OTOMOTİV DİSTRİBÜTÖRLERİ DERNEĞİ - 2015 - Sayı 59



2015'in ikinci yarısı için temkinli bekleyiş



ODDdergi

Dosya
ODD Yönetim ve Denetleme Kurulu Üyeleri 2015 ikinci yarı beklentileri

Diyalog
Mithat Rende
OECD Daimi Temsilcisi, Büyükelçi

Ekonomi
Ekonomistlerin 2015 2. yarıyıla dair öngörüleri

Diyalog
Hakan Bayman
SKD Yönetim Kurulu Başkanı

İnovasyon
İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Metin Orhan Kaya

Yazar
Bahadır Bektaş
Evo Genel Yayın Yönetmeni

ODD OTOMOTİV DİSTRİBÜTÖRLERİ DERNEĞİ
2015
SAYI
59
[ISSN 1304-8341]

BAZI HARCAMALAR

#OlmasadaOlur

AMA EĞİTİM OLMAZSA OLMAZ.

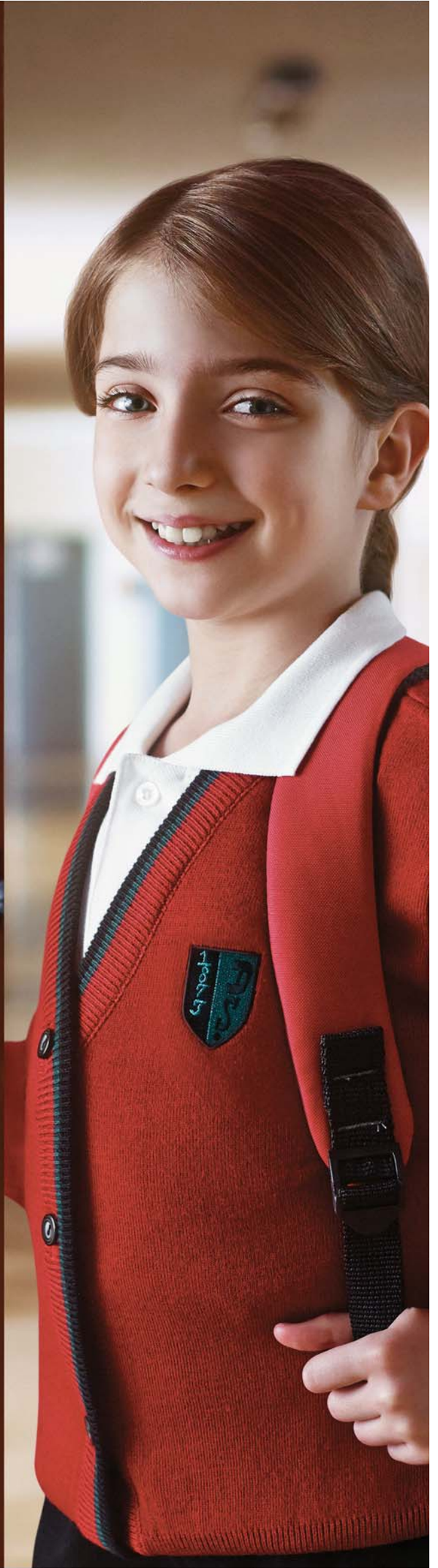
Bu bayram siz de
Darüşşafaka'ya bağış yapın,
annesi ya da babası hayatta olmayan
çocuklarımızın geleceğini aydınlatın.

Bayram Bağışı İçin:

0850 222 1863

www.darussafaka.org

Darüşşafaka
1863
CEMİYET



Bahsi geçen aracın ortalama yakıt tüketimi 100 km'de 4.8 L ile 6.3 L arasında, CO_2 emisyon değerleri ise 110 g/km ile 117 g/km arasında değişmektedir.



YENİ FIAT 500X.

CROSSOVER'A İTALYAN YORUMU.

BLIPPAR'I ÜCRETSİZ **İNDİR** ▸ İLANA **TUT** ▸ KEŞFETMEYE **BAŞLA!**



Fiat'tan yepyeni **Fiat 500X...** Özgün İtalyan tasarımı ve standartların ötesinde teknolojisiyle crossover sınıfını alt üst etmeye geliyor!
Yeni Fiat 500X'in güçlü motor seçeneklerini, benzersiz konforunu ve üstün kalitesini test etmek için sizi en yakın Fiat showroom'una bekleriz.

170 HP'ye Varan Turbo Motor Seçenekleri / 4x4 Çekiş Sistemi / 9 İleri Otomatik Vites
Çarpışma Önleme Sistemi / 6,5" Dokunmatik Multimedya Sistemi

Koç

500x.fiat.com.tr

Değerli Okurlar,

Otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 2015 yılı Ocak–Temmuz döneminde 516 bin 386 adede ulaşarak, 2014 yılı aynı döneme göre baz etkisiyle yüzde 48,91 artış göstermiştir. Otomobil satışları yedi ayın sonunda bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 43,94 artarak 392 bin 64 adede yükselirken, hafif ticari araç pazarı ise yüzde 67,12 artarak 124 bin 322 adede ulaştı.

2015 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 83 bin 836 adet olurken, otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde 37,8 artarak 64 bin 218 adet, hafif ticari araç pazarı da yüzde 47,45 artarak 19 bin 618 adet seviyesine ulaştı.

2015 yılı yedi aylık dönemde, 1600cc altındaki otomobil satışlarında yüzde 45,43, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında yüzde 15,64 ve 2000cc üstü otomobillerde yüzde 18,34 artış görüldü. 2015 yılı yedi aylık dönemde, 85kW altı 14 adet, 121kW üstü ise 43 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti. 2015 yılı ilk yedi ayında, otomobil pazarında ortalama emisyon değerlerine göre en yüksek paya yüzde 41,94 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 164 bin 416 adet ile sahip oldu.

2015 yılı ilk yedi aylık dönemde, dizel otomobil satışlarının payı yüzde 60,43'e gerilerken, otomatik şanzımanlı otomobillerin payı ise yüzde 48,83'e yükseldi. 2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomobil pazarı segmentinin yüzde 83,85'ini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adedine yüzde 52,21 pay alan C (204.704 adet) segmenti ulaştı. Kasa tiplerine göre değerlendirildiğindeyse, en çok tercih edilen gövde tipi yine Sedan otomobiller (yüzde 49,37 pay, 193 bin 552 adet) oldu.

2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde hafif ticari araç pazarı gövde tipine göre değerlendirildiğinde; en yüksek satış adetine yüzde 71,34 pay ile Van (88 bin 696 adet), ardından yüzde 12,22 pay ile Kamyonet (15 bin 193 adet), yüzde 10,74 pay ile Minibüs (13 bin 355 adet) ve yüzde 5,69 pay ile Pick-up (7 bin 78 adet) yer aldı.

2015 yılı ikinci yarısında; ABD Merkez Bankası'nın (Fed) politika faiz artırma beklentisi, Avrupa Merkez Bankası'nın (ECB) ekonomik toparlanmayı desteklemek amacıyla parasal genişlemeye devam etmesi, jeopolitik gelişmeler, TCMB'nin enflasyonla mücadele kararlılığı, cari işlemler açığındaki gelişim, gerçekleştirilecek genel seçim sonrası süreç etkili olacaktır.

2015 yılı otomotiv sektörü toplam pazarının 900-950 bin adet aralığında gerçekleşeceği beklenmektedir.

LMC Automotive, 2015 yılı 2. Çeyrek itibarıyla 2015 yılı ve 2016 yılı dünya otomotiv pazarı ve üretimi tahminlerini yayınladı. 2015 yılı 2. Çeyrek sonuçlarına göre; 2015 yılı dünya toplam otomotiv pazarının geçen yıla oranla yüzde 1,5 artışla, 91,8 milyon adet seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2016 yılında ise dünya otomotiv pazarının 96,3 milyon adet seviyesine ulaşması tahmin ediliyor.

LMC Automotive 2. Çeyrek sonuçlarına göre; 2015 yılı dünya toplam otomotiv üretiminin ise geçen yıla oranla yüzde 2 artışla, 92,6 milyon adet düzeyinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2016 yılında ise dünya otomotiv üretiminin yaklaşık 96,7 milyon adede ulaşması tahmin ediliyor.

IMF Dünya Ekonomik Görünüm Raporu, 2015 Temmuz ayı tahminlerine göre; dünya için 2015 yılı büyüme tahmininin yüzde 3,3, 2016 yılı için ise yüzde 3,8 olduğunu görmekteyiz. Raporda, dünyanın büyüme konusunda lokomotifi olan Amerika'daki büyüme hızının 2015 yılı için yüzde 2,5 ve 2016 yılı için yüzde 3 olacağı beklenmektedir. Türk otomotiv ihracatı için son derece önemli yer tutan Avrupa için büyüme hızının 2015 yılında yüzde 1,5 ve 2016 yılında da yüzde 1,7 seviyesinde olacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye'deki büyüme oranının da 2014 Ekim ayında açıklanan Orta Vadeli Programa göre 2015 yılında yüzde 4 ve 2016 yılında yüzde 5 seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor. IMF tahminlerine göre ise Türkiye için büyüme oranları 2015 yılı için yüzde 3,1, 2016 yılı için yüzde 3,6 olarak beklenmektedir.

Dergimizin 59. sayısında OECD Daimi Temsilcisi ve Büyükelçi Mithat Rende, ODD Yönetim ve Denetleme Kurulu üyelerinin sektöre ilişkin değerlendirmeleri, kıymetli ekonomistler Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu, Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu ile Osman Arolat'ın ikinci yarıya ilişkin öngörüleri İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Metin Orhan Kaya ile inovasyon üzerine söyleşi, SKD Yönetim Kurulu Başkanı Sayın Hakan Bayman ile röportaj, Bahçeşehir Üniversitesi Ulaştırma Uygulama Araştırma Merkezi Kurucusu ve Direktörü Prof. Dr. Mustafa Ilıcalı ile Akıllı Ulaşım Sistemlerinin dünyada ve ülkemizdeki son durum değerlendirmesi, çok kıymetli araştırmalar, uzman konuklarla söyleşiler ve güncel ODD verileriyle karşınızdayız.

Keyifle okumanızı dileriz.

ODD
OTOMOTİV DİSTRİBÜTÖRLERİ DERNEĞİ



Dr. Hayri Erce
Genel Koordinatör - Otomotiv Distribütörleri Derneği

ODDdergi
www.odd.org.tr

ODD Otomotiv Distribütörleri Derneği İktisadi İşletmesi Adına İmtiyaz Sahibi
Mustafa Bayraktar

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Selin Şahiniz

Editör
Nida Öğütveren

Yayın Kurulu
Müge Çınarlı Söyler, Saadet Alpago, Aslı Sarıipek

Görsel Yönetmen
Hale Tekcan

Fotoğraflar
Muhsin Ergün, Cumhur Yetmez

Reklam ve Pazarlama
Saadet Alpago - saadet@odd.org.tr
Müge Çınarlı Söyler - muge@odd.org.tr

Yapım
Mineral Medya
Hattat Kamil Sok. Anadolu Apt No: 13/6 34590 Bahçelievler-İstanbul
Tel: 0532 260 21 74
bilgi@mineralmedya.com
www.mineralmedya.com

Baskı
G.M. Matbaacılık ve Ticaret A.Ş.
100 Yıl Mah. MAS-SİT 1. Cad. No:88
34204 Bağcılar - İSTANBUL
Tel: 0212 629 00 24

Dergi Yönetim Yeri
Otomotiv Distribütörleri Derneği
Barbaros Bulvarı Bahar Sok. No: 4
Baras Han Kat: 7 Balmumcu - İstanbul
Tel: 0212 288 61 94
Faks: 0212 266 44 09
ISSN 1304-8341

ODD Dergi, Otomotiv Distribütörleri Derneği İktisadi İşletmesi tarafından TC yasalarına uygun olarak iki ayda bir yerel süreli yayın olarak yayımlanmaktadır.

Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, tablo, harita,şema, grafik tasarım, illüstrasyon ve konular kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Yayımlanan ilanların sorumluluğu ilan verenlere aittir.

Baskı tarihi: Ağustos 2015

DOSYA

ODD Yönetim ve Denetleme Kurulu Üyeleri 2015 ikinci yarı beklentileri

(s: 16)

TOPLANTI
S: 6
Google



Mobilin rolü artıyor

DİYALOG
S: 10
OECD Daimi Temsilcisi, Büyükelçi
Mithat Rende



"OECD, Türkiye için önemli bir kaynak"

EKONOMİ
S: 24
Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu



"Daha fazla konsensus bekliyorum"

S: 26
Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu



"Nefes aldığımız bir dönem"

S: 28
Osman S. Arolat



"Dönemin ruhu belirsizlik"

YAZAR
S: 29
Evo Genel Yayın Yönetmeni
Bahadır Bektaş



Yerli otomobilde doğru formül

İNOVASYON
S: 30
İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı
Prof. Dr. Metin Orhan Kaya



"Ar-Ge'ye ayrılan pay yüzde 4'e çıkarılmalı"

DİYALOG
S: 34
SKD Yönetim Kurulu Başkanı
Hakan Bayman



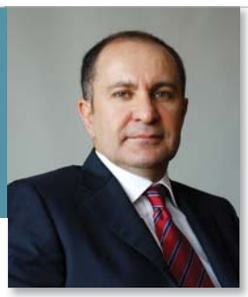
"Dünyanın yeni iş modeli sürdürülebilirlik"

MAKALE
S: 39
Bahçeşehir Üniversitesi Ulaştırma Uygulama Araştırma Merkezi Kurucusu ve Direktörü
Prof. Dr. Mustafa Ilıcalı



Akıllı Ulaşım Sistemleri

MAKALE
S: 44
PwC Türkiye Otomotiv Sektörü Lideri
Bilgütay Yaşar



Otomotiv CEO'larının aklında ne var?

ARAŞTIRMA
S: 46
Frost & Sullivan Otomotiv ve Ulaşım Danışman Analist
Melek Öztürk



Akıllı mobilite, kadın liderler, e-Retailing

S: 37 Sektörden Haberler

S: 52 Bizden Haberler

S: 50 Üyelerden Haberler

S: 57 Analiz

ODD Genel Kurul Üyelerine yönelik Bilgilendirme Toplantısı Google Türkiye ev sahipliğinde gerçekleştirildi. Google toplantıda, değişen tüketici eğilimlerini ortaya koyan global otomotiv araştırmasının Türkiye sonuçlarını ODD üyeleriyle paylaştı.

OTOMOBİL ALICISININ SATIN ALMA SÜRECİNDE MOBİLİN ROLÜ ARTIYOR



Dr. Hayri Erce

ODD üyeleri, ODD ve Google işbirliğiyle Çırağan Sarayı'nda düzenlenen "Geleceğe Hazır mısın?" konulu toplantıda bir araya geldi. 17 Haziran 2015 tarihinde düzenlenen toplantıda Google'ın sektörel uzmanları ve liderleri katılımcılara dijital dünya, gelecek ve değişen tüketici alışkanlıkları hakkında bilgi verdiler. Google Türkiye Otomotiv ve Hızlı Tüketim Ürünleri Sektörleri Sektör Lideri Alp Refik teknolojinin insanlar ve sektörler üzerinde yarattığı değişimi aktarırken, Gökçe Üzümcü global otomotiv araştırmasının Türkiye sonuçlarını paylaştı. Google Germany Creative Evangelist'i Jeremy Abbett ise "Otomotiv Endüstrisinin Geleceği ve Dijital Tüketici *(Future of Automotive Industry and Digital Consumer)*" başlıklı bir sunum yaptı.

ODD Genel Koordinatörü Dr. Hayri Erce, toplantının açılışını yaparak, Google ailesine verdikleri destek için teşekkür etti.



Alp Refik

Dijital dönüşüm yeni fırsatlar yaratıyor

Alp Refik açılış konuşmasında teknoloji nereye gidiyor, insan ve tüketici nasıl değişiyor hakkında bilgi verdi. Teknolojinin değişim hızının hızlandığını belirten Refik, değişen dünyanın yeni fırsatları da beraberinde getirdiğini vurguladı, "Şeffaflık, sorgulama, tüketicinin gücü daha önce hiç bu kadar öne çıkmamıştı. Haberlerin duyulması, bilginin tüketiciye ulaşması çok daha seri, kolay ve onların da reaksiyonu



Toplantı boyunca İllüstratör Murat Gürdal Akkoç'un sergilediği sıra dışı performans da katılımcılar tarafından ilgiyle izlendi. Akkoç, konuşmacılardan çıkardığı notları canlı olarak karikatürize etti. Toplantının çizgilerle esprili bir özeti niteliğindeki bu özel çalışma ODD üyeleriyle paylaşıldı.



çok daha hızlı. Bunlar hepimizin iş yapış şekillerini tekrar gözden geçirmesini gerektiren gelişmeler, bunları fırsat olarak da sıkıntı olarak da görmek mümkün. Biz buralarda büyük fırsatlar yakalanabileceğini düşünüyoruz" dedi.

