

%30,63 iken lüks segmentteki araçların yalnızca %10,26'sı 10 yaşın üstündedir.

Araç parkındaki araçların ortalama yaşı ise 2012 yılında yaklaşık 11,63 olarak hesaplanmıştır. Araçların her bir ürün sınıfı bazında ortalama yaşlarına Tablo 3'te yer verilmiştir.

Yukarıdaki araç yaşına ilişkin veriler, trafiğe kaydolan ve kaydı silinen araç verileri ile birlikte yorumladığında, her yıl trafiğe yeni kaydolan araç sayısının kaydı silinen araç sayısının çok üzerinde olması nedeniyle araç parkındaki araç sayısının yıllar geçtikçe arttığı görülmektedir. Bu durum ülkemizde araca olan talebin arttığını ve ortalama 10 yaş üzerindeki araç pazarında ikinci el piyasasının da aktif olduğunu göstermektedir.

2.1. Sektörde sağlayıcıların araç satışlarından elde ettikleri kar marjları satış sonrası hizmetlerdekine kıyasla düşüktür. Sağlayıcıların 2003-2013 yılları arasındaki ortalama kâr marjlarının yeni araç satışında %4,16 yedek parça satışında ise %23,58 oranında olduğu, 2003-2006 ile 2007-2011 dönemleri karşılaştırıldığında yeni araç satışındaki kâr marjlarının düştüğü görülmüş ve bu düşüşün satış pazarındaki yoğunlaşmanın görece azalması ve araç satışında markalar arasında yaşanan yoğun rekabetten kaynaklandığı değerlendirilmiştir. Aynı dönemler için yedek parça satışlarına bakıldığında ise elde edilen kâr oranlarının arttığı görülmüştür. Araç sağlayıcıları bakımından yedek parça satışının araç satışına kıyasla daha karlı bir faaliyet alanı olduğu anlaşılmıştır.

2.2. Araç dağıtıcıları da yedek parça ve bakım onarım hizmetlerinden daha fazla kar elde

Satış sonrası pazarı, satış pazarından karlı

Kar marjları, rekabetçiliği gösteren önemli bir gösterge. Burada binek ve hafif ticari araç segmentinde araç sağlayıcısının vergi öncesi kar marjlarına baktığımızda ilk gördüğümüz şey, zaten yüzde 5'ler seviyesinde düşük olan araç satış kar marjlarının, tebliğ sonrası dönemde daha da düştüğüdür. Buna karşı 'satış sonrası' dediğimiz yani yedek parça satışlarındaki kar marjlarının satışa kıyasla çok daha yüksek olduğu ve tebliğ sonrası dönemde daha da arttığıdır. Aynı görüntüyü ağır ticari araçlar pazarında da görüyoruz. Dolayısıyla bu görüntüden söyleyebileceğimiz sonuç; satış pazarı karlı bir pazar değil satış sonrası pazarı daha karlı bir pazar ve bu satıştaki az karlılık, satış sonrasındaki karlılıkla sübvansede ediliyor.

Rekabetçi baskıyı oluşturacak bağımsız servislerin durumu, 2007 yılı sonrasında bağımsız servislerdeki kar marjının ciddi oranda düştüğünü ve bu anlamda yetkili servis ağı üzerinde ciddi bir rekabet baskısı oluşturduğunu görmek mümkün. Buradaki düşüşte esas olarak araçların teknik donanımlarının artmasının ve neredeyse bağımsız servisler bakımından en büyük işveren konumuna gelen sigorta sektörünün pazarlık gücü nedeniyle fiyatları baskılamasının yattığını söyleyebiliriz. Sigorta sektörünün son dönemlerde özellikle bağımsız servisler için gittikçe önemli bir işveren haline geldiğini görüyoruz. Son dönemde sigorta aracılığıyla servise getirilen hasarlı araçlarının yüzde 80-90 seviyesine eriştiğini görmek mümkün.

etmektedir. Dağıtıcı gelirleri içinde satıştan elde edilen gelirlerin yüksek paya sahip olmasına rağmen satış sonrası hizmetlerden elde edilen kar marjlarının satışa göre daha yüksek seyrettiği ve incelenen dönemde her hizmet türündeki karlılık oranlarında değişme görülmediği, ayrıca yıllar itibarıyla bayi başına düşen satış adedinin dalgalandığı anlaşılmıştır.

2.3. Çok markalılık yaygınlaşmış, ek satış yeri pazarda uygulama alanı bulmuştur. Marka içi ve markalar arası rekabetin tesisi için getirilmiş olan çok markalılığın pazarda yaygınlaştığı ve çok markalı dağıtıcıların toplam dağıtıcılar içindeki payının arttığı, ek satış/servis noktası sayısının pazarda yadsınamayacak seviyede olduğu tespit edilmiştir.

2005/4 sayılı Tebliğ, motorlu taşıtların satışında hem markalar arası hem de marka içi rekabeti arttırmayı amaçlamaktadır. Motorlu taşıtların tüketiciye ulaştırılması ve servis hizmetlerinin verilmesi için sağlayıcılar bağımsız dağıtıcı teşebbüsleri yetkilendirerek yetkili dağıtım ağlarını oluşturmaktadır. Pazardaki motorlu taşıt satışlarının yıldan yıla dalgalanmasına karşın, yetkili dağıtıcı sayısında artış trendinin olduğu göze çarpmaktadır. Özellikle Tebliğ'in yürürlüğe girdiği 2006 yılı sonrasında yetkili dağıtıcı sayısındaki büyüme oranı dikkat çekicidir. Bu artışta Tebliğ ile satış sonrası pazar bakımından %30 pazar payı eşiği nedeniyle uygulanan niteliksel dağıtım sistemi ile birlikte sadece servis hizmeti veren teşebbüs sayısının artmasının etkili olabileceği düşünülmektedir. Şekil 29'dan da görülebileceği üzere toplam yetkili dağıtıcısı sayısındaki artışın yarısı tek S sayısındaki artış ile açıklanabilmektedir.

Motorlu araç satışlarındaki dalgalanmaya bağlı olarak yetkili dağıtıcı başına düşen satış adedi de yıldan yıla değişim göstermektedir. Bu durum, yetkili ağdaki dağıtıcı teşebbüslerin her yıl yapacakları satış adedinin değişkenlik göstermesine ve faaliyet risklerinin artmasına neden olmaktadır.



Yedek parça pazarı

Satış pazarında rekabetçi görünüm var, yeni girişler var ve pazar pek çok mikro, makro pek çok değişkenden etkileniyor. Bakım onarım pazarında fiyatlar artıyor, karlılık yüksek. Yetkili servislerin özellikle 3 yaş altı araçlarda çok büyük üstünlüğü var. Dolayısıyla bu pazar bakımından bağımsız servislerin tüketiciye bir alternatif oluşturması, rekabetçilik bakımından hala önemini koruyor. Yedek parça pazarında, araç sağlayıcısına bağımlılık yüksek. Yenileme pazarına doğrudan satışlar kısıtlı, eş değer yedek parça tanımı, sorunlu. Tebliğ hükümleri faydalı ama geliştirilmesi ve uygulamadaki sorunların giderilmesi gerekiyor. Tüm pazarlar bakımından, satış pazarı genel olarak rekabetçi bir pazar ve tebliğ etkileri dışında da daha da rekabetçi bir seviyeye evrilmiş vaziyette ama satış sonrası pazar bakımından rekabetçi endişeler hala kendini koruyor, devam ediyor.

avis. com.tr

ONLINE ÖDEMEDE
% **30**
İNDİRİM



Avis'te indirim için bir tık yeter!

Yolculuklarında Avis'i tercih edenler, rezervasyon ve ödemeyi online olarak yaptıklarında %30 indirim kazanıyorlar.
Ayrıntılı bilgi için www.avis.com.tr

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



AVIS®

2014 Türkiye: Küresel, Bölgesel ve Ulusal Jeopolitik Değerlendirme

Prof. Dr. Ümit Özdağ

KÜRESEL JEOPOLİTİK

Küresel jeopolitik ile ilgili iki temel gelişme; tek kutuplu dünya düzeninden çok kutuplu dünya düzenine ve Avrupa-Atlantik merkezli dünyadan Asya-Pasifik merkezli dünya sistemine geçişin devam etmesidir. Dünya siyasetinin ve ekonomisinin eksenini 2014'de Asya-Pasifik bölgesine kaymaya devam edecektir. Yaşanan dönemin en belirgin karakteri, Avrupa'nın tedrici olarak önemini yitirmesi, Asya-Pasifik bölgesinin ise öneminin ekonomik, politik ve askeri olarak artmasıdır.

Bu süreç devam ederken, küresel siyasetin çok kutuplu doğası güçlenmektedir. Ancak çok kutupluluğa geçiş diğer bir ifade ile Amerikan hegemonyasının sona ermesi sancısız olmamaktadır. Soros, "Dünyada aşılamayan siyasi krizlerin sayısı gittikçe artıyor. Bu küresel yönetişimin bozulduğunu gösteriyor. Böylece



bir iktidar boşluğu doğuyor" derken, aslında kastettiği tek kutupluluktan çok kutupluluğa geçişin sarsıntılarıdır.

Çok kutuplu dünya düzenine geçilirken, tek kutuplu dönemden kalmış tepkiler ile çok kutupluluğun gerekleri arasında çıkan çatışmalar, bölgesel hatta Ukrayna krizinde olduğu gibi küresel sarsıntılar yaratmaktadır. ABD, bölgesel gelişmelerde 10 sene önce fikrini dahi sormadığı Rusya ile ortak hareket etmekte, pazarlığa girmektedir. 2008'de Gürcistan'da olduğu gibi 2014'de de Ukrayna'da Rusya'yı durdurmadığı gibi Avrupa Birliği ülkelerini Rusya'ya karşı ortak hareket etmeye ikna edememektedir.

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

Asya'daki yükselişe uyum sağlayarak, politik olmasa dahi ekonomik ve askeri eksenini Asya-Pasifik bölgesine döndüren ABD, Asya-Pasifik merkezli ve çok kutuplu dünyaya uyum sağlamaya çalışmaktadır. ABD, ekonomisinin güçlülüğünü Çin, Japon ve Hint ekonomileri başta olmak üzere, Asya ekonomisi ile sürekli ve sistemli bir bağ içinde olmasına bağlamaktadır. Soğuk Savaş sonrasında Amerikan tek kutupluluğuna dayanan bir dünya düzenini sürdürme çabasına giren, 11 Eylül sonrasında böyle bir dünyayı inşa için savaşan ABD bu projenin başarısızlığını ve mevcut güçler dengesini kabul etmiş görünmektedir. Afganistan ve Irak savaşlarının yorgunluğu Amerikan ordusu dâhil bütün Amerikan toplumu üzerinde devam etmektedir.

ABD'nin mevcut politikası, Çin'in ABD'nin süper güç konumunu sarsacak bir atılım içerisine girmesini iki güç arasında bir askeri çatışma olmaksızın engellemeye yöneliktir. Bundan dolayı, Obama Yönetimi Ortadoğu'da sorunlarına



müdahaleden uzak, diğer bölgesel güçler ile uzlaşma arayışı içinde, ekonomik krizin etkilerini aşmayı hedefleyen düşük profilli bir politika sürdürmektedir ve 2014'e de bu politika damgasını vuracaktır.

ÇİN HALK CUMHURİYETİ

Asya-Pasifik bölgesinin itici gücü olan Çin'in 1978'de başlayan ekonomik kalkınması devam etmektedir. Pekin ekonomik kalkınmada yavaşlama sinyalleri vermiş ise de 2014 yılında da Çin'in kalkınma hızı % 7-8 olacaktır. Son 10 yılda Pekin, Afrika ve Latin Amerika'da yaptığı yatırımlar ile mütevazı küresel bir ekonomik güç olma yoluna girmiştir. Pekin artık düşük jeopolitik profil ve ekonomik kalkınma odaklı politikayı terk ederek daha iddialı politik hedefleri temsil eden bir sürece girmektedir. Bunun bir sonucu da Çin ile Japonya arasındaki küçük bir adadan dolayı ortaya çıkan gerilimdir. Çin ordusunun kara, hava ve denizde sürdürdüğü modernizasyonun 2020 yılında Pekin'in bir Amerikan müdahalesini engelleyerek, Tayvan'ı işgal edebilecek boyuta çıktığı ileri sürülmektedir. Ancak 2014 yılı Pekin'in ekonomik kalkınmayı ön plana çıkaracak, Çin Denizi'nde komşu ülkeler ve Japonya ile olan sorunlarını düşük profil de tutmaya çalışacaktır.

Bununla beraber Çin'in askeri gücünün artması sonucu, Japonya ve Güney Kore'nin nükleer silah üretmek istemesine ABD'nin karşı çıkmayacağı tartışmalarını başlatmıştır.

Özellikle, Japonya'da siyasal elit içinde artan milliyetçilik göz önünde tutulduğunda Japonya'nın Çin ile sürtüşmesi ve daha saldırgan bir askeri strateji benimsemesi mümkün görünmektedir. Tokyo bu amaçla 1947 tarihli Japonya'nın büyük bir asker güç olmasını yasaklayan anayasa maddesini değiştirme çalışmalarını başlatmıştır. Çin-Japonya-Güney Kore arasındaki gerilim 2014'ün gündemini işgal etmesi de parçası olacaktır.

AVRUPA BİRLİĞİ

Avrupa Birliği'nde AB Anayasasının reddedilmesi ile başlayan ve finansal kriz ile artan gerileme ve dağınıklık dönemi, 2014'de Almanya'nın liderliğinde en azından AB'nin çekirdek ülkelerini kapsayan bir toparlanma çabasına dönüşebilir. Aksi takdirde gelecek için ortak bir hedefi yitiren AB üyesi ülkeler içinde özellikle etnikçi politikaların önünün açılmasının sonucu olarak, Katalonya, Bask, Valon, Flaman, Kuzey İtalya, İskoçya sorunları yoğunlaşarak AB'nin gündemini belirlemeye başlayacaktır.

AB içinde önemli bir diğer gelişme, Almanya'nın 2. Dünya Savaşı sonrasında benimsediği savunma doktrinini değiştirerek savunmaya yönelik bir



Özellikle, Japonya'da siyasal elit içinde artan milliyetçilik göz önünde tutulduğunda Japonya'nın Çin ile sürtüşmesi ve daha saldırgan bir askeri strateji benimsemesi mümkün görünmektedir. Tokyo bu amaçla 1947 tarihli Japonya'nın büyük bir asker güç olmasını yasaklayan anayasa maddesini değiştirme çalışmalarını başlatmıştır.

stratejik anlayıştan daha müdahaleci bir anlayışa geçeceğini açıklamıştır.

Bundestag Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Röttgen "Almanya'dan liderlik görevi beklendiğini" vurgularken Berlin'deki yeni çizgiyi vurgulamaktadır. Özetle, 2. Dünya Savaşı'nın iki mağlup gücü olan Almanya ve Japonya, çok kutuplu dünya düzenine geçilirken, tekrar güçlü ordular inşa etme ve askeri doktrinlerini değiştirme çalışmalarına başlamışlardır.

RUSYA

Suriye krizi Rusya'ya dış politikada "artık daha fazla gerileyemeyiz, öyle ise ilerlemeliyiz" noktasına getirmiştir. Putin, 2008 Gürcistan savaşı sonrasında hem Avrasya'da hem Ortadoğu'da önemli bir atağa kalkmıştır. Moskova'nın Avrasya'da amacı "Avrasya Birliği" projesi ile eski Sovyet cumhuriyetlerini Moskova eksenine sokmaktır. Putin, bu amaçla, Moldova'dan Kırgızistan'a kadar uzanan coğrafyada eski SSCB Cumhuriyetleri üzerinde baskı oluşturmaktadır.

Ortadoğu'da ise Suriye-İran eksenini üzerinden Rusya'nın bölgesel güçten daha fazlası olduğunu ABD ve AB'ye hatırlatmak olmuştur. 2013 Rusya'nın bu iki hedef doğrultusunda önemli adımlar attığı yıl olmuştur. Rusya ilk kez SSCB'nin askeri harcamaları seviyesine ulaşmıştır. Bütün iddialarına rağmen halen enerji merkezli ekonomiye sahip olan ve modern bir ekonomi oluşturamayan Rusya, ekonomik ve sosyal alandaki büyük zaafılarını yenebilmiş değildir. Rusya'da federal hükümetin gelirlerinin % 70'i ihracattan gelmektedir. Bununla % 50'si doğalgaz ve petrol ihracından gelen gelirdir.

Rusya'ya nükleer Suudi Arabistan demek haksızlık olsa bile durumun vahametini göstermesi açısından haklı bir benzetmedir.

Avrasya ve Ortadoğu'da Suriye krizi üzerinde büyük bir atak içinde Eski SSCB'yi kısmen de olsa oluşturmak arzusu içinde olan Putin'e, 2014'de en ağır darbe Ukrayna'nın ebediyen Rusya'dan kopması ile gelebilir. Böyle bir ihtimalin doğması durumunda Moskova, Ukrayna'nın Doğu ve Batı olmak üzere ikiye parçalanmasını tercih edebilir.

Moskova'dan Ukrayna'nın etnik merkezli federal bir devlete dönüşmesi talepleri gelmeye başlamıştır. 2014'de ABD-AB ve Rusya'nın karşı karşıya geleceği daha fazla merkezin olacağı görülmektedir. Ukrayna ve Moldova örnekleri de karşılaşmaların Rusya'nın vazgeçemeyeceği bölgelere kaydığını göstermektedir.

İRAN İLE NÜKLEER MÜZAKERELER

Küresel gelişmeleri etkileyecek önemli bir diğer süreç ise İran ile ABD ve müttefikleri arasında başlayan nükleer enerji/silah konusundaki görüşmelerdir. 2013 sonunda başlayan yeni süreç taraflarda büyük bir iyimserlik uyandırmıştır. Sürecin bu şekilde devam etmesi ve 2014 içinde anlaşma ile sonuçlanması durumunda küresel politikanın en önemli sorunlarından birisi çözülmüş olacaktır. Rusya, İsrail ve Suudi Arabistan ABD-İran görüşmelerinden rahatsızlık duysalar da durdurabilecek güce sahip değildirler. ABD-İran görüşmelerinin başarı ile sonuçlanma ihtimali daha yüksektir.