Refik, "En fakir, en uzak, en ulaşılması zor noktalarda dahi internet ve dijital erişim olanaklı hale geliyor. Türkiye'de piyasada 500 liralık akıllı telefonlar, tabletler görmeye başladık. Bu gelişme, fiyat bazında geniş kitlelere mobil olabilme şansı sağlıyor. Dijital ve mobil kullanım artık belli bir varlık ve



Gökçe Üzümcü

eğitim seviyesinin dışına çıkarak tüm halka ulaşıyor. Cihazlara erişimin artması büyümeyi sağlayan en önemli etken olacak. 2020 civarında bütün insanlık internete bir su, elektrik gibi ulaşacak" şeklinde konuştu. Değişime uyum sağlamak için önerilerini sıralayan Refik, "Teknoloji, dünya buna paralel olarak insanlık değişiyor, büyümek için bizler de insanlara hizmet veren sektörler olarak hızımızı buna göre ayarlamalıyız. Hızın peşinde olmalı, direnç göstermemeliyiz. Doğru hatalar yaparak, yeni davranış ve teknolojileri işimize adapte ederek, yeni iş fikirleri bularak hıza uyum sağlamalıyız. Bu hızlı hayatın



Jeremy Abbett

içinde bizim hizmetlerimizden yararlanan tüketicilere önemli anlarda, varlığımızı hissettirmeliyiz. Tüketiciyi anlamak, doğru yerde ve zamanda iletişime geçmek, hikayemizi anlatmak bunun için çok önem taşıyor" dedi ve ilgili örnekleri paylaştı. Refik konuşmasının sonunda otomotiv sektörünün üyelerine çağrı yaparak "Sizden ricamız bizi bir ticari ortak olarak tartışmalarınıza katın. Google ilk anda bir mecra olarak görülebilir ama bunu istemiyoruz, Google olarak sizin çözüm ortağınız olmak istiyoruz. Google'ın çözümleri doğru tasarlandığında işinize birebir katkı sağlayacaktır" dedi.

"Bugünkü tavrımız geleceğimizi belirleyecek"

Jeremy Abbett "Future of Automotive Industry and Digital Consumer" isimli sunumunda sanayi ve toplumsal yapının geçmişten bugüne uzanan değişim yolculuğundan kısa bir kesit sunarak geleceğine dair beklenen gelişmeleri özetledi. Abbett, "Dünya inkar edilemez dramatik bir değişim içinde. Büyük ihtimalle şu anda birlikte çalıştığınız birçok şirket gelecek 10 yıl içinde var olmayacaklar. Çevremizdeki gelişmelere verdiğimiz tepki gelecekteki bizi belirleyecek" dedi.





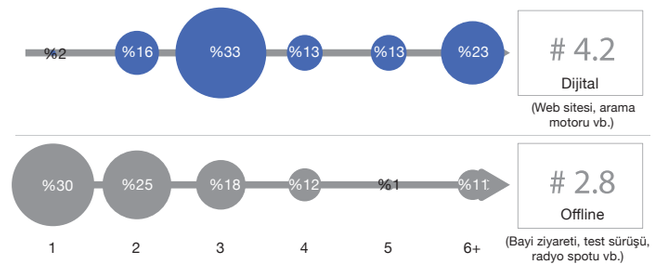

MARKA BAĞIMLILIĞI YOK, MOBİLDEN ARAŞTIRIYOR, KAFASINDA KISA LİSTEYLE BAYİYE GİDİYOR

Google tarafından dünyada ve Türkiye'de yapılan otomotiv endüstrisi spesifik "Global Automotive Consumer Study 2015" araştırmasının sonuçlarını Gökçe Üzümcü özetledi. Üzümcü'nün verdiği bilgilere göre Google Global Automotive Consumer Study 2015 araştırmasına Türkiye'den son iki yılda sıfır araç satın almış 500 tüketici katıldı.

Araştırmanın sonuçları 3 temel noktaya işaret ediyor:

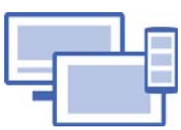
- **Çoklu ekran kullanımının otomotiv tüketicisinde önemi artıyor.** Özellikle satın alım kararından önceki araştırma sürecinde mobilin baskın bir ağırlığı var.
- **Tüketici eskiye göre daha açık fikirli.** Kafasında tek bir marka yok, sürekli farklı kaynakları kullanarak araştırma yapıyor ve daha çok seçenek değerlendiriyor. Bu durum satın alma sürecinde markalara tüketiciyi etkilemek için şans sunarken, çok kolay fikir değiştirdiği için de zorluk yaratıyor.
- **Bayinin rolü değişti.** Tüketici kafasında bir kısa liste oluşturduktan sonra daha detay bilgi almak üzere bayiye gidiyor.

#7 – Tüketiciler karar alma sürecinde ortalama 7 noktadan bilgi alıyor. Ayrıca dijitalde arama yapan tüketiciler, offline tüketicilere göre daha çok zaman harcıyor ve daha fazla kaynak kullanıyor.



Kullanıcıların kullandığı online ve offline kaynakların dağılımı

Online		Offline	
Arama motoru	%97	Bayi ziyareti	%49
Online video	%81	Aile ve arkadaşlar	%48
Marka web siteleri	%46	Test sürüşü	%35
Form ve bloglar	%38	Satış yetkilisiyle telefon görüşmeleri	%29
Karşılaştırma siteleri	%38	TV reklamları	%24



%75 Satın alma öncesi online arama sürecinde akıllı telefonunu kullanıyor. 25 yaş altında bu oran yüzde 93'e çıkıyor. 45-54 yaş aralığındaysa yüzde 50 seviyesinde. Bu durum mobil tarafında daha fazla yatırım yapmanın gerekliliğine işaret ediyor. Bunun yanında arama sürecinde çoklu ekran kullanımı söz konusu.

%62 Tüketicilerin yüzde 62'si bilgisayarını,

%15 yüzde 15'i tabletini kullandığını belirtiyor.





%77 Akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 77'si bayideyken de fiyat kıyaslama, özellik karşılaştırma gibi amaçlarla telefonundan araştırmaya devam ediyor.

Tüketiciler satın alma kararını 3 ay içinde veriyor.



%88 3 ay içinde karar verdi

%60 1 ayda karar verdi

%90 2-4 ayda karar verdi

%82 Araştırmaya başladığında markaya/modele kesin karar vermemiş. Tüketici daha çok vereceği paranın karşılığını almaya odaklı.

Videolar online karar alma sürecinde önemli rol oynuyor

- Satın alma kararında online kaynaklar içinde en çok online video siteleri (%78), offline kaynaklar içinde de arkadaşlar ve ailenin (%51) yardımcı olduğu belirtildi.
- Online arama süreci yüzde 33 oranında arama motoruyla başlıyor.
- Videoda, yüzde 54 markanın ürettiği videoyu, yüzde 26 online video reklamları, yüzde 30 TV reklamlarını online izliyor.
- Tüketicilerin videodan içerik beklentisini, yüzde 55 oranında aracın içini, dışını görmek, yüzde 45 oranında aracın sunduğu önemli seçenekleri görmek, yüzde 40 oranında müşterilerin değerlendirmelerine ulaşmak oluşturuyor.
- 10 kişiden 8'i videolardan karar verme sürecine yardımcı bilgi aldığını söylüyor.
- 10 kişiden 10'u videodan sonra satın alma ile ilgili aksiyon aldığını söylüyor.
- Online videoları izlemek için katılımcıların yüzde 53'ü YouTube kullandığını söylüyor. Diğer video izlenen platformlar arasında online araç dergileri/web siteleri (%19), forum ve bloglar (%45), sosyal ağlar (%42) yer alıyor.

Her 10 kişiden 1'i daha önce aklında olmayan, satın alma sürecinde karşısına çıkan markayı almış.

3,8 Satın alma sürecinde değerlendirilen ortalama marka sayısı

%65 Aklındaki ilk markayı satın almadı.


RENAULT
Passion for life
Renault KADJAR
Seyirci kalma, yaşamaya başla.
KADJAR
RENAULT
#seyircikalma
Renault Kadjar versiyonlarının yakıt tüketimi en az 3,6 lt/100 km, en fazla 6,8 lt/100 km; ortalama CO_2 salımı en az 99 g/km, en fazla 129 g/km'dir. Modeller üzerindeki aksesuarlar ile satılanlar farklılık gösterebilir. Ayrıntılı bilgi www.renault.com.tr'de.
Renault'nun tercihi elf
renault.com.tr

OECD Daimi Temsilcisi, Büyükelçi Mithat Rende



İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), Türkiye dahil dünya ekonomisinin yüzde 65'ini temsil eden 34 üye ülkeyi bir araya getiren bir çözüm platformu. Ülkeler OECD altında politika deneyimlerini karşılaştırıyor, ortak sorunlara çözüm arıyor, en iyi uygulama yöntemlerini belirliyor, ulusal ve uluslararası politikalarda eşgüdüm sağlayabiliyor. OECD Daimi Temsilcisi, Büyükelçi Mithat Rende, 2000'lerden itibaren Türkiye ile OECD arasındaki ilişkilerin canlandığını, iş dünyasının dinamizminin de katkısıyla Türkiye'de kapsayıcı ve yüksek bir büyüme gerçekleştiğini söylüyor.

"OECD, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınması için önemli bir kaynak"

- OECD ve çalışma alanları hakkında kısaca bilgi verebilir misiniz?

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), İkinci Dünya Savaşı sonrasında Avrupa'nın yeniden yapılandırılması için Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada'nın oluşturdukları Marshall Planı'nın eşgüdümünü sağlamak amacıyla 1948'de oluşturulan OEEC'nin *(Avrupa Ekonomik İşbirliği Örgütü)* ardılıdır. Ülkemizi ABD, Kanada ve birçok Avrupa ülkesinin yanı sıra Meksika, Şili gibi gelişmekte olan ülkelerle biraraya getiren bir işbirliği platformu olan OECD'nin halihazırda 34 üyesi bulunmaktadır.

Örgüt, NATO'nun ekonomik açıdan tamamlayıcısı olarak kurulan OEEC'den görevi 1961'de devralmış ve ülkemizin de yer aldığı 20 ülke tarafından kurulmuştur. Kuruluşundan bu yana OECD'nin amacı üye ülke hükümetlerine mali istikrarı korumada destek olmak, sürdürülebilir ekonomik büyümeyi, istihdam artışını ve yüksek yaşam standartlarını sağlamada yardım etmek, böylece dünya ekonomisinin kalkınmasına katkı sağlamak olmuştur. "Kuruluş Sözleşmesi" üye ülkelere ve ekonomik kalkınma sürecindeki diğer ülkelere sağlam bir ekonomik büyüme sağlamalarında yardımcı olmayı ve dünya ticaretinin çok taraflı ve serbestçe büyümesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

OECD, benzer düşünce tarzına sahip demokrasiyle yönetilen ülkelerden oluşmaktadır. Örgüt, üye ülke hükümetlerine politika deneyimlerini karşılaştırabilecekleri, ortak sorunlara çözüm arayabilecekleri, en iyi uygulama yöntemlerini belirleyebilecekleri, ulusal ve uluslararası politikalarda eşgüdüm sağlayabilecekleri bir ortam sağlamaktadır.

Paris'te yerleşik OECD'ye üye ülke hükümetleri arasında bu alanlardaki iletişim Sekretarya tarafından yapılan çalışmalarla hazırlanan raporlar ve incelemeler sayesinde gerçekleştirilmektedir. Sekretarya'da yaklaşık 2 bin 500 görevli bulunmaktadır. Direktörlüklerde görev alan 700'ü aşkın ekonomist, hukukçu, bilimadamı ve farklı meslekten uzman, araştırma ve incelemeleri gerçekleştirmektedir. Sekretarya komitelerdeki çalışmaların takipçisi konumundadır. Her direktörlük bir ya da birden çok komitenin, çalışma grubunun ve alt grubun çalışmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, kalkınma, yeşil büyüme, becerilerin gelişimi, istihdam, göç gibi yatay çalışma olarak addedilen konular birçok komitenin katkılarıyla şekillenmektedir.

Örgüt yaklaşık 250 komite, çalışma ve uzmanlar grubu kapsamında çalışmalarını yürütmektedir. Üye ülkelerden her yıl yaklaşık 40 bin kadar uzman/temsilci, sekretarya tarafından yapılan çalışmaları izlemek, katkıda bulunmak ve yeni projeler önermek üzere OECD merkezinde düzenlenen toplantılara katılmaktadır.

OECD'nin esas çalışma alanını kalkınma ve ekonomik reformlar oluşturmaktadır. Bunlara doğrudan etki eden eğitim, nüfusun yaşlanması, emeklilik ve sigorta sistemleri, göç, çevre ve enerji, iklim değişikliği, sürdürülebilir kalkınma ve kalkınma yardımları gibi alanlarda yapılan sektörel karşılaştırmalı analizler de hem üye ülkeler hem de diğer ülkeler için önemli birer

veri kaynağı teşkil etmektedir. OECD'nin geliştirdiği kodlar, anlaşmalar, kurallar, uluslararası hukuk açısından yaptırıma tabi değildir. Ancak, örgütün en büyük gücü, ekonominin çeşitli alanlarında geliştirdiği ilkelerin, 34 üye ülke tarafından oybirliğiyle benimsenerek uygulamaya konulmasından kaynaklanmaktadır. Bunlar, üye olmayan ülkeler için de önemli birer referans kaynağı oluşturmaktadır. OECD ülkeleri birkaç yılda bir kalkınma, eğitim, sağlık, enerji, tarım, çevre, sosyal konular, istihdam, bilim gibi konularda ilgili bakanların katılımıyla yüksek düzeyli toplantılar düzenlemektedir.

OECD halihazırda, ekonomik krizin de bir sonucu olarak, sürdürülebilir kalkınma ve kapsayıcı büyüme, işsizlik, sosyal eşitsizlikler, dayanıklı ekonomiler, refahın artırılması, ticaretteki engellerin kaldırılması, vergi, enerji güvenliği, yeşil büyüme, becerilerin gelişimi, kadın-erkek eşitliği, inovasyon, bilgiye dayalı sermaye gibi konular üzerine çalışmalarını sürdürmektedir.

"2000'lerde OECD ile ilişkilerimiz canlanmıştır"

-Türkiye OECD Daimi Temsilciliği nasıl yapılanıyor? Türkiye-OECD ilişkileri geçmişten günümüze nasıl gelişti?

OECD nezdindeki Daimi Temsilciliğimizin kadrosu Dışişleri Bakanlığımızın yanısıra Maliye, Çalışma ve Sosyal Güvenlik ve Ekonomi Bakanlıkları ile Merkez Bankası ve Hazine Müsteşarlığı kadrolarından oluşmaktadır. Türkiye, dünyadaki ekonomik gelişmeleri ve bunların olası sonuçlarını yakından izlemekte ve yeni ekonomik sınamalara ulusal, bölgesel ve uluslararası düzeylerde sağlam, sürdürülebilir ve kapsayıcı çözümler bulunmasına aktif katkıda bulunmaktadır.

1960'tan 1980'li yıllara kadar geçen süre zarfında ülkemizin OECD'ye olan ilgisi daha çok 12 Temmuz 1962 tarihinde oluşturulan, ülkemizin ekonomik durumunun her yıl görüşüldüğü ve mevcut olanaklar ölçüsünde yapılacak yardım miktarının belirlendiği "Türkiye'ye Yardım Konsorsiyumu"nun çalışmaları üzerinde yoğunlaşmıştır. Konsorsiyumun yanı sıra, ülkemizin aktif bir şekilde iştirak ettiği diğer bir çalışma da 17 Mayıs 1978 tarihinde ülkemizin artan dış borçlarının daha iyi yönetilmesinin sağlanması için oluşturulan "Türkiye'nin Dış Borçları Çalışma Grubu"nun faaliyetleri olmuştur. Konsorsiyumun ve söz konusu Çalışma Grubu'nun görev sürelerinin sona ermesiyle birlikte 1980'li yılların ortalarından 2000 yılına kadar ülkemizin OECD'ye olan ilgisinde de göreceli bir azalma olduğu söylenebilir. 2000'lerden itibaren ise, ulusal reform süreciyle de irtibatlı olarak



2015 Bakanlar Konseyi

OECD'yle olan ilişkilerimizde tekrar bir canlanma kaydedilmeye başlanmıştır.

Son dönemde daha fazla sayıda ulusal kurum ve kuruluşumuzun OECD'nin çalışmalarına iştirak etmeye başladıklarını memnuniyetle gözlemlemekteyiz. İlgili kurum ve kuruluşlarımız kendi görev alanlarına giren konuları izlemekte, katkıda bulunmakta ve çalışmalardan yararlanmaktadırlar.

"Krizler sosyal refahın önemini göstermiştir"

- Son 10 yılda dünya ekonomisini etkileyen önemli değişiklikler oldu ve etkileri hala sürüyor. Bu mali kriz ve belirsizlik ortamı OECD'yi nasıl etkiledi?

2008 yılında meydana gelen ve dünya ekonomilerini sarsan ekonomik ve mali kriz OECD için de önemli bir kilometre taşı oluşturmuştur. Krizin ardından şekillenmekte olan yeni ekonomik düzende eski aktörlerin yanısıra yeni aktörler ortaya çıkmış ve bunlar arasında denge önemli ölçüde yeniden belirlenmiştir. Nitekim G20 gibi kapsayıcı ve etkin platformlar sayesinde münhasıran gelişmiş ülkeler değil, gelişmekte olan ülkeler de karar alma sürecine dahil edilmeye başlanmıştır. Bu değişen ortam, sadece ülkelerin değil, OECD de dahil olmak üzere ekonomi alanında faaliyet gösteren uluslararası örgütlerin politikalarını ve küresel düzlemde oynadıkları rolü gözden geçirmelerine yol açmıştır.

Çin ve Hindistan gibi yükselen ekonomilerin hızla kalkınmasına bağlı olarak küresel ekonomik ağırlığın doğuya kayması, bölgesel işbirliğinin artması ve bu çerçevede yeni oluşumların sesini daha fazla duyurmaya başlamasıyla, OECD'nin bu yeni gelişmelere hızlı bir şekilde uyum sağlaması ve kendini adapte etmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Krizden önceki analizler, piyasanın etkinliğini öne çıkarırken, çevrenin sürdürülebilirliği ve fırsatlara adil erişim gibi iyi yaşam konularına daha az odaklanmıştır. Böylece ekonomik büyüme toplumun refahını artırmak için bir araçtan çok bir amaç olarak ele alınmıştır. Kriz sonrasında, daha güçlü, daha dayanıklı, kapsayıcı, sürdürülebilir ve insanların refahını öne çıkaran bir büyüme için yeni bir politika gündemi oluşturulmaya başlanmıştır. Kriz aynı zamanda ekonomik yapılardaki değişikliklerden kaynaklanan uzun dönemli eğilimlerin ve çok boyutlu politika amaçlarının tartışılmasını da gündeme getirmiştir.

Bu kapsamda oluşturulan NAEC (New Approaches to Economic Challenges-Ekonomik Sorunlara Yeni Yaklaşımlar) projesi OECD'nin kullandığı analitik çerçevenin ve araçların gözden geçirilmesine ve güçlendirilmesine yönelik bir organizasyon değişikliğinin başlamasını sağlamıştır.

OECD halihazırda, ekonomik krizin de bir sonucu olarak, sürdürülebilir kalkınma ve kapsayıcı büyüme, işsizlik, sosyal eşitsizlikler, dayanıklı ekonomiler, refahın artırılması, ticaretteki engellerin kaldırılması, vergi, enerji güvenliği, yeşil büyüme, becerilerin gelişimi, kadın-erkek eşitliği, inovasyon, bilgiye dayalı sermaye gibi konular üzerinde çalışmalarını sürdürüyor.



Soldan sağa: **Angel Gurria**-*OECD Genel Sekreteri, Büyükelçi* **Ayşe Sinirlioğlu** *Dışişleri Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı ve G-20 Şerpası,* **Gabriela Ramos**-*OECD Personel Şefi ve G-20 Şerpası, Büyükelçi* **Mithat Rende**-*OECD Daimi Temsilcisi*

NAEC altındaki çalışmalar, OECD'nin üyelerine daha odaklı, kanıta dayalı analiz sağlamasının önemine işaret etmektedir. OECD temel varsayımları etrafındaki belirsizlikleri ve tahminleri etkileyebilecek riskleri daha fazla dikkate almak ve senaryo analizlerini daha fazla kullanmak için temel varsayımlarını ve modellemelerini değiştirmeye başlamıştır. Son dönemde OECD çalışmalarında ve analizlerinde, refah, artan eşitsizliğe çözüm bulunması, büyümenin herkes için ilerleme sağlayabilmesi, fırsat eşitliği, toplumsal amaçlardaki çok boyut, kapsayıcı ve sürdürülebilir büyüme, finans ve reel ekonomi arasındaki ilişkiler öne çıkmaktadır.

"OECD dünya ekonomisinin yüzde 65'ini temsil etmektedir"

- OECD ülkelerinin şu anki durumu hakkında neler söyleyebilirsiniz?

OECD ülkeleri dünya ekonomisinin yüzde 65'ini temsil etmektedir. Ancak, 2030 yılına yönelik tahminler, ekonomik ağırlığın gelişmekte olan ülkelere kaymasıyla bu oranın yüzde 50'ye düşeceğine işaret etmektedir. OECD'nin, her biri kendi bölgesinde ekonomik açıdan ağırlık merkezi oluşturan yükselen ekonomilere yönelmesi ve bu ülkelerle anlamlı ve karşılıklı yarar esasına dayanan işbirliği mekanizmaları geliştirebilmesi, örgütün küresel düzeyde söz sahibi bir aktör olarak kalması için büyük önem taşımaktadır. Bu gerçekliğin bilinciyle geliştirilen "dışa açılım stratejisi"ne büyük önem verilmektedir. Türkiye de bu sürece güçlü şekilde destek vermektedir.

Söz konusu strateji kapsamında Güneydoğu Asya, Latin Amerika, Avrasya ve Afrika başta olmak üzere bölgesel açılımlara son dönemde ağırlık veren OECD'nin, geleneksel çalışma alanları olan kalkınma ve ekonomik reformların yanısıra pek çok farklı alanda geliştirdiği norm ve kriterleri üye ülkeler dahil tüm dünyada uygulamaya koymaya çalışması son yıllarda örgütün görünürlüğünü daha da artırmıştır. Ayrıca dünyanın değişik bölgelerinde yer alan ülkelerin OECD standartlarına erişme yönündeki arzuları ve bu çerçevede örgütle yürüttükleri işbirliği OECD'nin halen "standart belirleyici" özelliğinin dünyada büyük önem taşıdığının da bir göstergesidir.

"Yatırımların artması için kolektif hareket edilmeli"

- 2015'te ekonomik görünümü nasıl değerlendiriyorsunuz, 2016 için öngörüleriniz nasıl?

OECD, Haziran ayında yayımlanan Ekonomik Görünüm Raporunda küresel büyümenin 2015 yılında yüzde 3,1; 2016 yılında yüzde 3,8 olması beklendiğini açıklamıştır. Küresel ekonomik görünüm, mali konsolidasyon programlarının azalmış olması, parasal genişleme ve düşük petrol fiyatları sayesinde toparlanmıştır. Ancak, ekonomik toparlanmaya rağmen küresel büyüme hala uzun dönem ortalamasının altında seyretmektedir.

OECD, Ekonomik Görünüm raporunda mevcut durumu dikkate alarak küresel ekonomiye (B) derecesini verdiğini açıklamış, ancak, yatırımların artması, istihdam yaratılması ve tüketimin canlanmasıyla (B-) notundan (A) ya geçebilmenin mümkün olduğunu vurgulamıştır. Bunun sağlanabilmesi için politik belirsizliği azaltacak ve talep artışını sağlayacak doğru para politikası, maliye politikası ve yapısal reformlar paketinin dengeli bir şekilde uygulanması gereklidir. Böylece, düşük tüketim, düşük istihdam, düşük yatırım, düşük ücret, düşük talep dengesinden çıkılması mümkündür.

Aslında 2015 yılının ilk çeyreği küresel krizin başlangıcından beri en düşük büyümenin gerçekleştiği periyot olmuştur. Bunda ABD'deki düşük büyüme rakamları yanında, diğer bazı gelişmiş ülkelerle Çin'deki duraklama etkili olmuştur. Gelişmiş ülkelerdeki duraklamanın geçici olması beklenmekle birlikte görünüm çok olumlu değildir.

Küresel ekonomi; üretimin, ücret artışının, yatırımların, tüketimin, istihdamın, faizlerin düşük olduğu bir düşük büyüme dengesinde sıkışmıştır. Temel endişe konusu, kamu yatırımları ve özel yatırımların canlanmamış olmasıdır. Petrol fiyatlarının ve faizlerin son derece düşük olduğu bir ortamda yatırımların buna cevap vermemesi ve artış göstermemesi merak ve endişe konusu olmuştur. Yatırımların önündeki engellerin kaldırılması bu yılki OECD Bakanlar Konseyi'nin de ana temasını oluşturmuştur. Bakanlar Konseyi'nde yatırımların nasıl artırılacağı konusunun ele alınması bir tesadüf değildir.

Nitekim yatırımların önündeki engellerin kaldırılması 2015 yılı Dönem Başkanlığını yürüttüğümüz G20'nin de temel konularından biri olup, bu husus Haziran ayı başından açıklanan Ekonomik Görünüm raporunda da detaylı olarak ele alınmıştır. Özel yatırımların artmamasının temel nedeni ise azalan küresel talepten kaynaklanmaktadır. Talepteki zayıflık yatırım artışını zayıflatmış ve bu durum istihdam, ücretler ve tüketimi olumsuz etkilemiştir. Arz tarafında ise, yavaşlayan yatırımlar potansiyel hâsıla artışını, başka bir deyişle ekonomilerin yaşam standartlarını yükseltme kapasitesini zayıflatmıştır. Dünya ekonomisi düşük arz talep dengesine takılı kalmıştır.

OECD, yatırımların önündeki engellerin kaldırılması için kolektif hareket etmek gerektiğini vurgulamaktadır. G20 ülkelerinin küresel büyümeyi yüzde 2 artırmak ve 2025 yılına kadar erkek ve kadınların işgücüne katılım oranları arasındaki farkı yüzde 25 azaltmak konularında uzlaşması ortak hareket anlamında önemli adımlardır.



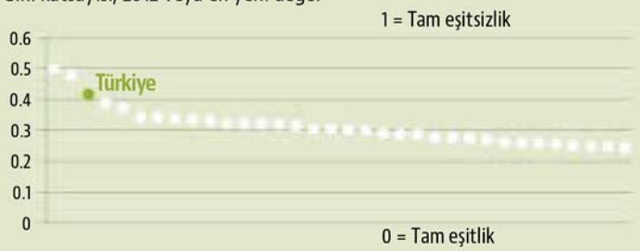
OECD Daimi Temsilcisi, Büyükelçi Mithat Rende, OECD Genel Sekreteri Angel Gurría ile birlikte

Rakamlarla Türkiye

OECD360 Türkiye 2015 Karşılaştırması. OECD 360, OECD tarafından hazırlanan ve ülkelerin temel OECD yayınlarından seçilen en yeni analizleri ve bilgileri sunan bir dergi. Türkiye 2015 Karşılaştırması Raporu, eğitim, istihdam, çevre ile uyumlu ekonomik kalkınma, bölgesel perspektifler, tarım, ekonomik kriz ve toplum ile toplumun gelişimi üzerindeki etkileri olmak üzere 8 ana alanda Türkiye'nin OECD ortalamasına göre yerini gösteriyor. Rapora **www.oecd-ilibrary.org** adresinden ulaşılabiliyor.

Çalışma ve yaşam

Gelir Eşitsizliği
Gini katsayısı, 2012 veya en yeni değer



Gini katsayısı haneler arasındaki gelir dağılımının mükemmel dağılımdan ne kadar uzakta olduğunu ölçerek eşitsizliğin seviyesini belirler. Gini katsayısının sıfır olması mükemmel bir eşitliği, 1 ise maksimum eşitsizliği ifade eder.
(Bu rakam OECD ülkelerinin Gini katsayısını gösterir)

İşsizlik oranı
İşsizlik oranı, 2013



Ekonomik duruma bakış

Gayrisafi yurtiçi hâsıla (GSYİH)
Dolar olarak kişi başı, 2013



Enflasyon (tüketici fiyat endeksi)
endeksi (2010=100)



Temiz çevre

Hava kirliliği
Karbondioksit salımı
Ton olarak kişi başı CO_2



Kentsel atıklar
Kg. olarak kişi başı atık, 2010



Yenilenebilir enerji
Yüzde olarak toplam enerji üretimi



"Türkiye verileri düzelme eğiliminde"

- Diğer OECD üye ülkeleriyle karşılaştırdığınızda temel göstergeler açısından Türkiye'nin pozisyonunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

OECD'nin son yıllarda yaşadığı dönüşüm dış dünyanın kendisi hakkındaki 'Zenginler Kulübü' imajının da değişmesini beraberinde getirmiştir. Örneğin Meksika ve Şili gibi gelişmekte olan ülkelerin örgüte üye olması; Kolombiya ile Kosta Rika'nın da genişleme sürecinin birer parçası haline gelmesi bu dönüşümün birer göstergesidir.

Ülkemiz kimi alanlarda OECD ortalamalarının altında olmakla birlikte, birçok başlıkta önemli ilerlemeler sağlamıştır. Örneğin resmi kalkınma yardımlarının gayrisafi milli hasılaya oranı ve çevre duyarlı vergiler bağlamında ülkemiz OECD ortalamalarının üzerindedir. Diğer bir örnek eğitim alanından verilebilir. Türkiye'nin PISA sonuçları diğer OECD üyelerinin gerisinde gözükmekle birlikte ülkemiz son yıllarda bu alanda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Bu nedenle ülkemize ilişkin veriler diğer OECD üyeleriyle karşılaştırılırken konuya, içeriğe ve ülkemize ilişkin verilerin düzelme eğilimine de dikkat etmek gerekiği akılda tutulmalıdır.

İş dünyamızın dinamizminin de katkısıyla 2000'li yıllarda Türkiye'de kapsayıcı ve yüksek bir büyüme gerçekleşmiştir. Sağlıklı kamu finansmanı ve güçlü bankacılık sektörü ekonomik performansı desteklemiştir.

Türkiye son yıllarda kaydettiği ekonomik performans ile gelişmekte olan pek çok ülke için de önemli bir örnek teşkil etmektedir. Türkiye'nin önündeki temel sınama 'orta gelir' grubundan 'yüksek gelir' grubuna geçiş hedefinin gerçekleştirilmesi, diğer bir deyişle "orta gelir tuzağından" kurtulmasıdır. Yüksek gelir grubuna geçiş hedefinin gerçekleştirilebilmesi için öncelikli olarak yüksek katma değerli ürünler üreten bir ekonomiye geçiş sağlanması gerekmektedir. Bu noktada kişi başına düşen eğitimin süresi ve kalitesinin arttırılması ile genç ve yetişkin becerilerinin geliştirilmesi önem taşımaktadır. Ayrıca, kadınların çalışma hayatına daha etkin katılımı ekonomimizin daha kapsayıcı biçimde büyümesi açısından kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

OECD'nin çalışmaları ekonomik, ticari, sosyal ve çevresel alanlarda politikalarımızı oluştururken bize gerekli teknik ve akademik altyapıyı sağlayacak ciddi bir kaynak sunuyor. Bu kaynaktan olabildiğince yararlanmamız ülkemizin sürdürülebilir kalkınması açısından da önemlidir.

"Otomotiv sektörü Ar-Ge ile değer zincirinde yukarıya tırmanabilir"

- Otomotiv sektörünün OECD ülkeleri açısından önemi nedir? Sizce otomotiv sektörü Türkiye'nin ekonomik ve sosyal kalkınma hedeflerine ulaşması için nasıl bir rol oynayabilir?

OECD dünyanın en gelişmiş ülkelerini, en büyük ekonomilerini bir araya getiren bir platformdur. Dolayısıyla, Japonya, Almanya, Fransa, İtalya, ABD, Güney Kore gibi dünyanın en önemli otomotiv üreticisi ülkeleri OECD'de temsil edilmektedir.

Küreselleşmenin sanayi üzerindeki etkilerinin gözlemlenmesi açısından otomotiv sektörü iyi bir örnek teşkil etmektedir. Bildiğiniz gibi son 20 yılda ortaya çıkan dinamikler sanayi üretiminin parçalı hale gelmesine imkân vermiş ve bir ürünün tüm üretim safhalarının tek bir ülkede gerçekleştirilmesi giderek daha az rastlanır bir hal almıştır. Üretimde katma değerin yaratıldığı bölgeleri tek bir hat üzerinde toplayan küresel değer zincirleri, OECD tarafından incelenmekte olan bir olgudur. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için kalkınmanın olmazsa olmazı küresel ve bölgesel değer zincirlerine entegrasyon olarak görülmektedir. Zira bu kolektif üretim-ticaret ağlarına dâhil olmak, uluslararası piyasalardaki rekabetin ana unsuru haline gelmiş durumdadır.

Elektronik sektörü kadar olmasa da, otomotiv sektöründe de üretim süreçlerinde küresel değer zincirlerinin önemli bir hâkimiyeti olduğu görülmektedir. OECD tarafından yapılan araştırmalar 1995'den bu yana otomotiv sektörü ihracatında kullanılan yerel katma değerin küresel olarak düşmekte olduğunu, sektörün küresel olarak giderek daha fazla ortak ülkelerden temin edilen girdileri üretimde kullandığını göstermektedir.

Aynı veriler, Türkiye'nin motorlu taşıt ihracatı bünyesinde yer alan yerel katma değerin 1995 yılında yüzde 84 seviyesinde iken, 2011 yılında yüzde 56'ya kadar gerilediğine işaret etmektedir. Bu değer zincirlerine entegrasyon bakımından önemli bir göstergedir. Diğer otomotiv üreticisi ülkelerin aynı dönemde ihracattaki yerli katma değer oranlarına baktığımızda bu kadar çarpıcı bir değişim görülmemektedir. Söz gelimi, ihracatın içerdiği yerel katma değer bakımından Japonya'nın yüzde 86, Almanya'nın yüzde 69 oranı ile halen yerel üretim faktörlerine ağırlık verdiği net bir şekilde görülebilmektedir.

Küresel değer zincirlerine başarılı bir şekilde entegre olduğu düşünülen bu iki ülkenin yüksek yerel katma değer ihracatı yapmalarının sırrı, değer zincirlerinin başında yer almalarıdır. Ürünün fikir ve tasarım aşamasını ifade eden bu konumda yer alan ülkeler, değer zincirlerinin düşük katma değerli montaj aşamalarının gerçekleştirildiği alt kısımlarında bulunan ülkelere göre daha avantajlı konumda bulunmaktadır. Buradan çıkarılacak en önemli sonuç, ülkemiz kalkınmasında hayati öneme sahip olan otomotiv sektörümüzün Ar-Ge faaliyetlerine ağırlık vererek değer zincirlerinde yukarı tırmanması gerektiğidir. Aslında tam da bu noktada yerli otomobil tasarım ve üretiminin tartışılması gerekmektedir.

ResistAll®

İleri Teknoloji • Üstün Oto Koruma

İLK GÜNKÜ GİBİ YENİ!

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

Ürünlerimiz Amerika Birleşik Devletleri'nin Teksas eyaletinde üretilmektedir.