Görüşmelerin başarısızlık ile sonuçlanmasının çok boyutlu etkileri olacaktır. İsrail'in İran'a operasyon yapılmasını arzu eden politikası, Washington'da daha fazla destek bulacaktır. ABD, Suriye

Bundestag Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Röttgen "Almanya'dan liderlik görevi beklendiğini" vurgularken Berlin'deki yeni çizgiyi vurgulamaktadır. Özetle, 2. Dünya Savaşı'nın iki mağlup gücü olan Almanya ve Japonya, çok kutuplu dünya düzenine geçilirken, tekrar güçlü ordular inşa etme ve askeri doktrinlerini değiştirme çalışmalarına başlamışlardır.

politikasında Suriye'ye askeri müdahaleyi daha önemli bir seçenek olarak gündeme alacaktır. Irak-ABD ilişkilerinde gerilim yaşanacaktır. Ve İran'a yönelik Amerikan destekli bir İsrail saldırısı daha büyük bir ihtimal haline gelecektir.

KÜRESEL EKONOMİ

Dünya ekonomisi 2014'e önceki iki yıla göre pozitif beklentilerle girmiştir. 2012'de %3,1 ve 2013'de %3 büyüyen dünya ekonomisinin 2014'de %3,7 büyüyeceği öngörülmektedir. Bundan önceki yıllarda büyümeye en büyük etki gelişmekte olan ülkelerden gelirken 2014'de büyümeye katkı gelişmiş ülke ekonomilerinden gelecektir.

Gelişmekte olan ülkelerin 2014'de büyüme sebebi güçlü dış talep olacaktır. Bu da ihracatta artışa neden olacak dış ticaret açıkları konusunda pozitif gelişme sağlayacaktır. Ancak, gelişmekte olan ülkelerde dış talebe karşın iç talebin zayıf kalması ekonomik kırılganlık açısından dramatik bir tablo çizmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin bu grafiğinden ayrılan tek ülke ise Çin'dir. Çin'de hem iç talep hem de dış talep artmaktadır. Nitekim 2014 beklentisi ve geçmiş iki yıl dâhil Çin'in büyümesi %7'nin altına düşmemiştir.

Avro bölgesi durgunluktan kurtulmaya çalışmaktadır. 2013'de 0,4 daralan Avro bölgesinin 2014'de; %1,0 ve 2015'de %1,4 büyümesi beklenmektedir. Burada yine en önemli ivme Almanya'nın 1,6 ve Fransa'nın 0,9 büyüme beklentisinden kaynaklanmaktadır.

Gelişmekte olan ekonomilere ilişkin büyüme beklentisi %5,1'dir. Bu rakama en büyük katkı gelişen Asya'nın % 6,7 olarak beklenen büyüme rakamıyla olacaktır. Gelişen Asya'ya en önemli katkı ise % 7,5 büyümesi beklenen Çin ile olacaktır.

2014'de dünya ticaretinde beklenen büyüme özellikle gelişmiş ülkelerin hızla büyümesine neden olacaktır. 2013'de %1 artan dünya ticaretinin 2014'de %4 artması beklenmektedir.

ABD'nin parasal genişleme politikasını 2014'de sürdürmeyeceği 2014'de küresel ekonominin yönü açısından en belirgin faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim 2014'de gelişmekte olan ülkelere çıkmaya başlayan fonlar kendi ülkelerine geri dönmektedir. Yani para akışı kriz döneminin aksine bu sefer gelişmekte olan ülkelere doğru gerçekleşmektedir. Bu sebeple güçlenen Dolar tüm dünyada değer kazanmaktadır. Güçlenen Dolar ile birlikte 2014'de varlık fiyatlarında düşüş yaşanacaktır. Ancak varlık fiyatlarında yaşanacak olan düşüş gelişmekte olan ülkelere yaşanması beklenen enflasyonu düşürmeyecektir. Enflasyon için sıralama yapmak gerekirse gelişmekte olan ülkelere ortalama %5,



dünya ekonomisinde %3, gelişmiş ekonomilerde ise %2 seviyesinde olduğu beklenmektedir.

BÖLGESEL DURUM

Türkiye'yi çevreleyen üç jeopolitik alt sistem Ortadoğu, Kafkasya-Orta Asya ve Doğu Akdeniz ve Balkanlardır. Bu üç alanda Soğuk Savaş'ın sona ermesinden bu yana başlayan yoğun istikrarsızlık farklı dinamikler üreterek devam etmektedir ve gelecek yıllarda da dinamizm kazanarak devam etme eğilimi içindedir.

1991'den bu yana anılan üç alt sistemde SSCB'nin yıkılışı, Yugoslavya iç savaşı, ABD'nin Afganistan ve Irak'ı işgali ve Arap Baharı dinamikleri ile jeopolitik istikrarsızlıklar süre gelmiştir. 2014'de de Orta Asya ve Ortadoğu'da Amerikan işgal rejimlerinin arkasında bıraktığı sorunlar ve Arap Baharının gündeme taşıdığı istikrarsızlıklar çerçevesinde devam edecektir. Aşağıda anılan bölgelerdeki istikrarsızlıklar ve Türkiye'ye olası etkileri değerlendirilecektir.

ORTADOĞU

Gelecek 20 yılda Ortadoğu dünyanın en radikal jeopolitik kayma ve kopmalarının olacağı bölgelerinden birisidir. Bu coğrafyada büyük bir ihtimal ile yeni devletler kurulurken birçok devlet parçalanacak veya yok olacaktır. Yemen, Suudi Arabistan, Libya, Suriye ve Irak'ın parçalanmasından 14 yeni devlet kurulacağı ileri sürülmektedir. Esasen Ortadoğu'da bölünme süreçleri başlamıştır. Bu süreçte Ortadoğu'da melez savaşlar denilen konvansiyonel savaşlar ile gerilla savaşlarının karışımı savaşlar gerçekleşecektir. Halen Suriye'de yaşanan iç savaş yukarıda kastedilen anlamda bir melez savaşın prototiplerinden birisidir. Ortadoğu'nun Balkanlaşması olarak adlandırılabilir bu sürecin Türkiye üzerinde büyük bir basınç oluşturacağı ortadadır.

Ortadoğu 2014'de de büyük çatışmaların yaşanması muhtemel bir bölgedir. 2013'ün en önemli özelliği Sünni-Şii çatışmasının yaygınlaşması ve bu yaygınlaşmanın da beslediği El Kaide'nin veya benzeri/akraba örgütlerin Ortadoğu genelinde yükselişe geçmesidir. El Kaide sadece Ortadoğu'da değil, Afrika'da Somali'den başlayıp, Mali, Libya, Yemen, Suriye, Irak, Afganistan/Pakistan eksenine kadar uzanan bir bölgede yükseliştir.

Ortadoğu'da başlıca istikrarsızlık merkezleri Türkiye açısından önem sırasına göre Suriye ve Irak, Lübnan, Ürdün, Mısır, Libya, Yemen'dir. Akdeniz'deki Afganistan'a dönüşen Suriye'de, iç savaş her iki tarafında gerçekleştirdiği bölgesel mezhep/etnik temizlikler yapılarak Cenevre-2 görüşmelerine rağmen, Sünni-Şii mezhep karakteri ile devam etmektedir.



Ocak 2014'de Esad rejimi Ocak 2013'e göre askeri ve politik anlamda çok daha güçlüdür. Suriye iç savaşı Batılı güçlerin askeri müdahalesi olmaması durumunda dağınık muhalefetin gerilediği ancak Şam rejiminin bütün ülkeyi kontrol altına alamadığı bir süreçte devam edecektir. Parçalanmış Suriye muhalefeti içinde Suriyeli olmayan El Kaidecilerin etkisi giderek artmaktadır. Bazı yerel kaynaklar sayıyı 7.000 civarında verirken, İsrail kaynakları Suriye'de 30.000 bin El Kaide militanı olduğunu ileri sürmekte ve İsrail'in bir El Kaide kuşatması ile karşılaştığını iddia etmektedirler. Suriye iç savaşının Türkiye için oluşturduğu en büyük risk 900 kilometrelik Türkiye-Suriye sınırının 500 kilometresinin PKK-PYD devletçisi tarafından, geriye kalan 400 kilometresinin de El Kaide-Irak-Şam İslam Devlet(çığı) tarafından denetlenmesidir.

2014 için küçük bir ihtimal olmakla beraber, Mart 2014'de başlayan ABD-Suudi Arabistan görüşmelerinin güçlü bir Suriye muhalefeti inşa etmesi ve Beşar rejiminin Şam'da devrilmesi durumunda Esad Beşar Akdeniz kıyısında Nusayrilerin yoğunluklu yaşadığı bölgeye çekilerek Nusayristan'ı kurmayı hedeflemektedir. Bu ise Suriye'yi kalıcı bir parçalanmaya itebilir. 2014'de Suriye iç savaşının etkilerini daha radikal bir şekilde hissetmemiz mümkündür. Suriye'deki istikrarsızlık ve Türkiye'nin Suriye iç savaşına angaje oluş şekli, Hatay-Kilis eksenini Peşaverleştirmekte, Türkiye'yi Pakistanlaştırmaktadır. Özellikle, Suriye'nin kuzeyinde 500 kilometrelik bir hatta Türkiye ile komşu olan ve geriye kalan bölgeleri ele geçirmek için saldırgan bir politika izleyen PKK/PYD'nin Türkiye için önemli bir tehdit oluşturacağı açık bir keyfiyettir.

Suriye iç savaşı, Irak'ta Amerikan çekilmesinden sonra yükselen Sünni-Şii iç savaşını kısa zaman

Rusya'ya nükleer Suudi Arabistan demek haksızlık olsa bile durumun vahametini göstermesi açısından haklı bir benzetmedir. Moskova'dan Ukrayna'nın etnik merkezli federal bir devlete dönüşmesi talepleri gelmeye başlamıştır. 2014'de ABD-AB ve Rusya'nın karşı karşıya geleceği daha fazla merkezin olacağı görülmektedir.

içerisinde daha da tırmandırmıştır. Şii Bağdat yönetiminin, Sünni halka yönelik özellikle Anbar vilayetinde uygulanan sert politikaları, ekonomik çöküş, büyük yolsuzluklar, Irak'ta da El Kaide-Irak-Şam İslam Devleti örgütünün güçlenmesine neden olmuştur. Suriye'de olduğu gibi Irak'ta da El Kaide belirli kentleri işgal ederek, El Kaide devletçikleri kurmuştur. Maliki'nin El Kaide ve Sünni direnişi ile başa çıkamama durumunda Şii Irak'ı ülkenin geri kalanından ayırmakla tehdit ettiği unutulmamalıdır. Bu olasılık halen küçük olmakla birlikte, olması durumunda Türkiye üzerindeki etkisi büyük olacaktır.

Suriye ve Irak iç savaşlarından Ortadoğu'da etkilenen ülkelerin başında Lübnan gelmektedir. Lübnan halen kısmen Suriye iç savaşının etkisi altında kalan bir ülkedir. Hizbullah'ın Suriye iç savaşına müdahalesi Lübnan'da iç çatışmaların başlamasına yol açmıştır.

Irak ve Suriye'de iç savaşın yayılmasının etkileyeceği bir diğer ülke de Ürdün'dür. Ürdün, ABD ve İngiliz askeri üssü niteliği taşıdığı için verilen dış destek ile 2013'de olayların dışında tutulmuştur. Ancak 2014'te Ürdün'de istikrarsızlık yayılabilir. Yemen'de El Kaide güçlenirken, ülke tekrar parçalanmaya sürüklenmektedir. İlan edilen federasyon, parçalanmanın ön aşamasıdır.

Mısır'da askeri yönetimin baskısı ile nispi bir sükûnet olsa da bu durum sürdürülebilir değildir. Halen Sina Yarımadası'nda büyük ölçüde selefi güçler hâkimdir. Nil deltasında güvenlik güçleri gece etkinliklerini tamamen kaybetmektedirler. Mısır'da 2014 içinde Müslüman Kardeşler'in yeni bir atağı yaşanabilir.

Bundestag Dış İlişkiler Komitesi Başkanı Röttgen "Almanya'dan liderlik görevi beklendiğini" vurgularken Berlin'deki yeni çizgiyi vurgulamaktadır. Özetle, 2. Dünya Savaşı'nın iki mağlup gücü olan Almanya ve Japonya, çok kutuplu dünya düzenine geçilirken, tekrar güçlü ordular inşa etme ve askeri doktrinlerini değiştirme çalışmalarına başlamışlardır.

Libya ise bir hükümetin olduğu ancak fiilen devletsiz bir ortamın hâkim olduğu, üçe bölünme ile bölünmeme arasında gidip gelen bir konumdur. Özetle, 2014'de Ortadoğu büyük bir kaostan içinde bölgesel bir iç savaşın baskısı altında olacaktır.

Ortadoğu bölgesinden 2014'de (ve ötesinde) Türkiye'ye yönelik kaynaklanacak tehditleri özetler isek;

a) Irak'ın parçalanması durumunda Kuzey Irak'ta kurulacak bağımsız Kürdistan, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bağımsızlık arzularını daha da güçlendirecektir.

b) Suriye'nin kuzeyinde Türkiye sınırında kurulmuş olan PKK denetimindeki bölge PKK'nın Türkiye'ye karşı elini güçlendirecek ve baskı yapma imkânını artıracaktır. Aynı zamanda PKK yanlısı halkın moralini yükselterek, merkez kaç duygulara güç verecektir.

c) Ortadoğu bölgesinde güçlenen El Kaide Türkiye'ye dayatmalarda bulunacak, kabul edilmemesi durumunda Türkiye'de yıkıcı terör eylemlerinde bulunacaktır.

d) Hatay-Kilis-Gaziantep ekseninde devlet otoritesi erirken, istikrarsızlaşma güçlenecektir.

KAFKASYA-ORTA ASYA

Orta Asya'da 2014'ün en önemli gelişmesi Amerikan tarihinin en uzun savaşı olan Afganistan Savaşı'nın sona ermesinin yaratacağı sorunlar olacaktır. ABD'nin çekilmesinden sonra Taliban'ın Afganistan'daki etkisi hızla artacaktır. Afganistan'da Taliban'ın etkisinin artmasının Pakistan ve başta Özbekistan olmak üzere Orta Asya Türk Cumhuriyetleri üzerinde istikrarsızlaştırıcı etkisi olacaktır. Afganistan'da Taliban'ın etkisinin artmasının sadece bölgesel etkileri olmakla kalmayacaktır. Taliban'ın Afganistan'da yükselmesi, El Kaide'nin Ortadoğu'da yükselmesi sürecine dinamizm katacaktır.

Kafkasya'yı ise Güney ve Kuzey Kafkasya olarak incelemek gerekmektedir. Her iki bölgede de yapısal istikrarsızlık unsurları varlıklarını sürdürmektedir. Kuzey Kafkasya'da SSCB'nin dağılmasından sonra Çeçenistan merkezli olarak başlayan merkez-kaç süreç ancak güç kullanımı ile bastırılmış ancak ortadan kaldırılamamıştır. Rusya Federasyonu yönetiminin herhangi bir zaaf anında Kuzey Kafkasya büyük bir karışıklık içerisine girecektir. 2014'de sosyo-ekonomik sorunların yanında eğitim düzeyinin düşük olduğu Kuzey Kafkasya'da radikal dini örgütlerin terör eylemleri Kafkas bölgesinde olduğu gibi Rusya'nın çeşitli şehirlerinde de kendini gösterebilecektir.



AZERBAIJAN

Güney Kafkasya'da ise Azerbaycan, Gürcistan ve Ermenistan arasında mevcut sorunlar 2014'e transfer olmuşlardır. Azerbaycan, Kuzey Kafkasya'nın parlayan yıldızıdır. Devletleşme yolunda olumlu bir mesafe kaydeden Azerbaycan'ın enerji kaynakları sayesinde bölgesel etkinliğini artıracağı bir yıl beklenmektedir. Türkiye ile ilişkilerde, ilişkilere yön verecek temel faktör, Türkiye'nin Karabağ Meselesi karşısındaki tutumu olacaktır. 2014, demiryolları ve enerji hatları ile Azerbaycan-Gürcistan-Türkiye ittifakının gelişeceği bir yıl olacaktır.

Öte yandan Karabağ Meselesi ve işgal altındaki Azerbaycan toprakları Güney Kafkasya'daki en önemli jeopolitik sorundur. Çözumsuzlüğe mahkûm edilen sorunun çözümü için Azerbaycan'ın askeri seçeneğe başvurma ihtimali güçlenmektedir. Bölgedeki sınır çatışmaları zaman zaman artacaktır. Diplomatik girişimler de savaş riskine paralel olarak artacaktır.

GÜRCİSTAN

Gürcistan'da Ekim-2012'de hükümet, Ekim-2013'te ise Cumhurbaşkanı değişmiştir. Yeni yönetim dış politikasını "Rusya'yla dost, Batı'yla entegre" olarak açıklamıştır. Gürcü yönetimi Rusya ile ilişkileri normalleştirmek için yoğun bir çaba harcamaktadır, bu çabalar 2014'te de devam edecektir. Ancak Rusya-Gürcistan ilişkilerinde kilit rol oynayan Güney Osetya ve Abhazya meselelerinde herhangi bir değişim beklenmemektedir. Rusya bu bölgelerin tekrar Gürcistan yönetimine girmesine müsaade etmeyecektir. İki ülke arasındaki ilişkilerin normalleşmesi ekonomik ilişkiler bakımından mümkün gözükürken, siyasi anlamda bu sorunun çözümüne bağlıdır. Gürcistan'ın Batı'yla ilişkilerinde AB Doğu Ortaklığı Projesi bağlamında yakın ilişkilerin artarak devam edeceği ifade edilebilir.

ERMENİSTAN

Ermenistan, AB'nin Doğu Ortaklığı Projesini reddederek Rusya'nın önderliğinde oluşturulan Avrasya İttifakı Gümrük Birliğine gireceğini ilan etmiştir. Gelecek yıllarda Ermenistan'ın Rusya'yla daha yakın ilişkiler içerisinde olacağı ortadadır. Bu durum Azerbaycan'ın askeri müdahale seçeneği önünde bir engel olarak görülmektedir.

Sözde soykırım iddialarının 100. Yılı yaklaşırken Ermenilerin bu yöndeki çalışmaları hız kazanacaktır. Brüksel'de Nisan 2015 için kiralık salonun kalmaması, tamamının şimdiden kiralanmış olması da çalışmalara verilen önemi göstermektedir. Başta Fransa olmak üzere -Batı dünyası Ermenileri tatmin edecek adımlar atmak isteyecektir.