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

* Ayrıntılı bilgi için yetkili Satış Danışmanınıza başvurunuz.
** İlgili garanti kapsamı için, ResistAll NG / NG2 ürün garantisine bakınız.
*** Otomobilinizi sattığınızda ResistAll garantisi geçerliliğini sürdürür.

BOYA KORUMA KAPSAMI


BOYADAKİ PARLAKLIK KAYBI


KUŞ PİSLİKLERİ


BÖCEK LEKELERİ


AĞAÇ REÇİNESİ

DÖŞEME KORUMA KAPSAMI


MÜREKKEP


GAZLI İÇECEKLER


YAĞ


SAKIZ

Bayraktar Otomotiv

www.resistall.com.tr

ODD Yönetim ve Denetleme Kurulu Üyeleri

2015 yılının ilk altı ayı geride kaldı. ODD Yönetim ve Denetleme Kurulu üyeleri, otomotiv sektörü için ilk yarıyılı değerlendirdi, gelecek 6 ay için pazar öngörülerini paylaştı.



ODD Yönetim Kurulu Başkanı
Mustafa Bayraktar

"İyimserliğimizi sürdürüyoruz"

Otomotiv sektöründe 2015 yılının ilk yarısını başarılı bir sonuçla tamamlamış bulunuyoruz. Yılın ilk yarısında pazarımızda yüksek bir büyüme trendi yakalanmış gibi görünmekle beraber, doğru şekilde analiz ettiğimiz takdirde büyümenin bir önceki yıl gerçekleşmiş olan düşüş nedeniyle bu kadar yüksek olduğunu görüyoruz. Bir önceki yıla göre yüzde 50 civarı gerçekleşmiş gibi gözüken büyüme aslında baz etkisi dikkate alındığında sadece yüzde 13 civarındadır. Bu artışta iki buçuk yıl aradan sonra Mayıs ayında gerçekleştirdiğimiz İstanbul Autoshow'un da etkisi bulunuyor. Yılın geri kalan bölümü içinse iyimserliğimizi koruyoruz ama tedbiri de elden bırakmıyoruz.

Yıl sonu için pazar tahminimiz 900 ila 950 bin adet arasında bir pazar gerçekleşeceği yönünde. Bu seviye oldukça yüksek gibi görünse de, pazarımız gerçek potansiyelinin oldukça gerisinde. Bugün Türkiye, Dünya sıralamasında 17'nci büyük ekonomiyken, otomobil sahipliğinde benzer ekonomilere kıyasla çok geride bulunuyor.

Ülkemizde 1000 kişiye 173 adet otomobil düşerken, ABD'de 950, Batı Avrupa 650, Doğu Avrupa ve Kore'de 300 ila 400 adet otomobil düşüyor. Otomobil sahipliğinde büyük ekonomilerin çok gerisinde, dünya ortalamasının ise sadece bir nebze üzerindeyiz, yani burada halen çok önemli bir potansiyel var.

Otomobil sahipliğinde gerideyiz ama daha da büyük bir sorun araç parkımızın yaşlılığı. Batı Avrupa'da ortalama araç yaşı 8-9 civarındayken, 14 milyon adetlik araç parkımızın yaşı 12'nin üzerinde ve bu yaşlı araçların toplam parktaki oranı ne yazık ki yüzde 47 civarında. Yani parkımızın önemli bir bölümü ömrünü çoktan tamamlamış olması gereken hurda araçlardan oluşuyor.

Potansiyelinin çok altında gerçekleşen iç pazar rakamımız, dünyadan bizi negatif ayrıştıran ve ekonomik gelişimimizle mütenasip olmayan yaşlı araç parkı ve sonuç olarak da belirli bir platoya gelmiş olan üretim yatırımları maalesef tesadüf değil. Bugüne kadar her mecrada belirttiğimiz gibi satın almada ödenen yüksek vergiler, araç yaşlandıkça neredeyse sıfırlanan MTV ve zikzaklarla ilerleyen ve belirli bir seviyeyi aşamamış olan iç pazar yukarıda bahsetmeye çalıştığım realiteyi kaçınılmaz kılıyor.

Global arenada ise otomotiv sektörü önemli bir dönüşüm içerisinde. Otomotiv üretimi batıdan doğuya doğru hızla kayarken Türkiye'nin de bu gelişmelerden pay alması ve alanını genişletmesi büyük önem taşıyor. İç pazarımızı otomotiv sektöründe küresel oyuncu durumundaki ülkelerin seviyesine taşıyacak teşvik ve uygulamaların hayata geçirilmesi gerekiyor. Üretimde küresel oyuncu durumundaki Amerika, Japonya, Almanya, Fransa, Kore gibi ülkelerin iç pazarlarına baktığımızda çok büyük iç pazar adetlerine sahip olduklarını görüyoruz. Odaklanmamız gereken ilk nokta, Türkiye açısından iç pazar gelişimi olmalı. Büyük bir iç pazardan gücünü alan Türkiye otomotiv sektörünün global rekabetteki yerini daha da sağlamlaştırması mümkün olacaktır.

ikinci yarıya dair beklentilerini paylaştı



Doğuş Otomotiv İcra Kurulu Başkanı
Ali Bilaloğlu

"Sektörün ihtiyacı istikrar"

2015 yılının ilk 6 aylık dönemini geride bıraktığımız şu günlerde, gerek yurt içi, gerekse özellikle komşularımız olmak üzere, yurt dışındaki gelişmelerin hemen tüm sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe de bir refleks yaratacağı şüphesiz.

Yılın ilk yarısı itibarıyla değerlendirdiğimizde her ne kadar seçim sonrası dönem, Ramazan ayı gibi etkenler Haziran ayında bir miktar durgunluk yarattıysa da, özellikle İstanbul Autoshow'un satışlara ciddi etkisi oldu. Bu anlamda baktığımızda genel olarak yılın ilk 6 aylık döneminde sektörde başarılı bir grafik söz konusu.

Ancak bu değerlendirmeleri yaparken unutmamak lazım ki yılın sektörün beklentileri doğrultusunda tamamlanması için çok önemli iki kriter var. Bunların en başında ekonomik istikrar geliyor.

Otomotiv sektörü uzun vadeli yatırım isteyen bir sektör, kurda dalgalanmalar olduğunda bu volatiliteyi kâr marjınızla düzenlemeniz gerekiyor. Bu da tabii uzun dönemli fizibilite çalışmalarını olumsuz etkileyebiliyor. Dolayısıyla, dalgalı kur, uzun vadeli yatırımların gerektiği sektörde dezavantajlı bir durum.

Diğer yandan sektörün üzerindeki bir diğer negatif baskı da, özellikle sınır komşularımızda yaşanan gerek ekonomik, gerek siyasi belirsizlikler oldu. Bu durum, tabii içinde bulunduğumuz bölgenin ana oyuncularından olan ülkemizi de doğrudan etkiliyor.

Bu koşullar altında, zorlu bir 6 ay geçirebileceğimizi ama buna karşın yine de seneyi 900-950 bin bandında tamamlayacağımızı düşünüyorum.



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

"Pazar önceki yıla göre yüzde 50'nin üzerinde büyüdü"

2015 yılının ilk altı aylık verilerine baktığımızda, binek otomobil ve hafif ticari araç pazarlarında bir önceki yıla oranla yüzde 50'yi geçen bir büyüme gerçekleştiğini görüyoruz. Yalnızca otomobil satışlarında ise 327 bin 846 adetle bir önceki yıla oranla yüzde 45 artış yaşanmış durumda. Pazardaki büyümeyi, 2014 yılının aynı döneminde yaşanan daralma ile satış adetlerinin çok düşük seyrettiğini de hatırlayarak analiz etmemiz gerekir.

Türkiye otomotiv sektöründeki bu olumlu havanın yaşanmasında; Fed'in açıklamaları ve Haziran ayında gerçekleşen seçim nedeniyle tüketicilerin satın alma taleplerini öne çekmelerinin büyük etkisi olmuştur. İç siyasi sıkıntılar ve bunların ekonomiye olumsuz yansımaları olmaz, Eylül ayında Fed'in yapacağı açıklamalar sonucu piyasalar için olumsuz bir durum ortaya çıkmazsa yılın geri kalanında bu iyi gidişatın devam edeceğini ve pazarın 900-950 binler seviyesinde gerçekleşeceğini düşünüyorum. Ancak belirtmek gerekir ki; Türkiye otomotiv sektörü hala gerçek satış potansiyeline ulaşmış durumda değildir. Kişi başına düşen otomobil sayısında Avrupa ortalamasının çok gerisindeyiz. Bugün tüm ülkelerin arzuladığı yabancı yatırımcıyı ülkeye çekmek için pazar potansiyelinin 1 milyon adedin üzerinde hatta 1,5 milyona yaklaşmış olması gerekiyor. Avrupa'daki gibi bir vergilendirme sistemi ile 1,5 milyon adetlik bir seviyeye rahatlıkla ulaşabiliriz. Bunu başarırsak ekonomik olarak yeni bir canlılık yaşanacaktır. İstihdam yaratmanın yanı sıra; Türkiye'de yatırımı olan markalar ilave model üretimlerine başlayacak ve hatta üretimi olmayan markalar için de ülkemiz cazip bir merkez haline gelecektir.

Toyota açısından baktığımızda ise; 2015 yılına kendi satış rekorumuzu kırma hedefiyle başlamıştık. Yılın ilk altı ayında gerçekleşen başarılı satış performansımızı dikkate alarak bu hedefi rahatlıkla başaracağımıza ve hatta üstünde bir satış rakamıyla bu seneyi kapatacağımıza inanıyorum.

ODDdergi
www.odd.org.tr



Borusan Otomotiv İcra Kurulu Başkanı
Eşref Biryıldız

"Otomobil pazarı 2014 yılının gerisinde kalmaz"

2013 yılı ikinci yarısındaki "Gezi Olayları"na karşın o yıl 665 bin adetle otomobil satışı açısından rekor bir yıl olmuştu. Bu rekor hala geçerli. 2014'te ise otomobil pazarı ilk aylarda politik durumun da etkisiyle bir önceki yılın oldukça gerisinde kalmıştı. Bu eksi yüzde 23 gibi ilk 6 ayda hatırı sayılır bir yüzdeydi. 2014'te bir yıl öncesine göre çok daha sakin bir ikinci yarı beklentisiyle ikinci yarıda pazarın toparlanarak bir önceki yıla yetişeceğine inanıyorduk. Ancak 2014 Aralık ayının otomobil satışında rekor bir ay olmasına rağmen binek otomobil pazarı toplamda 587 bin adetle 2013 yılının yüzde 11,6 gerisinde kaldı. Bu yılın başında bilinen genel seçim takvimine rağmen 2015'in halen geçerli rekor satışa sahip olan 2013'ün yüzde 5 fazlasına yani 700 bin adede ulaşacağına inanıyorduk. İlk 6 ay satışları bunun olasılık dahilinde olduğunu da gösteriyordu. Ancak Haziran ayı başındaki genel seçim sonuçları bu beklentiye fren koydu.

Haziran ayı, o haftalarda henüz başlamamış olan koalisyon görüşme turlarının da "umut var" beklentisiyle yüksek adetlerde otomobil satışına tanık oldu. Görüşüme göre erken seçim kararı çıksa da otomobil pazarı 2014 yılının gerisinde kalmaz. Otomobil satışları geçen yılın son 6 ayının yüzde 28-29 gerisinde kalacak olsa bile yüksek ilk 6 ayın etkisiyle pazar yine 2014 seviyesine ulaşır.

Erken seçime gerek kalmaz ve de ömrü önümüzdeki yıl da devam edecek umudu veren bir koalisyon başlar ve sürerse, geçen yılın son altı ayıyla aynı seviyede olabilecek satış adetleri otomobil pazarını yeni bir rekorla mevcut rekor yıl olan 2013 yılının yüzde 3-4 puan üzerine kadar taşıyabilir. Bu hafif ticariler hariç salt otomobil pazarı olarak 690 bin demektir. Şayet kurulacak bir koalisyonun ilk aklına gelecek olan şey ÖTV'leri arttırmak değilse. Premium Segment birinci durumda geçen yıl toplam otomobil pazarından aldığı yüzde 13 payı daha da artırır, ikinci durumda ise geçen yılki yüzde 13 seviyesini korur.



Çelik Motor Genel Müdürü
Bora Koçak

"Otomobil yatırım enstrümanı olarak öne çıktı"

2015 yılına başlarken, 2014 yılına göre pazarda bir büyüme olacağını bu büyümenin de özellikle ilk yarı yılda hızlı bir şekilde gerçekleşeceğini öngörmüştük. Ekonomik istikrar ve kurlardaki durağan seyire dayalı bu öngörümüz beklediğimizin de üzerinde gerçekleşti ve toplam pazar geçen seneye oranla ilk 6 ay içinde yüzde 51 büyüme gösterdi. Biz ise KIA olarak aynı dönemde pazardan daha büyük bir büyüme ile yüzde 61'lik bir artış yakaladık.

İlk 6 aydaki bu artışın en önemli nedenlerinden birisi kur dengesi ve ekonomi programının istikrarlı devamının tüketici üzerinde yarattığı pozitif motivasyon oldu. Bunun yanı sıra inşaat ve konut fiyatlarındaki artış, kişileri yatırım aracı olarak otomotive doğru yönlendirdi. Tüketiciler otomobili bir yatırım enstrümanı olarak gördü ve bu fırsatı değerlendirmek istedi. Otomotiv üreticilerinin yapmış oldukları kampanyalar ve sundukları yeni modellerle yarattıkları fırsatlar da bu talebi tetikledi. Ayrıca özellikle Haziran ayında filo satışlarındaki artışlar ilk yarıyılın pozitif bir sonuçla kapanmasını sağladı.

Yaz aylarının genel satış trendi olarak bu dönemde satışların aşağı doğru seyretmesi beklediğimiz bir durum. Tabii seçim sonrası oluşan belirsizlik, kurlardaki hızlı yükseliş de bu dönem özelinde satışların biraz duraksamasına neden olacaktır. Tüketiciler yatırım ve harcama yapmak için belirsizliğin ortadan kalkmasını ve biraz daha önlerini görmeyi bekleyeceklerdir. Ancak ben bu sürenin çok fazla uzun olmayacağını düşünüyor ve ümit ediyorum. Yılın başında pazarın 2014'e göre yaklaşık, yüzde 10-15 büyüyeceğini öngörmüştük. Bu öngörümüzü hala devam ettiriyoruz.



Yeni Peugeot 208 etkileyici dış tasarımı, 3D LED Farları, yüksek performanslı çevreci motoru ile çok daha enerjik, çok daha heyecan verici. Şimdi Peugeot i-Cockpit'e geçin, SMEG-i dokunmatik ekranı, FARC Aktif Şehir İçi Güvenlik sistemi ve daha bir çok heyecan verici özelliği ile yepyeni bir sürüş deneyimini keşfedin.

Yeni Peugeot 208 Access 1.2 L PureTech 82 hp karma yakıt tüketimi 4.5 L/100 km, ortalama CO_2 emisyon değeri 104 g/km'dir. İlanda kullanılan görsel, Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

PEUGEOT MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (0216) 579 94 44 instagram.com/peugeotturkiye twitter.com/PeugeotTurkiye facebook.com/peugeotturkiye

YENİ PEUGEOT 208

MOTION & EMOTION

PEUGEOT



Opel Türkiye Genel Müdürü
Özcan Keklik

"İlk yarı çok olumlu geçti"

2015 yılına Opel markamızın önemli oyuncularından Yeni Corsa modelimizde 1.0 litre 115hp'lik Stop/Start özellikli yeni motor seçeneğimizle girdik. 1.6 dizel otomatik şanzıman seçeneğini ilk kez MOKKA modelimizde satışa sunduk. Merakla beklenen bu motor ve şanzıman seçeneğini Ekim ayında Amiral Gemimiz Insignia'da, Kasım ayında da Yeni Jenerasyon Astra modelimizle piyasaya sunacağız. Tamamıyla yenilenmiş iç ve dış tasarımı, en son iletişim ve bağlantı teknolojileriyle Yeni Astra, markamızın kompakt sınıf geleneğinin en güçlü temsilcisi. Mayıs ayı içerisinde gerçekleşen İstanbul Autoshow'da dört modelimizin Türkiye prömiyerini gerçekleştirdik. 2018 yılına kadar toplam 27 yeni model ve 17 yeni nesil motor seçeneğini pazara sunmuş olacağız.

Bununla birlikte bu yıl Türkiye'deki operasyonlarımızın 25. yılını kutluyoruz. 25 yıldır satış ve satış sonrası hizmetlerimizi geniş kitlelere ulaştırıyoruz ve müşterilerimizin koşulsuz memnuniyetini hedefliyoruz. "Müşterisini En Çok Sahiplenen Otomobil Şirketi Olma Amacıyla" ilk günkü heyecanla çalışıyoruz.

Binek araç pazarında sektörün en önemli oyuncuları içerisinde yer aldığımızı söylemekten gurur duyuyorum. Bu yılın ilk altı ayı sonunda ülkemiz pazarında 20 binin üzerinde araç satışıyla bir önceki yıla göre yüzde 36'lık bir büyüme yakaladık. Bu yılın ilk yarısı sonunda yüzde 6 binek araç pazar payıyla en çok tercih edilen marka olma başarısını istikrarlı şekilde devam ettirdiğimizi görüyoruz. Bir önceki yılın aynı dönemine göre toplam pazarda yüzde 50 artış ile ilk 6 ayda 430 bin üzerinde satış gerçekleştirerek rekor düzeyde bir performansla 2015 ilk yarısını tamamladık. Yılın ikinci yarısında jeopolitik siyasi ve ekonomik gelişmeler ve genel seçim sonrası süreç etkili olacaktır. 2015 yılı otomotiv sektörü toplam pazarının 900-950 bin adet aralığında gerçekleşeceğini öngörüyoruz.



Mercedes-Benz
Otomobil Grubu Pazarlama ve Satış Direktörü
Şükrü Bekdikhan

"700 binler sınırını zorlayacağız"

Türkiye pazarında, 2015 yılı ilk altı aylık dönemde otomobil satışları bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 45,21 artarak 327 bin 846 adede yükseldi. Geçen sene aynı dönemde 225 bin 773 adet satış gerçekleşmişti. Yılın ilk yarısı için talebin canlı olduğunu, talebin kısmen öne çekildiğini, üretici ve distribütörlerin agresif kampanyalarla pazarda yer edinmeye çalıştığını ve özellikle filo pazarına doğru önemli bir geçişin olduğunu gözlemledik.

Mercedes-Benz olarak yılın ilk altı ayında otomobil satışlarımızı bir önceki yıla nazaran yüzde 25 seviyesinde arttırarak 11 bin 795 adetlik satış rakamına ulaştık. Buna rağmen pazarın gelişim hızından daha düşük bir seviyede büyüme sergiledik. Bunun en önemli sebebi ise piyasaya geçen yıl sürdüğümüz yeni C-Serisi modelimizi yılın ilk yarısında yeterli sayıda temin etmekte güçlük çekmemiz ve diğer CLA- ve A-Serisi gibi yeni ürün portföyümüze kattığımız diğer modellerimizde beklentilerimizin üzerinde gerçekleşen talep ve benzer talebin tüm dünya ülkelerinde benzer şekilde yüksek seviyede gerçekleşmesi oldu.

Yılın ilk yarısında kompact modellerimiz (A-B-CLA-GLA) 5 bin 87 adetle toplam satışlarımızın yüzde 43'ünü oluştururken, C-Serisi satışlarımız yüzde 26'sını, E-Serisi satışlarımız yüzde 23'ünü teşkil etti. Satışlarımızın yüzde 85' ini 1,6 lt ve altındaki motorlu araçlar oluşturdu.

Yılın ikinci yarısında pazarın dinamik ve değişken yapısına uyum sağlayarak geçtiğimiz yıl gerçekleştirdiğimiz toplam 23 bin 100 adetlik satışı aşmayı hedefliyoruz. Bunu gerçekleştirirken bayi ağımızla birlikte en yüksek seviyede müşteri memnuniyeti ve bağlılığını sağlamak her zaman en öncelikli hedefimiz kalacak. Pazara son çeyrekte sunacağımız GLC ve GLE Serilerinin yanında yenilenen yüzüyle karşımıza çıkacak olan G-Serisinin SUV segmentinde de iddiamızı yeniden ortaya koyacağı inancındayız.

Yılın ikinci yarısında pazarın hızının kısmen yavaşlama eğilimine gireceğini ancak buna rağmen otomobil pazarının 700 bin adetler seviyesini zorlayarak başarılı bir 2015 yılı olacağını öngörüyoruz.



Renault Mais Genel Müdürü
İbrahim Aybar

"İkinci yarıda sakinleşme öngörüyoruz"

Otomotiv sektörü 2015 yılına moralli başladı. Bu yıl iç pazarda, geçen yıla göre daha iyi bir performans beklediğimizi ifade etmiştik. İlk aylardaki hızlı satış artışıyla ilk 6 ayı tamamladık. Otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı Ocak - Haziran döneminde 432 bin 550'ye ulaşarak, 2014 yılının aynı dönemine göre yüzde 50,79 artış kaydetti. Bu rakam 2015 yılının iyi bir yıl olarak tamamlanacağını gösteriyor.

Yılın ikinci yarısında pazarda bir sakinleşme öngörüyoruz. Geçen yıla göre yüzde 15-20 civarında bir artışla 2015 yılının 900 binin üzerinde bir satış rakamıyla kapanacağını öngörüyoruz. 2015 yılı için sektör açısından iyi bir yıl diyebiliriz. Tabii önemli olan, yılın ikinci yarısının herhangi bir istikrarsızlık ortamına dönüşmemesi, makroekonomik açıdan istikrarın devam etmesi ve dalgalanmaların yaşanmaması. Türkiye'de otomotivde hala ciddi bir potansiyel var. Otomobil sahiplenme oranının Avrupa Birliği ortalamalarının 3 katı altında olduğunu biliyoruz. Tüketici otomobil satın almak için önünü görmek ve moralli olmak istiyor. Bu anlamda önümüzdeki aylar önemli.

Haziran ayı tüketici güven endeksi bir önceki aya göre yüzde 3 oranında artış gösterdi. Bu yeterli bir artış olmasa da olumlu bir gösterge. Umarız böyle devam eder. En kısa zamanda uzlaşma kültürünün hakim olduğu bir hükümet kurularak sağduyu ve istikrarın devamını önemle beklediğimizi bir kez daha belirtmek istiyorum.



Mazda Türkiye Genel Müdürü
Nurkan Yurdakul

"Pazar beklentilerimizin üzerine çıktı"

Bir önceki yılın aksine, 2015 senesine giderek tempo kazanan bir hacimsellikle başladık ve Nisan ayına kadar toplam pazarın giderek büyümesine şahit olduk. Mazda olarak yıl ortası itibarıyla bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 50 büyümüş bir pazar öngörüsü içinde değildik. Özellikle genel seçim öncesinde böyle bir hareketliliğin yerine tüketicide bekle-gör davranışı daha yakın bir durumdur. Diğer bir tespitimiz ise giderek yükselen kurların fiyatlara kısa sürelerde yansıtılmasına rağmen tüketicilerde oluşan avantajlı fiyat ve kampanya algısının tahminlerimizin üzerinde seyretmesi oldu. Tüketiciler araç fiyatlarına ayda 2-4 defa yansıyan kur hareketlenmesine rağmen satın alma kararlarını uygulamaya geçirdiler.

2000 yılı öncesinde çokça konuşulan ve sektör için bir psikolojik sınır olarak kabul edilen 1 milyon adetlik pazar beklentileri geride kalan uzun yıllar içinde aşılamadı. İlk yarı sonucu ve pazarın genel olarak yılın ikinci yarısında çok daha yüksek hacimlere ulaşma geleneği dikkate alınırsa teorik olarak bu sene sonunda 1 milyon sınırının aşılabileceğinden bahsetmek mümkün olabilir. Ancak şunu kabul etmek gerekir ki sene başında bu şekilde bir tablo kimsenin öngörüleri içinde yer almıyordu.

Toplam pazarda görülecek bu gelişmelerin bir parçası olarak binek otomobil pazarının ise 2014 yılına göre yaklaşık yüzde 30'a kadar büyüyebileceğini tahmin ediyoruz.

Mazda olarak 2015 senesini önemli bir dönüm yılı olarak yaşıyoruz. 2011'de başladığımız iş yönetimi değişim programımız artık son safhasında ve yeni ürünlerimizle ticaret hacmimizi daha da büyütmeye doğru önemli adımları 2015 içinde atmaya başladık. Yıl ortasında satışa sunulan tamamen yeni CX-3 modelimiz mini crossover sınıfında çok iddialı. CX-3 ile 1.5 SKYACTIV dizel motorumuzu ilk kez tüketicilere sunduk. Tamamen yeni CX-3 modelimizi çok özel kılan özellik ise Türkiye'de ilk kez 1.5 litre hacimde dizel, otomatik ve 4x4 özelliklerini bir arada sunmuş olmamız. 2015'e Mazda açısından bakarsak yeni Mazda3 ve CX-5 gibi modellerimizle istikrarlı büyümemizi sürdürmesinin yanında Haziran ayında satışa sunulan CX-3 modelimizle bir önceki yıla göre satış adetlerimizi yaklaşık yüzde 90 büyüteceğiz.



Hyundai Assan Genel Müdürü
Önder Göker

"Müşteri alım kararlarını öne çekti"

2015 yılında Türkiye binek ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2014 yılına göre ilk 6 ayda yüzde 50'nin üzerinde büyüme kaydetti. Büyümenin başlıca nedenleri arasında; döviz kurlarındaki artışın fiyatlara yansıyacağı yönünde yüksek bir beklenti oluşması, birçok markanın yıl sonu kampanyalarına ve kredi kullanım seçeneklerine uzun süre devam etmeleri ve filo alımlarındaki artış gelmektedir. Bu büyümeyi, vergi artışı ve yeni BDDK düzenlemelerinin yaşandığı 2014 yılına göre değil, 2013 yılına göre kıyaslamanın daha doğru olacağını düşünüyoruz ve aslında yüzde 13'lük bir büyümenin olduğunu görüyoruz.

Sıcak para azalması beklentisi ve jeopolitik gelişmeler, Türk Lirasının en çok etkilenen para birimi olması, Türk halkının uzun süredir beklediği 2015 İstanbul Autoshow ve yeni araç lansmanları, müşterilerin alım kararlarını daha öne çekmesine sebep oldu. Ayrıca araç bulunurluğunun iyi seviyede olması ve düşük faiz ortamı, araç satışlarını olumlu olarak etkiledi.

Yerli üretim, hem yerli otomotiv satışlarının hem de Avrupa'daki pazarın artmasına paralel bir şekilde artış gösterdi. Bununla birlikte, varil petrol fiyatlarının düşük seyri ve sıkı maliye politikaları cari açığa olumlu katkıda bulundu. Hükümetimizin cari açığı azaltıcı faaliyetleri sürdürürken, GSYİH büyümesinde azalmaya da sebebiyet vermemesi gerekir. Zira otomotiv sektörü, büyümenin daha da azalmasından olumsuz olarak etkilenecektir.

2015 yılı ikinci yarısında pazarda, 2015 Genel Seçimleri sonrası yaşanacak olan siyasi gelişmeler, Fed ve ECB kaynaklı kurlardaki dalgalanmalar ve jeopolitik gelişmelerin etkili olacağını öngörmekteyiz. Geniş tabanlı ve kısa sürede kurulacak bir koalisyonun Türkiye'nin ihtiyacı olan yapısal reformları hızlandıracağı ve istikrara paralel olarak pazarın 950 bin ve hatta üzerine çıkabileceği kanaatindeyiz. Fakat mevcut konjonktörde Hyundai olarak yılsonu pazar tahminimizi 850 bin ~ 900 bin olarak korumaktayız. Hedeflerimizi revize ettik, 2015 yılı içerisinde Hyundai olarak 50 binden fazla araç satışını hedefliyoruz, İzmit fabrikamızda 210 binden fazla araç üreteceğiz.



Volvo Car Türkiye CFO
Nihat Tuduk

"İlk yarıda görünüm oldukça olumlu"

2015 yılının ilk yarısı sektör için toplam pazarın yüzde 45 artması gibi oldukça olumlu bir görünümle sonuçlandı. Bu artış yüzdesinde, 2014 yılının ilk yarısındaki düşük satış rakamlarından dolayı baz etkisinin payı oldukça yüksek. Öte taraftan, tüketicilerin alımlarını seçimlerden öne çekmeleri de satış rakamlarının artmasında önemli bir etken oldu.

Volvo Car olarak içinde yer aldığımız premium segment, 2014 yılında toplam pazardaki düşüşe rağmen yükselmişti. 2015 yılının ilk yarısında da bu artış daha da artarak devam etti.

2015 yılının ikinci yarısındaki sektör performansını belirleyecek faktörler, siyasi ve ekonomik istikrarın devam etmesi sonucunda tüketici güveninin yükselmesi ve Fed'in eylül ayında açıklayacağı muhtemel faiz yükseltme kararı olacaktır. Siyasi ve ekonomik istikrarın devamının ve dolayısıyla tüketici güveninin yükselmesinin, Fed'den gelebilecek olumsuz haberleri de telafi edebilecek bir ağırlığa sahip olduğunu düşünüyoruz. Bu durumda, 2015 yılında toplam pazarın yüzde 20'lik bir artışla 700 bin adede ulaşabileceğini öngörüyoruz. Benzer bir artışın premium segment için de geçerli olabileceğini söyleyebiliriz.

Volvo Car olarak geçen seneyi 2013 göre yüzde 21 artışla 6 bin adet satışla kapatmıştık. 2015 yılının ilk yarısında geçen senenin aynı dönemine kıyasla yüzde 45 artışla 3 bin 550 adetlik satışa ulaştık. 2015 yılını 7 binin üzerinde bir satış adediyle kapatmayı hedefliyoruz. Müşteri memnuniyeti anketlerinde aldığımız sonuçlar bizleri ilerisi için heyecanlandırıyor. 2014 ve 2015'in ilk yarısında toplam 3 yeni satış ve servis noktası ilave etmişken, önümüzdeki 6 ayda bayi ağımızı 2 yeni satış ve servis noktası ile güçlendirmeyi planlıyoruz. Ürün olarak, 2015'in ikinci yarısında, çok büyük ilgi ile karşılanan Yeni XC90'ı pazara sunmaya başladık. Bunun yanında, S60 Cross Country ve V60 Cross Country modellerimizin lansmanını da yılın son çeyreğinde yapacağız.

2015 yılının, tüm sektör paydaşları için "1 Milyon Araçlık Pazar" hedefine ulaşmada önemli bir atılımın yapıldığı bir yıl olarak anılacağını ümit ediyoruz.

Brisa'nın yeni genel müdürü *Yiğit Gürçay*

Bridgestone Corporation ve Sabancı Holding ortaklığında 27. yılını geride bırakan Türkiye'nin lider, Avrupa'nın en büyük 7'nci lastik üreticisi Brisa'da üst düzey bir atama gerçekleşti. 2009'dan bu yana Brisa Genel Müdürü olarak görev yapan Hakan Bayman, 1 Eylül 2015 tarihi itibarıyla dünyanın en büyük lastik üreticisi olan Bridgestone Corporation'ın Bağımsız Devletler Topluluğu/Rusya, Ortadoğu ve Afrika (CMA) Bölgesi Kıdemli Başkan Yardımcısı olarak atandı. Hakan Bayman'dan boşalan Brisa Genel Müdürlüğü pozisyonuna ise 1 Eylül 2015 tarihi itibarıyla Yiğit Gürçay getirildi. Uzun süre çok uluslu şirketlerde üst düzey yöneticilik yapan Yiğit Gürçay, uluslararası liderlik deneyimiyle Brisa Genel Müdürlük koltuğuna oturacak. 1988'de Boğaziçi Üniversitesi Kimya Mühendisliği bölümünden mezun olan Gürçay, 1989'da İstanbul Üniversitesi'nde Uluslararası İşletme Yüksek Lisansını tamamladı. Çalışma hayatına Unilever Pazarlama Bölümünde başlayan Gürçay, Roche Türkiye-OTC Satış ve Pazarlama Müdürü ve Ülke Müdürü, Roche HQ-Global Marka Lideri, Roche Güney Afrika - Ülke Müdürü, Bayer Güney ve Sub Saharan Afrika-Ülke Müdürü, Bayer Türkiye Genel Müdürü görevleri sonrasında 2007-2011 yıllarında GlaxoSmithKline (GSK) Türkiye Genel Müdürü olarak çalıştı. Brisa'ya katılmadan önce 2012-2014 yılları arasında GSK Orta Doğu, Afrika Bölgesi Kıdemli Başkan Yardımcılığı ve 2014-2015 yılları arasında Orta Doğu, Afrika ve CIS Bölgeleri Kıdemli Başkan Yardımcılığı yaptı.



Otomotiv temmuz ayında ihracat liderliğini sürdürdü

Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB), otomotiv endüstrisinin temmuz ayı ihracat verilerini açıkladı. Buna göre tüm ana ürün gruplarında kayıplar yaşanmasına rağmen, otomotiv endüstrisi sektörel olarak ihracattaki liderliğini bırakmadı. Otomotiv endüstrisi, temmuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 17 kayba rağmen sektörel bazda ihracat liderliğini sürdürdü. Temmuz ayında bir milyar 644 milyon dolar ihracata imza atan otomotiv endüstrisi, yılın 7 aylık döneminde de yüzde 11.5 azalışla 12 milyar 135 milyon dolarlık dış satış gerçekleştirdi. İspanya'ya yüzde 13, Birleşik Krallık'a otobüs minibüs midibüs ürün grubunda yüzde 147, Birleşik Devletler'e yan sanayide yüzde 21 büyümeye rağmen temmuz ayında Almanya, Fransa, italya gibi büyük pazarlarda yaşanan kayıpların önüne geçilemedi. Miktar bazında artış Temmuz ayında otomotiv ihracatında değer bazında yüzde 17, ağırlık bazında yüzde 2 düşüş yaşanırken, miktar bazında ihracatta yüzde 9,5 artış sağlandı. Ürün grupları incelendiğinde ise yan sanayi geçtiğimiz ay yüzde 12 kayıpla 681 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirdi. Temmuz ayında yan sanayiyi yüzde 32 gerileme ve 485 milyon dolarla binek otomobiller, yüzde 2.5 azalış ve 367 milyon dolarla eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, yüzde 7 kayıp ve 90 milyon dolarlık otobüs minibüs midibüs ürün grubu izledi. Diğer başlığı altında ise yüzde 29 gerilemeyle 21 milyon dolarlık dış satış gerçekleşti.