BALKANLAR VE DOĞU AKDENİZ

Türkiye açısından Doğu Akdeniz coğrafyasında en riskli konular KKTC'nin devlet olarak varlığının devamı, Ege ve Akdeniz'deki deniz yetki alanlarındaki egemenlik ve Ege adalarının aidiyeti meselesidir. Kıbrıs'taki müzakere sürecini de Türkiye'yi yoracak, geri adım atmaya zorlayacak noktaları nedeniyle risk yaratacak konular arasında saymak gerekir. Kıbrıs adası çevresindeki doğalgaz rezervlerinin çıkarılması ve arzı Kıbrıs sorunun çözümü için taraflar ve özellikle Türk tarafı üzerinde baskının artmasına neden olmuştur.

Yunanistan ve Kıbrıs Rum Yönetimi'nin Akdeniz'e kıyıdaş diğer ülkelerle sınır anlaşması yapmayı sürdürmesi, Türkiye'yi uluslararası hukuk açısından haklı olsa da yalnız kalmaya mahkûm etmektedir. Meselenin en doğrudan sonucu Türkiye'nin kendi karasularına hapsolmasıdır. Ege adalarının Yunanistan tarafından yerleşime açılması da hem yine deniz yetki alanları bakımından hem Türkiye'nin adalar üzerindeki hakları bakımından hem de toprağına, egemenliğine sahip çıkamayan ülke görünümüne sebep olmasından ötürü önemlidir ve yüksek risk barındırmaktadır.

Adalar konusunda Türkiye yetkililerinin itirazda bulunmaması, Yunanistan'ın gerçekten de adaları sahiplenmesini sağlamaktadır. Bu durum Casus Belli sayılan 12 mil ilanına göre daha önemlidir, ancak Casus Belli'nin kaldırılmasına da 12 mil ilanına da gerek kalmaksızın Yunan hedeflerini hayata geçirmektedir. Adalara da kıta sahanlığı tanıyan bir tek taraflı deklarasyonun Yunanistan tarafından yayınlaması da Türkiye-Yunanistan arasındaki uzlaşmazlık konularından birinin daha bir oldu-bitti şeklinde çözüme ulaşması anlamına gelmektedir. Türkiye sadece muhtemel petrol gelirini değil aynı zamanda ve daha önemlisi deniz üzerindeki hareket kabiliyetini de kaybetmektedir.

(Bu makale 21. Yüzyıl Türkiye Enstitüsü web sitesinden alınmıştır. Makalenin geniş özetini,

Gelişmekte olan ekonomilere ilişkin büyüme beklentisi %5,1'dir. Bu rakama en büyük katkı gelişen Asya'nın % 6,7 olarak beklenen büyüme rakamıyla olacaktır. Gelişen Asya'ya en önemli katkı ise % 7,5 büyümesi beklenen Çin ile olacaktır.

2014'de dünya ticaretinde beklenen büyüme özellikle gelişmiş ülkelerin hızla büyümesine neden olacaktır. 2013'de %1 artan dünya ticaretinin 2014'de %4 artması beklenmektedir.

BASF Coatings Kurumsal Müşteriler Müdürü Alphan ALTIN Kaporta ve Boya departmanlarının geleceği



Yazının ilk bölümünde sektörel gözlemlerime yer verdikten sonra, ikinci bölümde konumuza özel değerlendirmelerde bulunacağım.

Öncelikle, yetkili satıcılık ve yetkili servis organizasyonlarının iki ayrı birim olmasına rağmen, birbirini tamamlayan yapılar olduğunu vurgulamak istiyorum.

İlk görünen gerçek, Türkiye’de ve Dünya’da artan araç parkına rağmen kaza sayıları net bir biçimde azalıyor. Bunun nedenleri olarak, daha bilinçli sürücüler, caydırıcı kanunlar, araç üzerinde bulunan güvenlik teknolojisinin ilerlemesi, yağmurlu ve kar yağışlı gün sayısının azalması, kış lastiği kullanımının artması, toplu ulaşımın artması, uçak kullanımının artması vb. nedenleri sayabiliriz. Sonuç olarak kaporta & boya bölümüne giren araç sayısında ve servislerde onarılan ortalama parça adedinde azalmanın olduğunu görmekteyiz.

Diğer taraftan, istatistik olarak mekanik ve kaporta&boya girişlerini sektör bazında göremiyoruz. Tüm OEM markaları perakende satışlarını ölçüyor, takip ediyor ve ODD kanalı ile bu bilgileri kamuya açıklıyor. Aynı çalışma, mekanik ve kaporta&boya giriş adetleri bazında maalesef raporlanmıyor. Sektör paydaşları olarak bizler, güvenilir bir şekilde bu bilgileri konsolide bir şekilde göremiyoruz. Dikkat edilecek başka bir konu da, OEM firmalarının satış sonrası hizmetlerden sorumlu departmanları için boya bölümü, hala pek bilinen ve hakim olunan bir bölüm değil!!



Oto Boyama işi bir zanaat! Bunun için doğru ürün ve renk eğitimlerini almış olan teknisyenler işimiz için çok önemli. Sektörü, gelecekte bekleyen en büyük sıkıntılardan biri bence bu eğitilmiş insan kaynağı olacak. Oto boya uygulayıcıları sayısında düşüş var ve yeni nesil bu mesleği pek yapmak istemiyor. Meslek hastalıkları sıralamalarında oto boyacılığı üst sıralarda yer alan bir meslek.. Bunu önlemek için doğru bir şekilde kişisel koruyucu ekipman kullanımı hayati önem taşımaktadır. Gelecekte kanun koyucuların, bu konularda daha agresif tutum sergileyeceklerini düşünüyorum.



Ülkemizde, araç muayeneleri yasalarla belirlenen belli tarih aralıklarına göre yapılmaktadır. Fakat, araç sahiplerinin çoğu, oluşan bir kaza sonrası araçlarını muayene etmeyi düşünmüyor. Muayeneden yeni çıkmış bir araç, kaza sonrası doğru olmayan onarım teknikleri ile onarılıp rahatlıkla trafikte dolaşabiliyor. Kaza sonrası kaza kırım raporunu genellikle görmüyoruz. (“Kaza nasıl olmuş? neden olmuş? gibi.”). Gazete sayfalarında, ortasından ikiye bölünmüş arabaları görürüz ama, arabanın neden ikiye bölündüğü ile ilgili rapor oluşturulmuyor.

2. el araç parkı ile birlikte Türkiye’de, yaklaşık olarak 70 Milyon Euro’luk bir oto tamir boya pazarı olduğunu öngörüyoruz. 2. el araç ilanlarına bakarsanız, tamir görmüş ve boyanmış araç sayısının çok düşük olduğunu görürsünüz. İnsanlar güzel olsun diye evlerini boyatırlar ama güzel olsun diye arabalarını maalesef boyatamazlar. Çünkü araç değerinin düşeceği endişesi yaşarlar.

Yukarıdaki genel değerlendirmeden sonra, yetkili servislerin özellikle boya operasyonlarına dair değerlendirmelerde bulunmak istiyorum.

Kaporta ve Boya tarafı için iş sağlayıcılar;

Geçtiğimiz 10 yıla bakarsak, araç sahipleri oluşan bir kaza sonrası hasarlı araçlarını kendi inisiyatifleri ile yetkili servislere getiriyorlardı. Bugün artık büyük bir çoğunluk hasar sonrası sigorta şirketi veya kaza yönetimi firmaları ile temasa geçiyor ve buradaki yönlendirmelere göre hareket ediyor.

Diğer taraftan yeni çıkan kasko kanunları sonrası bu yapının daha farklı bir hal almaya başladığını görüyoruz. Araç sahipleri tarafından kasko poliçe seçimi önem kazandı, hasarsızlık oranlarına dikkat etmeye başladılar ve belirli bir rakama kadar olan hasarlarını eskiden olduğu gibi kendilerini karşılama yoluna gitmekte. Sonuç olarak araç sahiplerinin, güvenli onarım ile ilgili bilinçlenmesi gerektiği kanısındayım. Araç sahipleri, 5 yıldız güvenlik standartına sahip aracının doğru onarım sonrası ilk günkü güvenlik ve boya kalitesine ulaşacağını bilmeliler.

Yetkili servisler için en önemli iş sağlayıcısı olan sigorta şirketleri, gelecekte de bu rollerine devam edecek. Gelecekte hasarların onarımı ile ilgili olarak, sigorta şirketlerinin de sorumlu olacağını düşünüyorum. Avrupa’da, bir kaza sonrasında yanlış tamir sebebiyle can veya mal kaybı yaşandıysa, bunu ilgili sigorta firması ve tamiri yapan servisin sorumluluğunda olduğuna hükmettiklerini görüyoruz.

İkinci önemli iş sağlayıcısı olarak, uzun ve kısa dönem kiralama şirketlerini görüyoruz. TOKKDER verilerine göre 2013 sonunda bu rakam 200 bin

araç. Bu araçların hasar yönetimleri farklı bir strateji ile ilerliyor. Burada araç kullanıcısı ve araç sahibi farklı kişiler. Hizmeti alan ve kiralamayı yapan şirketlerin, hasar sonrası güvenlik, yapılan işin kalitesi ile ilgili bilinçli hareket etmesi gerekiyor.

Doğru yerleşim ve doğru seçilmiş ekipmanlar

Burada iki konu kritikliğini koruyor. Birincisi, araç yoğunluğunun yüksek olduğu şehirlerde arsa m² maliyetleri çok yüksek ve sermayedarlar ellerindeki kapitalin fırsat maliyetlerini öngörmeye çalışıyorlar. Bu nedenle yüksek rant bölgelerinde servis işi yapmak çok kârlı olamıyor. Gelecekte metropol alanlara yakın, büyük m²'ye sahip servisler göreceğimizi düşünüyorum. Hasarlı araçlar şehir merkezlerinde teslim alınıp bu servislerde onarılıp tekrar teslimat noktasına gelecek.

İkinci bir konu ise, servis içinde kaporta ve boya departmanının doğru iş akış modeline göre yerleşimi !!! Gelecekte, proses optimizasyonunu iyi yapan ve iş potansiyelini üretken verimliliğe çeviren işletmeler kâr edecekler ve ayakta kalacaklar.

Regülasyonlar

Avrupa Birliği regülasyonları uyarınca gelecekte sadece su bazlı veya VOC özellikli ürün kullanımının zorunlu olacağını düşünüyorum. Bu da, yetkili servislere rekabet avantajı yaratacaktır. Günümüzde hala solvent bazlı ürün kullanımının yaygın olması yetkili servisler aleyhine haksız rekabete yol açmaktadır.

Boya konusunda doğru partnerin seçimi müşteri memnuniyeti ve boyahanenizin kârlılığı için çok önemlidir. Gelecekte sadece boya tedarikini sağlamak yeterli olmayacaktır. Boya firmanızın size partnerlik etmesi, kârınızı sizin adınıza kontrol etmesi gerekecektir. Boya sağlayıcılar aktif danışmanlık hizmetleri ve teknik destek sunmalıdır. Aynı konu boya dışı dediğimiz sarf malzemeler içinde söz konusudur. Son dönemde aktif olarak görmeye başladığımız ekspertiz software programlarının kullanımı gelecekte daha yaygınlaşacaktır. Tabiri caiz ise ülkemizde koyun pazarlığına dönen parça başına alınan boya bedeli belli bir standarta oturacaktır.

Eğitimli kalifiye personel

Oto Boyama işi bir zanaat ! Bunun için doğru ürün ve renk eğitimlerini almış olan teknisyenler işimiz için çok önemli. Sektörü, gelecekte bekleyen en büyük sıkıntılardan biri bence bu eğitimli insan kaynağı olacak. Oto boya uygulayıcıları sayısında düşüş var ve yeni nesil bu mesleği pek yapmak istemiyor. Meslek hastalıkları sıralamalarında oto boyacılığı üst sıralarda yer alan bir meslek.. Bunu önlemek için doğru bir şekilde kişisel koruyucu ekipman kullanımı hayati önem taşımaktadır. Gelecekte kanun koyucuların, bu konularda daha agresif tutum sergileyeceklerini düşünüyorum.

Doğru partnerlerin seçimi

Boya konusunda doğru partnerin seçimi müşteri memnuniyeti ve boyahanenizin kârlılığı için çok önemlidir. Gelecekte sadece boya tedarikini sağlamak yeterli olmayacaktır. Boya firmanızın size partnerlik etmesi, kârınızı sizin adınıza kontrol etmesi gerekecektir. Boya sağlayıcılar aktif danışmanlık hizmetleri ve teknik destek sunmalıdır. Aynı konu boya dışı dediğimiz sarf malzemeler içinde söz konusudur. Son dönemde aktif olarak görmeye başladığımız ekspertiz software programlarının kullanımı gelecekte daha yaygınlaşacaktır. Tabiri caiz ise ülkemizde koyun pazarlığına dönen parça başına alınan boya bedeli belli bir standarta oturacaktır.

Renk hassasiyeti

Zevkler ve renkler tartışılmaz denir ama bizim işimiz renk tartışmaktır. Salt boya işi, yetkili servislerin yaptıkları işleri içinde ufak fakat, en görünür parçasıdır. Bütün araç sahipleri renk konusunda eleştiri yapabilme yetisine ve hakkına sahiptirler. İşte bu noktada doğru boya firmasının seçimi önem kazanıyor. Lokalde çalışılmış renkler ve boya firmasının sunduğu renk desteği işinizin en kritik konularından biri.

Bu konuda dikkatimizi çeken önemli ayrıntılardan biri, boya uygulamalarının, genellikle gün ışığı almayan alt katlarda yapılması ... Bu detay, iş tekrarına neden olduğu gibi, müşteri memnuniyetsizliği de yaratmaktadır. Bence boyama alanı, araç sahibine pazarlama enstrümanı olarak sunulacak kalite ve düzende olmalıdır. Ayrıca her araç sahibine özellikle gezdirilip, yapılan işlerin önemi ve detayı vurgulanmalıdır.

Neden BASF Otomotiv Boyalarını Seçmelisiniz?

Herkes arabalarını sever, birçoğu arabalarının bir bebek gibi korunmaya ve ilgiye ihtiyacı olduğunu söylerler. Bu yüzden en kötü ihtimal gerçekleştiğinde, yani bir kaza olduğunda, arabalarını eski görkemli haline kavuşturacak servise güven duymalıdır. BASF bu noktada hasarlı





araçların OEM spesifikasyonlarına uygun olarak tamir edilmesi, en yüksek seviyede müşteri tatmini sağlama ve çarpışmadan doğan hasarı gidererek eski orijinal haline dönüştürülmesinde servislere yardımcı olur.

BASF'i tamir boyası konusunda ortağınız seçmek için 3 ana neden var;

- Üstün Alman teknolojisine sahip boyamız,
- Uzmanlığımız ve eğitimli personelimiz,
- İşinize ve İşimize olan inancımız.

Boyamız

OEM üreticileri, ürünlerimizin OEM standartlarına uygun olduğunu ve fabrika üretim spesifikasyonlarını karşıladığı için tamir prosesinde de kullanılmasını tavsiye ediyor. Bir çok otomotiv markası sunduğu yüksek kalite sebebiyle otomotiv tamir prosesinde kullanılmak üzere BASF Glasurit® boya markasını tek ya da birkaç boya markasından biri olarak göstermektedir.

Tecrübemiz ve Eğitimli Personelimiz

Yetkili servislerin, işlerini en etkin şekilde yürütebilmeleri için gerekli tüm kaynaklara sahip olmalarını sağlıyoruz. Çok yönlü ve işlerinde uzmanlanmış personelimiz servislere bilgi ve

Herkes otomobilini sever, birçoğu ise otomobilin bir bebek gibi korunmaya ve ilgiye ihtiyacı olduğunu söylerler. Bu yüzden en kötü ihtimal gerçekleştiğinde, yani bir kaza olduğunda, otomobillerini eski görkemli haline kavuşturacak servise güven duymalıdır. BASF bu noktada hasarlı araçların OEM spesifikasyonlarına uygun olarak tamir edilmesi, en yüksek seviyede müşteri tatmini sağlama ve çarpışmadan doğan hasarı gidererek eski orijinal haline dönüştürülmesinde servislere yardımcı olur.

tecrübelerini paylaşarak onların mükemmeli yakalaması konusunda destek oluyorlar. Teknik boya eğitimine ilave olarak, ekibimiz elektronik ortamda servisleri günümüz trendleri ve sektör uygulamalarıyla güncel tutma konusunda yardımcı olmaktadır. Eğitim merkezlerimizde uygulama ve seminerler düzenlemekteyiz. Bunlara ilave olarak, web tabanlı bir sftware uygulama olan Profit Manager Pro ile servislere kendilerini izleme, analiz etme ve işlerini geliştirme imkanları sağlamaktayız.

İşimize Olan İnancımız

Biz bu işe inanıyoruz ve bu yüzden günlük faaliyetlerde yardımcı olabilmek için öğrenebileceğimiz her şeyi öğreniyoruz. Sektör seviyesinde tüm servislerin savunucusu/avukatı olarak hizmet veriyoruz. Sektörün ticaret ve eğitim birliklerinde / kuruluşlarında aktif olarak çalışıyor ve yer alıyoruz. Tüm bunlara ilave olarak, bu sektördeki sigorta ve devlet yetkilileriyle iletişim kurarak, bir aracın güvenli ve doğru bir şekilde hasarının giderilmesi için nelerin gerekli olduğunu anladıklarından emin olmalarını sağlıyoruz. İşte bu yüzden BASF sizin için ideal partner ve geleceğinizi şekillendirmenize yardımcı olacak çözüm ortağınızdır. <<<



Kiralama sektöründe devrim: Bireysel uzun dönem kiralama devri başlıyor

Uzun dönem araç kiralamak için şimdi 'HemenGazla'



Araç kiralama sektörünün önde gelen kuruluşlarından DRD, kiralamada yeni bir dönem başlatıyor. Operasyonel kiralama sektöründe 15. yılını geride bırakan DRD, edindiği tecrübeyi yeni hizmeti 'HemenGazla.com' ile bireysel tüketiciye sunuyor. Filo kiralamanın şirketlere getirdiği tüm avantajlardan bireysel kullanıcıların da faydalanmasını sağlayan ve yepyeni bir hizmet olan HemenGazla.com, tüketicilerin hayallerindeki otomobile çok daha kolay bir şekilde ve bütün risklerden arındırılmış bir şekilde kavuşmasına yardımcı oluyor. Bireyler internet üzerinden gerçekleştirilen işlemlerle, çok kısa bir süre içerisinde beğendikleri aracı seçip, 'HemenGazla'yabiliyorlar.

Kiralama sektöründe edindiği know-how'ı yurtdışına ihraç ederek kendi alanında başarısını kanıtlayan DRD, yenilikçi hizmetleriyle sektöre öncülük etmeye devam ediyor. HemenGazla.com'un kiralama sektörünün yanı sıra, hem fikir hem de teknolojik alt yapısıyla Türkiye otomotiv pazarında da devrim niteliği taşıyan yenilikçi bir hizmet olduğunu belirten DRD Yönetim Kurulu Başkan Vekili Aytekinhan Yıldırıncı, "Filo kiralama sektöründe 15. yılımızı geride bıraktık. Aradan geçen bu zaman zarfında Türkiye'nin en kârlı şirketlerinden biri olmayı başarırken; geçtiğimiz 3 yılda sadece filo araçları için yaptığımız yatırım miktarı 1 milyar TL'yi aştı.

DRD olarak 1.2 milyar TL'ye erişen aktif toplamımız ve 21.000 adede ulaşan araç parkımız ile sektörün tamamı yerli sermayeli en büyük oyuncusu haline geldik. Her zaman öncü olmanın getirdiği sorumluluk bilinci ile operasyonel kiralamanın avantajlarını artık bireyler için de sunan bir hizmet arayışı sonucunda HemenGazla.com fikrini geliştirdik” dedi.

HemenGazla.com'un, araç sahibi olmanın getirdiği tüm riskleri ortadan kaldırdığı gibi finansal anlamda da büyük avantaj sağladığını belirten Yıldırıncı, “Hemengazla.com’ platformumuz, sahip olduğu kapsam ve teknolojik altyapısıyla, sektörde bir ilk olarak bireylerin hayal ettikleri araca ulaşabilmeleri için önemli bir alternatif kanal yaratıyor. Ayrıca bireylere araçla birlikte bugüne kadar hayal dahi edilemeyen kapsamlı bir operasyonel hizmetler bütünü de sunuyor. Üstelik bu yeni kanalımız, uzun soluklu çalışmaların ve gerçekleştirdiğimiz yatırımların ardından ortaya koyduğumuz etkin süreçlerle, müşterilerimiz için internet üzerinden ilgilendikleri araç ve hizmetler bütününe ulaşmayı 25 saniye gibi rakipsiz bir süreye indiriyor. hemengazla.com sadece kiralama sektörü için değil, otomotiv sektörü için de yepyeni bir pazar yaratıyor” diye konuştu.

Bugüne kadar operasyonel kiralamanın şirketlere getirdiği birçok avantajı HemenGazla.com ile bundan böyle bireysel kullanıcıların da kullanımına sunduklarını vurgulayan Aytekinhan Yıldırıncı, “Tüketicilerin bugüne kadar ulaşmak istedikleri ‘sıfır kilometre’ araçlara, çok daha kolay, bütün risklerden arındırılmış ve operasyonel anlamda birçok yükümlülüğü profesyoneller tarafından gerçekleştirilecek şekilde kavuşmalarını sağlıyor” ifadesini kullandı. Bu sistem ile sektörde başlı başına yeni bir pazar yarattıklarına dikkat çeken Yıldırıncı, konuşmasını şöyle sürdürdü: “Öncelikle bireysel kullanıcıları hedef alan yeni markamız, aynı zamanda şahıs firması, eczacı, doktor, avukat gibi farklı meslek alanlarına da önemli avantajlar sunuyor. Artık tüm bireyler hemengazla.com üzerinden istedikleri zaman, istedikleri

DRD

Türkiye’de operasyonel kiralama sektörünün gelişimine öncülük ederek 1998 yılında kurulan DRD, bugün 20.000 adedi aşkın araç filosu, ülke genelinde yaygın 1.100 anlaşmalı servis noktası, her sektörde yerel ve global 3.500 adetten fazla müşterisi ile hizmet vermektedir.

Türkiye’nin tamamı yerli sermayeli en büyük filo kiralama markası DRD, uzun vadeli stratejik planları ve beklentilerin ötesinde hizmet anlayışı ile müşteri portföyüne değer katar. Sektörde ilklerin markası DRD, 15 yılı aşkın süredir sahip olduğu sektör deneyimi, ülke genelinde yaygın hizmet ağı ve güçlü altyapısıyla operasyonel kiralama alanında sahip olduğu know-how’ı bireylere de sunma hedefiyle hizmet kapsamını genişletmektedir.

DRD, sektörün temel süreçlerinde «kurumsal yetkinlik sahibi öncü marka» konumuyla profesyonel bir kiralama deneyimi vaat eder ve beklentilerin ötesinde bir hizmet anlayışı ile müşterilerine bu ayrıcalığı yaşatır.



yerden, kolaylıkla işlemlerini gerçekleştirerek, çok kısa bir süre içerisinde beğendikleri aracı ve hizmet kapsamını seçebilmekte ve “HemenGazla’yabilmektedir”. Hemengazla.com ile artık bireyler de bakım, onarım, kasko, sigorta, MTV, ikame araç gibi maliyet ve zorluklarla uğraşmayarak araç sahibi olmanın yalnızca keyfini sürecektir.”

Basın toplantısında konuşan BankPozitif Genel Müdürü Kadir Çelik ise HemenGazla.com’un, geleneksel ürünlerin yanında yaratıcı ve müşteriye özel hizmetler sunan ve çalışmalarını bu doğrultuda sürdüren BankPozitif’in teknolojik ve teknik alt yapı desteği ile sunduğu yeni bir üründür. DRD ile Bank Pozitif işbirliğinde kurulmuş bir araç kiralama portalı olan HemenGazla.com web sitesi üzerinden DRD ile birlikte, Türkiye’nin ilk bireylere özel uzun dönem araç kiralama hizmetini vereceğiz” dedi. <<<

BANKPOZİTİF

“Yeni Nesil Bankacılık” uygulamasıyla teknolojik kanallar üzerinden Türkiye’de tüketicilere ilk kez internette kolay ulaşılan ve hızlı bireysel kredi hizmeti sunan BankPozitif, farklı bankacılık anlayışıyla lider ve yenilikçi bir bankadır.

Şubesiz bankacılık iş modelini benimseyen BankPozitif, banka şubesine gitmeye gerek kalmadan tüm kredi işlemlerinin internet üzerinden tamamlanabildiği bir sistem ile müşterilerinin tüm ihtiyaçları için en hızlı çözümü sunar. BankPozitif, bilgi birikimi, uzman kadrosu ve teknolojiyi yaratıcı şekilde kullanan hizmet odaklı yaklaşımıyla sektörde farklılaşmayı hedefliyor.

OTOMOL CEO'SU Tuğrul Deniztaşan:

“1 yılda Türkiye çapında 11 yetkili satıcıya ulaştık”



Otomol markası ve getirdiği yenilikçi konseptten bahsedebilir misiniz?

Ülkemizde yeni araç pazarının ortalama 3 katı kadar ikinci el araç pazarı söz konusu. Bu noktadan hareketle Türkiye’de son yıllarda minimum 2 milyon adetler civarında gerçekleşen bir ikinci el otomobil pazarının varlığından rahatlıkla söz edebiliriz. Böylesine büyük bir pazar içinde kurumsal hizmet veren firma sayısının çok az olması ve bu firmaların toplamda 100 bin adetlere varan bir satış performansına sahip olması pazardaki bir eksikliğe işaret ediyor, bu da kurumsal altyapı ve niteliklere sahip ikinci el araç satış noktalarıdır. Uzun yıllardır otomotiv sektöründe faaliyet gösteren deneyimli isimleri bir

Otomol CEO'su Tuğrul

Deniztaşan: Uzun yıllardır otomotiv sektöründe faaliyet gösteren deneyimli isimleri bir araya getirerek pazardaki bu eksikliğe uluslararası standartlarda hizmet getirmek hedefiyle Otomol markasını oluşturarak faaliyetlerimize 1 seneyi aşkındır devam ediyoruz.

araya getirerek pazardaki bu eksikliğe uluslararası standartlarda hizmet getirmek hedefiyle Otomol markasını oluşturarak faaliyetlerimize 1 seneyi aşkındır devam ediyoruz.

Otomol ne kadar zamandır faaliyette?

2013 Mayıs ayında faaliyetlerine başlayan Otomol’un Merter/İstanbul’da yer alan merkez showroom’u 24 bin metrekare kullanım alanına sahip olmasıyla Türkiye’deki en büyük kurumsal ikinci el araç alım-satım merkezi unvanına sahiptir. Şu an sadece bu showroomumuzda bile 300’ün üzerinde araç tüketicilerin beğenisine sunuluyor. En çok önem verdiğimiz ve iddialı olduğumuz konulardan biri de müşterilerimize sunduğumuz marka ve model çeşitliliğidir. Her bütçeye uygun ve

her beklentiyi karşılayacak aracı en uygun piyasa şartlarında temin edebiliyor olmak; Otomol olarak adeta öncelikli misyonumuz diyebiliriz. Otomol olarak vizyonumuz ise ikinci el araç sektöründe tüketiciye güven, sektöre daha yüksek kalite standartları getirmektir.

Şu an kaç Otomol yetkili satıcı noktası mevcut? 2014 hedefleri neler?

Türkiye çapında hızla büyüyerek bir yıl içerisinde Otomol markası altında faaliyet gösteren 10 yetkili satıcıya ulaştık. Hali hazırda hizmet veren Merter/İstanbul, Bursa, Adana, Antalya, İstanbul Ümraniye, Hatay ve Bodrum/Muğla yetkili satıcılarımızın arasına çok kısa bir zaman önce, Kayseri, Samsun, İzmir ve Sivas Yetkili Satıcılarımızı da dâhil ettik. Haziran ayına kadar yapacağımız hamlelerle yıl ortasına geldiğimizde Türkiye çapında toplam 15 noktada hizmet verir hale geleceğiz. Stratejik planlama yaparak 2014 yılı boyunca kilit noktalarda kademeli bir büyüme gerçekleştirmeyi arzu ediyoruz. Birbiri ardına açılmaya devam edecek yeni satış noktalarımızla geçtiğimiz yıla oranla yaklaşık 3 kat daha fazla araç satışı gerçekleştirmeyi ve Türkiye'nin her noktasında müşterilerimize güvenilir ve üst düzey standartlarda ikinci el araç alım /satım hizmeti vermeyi arzu ediyoruz. Bu noktada yerel yatırımcılarla da işbirliği modelleri geliştiriyoruz.

Tüketiciler neden kurumsal veya diğer kanallar üzerinden 2. el bir otomobil tercih ediyor?

Tüketici açısından baktığımızda aslında 5-10.000 km aralığındaki bir aracın 0 km araçtan çok büyük bir farkı olmuyor. Dolayısıyla düşük km ikinci el araç almayı düşünürseniz, 0 km alımına göre daha üst segmentte bir aracı rahatlıkla temin edebiliyorsunuz. Böylece ikinci el üst segment bir

Otomol'un ikinci el sistemi, müşteri kaydından aracın satışına kadar tüm aşamaların titizlikle takip edildiği ve ölçümlendiği detaylı bir süreci içermektedir. Müşterilerimizin Otomol'dan içeri girdiği andan itibaren hem güvenilir ve üstün hizmet farkını hissedeceği hem de müşteri memnuniyetini odağına aldığımız bir çalışma anlayışımız mevcuttur. Aracın ekspertiz sonucunu ve fiyatının son teknoloji cihazların yardımıyla alındığı Otomol çatısı altında tramer ve servis kayıtlarıyla aracın geçmişini, ekspertizle de o günkü durumunu net bir şekilde ortaya koyabiliyoruz.

aracı minimum % 15 ve orta segment bir aracı ise yaklaşık %7 oranında daha uygun bir bütçeyle satın alabiliyorsunuz. Otomotiv sektöründe tüketicilerin de bu yönde tercihlerini arttırdıkları özellikle son dönemde rahatlıkla görülüyor.

0 km araç fiyatlarının artması 2. el araçlara olan rağbeti arttırdı mı?

Otomol olarak bizim satışlara bakıldığında %120 gibi bir artış görüyoruz. 2. el araç pazarında mevcut talebin daha da artacağını söyleyebiliriz. Sıfır araç satışında hem kur hem de ÖTV artışı nedeniyle kaçınılmaz olarak gelen zamlar, ikinci el otomobiller ile aradaki makası iyice açtığı için müşterinin ikinci ele olan rağbetinin artmasına sebep oldu. Fakat burada şu trendi gözlemliyoruz; tüketiciler tercihi artık tıpkı 0 km araçlardaki gibi aynı ürün ve hizmet kalitesini bulduğu kurumsal ikinci el noktalarını tercih ediyorlar. Zaten Şubat ayının ilk günlerinden itibaren başlayan hareketlilik bu trendin gerçekleşeceğini net biçimde kanıtladı. Öyle ki talebi karşılamakta güçlük çekiyoruz. Daha önce aylık olan fiyat değişimleri birçok modelde haftalık olmaya başladı. Bu açıdan herkese tavsiyemiz 2.el bir araç almak için elini çok çabuk tutmasıdır.

Otomol'da 2. El sistemi özetle nasıl işliyor?

Otomol'un ikinci el sistemi, müşteri kaydından aracın satışına kadar tüm aşamaların titizlikle takip edildiği ve ölçümlendiği detaylı bir süreci içermektedir. Müşterilerimizin Otomol'dan içeri girdiği andan itibaren hem güvenilir ve üstün hizmet farkını hissedeceği hem de müşteri memnuniyetini odağına aldığımız bir çalışma anlayışımız mevcuttur. Aracın ekspertiz sonucunu ve fiyatının son teknoloji cihazların yardımıyla alındığı Otomol çatısı altında tramer ve servis kayıtlarıyla aracın geçmişini, ekspertizle de o günkü durumunu net bir şekilde ortaya koyabiliyoruz.

Ekspertiz ve yenileme hizmetleri nasıl yapılıyor?

Kurumsal noktalarda verilen güvencenin bilgi, uzmanlık ve teknoloji ile birleşmesi gerekiyor. Otomol olarak ekspertiz konusunda piyasadaki en yüksek kaliteyi yakaladığımızı büyük bir gönül rahatlığı ile söyleyebiliriz. Otomol Ekspertiz Ekibi ekspertiz konusunda Türkiye'deki en deneyimli ekiptir. Bunu son teknoloji yazılımla birleştirerek teknoloji ve deneyimin ideal bileşimini oluşturuyoruz. Kalitenin bir hedef değil bir yolculuk olduğu felsefesinden hareketle ekspertiz kalitemiz sürekli olarak geliştirilmektedir.

Araç gerçek değerinin verilmesi için deneyim ve otomasyon gerekli unsurlar olmakla beraber, son teknoloji ürünü bir çok markaya hizmet veren diagnostik cihazlarla aracın arıza bulgularının



tespit edilmesi de büyük önem taşıyor. Birçok 2.el merkezinde olmayan diagnostik cihazla, aracın gerçek mekanik durumu ve alıcı açısından yarattığı değeri daha net ortaya çıkarıyoruz. Bunun yanı sıra şasi ölçümü, far kontrolü, lastik ve akünün durumu da özel cihazlarla ölçülüyor.

Kaporta-boya durumu, ikinci eldeki her araç için tüketicilerin en çok sorduğu konuların başında geliyor. Otomol Ekspertiz Ekibi, bilgi ve deneyimiyle yaptığı titiz bir inceleme ile aracın kaporta-boya durumunu net olarak ortaya koyuyor. Gelen tüm araçların tramer sorgusu yapılıyor. Boya-kaporta bilgisini ise www.otomol.com adresimizde müşterilerimizle paylaşıyoruz.

Tüm araç teslimlerinde görünüm yenileme hizmeti veriliyor. Detaylı iç-dış temizlik boya koruma ve pasta-cila yapılarak araçlar teslim ediliyor. Araçların ortalama yaşlarının da çok genç olduğunu hesaba katarsak, neredeyse sıfır gibi araç teslim ettiğimizi söyleyebiliriz.

Garanti koşulları nasıl işliyor? Kaç yıl garanti veriliyor? Mekanik garanti mi yoksa aracın tümüne mi garanti veriliyor?

Otomol Garanti, dünyanın bu konudaki en büyük ve yaygın kuruluşlarından olan Mapfre'nin Türkiye'deki kuruluşu TurAssist'in çözüm ortaklığı ile veriliyor. Bizim gibi konusunda profesyonel bir kuruluşla işbirliği yaparak verdiğimiz garanti hizmetine ve sağladığımız kurumsal güvenceye

Otomol'de kapsam dâhilinde onarım ve parça değişimi hizmetinin yanında, hem Yol Yardım, hem de konaklama hizmeti veriliyor. Yedek araç hizmeti daha çok servisler tarafından sunulan bir hizmet ancak uzun süreli hasarlarda bizim tarafımızdan da sağlanabiliyor. Garanti kapsamında araç fiyatının içinde 10 bin TL'ye kadar parça hizmeti aldığınızı dikkate alırsak, avantajın da fotoğrafı daha net ortaya çıkıyor.

büyük değer veriyoruz. Otomol Garanti'de, 6 Ay Silver, 12 Ay Gold ve yine 12 Ay Platinum olarak 3 paket seçeneği mevcuttur. Silver ve Gold Garanti motor, şanzıman ve elektrik sisteminin bazı unsurlarını kapsarken, Platinum'da buna ilave olarak çekiş sistemi, elektronik aksam, motor soğutma sistemi, turbo, klima kompresörü de müşteriye sunuluyor.

Bu kapsam, aracın üretici garantisine çok yakın bir güvenceyi sunmuş oluyor. Son günlerde ikinci ele garanti zorunluluğu ile ilgili oluşan gündem de Otomol olarak doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.

Garantideki bir araç, garanti süresi içerisinde aksaklık/arıza çıkartırsa, tüketiciye ne tür bir telafi imkânı sunuluyor? Bakım/onarım, yedek araç hizmeti vs?

Otomol'de kapsam dâhilinde onarım ve parça değişimi hizmetinin yanında, hem Yol Yardım, hem de konaklama hizmeti veriliyor. Yedek araç hizmeti daha çok servisler tarafından sunulan bir hizmet ancak uzun süreli hasarlarda bizim tarafımızdan da sağlanabiliyor. Garanti kapsamında araç fiyatının içinde 10 bin TL'ye kadar parça hizmeti aldığınızı dikkate alırsak, avantajın da fotoğrafı daha net ortaya çıkıyor.