Bursa'da otomotiv istihdamda lider



AA'nın, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nca (BTSO) geçen yılın verileri dikkate alınarak hazırlanan "İlk 250 Büyük Firma Araştırması"ndan derlediği bilgilere göre, söz konusu 250 firmadan 54'ü otomotiv ana ve yan sanayi, 58'i ise tekstil ve hazır giyim sektörlerinde faaliyet gösteriyor. Geçen yıl 250 büyük firmanın, iç ve dış satış (ciro) tutarları toplamı 65 milyar 822 milyon 266 bin lira, ihracatları toplamı 10 milyar 575 milyon 723 bin dolar, ücretle çalışanlar toplamı ise 127 bin 327 kişi olarak gerçekleşti. Bu firmaların toplam cirosunun 7 milyar 906 milyon 886 bin lirasını, ihracatın 1 milyar 155 milyon 168 bin dolarını ve ücretle çalışanlar toplamının 25 bin 610 kişisini tekstil ve konfeksiyon sektörleri sağladı. Buna karşılık, toplam cironun 25 milyar 263 milyon 157 bin lirasını, ihracatın 6 milyar 426 milyon 786 bin dolarını, ücretle çalışanlar toplamının ise 44 bin 119 kişisini otomotiv ana ve yan sana sektörleri karşıladı. Firmaların 127 bin 327 olan toplam istihdamının yüzde 34,65'ini otomotiv ana ve yan sanayisi, yüzde 20,11'ini ise tekstil ve konfeksiyon sektörü taşıdı. Böylece, 250 firmadaki toplam istihdamın içte birinden fazlası, otomotiv ana ve yan sanayi alanında faaliyet gösteren firmalar tarafından karşılanmış oldu.

Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu
Piri Reis Üniversitesi Ekonomi ve Finans Bölümü

2015 ilk yarısında Türkiye ekonomisinin büyüme rakamları çok parlak değil. Yüzde 2-3 arasında gerçekleşen büyüme işsizliği tetikleyebilir. Seçim belirsizliği, Fed ile ilgili tartışmalar da risk algısını yükseltiyor. Bütün sorunlara karşın Piri Reis Üniversitesi Ekonomi ve Finans Bölümü'nden Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu ekonomide yılın ikinci yarısına olumlu bakıyor. Aslanoğlu, Türkiye ekonomisinde daha fazla konsensüs oluşmasını bekliyor, "Siyasi istikrarın sağlanması biraz zaman alabilir ama orta vadede sorunlarımızı çözebilecek bir noktaya geleceğimize inanıyorum" diyor.



"Türkiye ekonomisinde daha fazla konsensüs bekliyorum"

- Türkiye'nin şu andaki ekonomik ve sosyal tablosu hakkında neler söyleyebilirsiniz?

2002-2007 yıllarında yüzde 6,9 ortalama hızda büyüyen Türkiye ekonomisi 2008-2014 döneminde yüzde 3,3 ortalama büyüme hızına geriledi. 2015 yılının ilk yarısında da büyüme oranı yüzde 2-3 arasında seyrediyor. Bu oranlar maalesef Türkiye ekonomisi için yeterli oranlar değil. Yüzde 4'ün altındaki büyüme oranlarında Türkiye'de işsizlik oranının arttığını biliyoruz. Son dönemde işsizlikte yukarı yönlü eğilimi çok daha net izleyebiliyoruz. Benzer şekilde enflasyonda da 2002-2007 döneminde hızlı bir düşüş yaşanmışken, takip eden dönemde enflasyon rakamları ortalama yüzde 7,5-8 civarlarına takıldı. Kişi başına geliri 10 bin dolar civarında olan ve bunu arttırmakta sıkıntı yaşayan bir Türkiye ekonomisi bulunuyor.

Cari açıkta düşüş sınırlı kalacak

- 2015 yılını Türkiye ekonomisi açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Büyüme verileri bu yılın ikinci yarısında bir miktar artabilir, fakat ortalama yüzde 3'ler civarında kalma olasılığı yüksek görünüyor. İşsizlikte yaz aylarında mevsimsel olarak bir miktar gerileme olsa bile yıllık bazda artışını sürdürme olasılığı yüksek. Ekonomideki yavaşlamaya bağlı olarak ithalat düşüşü, cari açığı geçtiğimiz yıla göre bir miktar gerileterek 40-45 milyar dolar arasına getirebilir. Fakat parite etkisiyle ihracat yıllık olarak gerileme gösteriyor. Bu eğilim yıl sonuna kadar muhtemelen devam edecek. Başta Rusya kaynaklı olmak üzere turizm gelirlerinde de beklenen performans gösterilemeyecek gibi duruyor. Cari açıktaki düşüş bu nedenlerle de sınırlı kalacak.

- 2015'in ilk yarısında ekonomideki gelişmeleri ve sonuçlarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Kurlarla ilgili düşüncelerinizi paylaşır mısınız?

Büyüme, enflasyon, istihdam açısından 2014 yılına benzer bir süreç yaşandı. Özellikle seçim belirsizliği ve Fed ile ilgili tartışmalar Türkiye ekonomisine ilişkin risk algısını yükseltti. Buna bağlı olarak döviz kurları ve faizlerde önemli artışlar yaşandı. Türkiye'nin siyasi ve jeopolitik riskleri daha az algılansaydı yılın ilk yarısında döviz kurlarındaki artış daha düşük oranda olabilirdi.

Koalisyon süreci belirleyici

- Yıl sonunda nasıl bir ekonomik tablo bekliyorsunuz?

Yılın ikinci yarısında ekonomik tabloda en önemli belirleyenlerden birisi koalisyon süreci olacak. Uzun sürebilecek ve yapısal reformlara odaklanabilecek bir hükümetin oluşturulabilmesi durumunda beklentiler kanalıyla ekonomiye büyüme kanalıyla olumlu bir yansıma görebiliriz. Fed çok büyük olasılıkla bu yıl 25 baz puanlık bir artış yapacak. Eylül ya da Aralık ihtimallerini yüzde 50 görüyorum. Bu artış yıl başındaki beklentilerin altında kalacak. Bu nedenle etkisi sınırlı olacaktır. Fakat 2016 sonuna kadar Fed faizleri 100 baz puanı geçebilir. İçeride olumlu bazı gelişmeler olmazsa etkisini 2016 sonu 2017 başında daha fazla görebiliriz. ECB'de 2016 sonbahar aylarına kadar planladığı şekilde parasal genişlemeye devam edecek. Yani parasal bolluk 2016 sonbahar aylarına kadar devam edecek. Global likidite sorunlarının 2017 yılında daha fazla ortaya çıkacağını düşünüyorum.

- Türkiye cari açık azaldığında büyüyemiyor mu? Sizce ekonomimizin ne gibi yapısal reformlara ihtiyacı var? Bu alanda hangi çalışmalar yapılıyor?

Azalan cari açık ile hızlanan büyüme ilişkisini Türkiye'de henüz göremedik. Cari açık sorununun yapısal anlamda bir makro boyutu var, bir de mikro boyutu var. Makro anlamda cari açık tasarruf açığı anlamına geliyor. Hem bireysel hem toplumsal anlamda tasarruflarımızı arttırmamız gerekiyor. Enerji tasarruflu binalara, araçlara ihtiyacımız var. Tasarruf deyince konut almayı tercih ediyoruz. Konut alımı bir yatırımdır. Ülke kaynakları makine teçhizat yatırımı yerine konut yatırımına yöneliyor. Mikro anlamda ise ihracatı nasıl arttıracağız, ithalatı nasıl düşüreceğiz, bu sorulara odaklanmak gerekiyor. Hep söylendiği gibi hammadde ve enerji üretimini içeride daha fazla gerçekleştirmek, ithalatı azaltmak gerekiyor. Benzer şekilde katma değeri, özellikleri yüksek ürünler üreterek ihracatı arttırmak, turizm gelirlerini en az iki katına çıkaracak projeler üretmek gerekiyor.

Düşük faiz "varlık balonlarını" şişiriyor

- Yeni dünya, yeni dengeler ve petrol fiyatlarındaki düşüşün global ekonomilere etkileri hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz?

Özellikle 2000'li yılların başından bu yana başta Çin olmak üzere Asya ülkelerinin ucuz işgücü maliyetli ürünlerle dünya ekonomisini etkilemesi söz konusu. Bu durum enflasyonist baskıları azaltan bir sonuç getirdi. Petrol fiyatlarındaki gerileme de düşük enflasyon hatta deflasyonist baskıları arttıran bir sonuç yaratıyor. Deflasyonist baskı faiz oranlarının çok düşük kalması, para politikalarının gevşek gitmesi anlamına geliyor. Düşük faizler hisse senedi ve konut piyasasına kaynakları yönlendirerek varlık balonlarının ortaya çıkmasına neden olabiliyor.

- Önümüzdeki kısa ve orta vadeli süreci ülkemiz ve dünya açısından nasıl görüyorsunuz?

Kısa vadede Türkiye ve dünya ekonomisi açısından çok büyük değişim beklemiyorum. Dünya ekonomisinde Fed faiz arttırımı, Yunanistan, Euro'nun geleceği, Çin'deki yavaşlama gibi konular dalgalanmayı arttırmaya aday görünüyor. Türkiye ekonomisinde ise başta cari açık olmak üzere temel yapısal sorunların ne olduğu ve nasıl çözülmesi gerektiği konusunda daha fazla konsensüs oluşacağı kanaatindeyim. Tarihimizde yapısal sorunlarımızın biriktiği, ekonominin potansiyel büyümesinin altında gittiği dönemler çok yaşadık. Bir süre sonra çıkış yolunu bulduk. Siyasi istikrarın sağlanması biraz zaman alabilir ama orta vadede sorunlarımızı çözebilecek bir noktaya geleceğimize inanıyorum.



"Sektör geleceğin otomobil dünyasında söz sahibi olmayı hedeflemeli"

- Otomotiv sektörünün Türk ekonomisine olan katkısı hakkında ne düşüyorsunuz?

Otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisinin gerek istihdam, gerek üretim, gerek ihracat açısından öncü sektörlerinden olduğu açık bir gerçektir. Önemli bir birikim bulunmaktadır. Dünyada önemli bir teknolojik devrim yaşanıyor. Bu otomobile yansıyor, yansımaya da devam edecektir. Sektörün bu değişim dinamiklerini iyi yakalayarak geleceğin otomobillerinin üretiminde dünyada daha da söz sahibi olmayı hedeflemesi gerekiyor.



Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu
Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Bölüm Başkanı

Firmaların nakit akışları bozuluyor, krediler büyümeyi desteklemiyor, cari açığın finansman kalitesizliği artıyor... Bu koşullar altında yüzde 3 büyümenin bir başarı olacağını söyleyen Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bölüm Başkanı Prof. Dr. Sadi Uzunoğlu, yıllardır uygulanan düşük kur-ucuz ithalat politikasının Türkiye'yi üretim bilincinden hızla uzaklaştırıp rekabet gücünü erittiğine dikkat çekiyor. Uzunoğlu, "Risklerimizi ölçüp yönetebilirsek bu dönemi de atlatabiliriz" diyor.

"Riskleri azaltmak için nefes aldığımız bir dönem"

- Türkiye'nin şu andaki ekonomik ve sosyal tablosu hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Türkiye; potansiyel büyüme olarak kabul edilen yüzde 5'lik oranı tutturmakta zorlanan; sanayi başta olmak üzere üretken faktörlerde değil hizmetler sektöründe istihdam yaratabilen, buna karşın yüzde 17 gibi yüksek bir genç işsizlikle karşı karşıya olan bir ülke görünümünde. İç talep ve ihracattaki zayıflamanın yarattığı durgunluğun kıskacında firmaların nakit akışlarının bozulduğu dikkat çekerken, yıllık yüzde 24 artan kredilerin ise büyümeyi desteklemediğini görüyoruz. Özel kesim yatırımlarının yaklaşık iki yıldır azalmasına karşın kredilerdeki böylesi artış firmaların borçlarını çevirme için kredi kullandıklarını ifade ediyor. Kısaca Türkiye ekonomisi büyüyememenin sancılarını çekiyor. Diğer taraftan ise büyümenin düştüğü ortamda ülkenin cari açığında ciddi düzelme olması gerekiyor. Oysa cari açığın GSYİH'ya oranı yüzde 5'in altına çekilemiyor. Mayıs ayı itibarıyla yıllık 44 milyar dolarlık cari açık Türkiye'de cari açığın yapısallaştığını, yani üretiminizin gittikçe artan oranda ithalata bağlandığını gösteriyor. Hiç kuşkusuz Türkiye'nin tek sorunu ekonomik değil: politik riskler de *(dış politika, parlemento yapısı ve işleyişi, bürokratik kapasitenin kullanımı, siyasi şiddet vb.)* bir o kadar artmış durumda.

Büyüme senaryosu gerçekçi değil

- 2015 yılını Türkiye ekonomisi açısından nasıl değerlendiriyorsunuz? Büyüme hızı, istihdam, ihracat, cari açık gibi alanlar ışığında nasıl bir değerlendirme yapabilirsiniz?

Türkiye ekonomisi 2002 yılından bu yana uygulanan düşük kur-ucuz ithalat kısırdöngüsü altında bulunuyor. İthalat artışıyla cari açık yükseliyor ve bu uluslararası konjonktürde bu açığı kapatmak için "dış finansman" gerekiyor. Mayıs ayı rakamları gösterdi ki Türkiye beş aylık cari açığının yaklaşık yarısını *(9 milyar dolar)* sıcak para dediğimiz nedeni bilinmeyen dövizlerle kapatıyor. Kısaca cari açığın finansman kalitesizliği gün geçtikçe artıyor. Bu nedenle Türkiye ekonomisinin büyüme senaryosu gerçekçi görünmüyor. Bu koşullar altında yüzde 3'lik büyümeyi yakalamak bile başarı olarak değerlendirilmeli. Dediğim gibi yüzde 3'lük büyüme bizim cari açığımızı GSYİH'ya oranla yüzde 6'lara yükseltir. Bir de ihracatla ilgili kaygılarımız var: Türkiye'nin ihracatı AB ve Ortadoğu'daki durgunluk ve gelişmeler çerçevesinde olumsuz bir trend izliyor. Önümüzdeki dönemde Ortadoğu bölgesinde İran'ın üzerindeki ambargonun kalkmasıyla bu pazarların büyük ölçüde İran tarafından kontrol edilmeye başlayacağını tahmin ediyorum. Çünkü İran rekabetçi kur politikası, güçlü sanayi yapısı ve politik duruşuyla pazar etkinliğini her geçen gün artırıyor.

- 2015'in ilk yarısında ekonomideki gelişmeleri ve sonuçlarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Kurlarla ilgili düşüncelerinizi paylaşır mısınız?

Krediler yıllık yüzde 24 oranında artarken büyüme konusunda zorlanan, maalesef hizmet sektöründe ağırlıklı asgari ücret düzeyinden istihdam yaratmaya çalışan ve haklı olarak yatırımlarını erteleyen özel sektör ve yüzde 8'ler düzeyinde enflasyon ile iyi bir ekonomik performans sağlayamadık. Kur gelişmelerinin burada çok etkisi var: Maalesef uzun yıllar uygulanan düşük kur-ucuz ithalat politikası Türkiye'yi üretim bilincinden hızla uzaklaştırdı; rekabet gücümüzü de eritti. Buna karşın uygulanan kur politikası dış finansmanı ucuz hale getirdi. Türk lirası değer kazandıkça sanayi "asıl işinden" değil faaliyet

dışı gelirlerden para kazanmaya başladı. İthal bağımlı üretim-yabancı para cinsinden borç yapısı kurların arttığı ortamda ekonomiye zarar vermeye başladı: Kur artışı bir taraftan üretim maliyetlerini diğer taraftan finansman maliyetlerini yükseltti. Oysa dünyada rekabet gücünü artırmak için ülkelerin paralarının değerlerini nasıl düşürmeye çalıştıklarını gördük ve görüyoruz. Biz ise üretim yapısı ve finansman dengesi bozulduğu için kur artışından faydalanamıyoruz.

- Yıl sonunda nasıl bir ekonomik tablo bekliyorsunuz? Ekonomimizi etkileyecek iç ve dış değişkenler neler olacak? Önümüzdeki süreçte Fed ve Avrupa Merkez Bankası'nın izleyeceği politikalar hakkında öngörülerinizi alabilir miyiz?

Bizim gibi yüksek cari açık veren; dış borcu ve özellikle de özel sektör dış borcu hızla artan, pozisyonların büyük ölçüde açık olduğu, ki bizim firmalarımızın 175 milyar dolar pozisyon açığı bulunuyor, ülkeler için Fed'in faiz oranlarını yükseltmesi büyük risk. Çünkü bizim gibi ülkelere gelen sermayenin azalması ve bulduğumuz paranın maliyetinin de yükselmesi söz konusu olacaktır. Korkunun ecele faydası yok derler. Eninde sonunda dünyada faiz oranları normalleşmek zorunda. Aksi takdirde finansal piyasalarda oluşan balonun 2008 yılı benzeri patlaması söz konusu olabilir. Zaten ABD'nin de korkusu bu. Biz sorunumuzu ertelemeye çalışıyoruz. Oysa bu dönemi riskleri azaltmak için nefes aldığımız bir dönem olarak görmeliyiz. Ben firmalarımızın risk yönetimi ve ekonomik konjonktür stratejilerinin olduğunu pek düşünmüyorum. Bu nedenle bu yılı da kaybedilmiş bir yıl olarak görüyorum. Ancak "kur artışının" Türkiye'de bir şeyleri yavaş yavaş değiştireceğine; rasyonel faaliyet göstermeyen, Ar-Ge, teknoloji ve üretim etkinliği gibi konulara eğilmeyen firmaların bu süreçte tasfiye olacağını aksi takdirde Türkiye ekonomisinin ciddi bir kısırdöngüye girdiğini düşünüyorum.