Sunulan bu ek hizmetler neticesinde 2. El araçların fiyatları, piyasadan daha yüksek oluyor mu?

İkinci el piyasada tek bir fiyattan söz etmek mümkün değildir. İnternet sitelerinde kendi araçlarını herhangi bir güvence olmadan satanların fiyatlarını incelediğinizde, Otomol olarak çoğu zaman fiyatımızın daha düşük olduğunu bile söyleyebiliriz. Aracınızı belli bir süreyle mekanik garanti altına alıp, çok yüksek maliyetlerle karşılaşabileceğiniz motor ve şanzıman arızalarının riskini ortadan kaldırdığınızı düşündüğünüzde, piyasa fiyatlarından alım yaparsanız dahi çok büyük kazanç sağlamış oluyorsunuz.

2. Elde takas sistemi işliyor mu? Kredi kullanma imkânı sağlıyor musunuz?

Aynen sıfır otomobil alımında olduğu gibi, ikinci el otomobil alımında da takas sistemi işliyor. Müşterilere avantajlı takas fiyatları vererek tek noktada tüm araç alım satım işlemini bitirmelerini sağlamaya çalışıyoruz. Satışlarımızın %30'unda takas işlemi oluyor ki-bu yüksek bir oran. Takas yaptıktan sonra arada kalan tutar için kredi kullanmak isteyen müşterilerimize ise anlaşmalı olduğumuz kuruluşlar aracılığıyla uygun imkanlar sunuyoruz. Ayrıca yine tek noktadan hizmet mantığı ile tescil ve sigorta işlemleri konusunda da müşterilerimize hizmet veriyoruz. <<<



Otomotiv tedarik sanayi rekabet avantajı arayışında

TAYSAD, otomotivde yeni kümelenme bölgelerine odaklandı

TAYSAD Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu, “Ar-Ge ve yeni teknoloji kullanımı çalışmalarına ağırlık verilmeli. Rekabetçiliği öne çıkaracak yeni kümelenme bölgeleri oluşturulmalı” dedi.

Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD), 2014’ün ilk İzmir üye toplantısında rakip ülkelerle rekabetin önemine değindi. TAYSAD Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu, otomotivde Marmara Bölgesi’nin özellikle Doğu Avrupa’ya karşı rekabetçilik avantajını yitirmeye başladığına dikkat çekerek, sektörün kümelenme modeline odaklanması gerektiğinin altını çizdi.

İzmir ve Ege bölgesinde faaliyet gösteren otomotiv tedarik firmalarının üst düzey yöneticilerinin katıldığı TAYSAD üye toplantısında konuşan Dudaroğlu, sektörün ihracattaki başarılı seyrini, iç pazardaki daralmayı ve gelecekle ilgili beklentileri anlattı. Toplantıda ‘Güçlü sanayi ve güçlü marka’ sloganını yineleyen ve bu çerçevede neler yapılması gerektiğinin altını çizen Dudaroğlu, kümelenme modelinde sektörün ‘potansiyel’ evresinde olduğunu, ancak bunun ‘işlevsel’ hale gelmesi gerektiğini söyledi.

İşçilikte verimlilik artırılmalı

Dudaroğlu, “Özellikle işçilik maliyetinde rekabetçi gibi görünsek de, işçilik verimliliği gelişmiş ülkelerde, teknolojinin de yardımıyla, gelişmekte olan ülkelere göre daha hızlı artmaktadır. Dolayısıyla, ülkemizde rekabetçiliği ile öne çıkacak yeni kümelenme bölgelerinin de oluşturulması, Ar-Ge ve yeni teknoloji kullanımıyla işçilikte verimlilik



TAYSAD Yönetim Kurulu Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu

çalışmalarına ağırlık verilmesi gerekmektedir. Motor ve motor parçaları, güç aktarma organları, elektrik – elektronik parçalar – gömülü yazılım, aktif – pasif güvenlik parçaları gibi alanlardaki yetkinliğimizi artırmalıyız” diye konuştu.

İşbirliği her alanda artırılmalı

Dudaroğlu ayrıca, üyeleri, ana sanayi, değer zincirindeki sektör paydaşları ve devlet kurumları ile işbirliğinin de güçlendirilmesi gerektiğinin altını çizerek, Ar-Ge ve inovasyon stratejilerinin üye firmalarda yaygınlaşması çalışmalarının artırılmasını istedi. Sektör adına küresel pazarlarda

çalışmalar yapılmasını, finansal çözümler üretilmesini de vurgulayan Dudaroğlu, “Savunma, Havacılık, Demiryolu, İş ve Tarım Makinaları gibi alanlarda işbirliklerini ve paydaşlarla ilişkilerimizi artırmalıyız” dedi.

TAYSAD İzmir üye toplantısına katılan Aile İşletmeleri Derneği (TAİDER) Başkanı Şerife İnci Eren de yaptığı konuşmada aile şirketlerinin sürdürülebilirliği için sivil toplum kuruluşları ile ortak çalışmalar yürütmesi gerektiğini vurguladı. Toplantının bir diğer konusu Ege Endüstri A.Ş. Genel Müdürü Ayhan Özel de Amerika pazarında elde ettikleri tecrübeleri üyelerle paylaştı. <<<

OİB, tasarımcı ve sanayiciyi “Ar-Ge Proje Pazarı”nda buluşturdu

Sanayici, otomotivde katma değeri artıracak projelere talip

Otomotiv endüstrisinde Türkiye’yi 2023’e taşıyacak inovatif, katma değeri yüksek tasarım ve projeler 3. kez düzenlenen ‘Otomotiv Sektöründe Ar-Ge Proje Pazarı’ ve ‘Otomotiv Komponent Tasarım Yarışması’nda oluşturulan ‘Buyer Market’te ana ve yan sanayi firmaları ile buluştu.

U ludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği’nin (OİB), 3. kez düzenlediği ‘Otomotiv Sektöründe Ar-Ge Proje Pazarı’ ve ‘Otomotiv Komponent Tasarım Yarışması’nın ikinci gün etkinliklerinde oluşturulan ‘Buyer Market’e otomotiv endüstrisi ana ve yan sanayicileri ilgi gösterdi. OİB Başkanı Orhan Sabuncu, önceki yarışmalarda da başarılı bazı projelerin hayata geçebilmesi için çalışmaların sürdüğünü hatırlatarak, “Amacımız inovatif, katma değer artırıcı projeleri otomotiv endüstrimize kazandırmak. Bugün de bu yöndeki girişimler yarışmamızın ne kadar doğru bir etkinlik olduğunu gösterdi” dedi.

OİB’in organizasyonu, Ekonomi Bakanlığı’nın desteği ve Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin (TİM) koordinatörlüğünde gerçekleşen ‘Otomotiv Sektöründe Ar-Ge Proje Pazarı’ ve ‘Otomotiv Komponent Tasarım Yarışması’nın ikinci gün etkinliklerinde Almanya’nın bilim ve teknoloji üretim merkezi olarak öne çıkan Fraunhofer Enstitüsü’nde Ar-Ge teknoloji ve strateji danışmanlık projelerini yöneten Mehmet Kürümlüoğlu, AB’deki Ar-Ge projeleri süreçlerini anlatarak sektör temsilcilerine ve tasarımcılara yol gösterdi.

Yarışmanın en önemli etkinliği arasında yer alan Buyer Market’e katılan otomotiv endüstrisi ana ve yan sanayi temsilcileri ise projeleri sergilenen yarışmacılarla bire bir görüşmeler yaptılar.



OİB Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Sabuncu

OİB Başkanı Orhan Sabuncu, “Otomotiv endüstrisine ivme kazandıracak yenilikçi projelere tüm sektörümüzün sahip çıkmasını istiyoruz. Bugün oluşturduğumuz pazarda bunu amaçladık ve hedefimize ulaşacağımıza inanıyoruz” dedi.

Araçlara çevreci, güvenli projeler

Yarışmada derece alarak öne çıkan ve ilgi çeken yakıtta hem ekonomik hem çevreci ‘Çift yakıtlı gaz enjektör dizaynı ve imalatı’, güvenlikle ilgili ‘Bir darbe sönümleyici parçasında darbe emiliminin kanallar ile tetiklenmesi’, tehlikeli anlarda aracın durma mesafesini daha da azaltacak ‘Mr. Amortisör entegrasyonlu anti blokaj fren sistemi’, araçların daha sessiz olmasını sağlayacak ‘Otomotiv sektörü için mikro ve nano dokusuz yüzey teknolojisi ile çok katmanlı gürültü emici tekstil yüzeyi geliştirmesi’ gibi projeler sanayicilerin dikkatini çekti.

Hedefe ulaşıldı

OİB Başkanı Orhan Sabuncu, otomotiv endüstrisinde hedefleri yakalayabilmek için inovatif olmaları gerektiğinin altını çizerek, “Sektörümüze yenilikçilik anlamında yön vermesini

hedeflediğimiz yarışmamızda birçok inovatif ve başarılı projenin gençlerimiz ve akademisyenlerimiz tarafından tasarlandığını gördük. Bu bize umut verdi. Ana ve yan sanayimiz de geçtiğimiz yıllardaki gibi bazı projelere özel ilgi göstererek bunların hayata geçmesine katkı sağlayacağına inanıyorum” dedi.

Etkinliğin Yürütme Kurulu Başkanı Ömer Burhanoglu ise gençlere seslenerek, “Etkinliklerde çok değerli konuşmacıları dinleyerek onlardan feyz almanızı istiyoruz. Farklı düşünün, kendinizi farklı kılın. Yeniliklere açık olun” şeklinde konuştu.

TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, “Gelişmiş ülkelerin tamamının otomotiv markası var. Otomotiv markası olmayıp da öne çıkan ülke yok. Biz de o yüzden hükümetimizin yeni bir bakış açısı çizip, bu konuya daha fazla destek verip, Türkiye’nin kendi markasını çıkarması konusunda mutlaka adım atılması gerektiğinin altını çizmek istiyoruz” diye konuştu.

2023 hedefinin 75 milyar dolar olduğunu, bu hedefe ulaşabilmesi için de küresel çapta 83 milyon adet üretim ve 3 trilyon dolarlık otomotiv endüstrisi pazarından daha fazla pay alması gerektiğini belirten Büyükekşi, otomotivde küresel ölçekte çok yoğun bir rekabet ortamının hüküm sürdüğüne dikkati çekti. Türkiye’nin kendi markasını çıkarması konusunda mutlaka adım atılması gerektiğinin altını çizen Büyükekşi, geleceğin



otomotiv trendlerinde bir tarafta elektrikli araçlar, diğer tarafta Google’ın yapmış olduğu şoförsüz araçlar gibi köklü gelişmelerin her gün hız kazandığını dile getirdi. Büyükekşi, bu sürece katkı sağlamak için TİM’in, ihracatçı birlikleriyle bu yıl 20 “tasarım”, 10 da “proje Ar-Ge pazarı” yarışması düzenlediğini sözlerine ekledi.

OİB Başkanı Orhan Sabuncu, sektörün 2023 yılı hedefleri olan 4 milyon adet üretim ve 75 milyar dolar ihracata ulaşabilmek için 4-5 büyük yatırımın ülkeye çekilmesi gerektiğini belirterek, “Bunun yolu iç pazarı büyütmekten geçmektedir. Özel Tüketim Vergisinin kademeli olarak indirilmesi bu hedefler doğrultusunda atılabilecek en önemli adım olacaktır” diye konuştu.

BTSO Başkanı İbrahim Burakay ise otomotiv endüstrisinin, Türkiye ekonomisine damga vuran, üretim ve ihracatına büyük katkı koyan bir sektör olduğunu söyledi. Burakay, Bursa’da yapılması planlanan otomotiv test merkezinin her yıl 2 milyar dolar dışarıya giden kaynağın ülkede kalmasını sağlayacağını dile getirdi.

Konuşmaların ardından Ar-Ge Proje Pazarı ve Otomotiv Komponent Tasarım Yarışmasında dereceye girenlere, toplam 300 bin liralık para ödülleri verildi. Ar-Ge Proje Pazarı birincilik ödülüne layık görülen Gökhan Tekin’e de 50 bin liralık sembolik çek takdim edildi.

Programın önemli konukları arasında yer alan “Nanovation” kitabı ve “Bir küçük araç dünyaya büyük düşünmeyi ve cesur hareket etmeyi nasıl öğretebilir?” yaklaşımıyla öne çıkan Jackie ve Kevin Freiberg çifti de Türkiye’nin büyük hayalleri olduğunu öğrendiklerini ve buna nasıl ulaşılabilirliğini anlattı. Jackie ve Kevin, “Artık en iyi uygulamalardan biraz uzaklaşmalısınız. Bir adım sonrasına odaklanmalısınız. Türkiye başkalarının koyduğu kurallar çerçevesinde mi oyunu oynayacak? Yoksa kuralları koyan ve takip edilen bir ülke mi olacak? Fiyat odaklı olmayı bırakıp, katma değer odaklı olmayı nasıl başaracaksınız? Bunlar için sorgulanmayı sorgulamaktan çekinmeyin. Neden diye sormaktan geri kalmayın” dedi.



Opel'in gözü Türkiye'de

Alman otomobil üreticisi Opel, Türkiye'de yatırıma yeşil ışık yaktı. Otomobil pazarının 1 milyon adete ulaşmasının uzun zaman almayacağını söyleyen Opel Yönetim Kurulu Üyesi Willems, Türkiye'nin Opel için önemli olduğunu ve yakından izlediklerini bildirdi.



Opel Yönetim Kurulu Üyesi ve İletişimden Sorumlu Başkan Yardımcısı Johan Willems, Türkiye'nin kendileri için çok önemli olduğunu belirterek, 'Türkiye bizim için büyüyen bir pazar. Şunu açık söyleyebilirim ki Türkiye'yi yakından izleyeceğiz' dedi. Alman otomobil üreticisi Opel'in Rüsselsheim'daki üretim üssünden küresel otomobil pazarı ve Opel'in Türkiye planlarına ilişkin sorularını yanıtlayan Willems, dünya küresel otomobil pazarının büyüyeceğini ve pazarın genişleyeceği konusunda hiç kimsenin şüphesi olmadığını söyledi. Willems, geçen yıl elde edilen yaklaşık 85 milyon adet satışın 5-6 yıl içerisinde 100 milyon adete ulaşması yönünde beklentiler olduğunu söyledi.

Çin ana oyuncu olur

Satışların coğrafi olarak ele alınması durumunda büyük farklılıklar olacağını altını çizen Willems, 'Sektörde ana oyuncular Çin ve Tayland, Endonezya gibi tüm Asya ülkeleri olacak. Muhtemelen Afrika'da da bir miktar büyüme gerçekleşecek. İlginçtir ki son 5 yılda Afrika'da gelir seviyeleri oldukça arttı. Örneğin, Nijerya, Güney Afrika ve



Kenya ve bütün bölge iyi bir potansiyele sahip. Ancak asıl büyüme potansiyeli Çin ve Asya'da mevcut' ifadelerini kullandı.

Otomobil pazarı 1 milyonu bulur

Türkiye'nin 1 milyon otomobil pazarına ulaşmasının uzun zaman almayacağı öngörüsünde bulunan Willems, 'Buna eminim. Burada yüksek bir potansiyel olduğuna inanıyorum. Biz bu potansiyelin bir parçası olma konusunda ilgiliz. Yani, Türkiye için beklentilerin mükemmel olduğunu söyleyebilirim' diye konuştu.

'Ülkenizi yakından izleyeceğiz'

Opel'in 1990'da İzmir'de kurduğu fabrikasını 2001'de kapatmasının ardından Türkiye'ye tekrar gelip gelmeyeceklerine ilişkin soruları yanıtlayan Willems, şu an için Türkiye'de herhangi bir fabrika açma planlarının olmadığını söyledi. Almanya'da bir fabrikayı kapatıp, diğerlerin en uygun hale getirmek istediklerini belirten Willems, 'Başka bir yere fabrika açmadan önce Avrupa'daki diğer fabrikalarımızla ilgilenmemiz gerekiyor. Bütün bunlardan sonra daha fazla düşünebiliriz. Türkiye bizim için çok önemli. Şu an bir fabrika planımız yok ancak Türkiye bizim için büyüyen bir pazar. Şunu açık söyleyebilirim ki Türkiye'yi yakından izleyeceğiz' ifadelerini kullandı. <<<



Opel Yönetim Kurulu Üyesi ve İletişimden Sorumlu Başkan Yardımcısı Johan Willems

Continental'den lastikleriniz için özel saklama hizmeti

Continental Türkiye Binek Lastikleri Satış Müdürü Mehmet Akay, “Mevsimine uygun lastik kullanımı gerekliliğini her mevsim geçişinde sürücülere hatırlatmak birinci görevimiz. Kış koşullarında kış, yaz döneminde ise yaz lastiği kullanmanın artık bir lüks değil, alışkanlık olduğunu gözlemleyene kadar da hatırlatmaya ve bunun faydalarını ifade etmeye devam edeceğiz” dedi.

Yaz mevsiminin yavaş yavaş yüzünü gösterdiği şu günlerde, araçlarını yaz dönemine hazırlayan sürücülerin güvenli ve konforlu sürüş deneyimi için lastik seçimleri konusunda çok titiz olması gerekiyor. Islak ve karlı zeminde kullanılan kış lastiklerinden alınan üst düzey performansın, kuru zeminde aynı etkiyi yaratmayacağını ifade eden Continental Türkiye Binek Lastikleri Satış Müdürü Mehmet Akay, sürücülerin lastik seçiminde güvenliğin ilk kriteri olan kısa fren mesafesi, maliyet tasarrufunun önünü açan düşük yuvarlanma direnci ve yol koşullarına uygun sürüş performansı kriterlerine dikkat çekiyor.

“Kışın sandalet, yazın bot giyer misiniz?”

Yaz mevsiminde kış lastiği ile devam edildiğinde sürücülerin lastiklerinin aşırı aşınma nedeni ile çabuk yıpranacağını, güç ve yakıt tüketiminin artacağını unutmamaları gerektiğini hatırlattı. Ayrıca aracın kendi donanımını ortaya koyacak performansın da önüne geçilerek fren mesafesinin uzamasına ve gürültü seviyesinin artmasına sebep olacağını vurgulayan Mehmet Akay, bu konunun önemini hayatın içinden bot ve sandalet örneği ile anlattı.