Yeniden yapılanma sürecini iyi okumalı

- Türkiye cari açık azaldığında büyüyemiyor mu? Sizce ekonomimizin ne gibi yapısal reformlara ihtiyacı var? Bu alanda hangi çalışmalar yapılıyor?

Ben yapısal dediğimiz politikaların *(Örneğin Merkez Bankası bağımsızlığı)* bir çözüm getirmeyeceğini düşünüyorum. Gerçekçi kur olmadan atılacak her adım başarısız sonuç üretecektir. Ben kurun daha öğretici ve eğitici olduğuna inanıyorum. Devletin yapısal politikaları uygulaması, "rasyonel" olmayan firmaları "terbiye" edeceğine inanmıyorum. Bu arada devletin yapısal reformları uygulama konusundaki isteksizliğini de görüyoruz zaten. Biz gerçekçi olmak zorundayız.

- Yeni dünya, yeni dengeler ve petrol fiyatlarındaki düşüşün global ekonomilere etkileri hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz?

Hiç kuşkusuz başta petrol olmak üzere hammadde fiyatlarındaki düşüş özellikle hammadde üreten ülkeleri olumsuz etkiliyor. Genelde bu ekonomik durgunluğun da bir göstergesi olarak kabul ediliyor. Diğer taraftan dünya, özellikle Rusya'nın 2008 yılı Gürcistan operasyonundan bu yana, çok kutuplu bir oluşuma doğru yelken açtı. Yeni politik ve ekonomik oluşumlar dikkat çekiyor. Bu yeniden yapılanma sürecini de iyi okumak ve buna uygun ülke ve şirket politikaları geliştirmek gerekiyor.

Politik riskler artıyor

- Önümüzdeki kısa ve orta vadeli süreci ülkemiz ve dünya açısından nasıl görüyorsunuz?

Çok karmaşık bir dönemden geçiyoruz: Fed, AB ekonomisi, Ortadoğu'daki gelişmeler, Rusya Ambargosu gibi sayabileceğimiz birçok risk var. Türkiye'nin politik risklerinin arttığı bir dönemden geçiyoruz. Kurumlararası ilişkiler oldukça gergin, bu ortamda üretilecek hükümetin uzun soluklu olması mümkün değil. Türkiye erken seçime doğru "zorlanıyor". Sonbahardan itibaren bu risklerin daha da şiddetlendiğini göreceğiz diye düşünüyorum. Kısaca kısa ve orta vadede büyük riskler var. Ancak bir koşulda umutsuz değilim: Risklerimizi ölçüp yönetebilecek durumdaysak bu dönemi de atlatabiliriz ama yine de kayıplar ortaya çıkabilecek gibi görünüyor.

- Otomotiv sektörünün Türk ekonomisine olan katkısı hakkında ne düşüyorsunuz?

Otomotiv sektörü; üretim düzeyi, yarattığı istihdam, ihracat potansiyeli ve yenilikçilik açısından Türkiye ekonomisinin en gözde sektörlerinden biridir. Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisi ile entegrasyonu açısından da otomotiv sektörü önemli bir rol oynuyor. Sektörümüzün sorunları doğal olarak Türkiye ve dünya ekonomisinin sorunlarının dışında değil. Türkiye'nin sektörel stratejisi olmadığı için maalesef ciddi katma değer yaratan bu sektörün hak ettiği desteği almadığını görüyoruz. Tam tersi özellikle vergisel yüklerle bu sektörün bir vergi kanalı olarak değerlendirildiğini düşünüyorum.



Osman S. Arolat
Dünya Gazetesi Başyazarı



Dünya Gazetesi Başyazarı Osman S. Arolat, 2015 yılı ekonomik ve sosyal ortamını değerlendirdi. Arolat'a göre 2015'te Türkiye ve dünyada "belirsizlik" hüküm sürecek.

"Dönemin ruhu belirsizlik"

Türkiye'de şu an belirsizlik hakim. Bunda hem yurt içindeki, hem çevremizdeki, hem AB'deki gelişmeler etkili oluyor.

2015 yılı Türkiye ekonomisine baktığımızda amaçladığımız yüzde 5 büyüme ortalamasının altında yüzde 3 dolayında bir büyüme hızı yaşayacağız. Bu yıldan beklentilerim yüzde 10 eşiğinde bir işsizlik, gerileyen ihracat ve ithalat, gerileyen bir cari açık...

2015 ilk yarı sonuçlarını seçim ve belirsizlik içinde daralma olarak değerlendiriyorum. Kurların belli bir dengede çok az yükseldiğini görüyorum.

Küresel gelişmelerin etkilerini yaşayacağız

Yıl sonu için makro beklentilerime yüzde 7-8'lik bir enflasyon beklentisini eklersem tablo ortaya çıkar. İçerde kurulacak koalisyon veya kurulamayan hükümet nedeniyle yeni seçim kararı etkili olacaktır. Dışarda çevremizdeki ateş, AB'deki gelişmeler, Rusya, İran gibi ülkelerin etkisi önemli olacaktır. Fed'in açıklamalarıyla bir alıştırma içinde olduğuna, tutumunun satın alındığına inanıyorum. ECB'nin kararının Avrupa'ya etkisi, bize de yansıyacaktır.

Cari açık azalıyor

Türkiye'de düşük büyüme, daralan dış ticaret nedeniyle cari açık azalıyor. Türkiye'nin yeni ve inandırıcı bir reform atılımına ihtiyacı var. Bunun hukuk, vergi reformlarını, üretimi ve büyümeyi sürekli kılıcı, ihraç ürünlerinde katma değeri artırıcı bir model olması gerekir. Bu alanda hükümet binin üzerinde eylem içeren 25 dönüşüm programı açıkladı. Üç ayda bir açıklanacağı belirtilen açıklamalar süre geçmesine rağmen açıklanmadı...

Proaktif olmak avantaj sağlayacak

Global olarak dünyadaki gelişmeleri yakından izleyip proaktif hareket etmek avantaj yaratır. Dünyada likiditenin daraldığı dönemde o olumsuzluğa neden olurken, petrol fiyatlarındaki düşüş bizim gibi petrol üretimi yeterli olmayan ülkeler açısından olumlu sonuç verecektir.

Özetle dönemin ruhu ülkemizde de dünyada da "belirsizlik". O nedenle "temkinli" izleyici olma dönemini yaşıyoruz.

Otomotiv yerli katkıyı artırma döneminde

Gümrük Birliğine giriş tartışmaları döneminde 1990'larda, yorumlarımız "ülkemiz otomotiv sektörünün çökeceği" yönündeydi. Ama özellikle yan sanayinin gücüyle, yabancılar ülkemizdeki yatırımlarını artırdılar. Yeni prototiplerinin ilk ürünlerini ülkemizde yapmaya başladılar. Otomotiv sektörü ihracatımızın ilk sırasına yerleşti. Ekonomimize büyük katkı yapıyor. Şimdi üretimde yerli katkıyı artırarak, üretimde katma değeri artırma döneminde olduğumuzu düşünüyorum.

*Bahadır Bektaş**



Yerli otomobilde doğru formül

Türkiye yeni bir yerli otomobil macerasına girişmek üzere; yani en azından öyle olduğu söyleniyor.

Bir süredir otomotivin gündeminde yer alan yerli otomobil üretimi konusunda, babayiğit arayışıyla kısa bir süre önce başlayan sürecin, Ağustos ayında ortaya çıkacağı açıklanan prototip aşamasına kadar geldiğiyle ilgili açıklamalar yapılıyor. Açıkçası ben bu işin bu kadar basit olamayacağını düşünüyorum. Avrupalı, Japon, Koreli veya Amerikalı olsun, köklü geçmişe sahip otomobil markaları bile yeni bir modelin geliştirilmesi için yıllar harcıyor, prototip aşamasına bile uzun ve yoğun çalışmalar sonunda geliyor. Bu yüzden, bir yıldan kısa bir sürede yerli otomobil prototipinin ortaya çıkabilecek olması bana pek inandırıcı gelmiyor doğrusu. Tabii ki önümüzdeki aylarda bir prototiple karşılaşabiliriz, ancak bence o da muhtemelen üretime çok uzak bir çalışma olacaktır.

Peki, yerli otomobilin başarılı olması mümkün mü? Hem evet, hem de hayır. Eğer satış adetleri yüksek bir otomobil olması hedefleniyorsa, bence başarı ihtimali çok zayıf. Bu sadece bize özgü bir durum değil, dünyanın neresinde olursa olsun yeni bir marka ortaya çıkarıp, onu günümüzün yüz yıllık markalarıyla rekabet edebilecek seviyeye getirmek neredeyse imkansız. Geçtiğimiz ay bir araya geldiğim otomotiv sektöründen bir firma sahibinin de söylediği gibi; "Yerli otomobil üretilir üretilmesine, ama pazarlanamaz". Diğer yandan yerli otomobilde treni kaçırdığımızı da düşünüyorum. Devrim arabalarını doğmadan tarihe gömmüş, Anadol'u ise günümüze getirememiş bir ülke olmasaydık, bugün zaten yerli bir markamız olabilirdi.

Peki yeni yaratılacak bir yerli otomobil nasıl başarılı olabilir? Aslında cevap çok basit: Yüksek adetler hedeflemeden, özel bir otomobil yaratarak! Dünya üzerinde bunun çok örneği var. Pagani ve Koenigsegg bu markalara çok iyi birer örnek. Belki satış adetleri sınırlı, ancak bu iki hiper otomobil markasını, bugün tüm dünya tanıyor, otomobil tutkunları büyük bir heyecanla onları takip ediyor. Ayrıca İngiltere'deki küçük girişimcilerin, sadece küçük bir depo büyüklüğündeki garajlarında yarattıkları otomobiller de cabası. İşte bence Türkiye'nin yapması gereken de bu. Binlerce satılacak küçük motorlu, ekonomik otomobiller yerine, bir süperspor üretmeye çalışmak. Hatta bu işin babayiğitlere de ihtiyacı yok; bu ülkede spor otomobil üretimine gönül vermiş Ekber Onuk gibi insanlar var. Dünya devlerinden alınacak güçlü bir motor, birkaç yıllık bir süre, yeterli bütçe ve maddi manevi destekle ortaya çıkarabilecekleri otomobillerin, dünya fuarlarında çok daha fazla ses getireceğinden şüpheniz olmasın.

Çok gerilere gitmeye gerek yok, önümüzde Dubai bazlı çalışan, Lübnan kökenli bir marka olan W Motors'un ortaya çıkardığı Lykan HyperSport gibi bir örnek var, değil mi? Neden bizim de tüm dünyanın konuştuğu bir hiper otomobilimiz olmasın ki? Emin olun böyle bir otomobilin pazarlanması da, yüksek satış adetleri hedeflenen ekonomik bir otomobilden daha kolay olacaktır; birkaç fuara ve festivale katılması, gişesi garanti bir sinema filminde boy göstermesi ve dünyanın önde gelen otomobil yayınları tarafından test edilmesi yeterli. Alın size dünyanın takip ettiği, Google'da en çok arananlar arasına girmeyi başaran bir otomobil. Bence yerli otomobilin başarılı olmasındaki formül budur.



Lykan Hypersport

* *Evo Genel Yayın Yönetmeni*

İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Metin Orhan Kaya



"Ar-Ge'ye ayrılan pay yüzde 4'e çıkarılmalı"

Son yıllarda tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye için de inovasyon kabiliyeti, kurumların ve ülkenin rekabetçiliğini artırması için elindeki en önemli araçlardan biri olarak öne çıktı. İnovasyon kapasitesinin geliştirilmesine liderlik eden kurumlardan biri de üniversiteler. İTÜ'de 2014'te GİNOVA Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi kuruldu, Mühendislik Eğitimi Mükemmeliyet Merkezi ve son olarak Cankut Bagana İnovasyon Laboratuvarı açıldı. Amaç girişimcilik kültürünü yaymak; yenilikçilik, yaratıcılık ve teknolojiye dayalı girişimler kurulmasını desteklemek. İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesi Dekanı, Prof. Dr. Metin Orhan Kaya, Türkiye'nin inovasyon kapasitesinin geliştirilmesi için önerilerini paylaştı, çalışmaları hakkında bilgi verdi. Kaya, inovasyonda ilerleme kaydetmek için Türkiye'nin Ar-Ge'ye ayırdığı payın yüzde 2-4'lere yükseltilmesi gerektiğini söylüyor.

- İnovasyon nedir, neden bu kadar önem kazandı?

İnovasyon Latince "Innovatus" kelimesinden geliyor ve toplumsal, kültürel ve idari alanlarda yeni yöntemlerin kullanılmasını ifade ediyor. Türkçe'ye yenilikçilik, yenileşim olarak çevirdiğimiz inovasyon en geniş anlamıyla bilginin/fikrin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesidir. İnovasyon ürün, süreç, pazarlama ya da organizasyonel inovasyon olarak farklı şekillerde olabiliyor. Örneğin yeni veya özellikleri ya da kullanım amaçları açısından önemli ölçüde geliştirilmiş/iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin pazara sunulması ürün inovasyonuna girerken, bir firmanın iş uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanması organizasyonel inovasyon olarak sınıflandırılıyor.

Gelecek 10 yıl içinde kullanılacak teknolojinin yüzde 80'i henüz keşfedilmedi. Bunu tarihten de görebiliyoruz. Yaklaşık 40 bin yıllık bir insanlık tarihinde insan ömrü ortalama 40 yıl olarak alınırsa, 1000 kuşağın 800 kuşağı mağaralarda yaşıyordu. Son 120 kuşak tekerleği biliyor, 880 kuşak bilmiyor. Sadece 3 kuşaktır otomobili kullanıyor, 997 kuşağın haberi yok. Akıllı cep telefonu sadece 5 yıldır kullanıyoruz. Bunlar önceden de varmış gibi sanılıyor ama yoktu. Çok hızlı bir gelişim, büyük bir ivme var. Dünya globalleşti, internet sayesinde dünyanın her yerinden istediğiniz bilgiye erişebiliyorsunuz, istediğiniz ürünü alabiliyorsunuz, mekan yakınlığının avantajı kalmadı, bu yüzden de rekabet ve farklılaşmanın önemi arttı, bunun yolu da inovasyondan geçiyor, daha ucuz, daha fonksiyonel daha gösterişli olmak için inovasyon yapmak zorundasınız.

"Fikir üretme kapasitesi de önemli"

- Dünya ve Avrupa ülkelerine göre Türkiye'deki inovasyon faaliyetlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Dünyada her konuda inovasyon yapıldığını gözlemleyebiliriz. "The Global Index 2014"e göre İsviçre en önde olmak üzere sırasıyla İngiltere, İsveç, Finlandiya, Hollanda, Amerika vb üst sıralarda yer alırken Türkiye 54. sırada, öğrenen ülkeler grubunda yer alıyor. İnovasyonda öne çıkan ülkelere baktığımızda ileri teknolojilere teşvik vermeleri, icatları patentlerle garanti altına almaları, bilimsel çalışmalara destek sağlamaları, ciddi bir ekosistem oluşturmaları ortak özellikleri olarak sıralanıyor.

Ülkemizde son zamanlarda Sanayii Bakanımız sayın Fikri Işık, eski Ulaştırma Bakanımız sayın Binali Yıldırım ve TİM *(Türk İh-*

racatçılar Meclisi) Başkanı sayın Mehmet Büyükekşi'nin çabalarını çok takdir ediyorum. Üniversitelerimiz inovasyon ekosistemi oluşturma yolunda çok yol aldılar. Bu konuda sayın rektörümüz Prof. Dr. Mehmet Karaca başlangıçtan beri bu konuya çok önem veriyor. Daha sonra üzerinde duracağız ama gerek ekosistem oluşturmada gerekse eğitimde İTÜ bu konuda öncü bir üniversite diye düşünüyorum. Sanayiimiz yavaş yavaş önemini anlamaya başladı. Ancak Türkiye'de inovasyonun ana bileşeni olan "fikir üretme" konusunun önemsenmediğini düşünüyorum. Daha çok fikrin ticarileşmesi kısmını ön planda tutuyoruz.

"Değişime liderlik edecek mühendisler yetiştiriyoruz"

- İTÜ olarak inovasyon faaliyetlerinin artırılmasına ilişkin nasıl bir rol üstleniyorsunuz, ne tür girişimleriniz var?

İTÜ GİNOVA Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi, Mayıs 2014'te İTÜ'de girişimcilik kültürünü yaymak; yenilikçilik, yaratıcılık ve teknolojiye dayalı girişimler kurmaları için İTÜ öğrencilerini ve akademisyenlerini cesaretlendirmek, beceri ve yetkinliklerini geliştirmek ve girişimlerinin başarılı olması için gerekli bağlantıları sağlamak; bunları gerçekleştirirken bir yandan girişimcilik ve inovasyon konularında bilginin sınırlarını geliştirecek araştırmalar yapmak için kurulmuştur.

İTÜ GİNOVA bu amaçları gerçekleştirmek için, "keşfetme tutkusu", "cesaret", "yaratıcılık", "yaparak öğrenme" ve "takım çalışması" değerleriyle hareket ediyor.



İTÜ GİNOVA'nın akademik ve idari kadrosu, öğrencilerin, akademisyenlerin, mezunların, iş dünyasından temsilcilerin ve girişimcilerin etkin katılımını sağlamış, onların uzmanlık ve deneyimlerini rahatça ve özgürce paylaşabildiği pek çok mekanizmaya sahip, İTÜ girişimcilik ve inovasyon ekosistemi için önde gelen bir buluşma noktası olmak için çalışıyor.