Lastik saklama hizmetinden yararlanmak isteyen kullanıcıların izleyeceği yolu Mehmet Akay “Yetkili servisimizden internet veya telefonla randevu alınır. Servislerde son sistem makinelerle lastikler sökölüp, detaylıca incelenir. Sonuçlar raporlanır ve



Continental Türkiye Binek Lastikleri Satış Müdür Mehmet Akay

araç sahibi ile paylaşılır. Bu raporlar web tabanlı özel portal üzerinde arşivlenir. Özel printer sistemi ile etiketlenen lastikler özel paketleri ile uygun koşullarda güvenli ortamda saklanır.

Yaz koşullarında kullanılan kış lastikleri; yaz lastiklerine göre daha uzun bir fren mesafesi ile durmanıza ve çabuk aşınarak, yakıt tüketiminin artmasına sebep olur. Özellikle hızlı alınan virajlarda savrulma riskinin de göz ardı edilmemesi gerekiyor.

Yaz sezonunda her zaman dört lastiğinizin tümü birden yaz lastiği olmalıdır. Hava sıcaklıklarının +7 santigrat dereceye kadar düşmeyeceği öngörülen Nisan ayından sonbaharın başladığı Ekim aylarına kadar yaz lastikleri kullanılması tavsiye edilir. Yaz lastiklerinin yere temas eden yüzeyi +7 santigrat dereceden itibaren sertleşir.

Yaz sezonunda yol ve hava koşulları nasıl olursa olsun sürücülerin ilk yapmaları gereken şey lastiklerin hava basıncı ve diş derinliğini mutlaka kontrol etmeleridir. <<<

Doğru havalı lastik, yolla daha geniş bir yüzeyle temas ettiği için, daha güvenlidir. Aynı zamanda lastikler bu sayede daha az ve düzenli aşınarak; daha az ısınır ve yıpranır. Ayrıca yakıt tasarrufu sağlar.

TÜVTÜRK Akademi'den, Egzoz Emisyon Ölçümü Sertifika Programı

Araçlardan kaynaklanan çevre ve gürültü kirliliğini önlemede büyük öneme sahip egzoz emisyon ölçümü, artık sadece uzman kişiler tarafından yapılabilecek. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın yeni getirdiği düzenlemeyle, egzoz emisyon ölçümü yapılan noktalarda çalışan ölçüm personelinin sertifikalı olması artık bir zorunluluk. Bu sertifika TÜVTÜRK Akademi tarafından teorik ve pratik eğitimlerin ardından verilebiliyor.

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanan ve Resmi Gazete'de yayımlandıktan sonra yürürlüğe giren yönetmeliğe göre, artık egzoz emisyon ölçümü yapan noktalarda en az iki sertifikalı ölçüm personeli bulunması gerekiyor. Bu personellerin teknik eğitim veren okullardan mezun olmalarının yanında, egzoz emisyon ölçümü konusunda eğitim almaları şart koşuluyor.

Eğitimler, yine bakanlık ve kamu kurumları tarafından yetki verilen kurumlardan alınabiliyor. Bu kurumların arasında, bu

ölçümü kurulduğu günden bu yana eğitilmiş teknik çalışanları ile uluslararası standartlarda veren TÜVTÜRK de yer alıyor.

TÜVTÜRK 4 yıldır kendi personelini eğitiyor

4 yıldır, egzoz emisyon ölçümü eğitimlerini, kendi bünyesindeki personele yönelik düzenleyen ve bu konuda Türkiye'deki en tecrübeli kurumlardan biri olan TÜVTÜRK, Şile'de bu yılın başında hizmete giren eğitim merkezi TÜVTÜRK Akademi'nin bir hizmeti olarak bu eğitimleri diğer firmalara da vermeye başladı.

Yaklaşık 4 saat sürecektir olan eğitimler belli şartların oluşması durumunda eğitimi talep eden firmanın kendi ölçüm noktasında hem teorik hem de pratik olarak da gerçekleştirilebilecek. Eğitimler, genel çevre bilgisi, motorlu taşıtlardan kaynaklanan kirlilik, hayata olumsuz etkileri ve ölçüm tekniğini kapsayacak. <<<

Teknik detaylar ve irtibat için:
ali.bilgin@tuvturk.com.tr,



Doğuş Otomotiv'den yetkili satıcı ve servisleri için insan kaynakları projesi: Drive

Doğuş Otomotiv'in iş ortakları olarak tanımladığı Türkiye genelindeki tüm yetkili satıcı ve servislerine yönelik yatırımları devam ediyor. Şirket, 46 ildeki 565 yetkili satış ve servis noktasının insan kaynakları yönetim sürecini içeren "Doğuş Otomotiv'in Rotası İnsan ve Eğitim" "drive" projesine start verdi.

Doğuş Otomotiv'in iş ortakları olarak tanımladığı Türkiye genelindeki tüm yetkili satıcı ve servislerine yönelik yatırımları devam ediyor. Yetkili Satıcı Gelişim Akademisi'yle yetkili satıcılara aile şirketlerinde kurumsallık ve sürdürülebilirlik konularında eğitim veren Doğuş Otomotiv, insan kaynakları konusunda da yeni bir projeye imza attı. "Doğuş Otomotiv'in Rotası İnsan ve Eğitim" "drive" adı verilen projeye, 46 ildeki 565 yetkili satış ve servis noktalarının ortak kurumsal yapı ve değerler ile gelişimlerinin desteklenmesi amaçlanıyor.

Şirket, bu proje ile birlikte 1 Nisan 2014 tarihinden itibaren tüm yetkili satıcı ve servislerin işe alım, seçme ve yerleştirme süreçlerinin geliştirilmesini amaçlıyor. Eş zamanlı olarak pilot çalışma ile insan kaynakları altyapısını oluşturan iş değerlendirme, iş kademelendirme, organizasyon yapısı, performans yönetimi, ücretlendirme, ödüllendirme alanlarında çalışmalar yapılması hedefleniyor. Ayrıca yetkili satıcı ve servislerinde çalışanların, tüm eğitim uygulamaları ile birlikte yapılandırılan diğer iletişim faaliyetlerinin iki buçuk yıl içerisinde tüm yetkili satıcı ve servislerde hayata geçirilmesi öngörülüyor.

Aclan Acar: "Bir şirketin en önemli gücü, insan kaynağıdır"

Şirketlerin sadece masalardan ve bilgisayarlardan oluşmadığını, bir şirketi değerli kılan en önemli etkenin, sahip olduğu insan kaynağı olduğunu söyleyen Doğuş Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Aclan Acar, "Doğuş Otomotiv olarak sadece şirket çalışanlarımıza değil, Yetkili Satıcılarımızda çalışanlarımızın da sürekli gelişimine önem veriyor,



7 bin 850 çalışandan oluşan yetkili satış ve servis ağı için özel olarak geliştirilen "drive" projesiyle, yetkili satıcı ve servislerin insan kaynakları alanında kurumsal yapılarının etkinleştirilmesi ve bunun sonucu olarak da müşteri memnuniyeti ve iş sonuçlarında sürdürülebilir başarının sağlanması hedefleniyor.

bu alanda sınırsız yatırımlar gerçekleştiriyoruz. "Drive" projesi de bu anlayışımızın paralelinde geliştirildi" diye konuştu.

Aclan Acar, "drive projesi kapsamında yetkili satıcılar ve servislerimiz için insan kaynaklarının tüm alanlarında yürütülecek bir dizi çalışmalar hazırlandı. Bu proje ile amacımız, işletmelerimizde hedeflerimizle örtüşen kadroları oluşturma, bu kadrolara yapılacak yatırımlar, verilecek eğitimlerle mesleki gelişimlerine katkıda bulunmak, potansiyellerini en verimli şekilde kullanmalarına olanak sağlayarak, sürdürülebilir başarı için işletmelerine bağlı ve katma değer yaratan çalışanlar yaratabilmektir" dedi. <<<

ÖTV zammı ikinci el otomobile olan ilgiyi artırdı

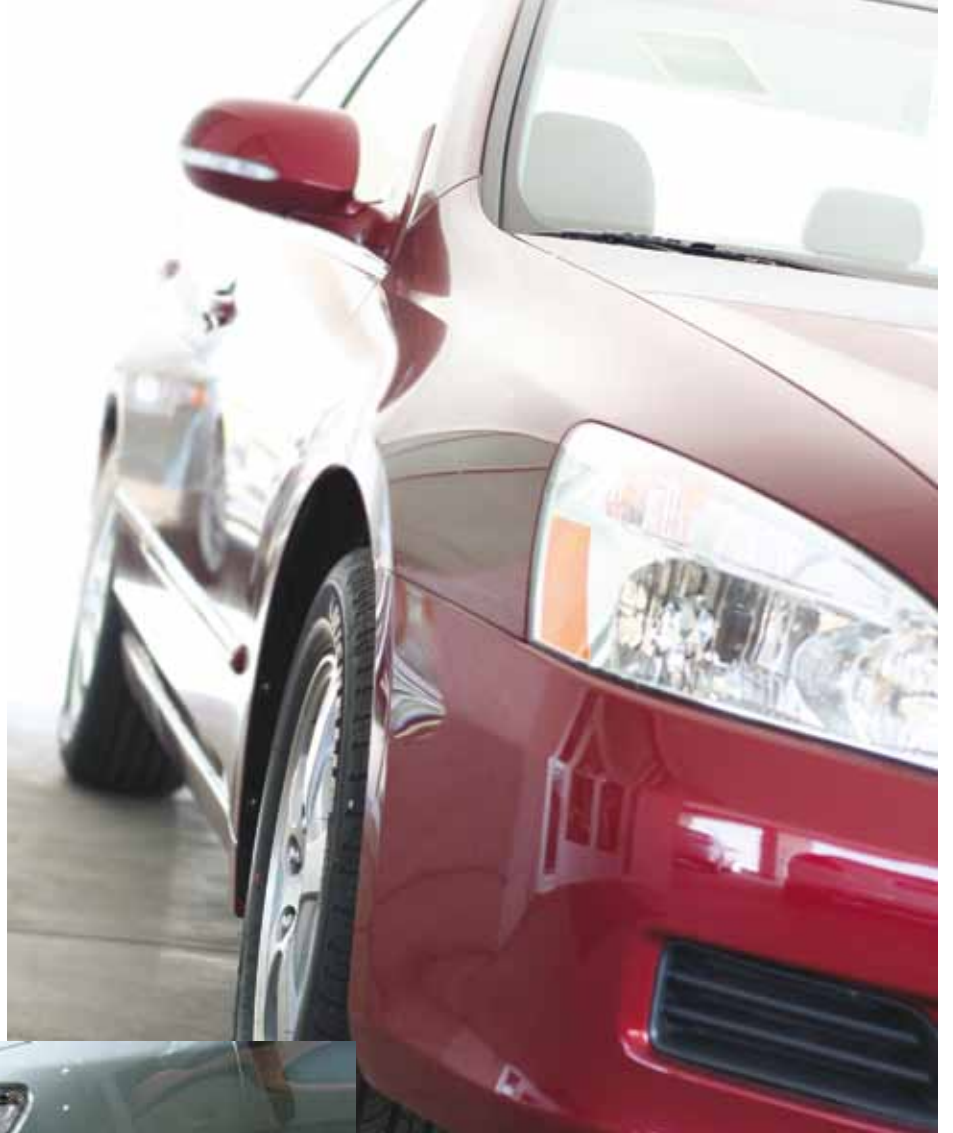
Ocak ayında gerçekleştirilen ÖTV zammının tüketicileri ikinci el vasıta alımına yönlendirmesi sahibindex verilerine de yansdı. Verilere göre yılın 1. çeyreğinde her 20 saniyede 1, saatte 180 ve günde 4 bin 323 adet vasıta satıldı veya kiralandı. En çok tercih edilen marka ise Renault oldu.

Ayda 3 milyarı aşkın sayfa görüntülenmesi ile Türkiye'nin en çok ziyaret edilen e-ticaret sitelerinden sahibinden.com'da, 2014'ün ilk üç ayında satılan veya kiralanın vasıta sayısı, geçen yılın aynı dönemine oranla yüzde 12 artış gösterdi.

Bu dönem içinde sahibinden.com aracılığıyla 389 bin 105 adet vasıta yeni kullanıcılarıyla buluştu. 2014 yılının ilk çeyreğinde toplam 1 milyon 691 bin 988 adet vasıta ilanının girildiği sahibinden.com'da, her 20 saniyede 1, saatte 180 ve günde 4 bin 323 adet vasıta satıldı veya kiralandı.

Türk halkı en çok Renault marka araç aldı

Sahibindex 2014 ilk üç ayını kapsayan "vasıta" verilerine göre, ilan giriş tarihinden bağımsız olarak



en çok satılan marka yüzde 8 ile Renault oldu. Renault'u sırasıyla Volkswagen, Fiat ve Opel takip etti. Hyundai ise ortalama 8 gün ile en hızlı satışı gerçekleşen otomobil markası oldu.

Bu çeyrekte de beyaz renkli manuel araçları tercih ettik

Sahibindex verilerine göre 2014 yılının Ocak-Şubat-Mart aylarında, 2011, 2012 ve 2010 model, beyaz renkli, yakıt tipi benzin ve LPG araçlar tercih edildi. Yüzde 76,2 oranla manuel vites, yüzde 56,9 oranla da Sedan kasa araçlar en çok aranan özelliklerde ilk sıraya yerleşti. Alıcılar otomobillerini yüzde 53 oranında sahibinden almayı tercih etti. <<<

Özön Grup İstanbul'da büyümeye devam ediyor

Özön ailesi yatırımlarına bir yenisini daha ekleyerek İstanbul Çekmeköy'de açmış olduğu 7 katlı, 18.000 metrekare alana sahip VW ve AUDI bayiliği ile tüm hızla devam etmektedir. Satış sonrası hizmetler olarak günlük 120 araç kapasitesine sahip olup randevuya gerek duymaksızın hizmet vermektedir.

Özön Çekmeköy, VW ve AUDI araçların çeşitli segmentlerini bir arada bulundurmasının yanı sıra; 19 yıllık tecrübelerini de yansıtarak, kalifiyeli personeli ile satış ve satış sonrası hizmetlerde yine adından söz ettirmektedir.

Özön Grup, çevreye olan duyarlılığını ispatladı...

Özön Otomotiv, Türkiye'de bir ilki daha gerçekleştirdi. Tüm yapının ısıtma ve soğutma sistemini, doğada var olan yeni, yenilebilir, sürdürülebilir, tükenmeyen, ucuz, güvenilir, çevre dostu, yerli ve yeşil bir enerji türü olan jeotermal enerjiden faydalanarak sağlamıştır. Çevreye duyarlı bu yaklaşım ile NIBE SWEDEN firmasının onayı ile İstanbul-İsveç Başkonsolosluğundan 'Renewable Energy Sources' ödülünü almaya hak kazanmıştır.

Özön Çekmeköy, satış ve satış sonrası hizmetlerde faaliyetlerini aktif olarak sürdürmektedir.

Özön ailesi, deneyim, heyecan ve mutluluklarını tüm Türkiye ile paylaşmaktan onur ve gurur duymaktadır... <><>



Renault'nun yarışması binlerce liseliyi trafik sorunları için harekete geçirdi

Bu gençler sorun çözüyor!

Biri yol kasıslarının kent için enerji üretmesini sağladı. Diğer belediyeyi harekete geçirip, okul yolunda eksik olan kaldırmı ve trafik işaretlerini tamamlattı, servis şoförlerini denetledi. Bir başkası küçüklere trafik kurallarını eğlenerek öğretecek bilgisayar oyunu programladı, öbürleri defne ağaçlarının trafik gürültüsünü azalttığını keşfetti. Bunlar Renault'nun, İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü ile birlikte düzenlediği 'Sizin Fikriniz Sizin Projeniz' adlı yarışmasına katılan liseli gençlerin sorun çözen projeleri...

İstanbul'daki tüm Anadolu Lisesi öğrencileri, çevrelerindeki sürdürülebilir ulaşım ve yol güvenliği sorunlarının çözümü için harekete geçerek, proje, kampanya ve icatlar geliştirdi: Kimi servis minibuslerinin ve şoförlerin denetimini üstlendi, kimi okul çevresindeki trafiğin düzenlenmesi için girişimlerde bulundu, kimi de çevre ilköğretim okullarında yol güvenliğine ilişkin seminerler verdi, sosyal medyada bilinçlendirme kampanyaları yaptı...

Ancak çok daha farklı ve şaşırtıcı projeler de vardı: Örneğin yol kasıslarından enerji üretmek için buluş geliştirenler; ya da yol kenarlarına dikilecek defne ağaçlarının trafiğin yol açtığı gürültüyü azalttığını



Dereceye girmek için sadece fikrin yetmediği, mutlaka uygulama başarısı da gerektiren yarışmanın 2014 Türkiye Birincisi Nevzat Ayaz Anadolu Lisesi çeşitli hediyelerin yanı sıra Fransa seyahati kazandı. Total Oil Türkiye ve Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği'nin de destek verdiği girişim, önümüzdeki 10 yıl boyunca 1 milyon liseliyi harekete geçirmeyi hedefliyor.

keşfedenler gibi... Tüm bu projeler, Renault'nun İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü'yle birlikte düzenlediği 'Sizin Fikriniz Sizin Projeniz' (SFSP) Yarışması kapsamında oluşturuldu.

Dereceye girmek için sadece fikir değil mutlaka uygulama başarısı da gerektiren yarışmanın 2014 Türkiye Birincisi Nevzat Ayaz Anadolu Lisesi, 17-19 Haziran 2014 tarihinde, Fransa'ya gidecekler ve gönülleriyle eğlenecekler.

Total Oil Türkiye ve Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği'nin de destek verdiği bu girişim, önümüzdeki 10 yıl boyunca 1 milyon liseliyi harekete geçirmeyi hedefliyor.

Yarışmanın 8 Mayıs'ta gerçekleşen ödül töreninde, Nevzat Ayaz Anadolu Lisesi "Çıkartmalarla Öğren" adlı projesiyle birinci oldu. İkinciliği "Ostro" adlı projesiyle Bahçelievler Cumhuriyet Anadolu Lisesi, üçüncülüğü ise "Henüz Vakit Varken, Yaşam Bu Kadar Değerliken" kampanyasıyla Bağcılar İbni Sina Anadolu Lisesi öğrencileri kazandı. İlk üç dereceye giren sınıfların öğretmenlerine birer iPad, bütün öğrencilerine ise iPod hediye edildi.

Aybar: Yol güvenliği için 1 milyon liseliyi harekete geçireceğiz

Ödül töreninde konuşan Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar, yol güvenliği sorununda



iyileşmenin sadece devletten beklenemeyeceğini, tüm toplumun soruna sahip çıkarak harekete geçmesi gerektiğini vurguladı. Birleşmiş Milletler Yol Güvenliği Eylem 10 Yılı kapsamında düzenlenen bu yarışmanın gençleri yol güvenliği konusunda harekete geçirmeyi amaçladığını belirten Aybar, sözlerini şöyle sürdürdü: “Amaç ehliyet alma yaşına iyice yaklaşmış gençlerimizin yol güvenliği ve sürdürülebilir ulaşım sorunlarını kendi sorunları olarak benimsemeleri ve bu konuda çevrelerinde, küçük bile olsa, bir etki, bir iyileşme yaratmak üzere bizzat harekete geçmeleri. Bunu yaygınlaştırabilirsek, yol güvenliği ve sürdürülebilir ulaşım sorununda çok önemli ilerlemeler sağlayabileceğimize inanıyorum.”

Eylem 10 yılı süresince Türkiye’de 1 milyon liseli genci yol güvenliği konusunda harekete geçirmeyi hedeflediklerini belirten İbrahim Aybar proje geliştiren gençlere ise şöyle seslendi: “Yarışmayı kazansanız da kaybetmeniz de öyle büyük bir iş başardınız ki, sorumlu demokratik yurttaşlığın ne anlama geldiğini öğrendiniz ve çevrenizdeki herkese öğrettiniz. Çevrenizdeki sorunları saptama, bunların uygun çözümler bulma ve geliştirme cesaretini gösterdiniz. Size bir yurttaş olarak teşekkürlerimi sunuyorum.”

Tournand: Gençler kendi güvenliklerinden sorumlu olduklarını öğrendi

İbrahim Aybar’dan sonra söz alan Total Oil Türkiye Genel Müdürü Antoine Tournand da gençlere hitap ederek, şöyle konuştu: “Hepiniz yol güvenliği ile ilgili çok önemli sorunların altını çizdiniz ve akılcı çözümler geliştirdiniz. Çevrenizdeki insanlarla görüşmeler yaptınız ve güvenlik konusunda en yararlısı olduğunu düşündüğünüz projeyi hayata geçirdiniz. Kendinizle gurur duyabilirsiniz; kendiniz, okulunuz ve ülkeniz için çok iyi bir iş yaptınız.”



Renault Mais Genel Müdürü İbrahim Aybar



Yıldız: Birinci olan projeyi tüm İstanbul okullarında yaygınlaştıracakız

İstanbul Milli Eğitim Müdürü Dr. Muammer Yıldız, Birincilik Ödülünü kazanan Nevzat Ayaz Anadolu Lisesi öğrencilerinin projesini İstanbul çapında yaygınlaştıracaklarını açıkladı.

Yıldız sözlerini şöyle sürdürdü: “Sizin Fikriniz Sizin Projeniz” yarışmasının tüm liselerimize ulaşarak onları harekete geçirmek konusunda büyük destek sağladığını görmekteyiz. Okullarımız her geçen yıl projeyi daha fazla sahipleniyor ve her yıl daha istekli bir şekilde proje üretiyorlar. Öğrencilerimiz bir yandan trafikte yaşadıkları sorunlara çözüm ararken girişimcilik yönlerini geliştirerek proje üretme konusunda da tecrübelerini arttırıyorlar.”

Güner: Olağanüstü nitelikte bir eylem

Ödül Töreninde bir konuşma yapan Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği Genel Başkanı Hitay Güner ise şöyle konuştu: “Sizin Fikriniz Sizin Projeniz” yarışması çok değerlidir: Toplumun bu günü ve geleceği için özellikle gençler hayal güçlerini kullanarak, yöntemler araştırarak ve bularak, kendi aralarında tartışmak suretiyle sinerji oluşturarak, toplumun kesimleriyle iletişim kurarak, görüş alış veriş yaparak proje üretiyorlar. Öğrencilerin toplumun problemlerine hevesle eğilmesi umut vericidir. Yarışmaya katılan ve tanık olduğumuz tüm projelerin yaşama geçirilmesi mümkündür, yaşama geçirilmelidir.” <<<<

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı

2014 yılı ilk 4 ayında yüzde 25,5 azaldı

Otomobil Pazarı %22,9, Hafif Ticari Araç Pazarı %33,4 Azaldı. Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 2014 yılı Ocak-Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %25,47 azalarak 168.577 adet olarak gerçekleşti. 2013 yılı ilk dört ayında 226.179 adet toplam pazar gerçekleşmişti.

Otomobil satışları 2014 yılı Ocak-Nisan döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %22,93 azalarak 132.116 adete geriledi. 2013 yılı ilk dört ayında 171.433 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2014 yılı ilk dört ayında geçen yıla göre %33,40 oranında azalarak 36.461 adete geriledi. Geçen yıl 54.746 adet satış gerçekleşmişti.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı,2014 Yılı Nisan ayında %27,5 azaldı. Otomobil pazarı %25, hafif ticari araç pazarı %36 küçüldü.

2014 yılı Nisan ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 53.305 adete geriledi. 73.575

adet olan 2013 yılı Nisan ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %27,55 oranında azaldı.

2014 yılı Nisan ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %24,97 azalarak 42.769 adet olarak gerçekleşti.

2014 yılı Nisan ayında hafif ticari araç pazarı 2013 yılının Nisan ayına göre %36,44 azalarak 10.536 adet seviyesine geriledi.

2014 yılı ilk dört ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %22,2, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %38,6 ve 2000cc üstü otomobillerde %3,9 daralma görüldü.

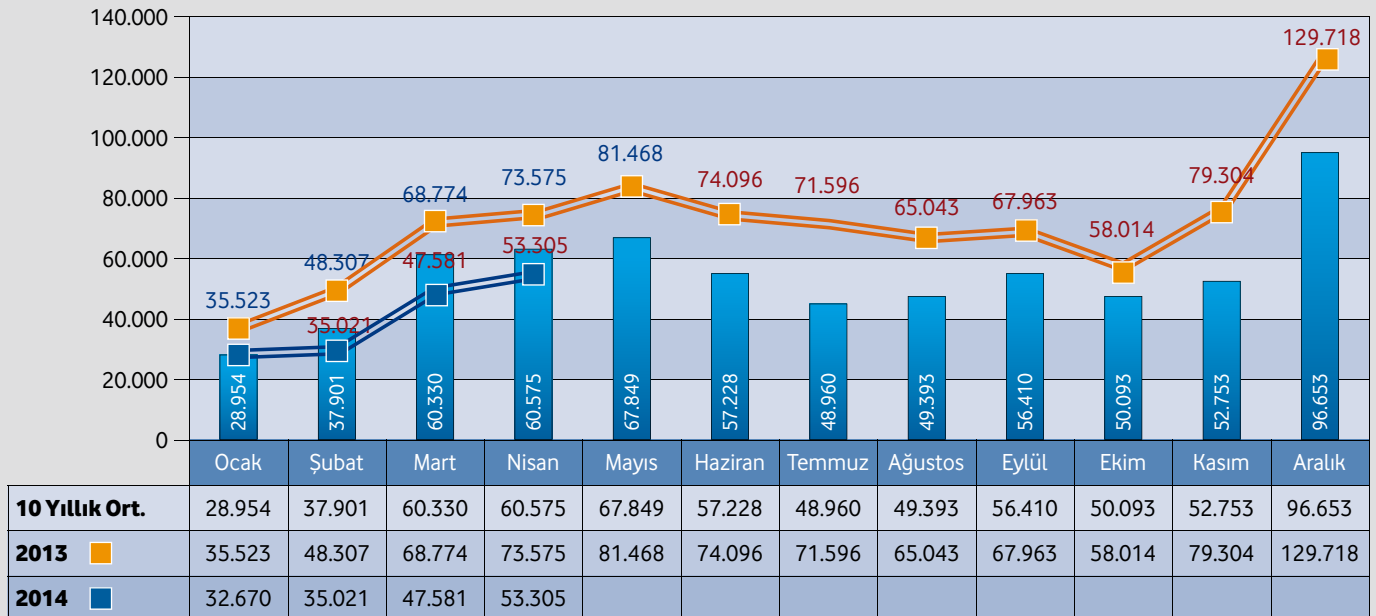
2014 yılı ilk dört ayında otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya %39,1 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 51.694 adet ile sahip oldu.

2014 yılı ilk dört ayında dizel otomobil satışlarının payı %63,3'e, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise 45,8'e yükseldi.

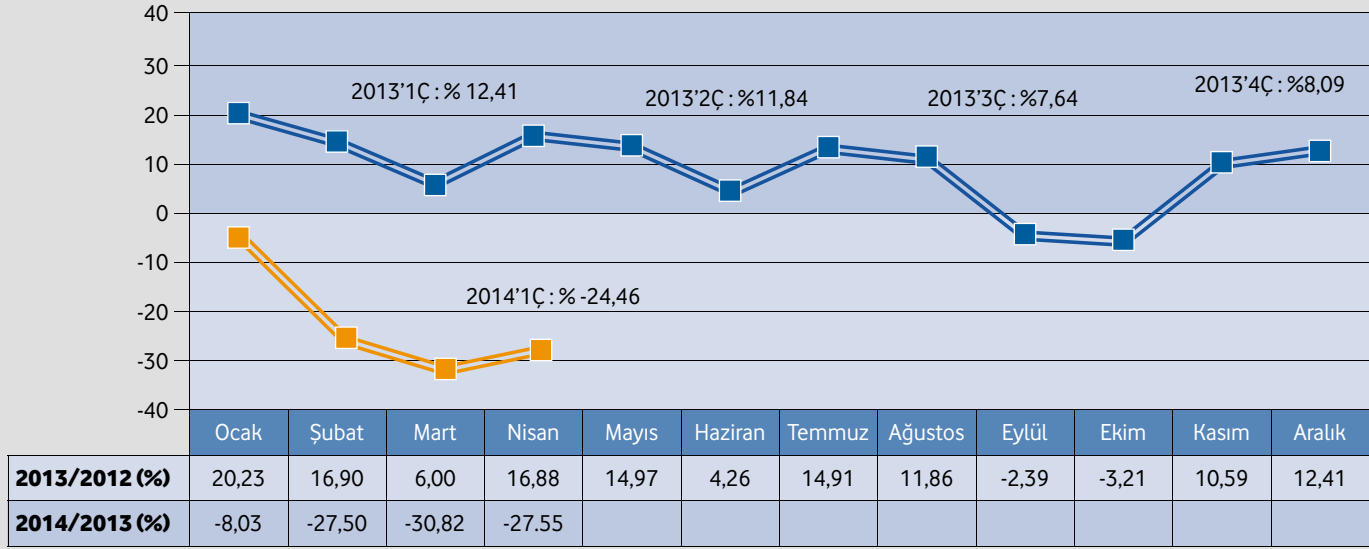
2014 yılı ilk dört ayında otomobil pazarı segmentinin %83,6'sını, vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre en yüksek satış adetine %51,6 pay ile C segmenti (68.144 adet), kasa tiplerine göre ise en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (%45,4 pay, 59.991 adet) oldu.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarında, 2013 yılının ilk çeyreğinde %12,41, ikinci çeyreğinde %11,84, üçüncü çeyreğinde %7,64 ve son çeyreğinde %8,09 artış yaşandı. 2014 yılı ilk çeyreğinde ise, otomobil ve hafif ticari araç pazarı %24,46 daraldı.. <<<

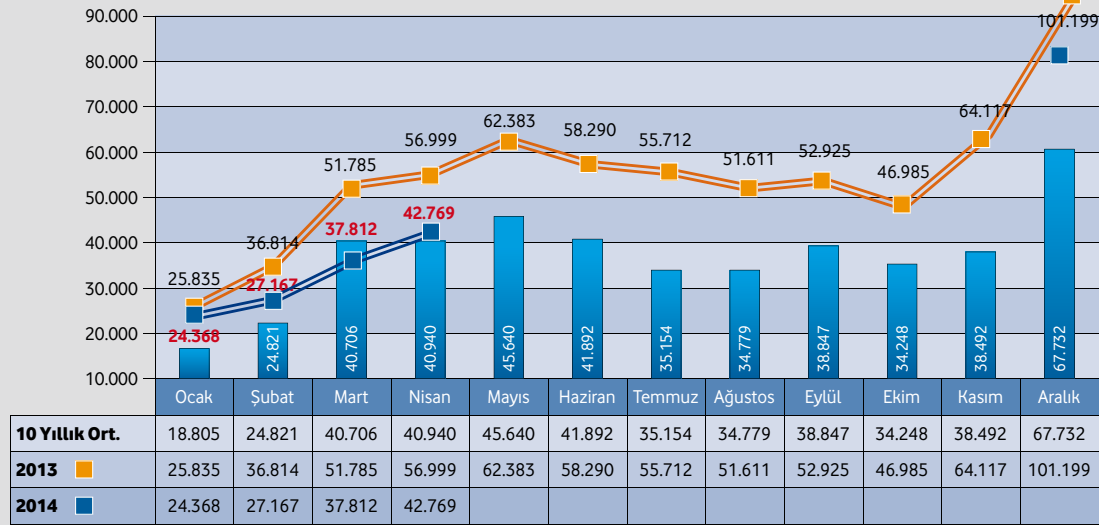
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ TOPLAM PAZARI



OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI AYLIK GELİŞİMİ (%)



OTOMOBİL PAZARI

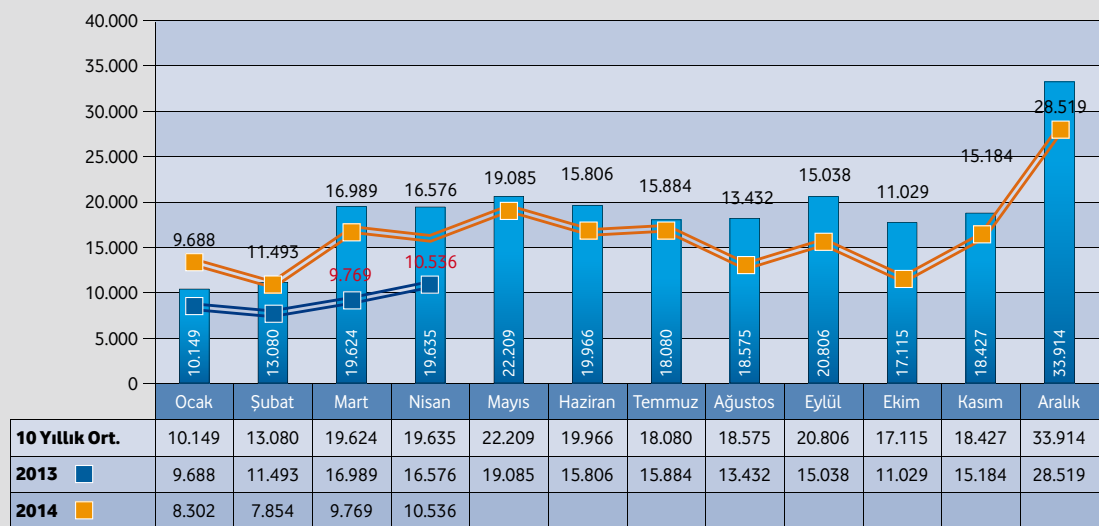


Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Ocak-Nisan döneminde geçen yılın aynı döneme göre %33,40 oranında azalarak 36.461 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 54.746 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2014 yılı Nisan ayında geçen yılın aynı ayına göre %36,44 oranında azalarak 10.536 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene Nisan ayında 16.576 adet satış gerçekleştirilmişti.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Nisan ayı ortalama satışlara göre %46,34 düşüş gösterdi.

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI



2014 yılı Ocak-Nisan dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %94,6 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 124.938 adet ile sahip oldu. Ardından %4,3 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %1,1 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2013 yılı aynı dönemine göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %22,2, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %38,6 ve 2000cc üstü otomobillerde %3,9 azalma görüldü.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2013 Nisan Sonu		2014 Nisan Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600 cc	B/D	160.563	% 93,7	124.938	% 94,6	% -22,2	% 45	% 18
1601 cc ≤ 2000 cc	B/D	9.356	% 5,5	5.741	% 4,3	% -38,6	% 90	% 18
≥ 2001 cc	B/D	1.495	% 0,9	1.436	% 1,1	% -3,9	% 145	% 18
≤ 85 kW	Elektrikli	19	% 0,0	1	% 0,0	% -94,7	% 3	% 18
86 kW ≤ 120 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 7	% 18
≥ 121 kW	Elektrikli	0	% 0,0	0	% 0,0	-	% 15	% 18
Toplam		171.433	% 100,0	132.116	% 100,0	% -22,9	Vergi Oranları	

2014 yılı Ocak-Nisan döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paylara %39,1 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (51.694 adet) ve ardından yine %29,5 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (39.019 adet) sahip oldu.

CO2 Ortalama Emisyon Değerleri (gr/km)	2013 Nisan Sonu		2014 Nisan Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	13.880	% 8,1	14.471	% 11,0	% 4,3
≥ 100 - < 120 gr/km	59.961	% 35,0	51.691	% 39,1	% -13,8
≥ 120 - < 140 gr/km	56.679	% 33,1	39.019	% 29,5	% -31,2
≥ 140 - < 160 gr/km	30.366	% 17,7	19.965	% 15,1	% -34,3
≥ 160 gr/km	10.544	% 6,2	6.967	% 5,3	% -33,9
Toplam	171.433	% 100,0	132.116	% 100,0	% -22,9

2014 yılı Ocak-Nisan döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %16,7 oranında azaldı. 2014 yılı Nisan sonu otomobil satış adetleri, 2013 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %58,6'dan %63,3'e (83.595 adet) yükseldi.

Dizel	2013 Nisan Sonu		2014 Nisan Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	36	% 6,8	10	% 0,8	% -72,2
B (Entry)	33.735	% 55,9	24.816	% 60,4	% -26,4
C (Compact)	51.944	% 60,1	44.142	% 64,8	% -15,0
D (Medium)	10.990	% 55,8	10.590	% 65,2	% -3,6
E (Luxury)	3.006	% 79,8	3.325	% 71,6	% 10,6
F (Upper Luxury)	674	% 88,5	712	% 90,0	% 5,6
Toplam	100.385	% 58,6	83.595	% 63,3	% -16,7

2014 yılı Ocak-Nisan döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2013 yılı aynı dönemine göre %6,0 azaldı. 2014 yılı 4 aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %37,6'dan %45,8'e (60.503 adet) yükseldi.

Otomatik Şanzıman	2013 Nisan Sonu		2014 Nisan Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	186	% 34,9	745	% 62,6	% 300,5
B (Entry)	11.465	% 19,0	11.515	% 28,1	% 0,7
C (Compact)	32.715	% 37,9	30.555	% 44,8	% -6,6
D (Medium)	15.495	% 78,7	12.312	% 75,8	% -20,5
E (Luxury)	3.762	% 99,9	4.600	% 99,1	% 22,3
F (Upper Luxury)	762	% 100,0	746	% 94,3	% -2,1
Toplam	64.385	% 37,6	60.503	% 45,8	% -6,0

Avrupa otomotiv pazarı 2014 yılı ilk çeyreğinde yüzde 8,3 arttı

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Ocak-Mart döneminde yüzde 8,3 arttı ve 3.813.036 adet seviyesinde gerçekleşti. 2013 yılı aynı dönemde toplam 3.522.021 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı ilk çeyreğinde en fazla düşüş %6,7 ile Hollanda'da, ardından %4,1 ile İsviçre'de görüldü. Aynı dönemde satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %43,8, İrlanda %28,4 ve Hırvatistan %26,6 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2014 yılı Mart ayında 2013 yılı aynı ayına göre %10,4 büyüdü ve toplam 1.681.684 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2013 yılı aynı ayında ise 1.522.791 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre en fazla düşüş %15,1 ile Hollanda'da, %7,7 ile İsviçre'de, %3 ile Avusturya'da ve %0,8 ile Lüksemburg'da görüldü. 2014 yılı Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok arttıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %51,9, Polonya %37,6 ve Romanya %37,6 oranıyla yer aldı.

2014 yılı Ocak-Mart döneminde Türkiye %24 daralma ile Avrupa otomotiv satışları sıralamasında 8. oldu.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Ocak-Mart döneminde 2013 yılı aynı dönemine göre %8,1 arttı ve toplam 3.353.180 adet seviyesinde pazara ulaşıldı. 2013 yılı aynı dönemde ise 3.101.196 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Ocak-Mart döneminde geçen yılın aynı dönemine göre sırasıyla en fazla düşüş %6,7 ile Hollanda'da, ardından %4,7 ile İsviçre'de ve %0,4 ile Belçika'da görüldü. 2014 yılı Ocak-Mart döneminde geçen yılın aynı dönemine

göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar ise sırasıyla; Portekiz %40,5, Bulgaristan %30,4 ve Polonya %28,9 oranıyla yer aldı.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2014 yılı Mart ayında 2013 yılı aynı ayına göre %10,4 arttı ve toplam 1.489.796 adet seviyesinde pazar gerçekleşti. 2013 yılı Mart ayında ise 1.349.660 adet satış gerçekleşmişti. 2013 yılı Eylül ayından beri aylar itibari ile yaşanan artış, 2014 yılında da devam etti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2014 yılı Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre Hollanda'da %17 daralma görülürken, ardından %8,1 ile İsviçre'de ve %4,4 ile Avusturya'da küçülme yaşandı. Daralma yaşayan diğer ülkeler, Lüksemburg ve Belçika oldu. 2014 yılı Mart ayında geçen yılın aynı ayına göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; Portekiz %47, Polonya %41,3 ve Romanya %37,7 oranıyla yer aldı. <<<

AVRUPA OTOMOBİL SATIŞLARI (MART 2014/2013)							
	MART 2014	MART 2013	Değ.%		OCK-MRT 14	OCK-MRT 13	Değ.%
İNGİLTERE	519.381	443.937	17,0	ALMANYA	781.647	737.211	6,0
ALMANYA	323.991	306.305	5,8	İNGİLTERE	776.344	685.095	13,3
FRANSA	216.949	202.807	7,0	FRANSA	549.587	537.504	2,2
İTALYA	150.997	142.779	5,8	İTALYA	419.126	384.407	6,4
İSPANYA	90.485	81.006	11,7	İSPANYA	230.938	201.459	14,6
BELÇİKA	58.811	58.743	0,1	BELÇİKA	166.614	166.172	0,3
POLONYA	41.439	30.116	37,6	HOLLANDA	125.320	134.260	-6,7
HOLLANDA	35.454	41.741	-15,1	POLONYA	112.440	89.144	26,1
AVUSTURYA	33.514	34.548	-3,0	AVUSTURYA	90.480	88.587	2,1
İSVEÇ	32.128	26.287	22,2	İSVEÇ	79.075	66.021	19,8
İSVİÇRE	29.200	31.641	-7,7	İSVİÇRE	76.600	79.840	-4,1
DANİMARKA	19.594	17.141	14,3	İRLANDA	57.042	44.440	28,4
ÇEK CUM.	18.558	15.259	21,6	DANİMARKA	55.060	48.137	14,4
NORVEÇ	17.188	13.699	25,5	ÇEK CUM.	48.338	40.435	19,5
PORTEKİZ	16.828	11.080	51,9	NORVEÇ	44.856	42.743	4,9
İRLANDA	16.434	13.086	25,6	PORTEKİZ	40.467	28.144	43,8
FİNLANDİYA	10.726	10.563	1,5	FİNLANDİYA	33.949	31.070	9,3
MACARİSTAN	7.711	6.251	23,4	MACARİSTAN	19.080	15.838	20,5
SLOVAKYA	6.854	6.392	7,2	SLOVAKYA	19.062	16.302	16,9
YUNANİSTAN	6.222	4.747	31,1	YUNANİSTAN	17.797	14.971	18,9
SLOVENYA	5.979	5.243	14,0	ROMANYA	16.422	14.210	15,6
ROMANYA	5.749	4.233	35,8	SLOVENYA	16.205	14.578	11,2
LÜKSEMBURG	5.197	5.240	-0,8	LÜKSEMBURG	13.499	13.376	0,9
HIRVATİSTAN	3.760	2.853	31,8	HIRVATİSTAN	9.060	7.155	26,6
BULGARİSTAN	2.185	1.730	26,3	ESTONYA	5.774	5.582	3,4
ESTONYA	2.033	1.855	7,9	BULGARİSTAN	5.537	4.771	16,1
LİTVANYA	1.509	1.353	11,5	LİTVANYA	4.628	3.826	21,0
LETONYA	1.369	1.077	27,1	LETONYA	3.924	3.120	25,8
KIBRIS	811	512	58,4	KIBRIS	2.342	2.152	8,8
İZLANDA	628	537	16,9	İZLANDA	1.823	1.471	23,9
TOPLAM	1.681.684	1.522.791	10,4	TOPLAM	3.813.036	3.522.021	8,3
TÜRKİYE	51.062	72.688	-29,75	TÜRKİYE	122.852	160.759	-23,58

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI NİSAN 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		44	44			0	0	44	44
AUDI		1.391	1.391			0	0	1.391	1.391
BENTLEY		0	0			0	0	0	0
BMW		1.852	1.852			0	0	1.852	1.852
CHERY		34	34		0	0	0	34	34
CHEVROLET		29	29			0	0	29	29
CITROEN		1.062	1.062	205	386	591	205	1.448	1.653
DACIA		1.586	1.586		340	340	0	1.926	1.926
FERRARI		0	0			0	0	0	0
FIAT	2.637	553	3.190	2.095	557	2.652	4.732	1.110	5.842
FORD		2.400	2.400	2.504	16	2.520	2.504	2.416	4.920
GEELY		8	8			0	0	8	8
HONDA	676	455	1.131			0	676	455	1.131
HYUNDAI	1.811	1.675	3.486		117	117	1.811	1.792	3.603
INFINITI		0	0			0	0	0	0
ISUZU			0	34	177	211	34	177	211
IVECO			0		181	181	0	181	181
JAGUAR		5	5			0	0	5	5
JEEP		71	71			0	0	71	71
KARSAN			0	96		96	96	0	96
KIA		733	733		102	102	0	835	835
LADA		0	0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		0	0			0	0	0	0
LANCIA		69	69			0	0	69	69
LAND ROVER		95	95			0	0	95	95
MASERATI		4	4			0	0	4	4
MAZDA		133	133		0	0	0	133	133
MERCEDES-BENZ		1.619	1.619		456	456	0	2.075	2.075
MINI		45	45			0	0	45	45
MITSUBISHI		70	70	2	266	268	2	336	338
NISSAN		1.237	1.237		13	13	0	1.250	1.250
OPEL		2.833	2.833	0	0	0	0	2.833	2.833
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		1.208	1.208	103	445	548	103	1.653	1.756
PORSCHE		41	41			0	0	41	41
PROTON		74	74		0	0	0	74	74
RENAULT	4.792	1.842	6.634		484	4.84	4.792	2.326	7.118
SEAT		762	762			0	0	762	762
SKODA		907	907		0	0	0	907	907
SMART		8	8			0	0	8	8
SSANGYONG		52	52		33	33	0	85	85
SUBARU		91	91			0	0	91	91
SUZUKI		99	99			0	0	99	99
TATA		0	0		29	29	0	29	29
TOYOTA	1.550	682	2.232		116	116	1.550	798	2.348
VOLKSWAGEN		7.025	7.025		1.779	1.779	0	8.804	8.804
VOLVO		509	509			0	0	509	509
Toplam	11.466	31.303	42.769	5.039	5.497	10.536	16.505	36.800	53.305

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI OCAK-NİSAN 2014									
Marka	Binek Araç			Hafif Ticari Araç			Toplam		
	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam	Yerli	İthal	Toplam
ALFA ROMEO		162	162			0	0	162	162
AUDI		3.771	3.771			0	0	3.771	3.771
BENTLEY		3	3			0	0	3	3
BMW		4.678	4.678			0	0	4.678	4.678
CHERY		101	101		0	0	0	101	101
CHEVROLET		530	530			0	0	530	530
CITROEN		3.224	3.224	412	1.041	1.453	412	4.265	4.677
DACIA		5.827	5.827		1.565	1.565	0	7.392	7.392
FERRARI		5	5			0	0	5	5
FIAT	6.590	1.759	8.349	8.713	1.823	10.536	15.303	3.582	18.885
FORD		6.654	6.654	8.035	52	8.087	8.035	6.706	14.741
GEELY		34	34			0	0	34	34
HONDA	2.735	1.139	3.874			0	2.735	1.139	3.874
HYUNDAI	5.411	5.044	10.545		393	393	5.411	5.437	10.848
INFINITI		2	2			0	0	2	2
ISUZU			0	91	717	808	91	717	808
IVECO			0		597	597	0	597	597
JAGUAR		16	16			0	0	16	16
JEEP		232	232			0	0	232	232
KARSAN			0	254		254	254	0	254
KIA		1.639	1.639		153	153	0	1.792	1.792
LADA		0	0			0	0	0	0
LAMBORGHINI		1	1			0	0	1	1
LANCIA		152	152			0	0	152	152
LAND ROVER		315	315			0	0	315	315
MASERATI		27	27			0	0	27	27
MAZDA		272	272		5	5	0	277	277
MERCEDES-BENZ		4.884	4.884		2.047	2.047	0	6.931	6.931
MINI		297	297			0	0	297	297
MITSUBISHI		287	287	37	876	903	27	1.163	1.190
NISSAN		5.936	5.936		44	44	0	5.980	5.980
OPEL		8.195	8.195	0	0	0	0	8.195	8.195
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		3.959	3.959	191	877	1.068	191	4.836	5.027
PORSCHE		144	144			0	0	144	144
PROTON		230	230		0	0	0	230	230
RENAULT	13.905	7.278	21.183		2.036	2.036	13.905	9.134	23.219
SEAT		2.174	2.174			0	0	2.174	2.174
SKODA		2.744	2.744		0	0	0	2.744	2.744
SMART		25	25			0	0	25	25
SSANGYONG		150	150	0	162	162	0	312	312
SUBARU		397	397			0	0	397	397
SUZUKI		341	341			0	0	341	341
TATA		1	1		99	99	0	100	100
TOYOTA	4.167	1.923	6.090		709	709	4.167	2.632	6.799
VOLKSWAGEN		22.594	22.594		5.440	5.440	0	28.034	28.034
VOLVO		1.429	1.429			0	0	1.429	1.429
Toplam	32.808	99.308	132.116	17.723	18.738	36.461	50.531	118.046	168.577

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

Otomotiv ihracatı yine 2 milyar doları geçti

Türkiye'nin ihracat lideri otomotiv endüstrisi, Mart ayının ardından nisan ayında da 2 milyar dolar dış satış seviyesini aşarak önemli bir başarıya imza attı. Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Başkanı Orhan Sabuncu, AB ülkelerine ihracatın artarak seyretmesinin kesintisiz büyüme sağladığını söyledi.



Otomotiv endüstrisi Türkiye'nin ihracattaki liderliğine yeni başarılar ekliyor. Uzun zamandır Türkiye'nin ihracat artış hızından fazla büyüyen otomotiv endüstrisi nisan ayında da bunu başardı ve 2 milyar 97 milyon dolarlık dış satışa ulaştı. 2008 Eylül ayından bu yana ikinci en yüksek dış satış yakalayan otomotiv endüstrisi, arka arkaya iki ayda 2 milyar dolar ihracat seviyesini de aşma başarısı gösterdi.

Türkiye'nin nisan ayındaki 13 milyar 153 milyon dolarlık ihracatında yüzde 16 pay alarak liderliğini sürdüren otomotiv endüstrisi, 2013 Mart ayından bu yana üst üste 13. kez aylık bazda artış yakaladı.

Otomotiv endüstrisinde nisan ayı ihracat raporunu paylaşan Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), tüm ana ürün gruplarında dış satışlarda büyüme olduğunu altını çizdi.

23 milyar dolar beklentisi güçlendi

İhracat rakamlarını değerlendiren OİB Başkanı Orhan Sabuncu, en büyük pazar olan Avrupa Birliği ülkelerindeki olumlu seyrin devam etmesiyle bu bölgenin dış satışlarımızdaki payının yüzde 74 seviyesine yükseldiğini kaydetti. Sabuncu, "AB ülkelerine yönelik ihracatımız nisan ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde

Türkiye ihracatı 2014 yılı Ocak-Nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 9,5 artarak 53,4 milyar USD olarak gerçekleşti. Bu dönemde Otomotiv Endüstrisi ihracatı yüzde 11 artmış ve 7,6 milyar dolar ile Türkiye ihracatında ilk sıradaki yerini korudub

29 arttı. Özellikle Almanya'ya yüzde 34 ve Birleşik Krallık'a yüzde 60 seviyelerindeki büyüme, hedef pazarlarımızdaki başarılı gelişmenin örneği. Tüm bunların yanı sıra yılın üçte biri geride kalırken 2013'ün aynı dönemine göre yüzde 11 artış ile 7 milyar 642 milyon dolarlık ihracat rakamına ulaşmamız da bu performansı yılsonuna kadar devam ettirmemiz halinde 23 milyar dolarlık yılsonu beklentimizi güçlendiriyor" dedi.

Tüm ana ürün gruplarında artış

Nisan ayı ihracat verilerine göre otomotiv endüstrisinde tüm ana ürün gruplarında artış yaşandı. Buna göre yan sanayide bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 14 yükselişle 840 milyon, binek otomobillerde yüzde 23 büyümeyle 732 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlarda yüzde 33 gelişmeyle 396 milyon, otobüs-minibüs-midibüs ürün grubunda ise yüzde 1 artışla 97 milyon dolarlık dış satış gerçekleşti.

Yılın ilk 4 aylık verileri incelendiğinde ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11 büyümeyle toplamda 7 milyar 642 milyon dolarlık ihracata ulaşıldı. Ürün bazlı incelendiğinde ise yan sanayi yüzde 11 artışla 3 milyar 293 milyon, binek otomobiller yüzde 12 büyümeyle 2 milyar 541 milyon, eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar yüzde 11 yükselişle 1 milyar 374 milyon ve otobüs-minibüs-midibüs ürün grubunda da yüzde 4 büyümeyle 322 milyon dolarlık dış satışa ulaşıldı.

Almanya liderliği bırakmıyor

Ülke bazlı incelemede ise nisan ayında Almanya'ya yüzde 34 yükselişle 335 milyon, Birleşik Krallık'a yüzde 60 artışla 232 milyon, Fransa'ya yüzde 6 büyümeyle 211 milyon dolarlık ihracat yapıldı. Ocak-nisan döneminde ise yine Almanya'ya yüzde 26 artışla bir milyar 225 milyon, Birleşik Krallık'a yüzde 28 büyümeyle 794 milyon, Fransa'ya da yüzde 4 yükselişle 788 milyon dolarlık dış satış gerçekleşti. <<<

TÜRKİYE OCAK-NİSAN 2014 İHRACAT RAKAMLARI

1000 USD	OCAK-NİSAN			
SEKTÖRLER	2013	2014	Değişim (%)	Pay (%)
Otomotiv Endüstrisi	6.899.081	7.641.953	11	14
Hazırlanmış ve Konfeksiyon	5.608.514	6.225.659	11	12
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	5.618.509	5.783.354	3	11
Çelik	5.043.635	4.683.436	-7	9
Elektrik-Elektronik ve Hizmet	3.494.366	3.969.915	14	7
T O P L A M	48.787.109	53.428.452	9,5	100

MAPFRE GENEL SİGORTA
Kasko Sigortası

Anında,



Yanında.



Kaliteli hizmet anlayışıyla nerede olursanız olun,
MAPFRE GENEL SİGORTA'yla siz de aracınız da emin ellerdesiniz.

 **MAPFRE** | GENEL SİGORTA *65 yıl*

(0212) 334 90 00 | info@mapfregenelsigorta.com | www.mapfregenelsigorta.com



OTOMOL İLE EN İYİ 2. EL OTOMOBİLLER TÜRKİYE'NİN HER YERİNDE

Kurumsal 2. el otomobil satışı konusunda yükselen değer Otomol,
hızla büyüyen yetkili satıcı ağıyla en iyi 2. el otomobilleri
Türkiye'nin her yanına ulaştırıyor.



www.otomol.com | 0212 409 09 09



OTOMOL

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