Diğer bir çalışmamız da, dünyada sayılı örneği bulunan ve Türkiye'de bir ilk olan "Mühendislik Eğitimi Mükemmeliyet Merkezimiz - ME2M", İTÜ'de faaliyete geçti. Merkez, akademisyenlerin yeni ders verme yaklaşımları üzerine çalışacak. Bu konuda öğrenci işleri dekanımız sayın Prof. Dr. Yılmaz Taptuk hocamızın büyük çabaları oldu. Araştırma görevlileri ve yardımcı doçentler için yeni ders verme yöntemleri ve dönüştürücü öğrenme biçimlerine ilişkin 1 haftalık eğitimler verilecek. Yeni ders verme sistemi, "problem odaklı" ve "tasarım odaklı" olmak üzere iki temeli kapsayacak. Yeni nesil akademisyenlerin, mühendislerin ve liderlerin yetişmesini destekleyecek İTÜ ME2M, öncü ve örnek bir yapı olarak öğrencilerin öğrenme becerilerinin geliştirilmesini de sağlayacak. Bu sayede, değişime ayak uyduran değil değişime liderlik edecek ve yönetecek mühendisler yetiştirilecek. Merkez, mühendislik eğitimini 21. Yüzyılın beklentilerine yanıt verecek şekilde uyarlama, liderlik, girişimcilik ve yenilikçilik kültürünü destekleme gibi işlevler üstlenecek. Mühendislik eğitimini "yaratıcı, yenilikçi, etkileşimli ve ilham verici" eğitim, öğrenme ve araştırma deneyimleri yardımıyla dönüştürmek, sürdürülebilir mühendislik eğitiminde sürekli iyileşme ve kalite güvencesi için atak davranabilmek de merkezin temel işlevlerinden biri olacak.

Cankut Bagana İnovasyon Laboratuvarımızın kurulması Onur Air'in sahibi sayın Cankut Bagana'nın destekleriyle gerçekleşmiştir. Bu konuda da sınıf arkadaşım Onur Air Kalite Başkanı Uçak Y. Müh. Önder Durmaz'ın yardımını da belirtmem gerekiyor. Sayın Cankut Bagana yaptığımız sohbetin ilk 5 dakikası sonrasında bana destek vereceğini açıkladı. Kendilerinin vizyonunun gerçekten çok iyi olduğunu söylemeliyim. Laboratuvarda sanal gerçeklik gözlüğü, beyin analiz cihazı, Google Glass, programlanabilir legolar, üç boyutlu yazıcılar gibi teknolojinin en son noktasındaki ürünleri bir araya getirerek, öğrencilerimizin dünyada var olan son teknolojiyi görerek daha ilerisine gitmelerini hedefledik.









"Şirketlere eğitim ve problem çözme desteği vereceğiz"

- Şirketler bu laboratuvardan nasıl yaralanabilecekler, ne tür çalışmalara olanak veriliyor?

Laboratuvarımızla yaratıcı problem çözme tekniği olarak tüm dünyada, özellikle büyük şirketlerde kullanılmaya başlanan TRIZ merkezli eğitimlerimiz daha da güçlenerek devam edecek. Merkezimizde şirketler gizlilik anlaşması yapılarak karşılaştıkları problemleri bize getirebilirler ve çözüm arayabiliriz. Bizlerden proje önermemizi isteyebilirler. Özellikle mühendislerine TRIZ eğitimi aldırabilirler. Şirketlerle karşılıklı bir ekosistem kurarak gelecekte şirketlerine alacakları elemanları yetiştirmemizi isteyebilirler. Öğrencilerimize şirketlerin adıyla burs desteği sağlayabilirler. Örneğin Renault Yenilikçilik bursu gibi... Öğrencilerimizden staj yaparken yenilikçi fikir üretmeleri istenebilir. Gerek kendi özkaynaklarıyla, gerekse TÜBİTAK, Santez aracılığıyla projeler üretebiliriz. Fakültemizde şu anda Mercedes ve Ford Otosan ile Santez projeleri devam etmektedir. Mezunlarımızın bir kısmı otomotiv sektöründe yer almaktalar. Laboratuvarın arkasında 100 bin mezunuyla 20 bin lisans ve 10 bin yüksek lisans/doktora öğrencisiyle dev bir İTÜ ailesi olduğu unutulmasın. www.cbilab.org adresinden laboratuvarımızı inceleyebilirler.

"Otomotivdeki rekabet inovasyonu zorunlu kılıyor"

- Otomotiv sektörünün inovasyon performansını nasıl buluyorsunuz?

Mezunlarımızla diyaloglarımız çok iyi. Ara ara kendilerinden fakültemizde seminer vermelerini de rica ediyoruz. Eskimeyen mezunlarımızdan Renault Genel Müdürü sayın İbrahim Aybar ile ara ara yaptığımız sohbetlerden edindiğim bilgiye dayanarak cevap vermek istiyorum. Benim de bu görüşlere katıldığımı bilmenizi isterim.



Otomotiv sektörü inovasyon fırsatlarının yüksek olduğu bir sektör. Rekabet çok fazla olduğu için inovasyon zorunlu hale geliyor. Günümüzde ancak fark oluşturabilen öne çıkıyor. Bu sektörde araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin çok ön planda olması gerekiyor. Ülkemizde markamızın olmaması nedeniyle inovasyon faaliyetlerinde etkin bir şekilde yer alamıyoruz. Yerli araba mutlaka yapmalıyız. Dünyada çok yapılan tasarım var, gerekirse satın alır, fikri mülkiyet hakkına da sahip olur gelir Türkiye'de yaparız. Ama bu arabayı nereye satacağız, kim müşterisi olacak? Dünya pazarının yüzde 70'ine 10 otomobil firması sahip durumda. Tabii bu markalar gelişmiş ülkelerde. Gelişmekte olan ülkelerden de yüzlerce marka çıkıyor ama bu markaların gelişmiş ülke pazarlarında aldığı pay sadece yüzde 2. Böyle bir ortamda biz nereye girebileceğiz, nerede pazar bulabileceğiz? Komponent bazında da markalar ne istiyorsa yan sanayi onu üretmek zorunda olduğundan burada da çok şansımız görünmüyor. TAYSAD *(Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği)* ifadesiyle patentli komponentimiz iki ya da üçü geçmemektedir. Ancak üretm hattında değişiklik yapılabiliyor. Robotik üretimin arttırılması vb gibi. Ancak bir ürünün üzerinde doğrudan inovatif bir değişiklik yapılamıyor.

- Geçen yıl 17 otomotiv şirketinin Silikon Vadisi'nde inovasyon merkezi kurmasını nasıl yorumluyorsunuz?

İnovasyonda hızlı yol almanın en kestirme yolu ekosistemi hazır olan bir yerden yararlanmaktır. Bu konuda da Silikon Vadisi'nden daha iyi bir yer düşünemiyorum.

"Yeni teknolojilerle dünya pazarına girebiliriz"

- Artan rekabet ortamı ve yeni oyuncular da göz önüne alındığında sektörde ne tür aksiyonlara ihtiyaç var?

Türkiye bu konuda ilerleme yapmak istiyorsa Ar-Ge'ye ayırdığı payı yüzde 2-4'lere artırması gerekiyor. Henüz yüzde 1 mertebesinde bile değil. Bu konuda da hep devletten destek beklenmemeli. İnsanlar ellerini taşın altına koymalılar.
2100'den itibaren fosil yakıt kullanılmayacağına dair geçen sene G7 ülkeleri karar aldı. Buna göre otomotiv sektörü de fosil yakıt dışındaki enerjilere kaymak zorunda. Türkiye'nin yerli markası fosil yakıt kullanmamalı, doğrudan gelecekte kullanılacak enerjiye yönlenmeli. Bu konuda sanayi bakanlığının uzun menzilli elektrikli araç fikri çok yerinde görünüyor. Geçen seneye göre Avrupa ve Amerika pazarında elektrik araç üretimi yüzde 70 artmış durumda. Avrupa'daki ilk 5 aylık artış yüzde 72 civarında. 3 yıl içinde elektrik otomobil satışı 500 bin civarında. Halen dünyada bir milyarlık otomotiv pazarı mevcut. Bu bir milyarlık araç yılda 80-100 milyonluk üretimle dönüşecek. Burada yeni teknolojilerle yer alma şansı var, bunu kaçırmayalım. Ayrıca uçak/otomobil karışımı araçlar, Elon Musk'ın Hyperloop'u gibi şimdilik uçuk gibi görünen konularda da çalışmaya başlamalıyız.

"TRIZ eğitimiyle kurumlar inovasyon kapasitesini artırılabilir"

- TRIZ hakkında bilgi verebilir misiniz?

Karşımıza çıkan problemleri en basit olarak çözümü bilinen veya bilinmeyen olarak ikiye ayırabiliriz. Bilinen çözümleri kitap, makale, konunun uzmanlarından bulabiliriz. Çözümü bilinmeyen problemler yaratıcı problem olarak adlandırılır. Yaratıcı problemlerin de çok basit ve zorlarının olacağını kolaylıkla söyleyebiliriz. Genelde yaratıcı problemlerin yüzde 77'si kişisel ve yakın çevre/şirket birikimiyle çözülebilmektedir. Günümüzün yarışmacı dünyasında bu çözümlerin fark oluşturmayacağı kolaylıkla söylenebilir. Şirket açısından çarpan etkisi büyük çözümler için özel düşünme eğitiminden geçilmesi gerekir. Yüzlerce fikir üretme tekniği psikolojik ataleti kırmaya odaklanmıştır, rastgeledir ve kişinin basitleştirme yeteneğine bağlıdırlar. Burada TRIZ diğerlerinden çok farklı olarak karşımıza çıkıyor. TRIZ, Rus mucit Genrich Altshuller (1926-1998) tarafından 200 bin patent incelenmesiyle ortaya çıkmış fikir üretme teknikleri topluluğudur. Daha sonradan Rus mühendisler 3 milyon patent incelemişlerdir. Çok sayıda mevcut fikir üretme tekniklerini kendi içinde barındırır. İyi bir TRIZ eğitimiyle sıradan insanlar sıra dışı fikir üretebilme yeteneği kazanırlar. TRIZ Rusya'dan sonra 1990'lı yıllarda Japonya'da tanınmaya başladı. 2000'lere geldiğimizde ise tüm dünyada yaygınlaştı. Samsung'a giren her mühendis 50 saat TRIZ eğitimi almak zorunda. Dünyada IBM, Boeing, Samsung, General Electric, Renault, Daimler Chrysler, Ford gibi bilinen tüm şirketler tarafından kullanılıyor.

"Otomotiv global markaların üssü konumunu elde tutmalı"

- Otomotiv, Türkiye'nin önemli sektörlerinden birini oluşturuyor. Sizin sektör hakkındaki düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Sektörde önemli gelişmeler sağlandı. Türkiye, dünyanın 17. büyük üreticisi konumunda. Yılda 1 milyon 200 bin üretim yapılıyor, kapasite ise 1 milyon 700 bin civarında. Kapasite kullanım oranımız yüzde 70 civarında. Yılda 900 bin ihracat yapılabiliyor. Türkiye ihracatı geçen sene 150-160 milyar dolar civarında oldu. Sadece otomotiv ihracatı 23 milyar dolar civarında. Dolayısıyla en büyük ihracat yapan sektör konumunda. Aslında Türkiye global markaların üretim üssü durumunda. Bu avantajımızı da sürekli elde tutmamız gerekiyor. Bunun için de ülkenin teşvikleri önemli, yatırım ortamının iyi olması gerekiyor. Öngörülebilirlik, hukuk güvenliği, istikrar önemli.

ODD Komitelerine bir yenisi eklenerek, Mali İşler Komitesi oluşturuldu



Üyelerin talepleri üzerinde ODD bünyesinde Mali İşler Komitesi oluşturulmasına karar verildi. Karar doğrultusunda ilk komite toplantısı 27 Temmuz 2015 Pazartesi günü dernek merkezinde yapıldı.

ODD Mali İşler Komitesi, ODD Genel Koordinatörü Dr. Hayri Erce liderliğinde 27 Temmuz'da dernek merkezinde bir araya geldi.

Komitede Vergi Usul Kanunu Taslak Çalışmaları, ÖTV (II) Sayılı Liste Uygulama Genel Tebliğ ve Etkileri, Transfer Fiyatlandırması ve Vergi Denetimlerinin Otomotiv Sektörü Şirketleri Üzerindeki Etkileri, KDV İadesi Sürecinde Yaşanan Problemler, Teşvik Belgesine Sahip Otomotiv Şirketlerinin Kurumlar Vergisi Avantajı İmkanından Yeteri Kadar Faydalanamamaları Sorunu, Ar-Ge Merkezine Sahip Otomotiv Şirketlerinin İlgili Teşvikten Faydalanırken Karşılaştıkları Teknik ve Pratik Sorunlar, TRT Bandrol Hesaplaması Konusunda Yaşanan Problemler ve Araca Dahil Olan Kıymetler Sebebiyle Mükerrer ÖTV Uygulanması Sorunu değerlendirildi.

Para Politikası Kurulu toplandı

TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Para Politikası Kurulu toplantısı ertesi faiz oranlarına ilişkin basın duyurusu yayımlandı.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Para Politikası Kurulu 18 Ağustos 2015'te toplandı.

Para Politikası Kurulu (Kurul), Merkez Bankası bünyesindeki Bankalararası Para Piyasası ve Borsa İstanbul Repo–Ters Repo pazarlarında uygulanmakta olan faiz oranları ile bir hafta vadeli repo ihale faiz oranının aşağıdaki gibi sabit tutulmasına karar verdi:

a) **Gecelik faiz oranları:** Marjinal fonlama oranı yüzde 10,75, açık piyasa işlemleri çerçevesinde piyasa yapıcısı bankalara repo işlemleri yoluyla tanınan borçlanma imkanı faiz oranı yüzde 10,25, Merkez Bankası borçlanma faiz oranı yüzde 7,25,
b) **Bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı:** Yüzde 7,5,
c) **Geç Likidite Penceresi faiz oranları:** Geç Likidite Penceresi uygulaması çerçevesinde, Bankalararası Para Piyasası'nda saat 16.00–17.00 arası gecelik vadede uygulanan Merkez Bankası borçlanma faiz oranı yüzde 0, borç verme faiz oranı yüzde 12,25.

Duyuruda; "Sıkı para politikası duruşunun ve alınan makroihtiyati önlemlerin etkisiyle kredi büyüme hızları makul düzeylerde seyretmektedir. Dış ticaret hadlerindeki olumlu gelişmeler ve tüketici kredilerinin ılımlı seyri cari dengedeki iyileşmeyi desteklemektedir. Dış talep zayıf seyrini korurken iç talep büyümeye ılımlı düzeyde katkı vermektedir. Kurul, açıklanan yapısal reformların uygulamaya geçirilmesinin büyüme potansiyelini önemli ölçüde artırabileceğini değerlendirmektedir. İşlenmiş gıda ve enerji fiyatlarındaki gelişmeler kısa vadede enflasyonu olumlu etkilemektedir. Bununla birlikte, döviz kuru hareketleri çekirdek enflasyon eğilimindeki iyileşmeyi geciktirmektedir. Bu çerçevede, yurtiçi ve küresel piyasalardaki belirsizlikler ile enerji ve gıda fiyatlarındaki oynaklıklar da dikkate alınarak, gerekli görülen süre boyunca daha sıkı bir likidite politikası uygulanmasına karar verilmiştir" denildi.

Ayrıca Kurul, önümüzdeki dönemde para politikası kararlarının enflasyon görünümündeki iyileşmenin hızına bağlı olacağını belirterek, enflasyon beklentileri, fiyatlama davranışları ve enflasyonu etkileyen diğer unsurların yakından izleneceğini ve enflasyon görünümünde belirgin bir iyileşme sağlanana kadar getiri eğrisini yataya yakın tutmak suretiyle para politikasındaki temkinli duruş sürdürüleceğini açıkladı.



SKD Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Bayman

"Dünyanın yeni iş modeli sürdürülebilirlik"

2004'te kurulan İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği, 15 farklı sektörden 47 üyesiyle faaliyet gösteriyor. Dernek sürdürülebilirlik yaklaşımını iş dünyasında yaygınlaştırmak için Borsa İstanbul (BİST) Sürdürülebilirlik Endeksi, Binalarda Enerji Verimliliği, Sürdürülebilir Finans Forumu, İnovatif Sürdürülebilirlik Uygulamaları Yarışması ve Taşıtlarda Enerji Verimliliği gibi ekonomik, sosyal ve çevresel alanda pek çok çalışma gerçekleştiriyor. SKD Yönetim Kurulu Başkanı Hakan Bayman projeleri, dünyada ve Türkiye'de sürdürülebilirlik gündemi hakkında bilgi verdi, otomotivdeki sürdürülebilirlik uygulamalarını değerlendirdi. Bayman, "Sürdürülebilirlik tüm dünyada ana akım iş modeli olma yolunda ilerliyor" diyor.

- İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD) hakkında bilgi verebilir misiniz? Amaçları ve faaliyetleri nelerdir?

İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği *(SKD)*, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımıyla ilgili farkındalık yaratılması, bu yaklaşımın benimsenmesi ve yaşama geçirilmesi amacıyla 2004'te kuruldu. 15 farklı sektörün temsil edildiği derneğimizin 47 kurumsal üyesi var. Üyelerimiz Türkiye'nin GSMH'sinin 3'te 1'ini yaratırken, 350 bin kişiye de istihdam sağlıyor.

Sürdürülebilirlik kavramını iş dünyasında yaygınlaştırmaya odaklanarak kamu, STK, üniversite ve özel sektör arasında güçlü bir sürdürülebilirlik platformu oluşturuyoruz. Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımıyla Türkiye'de politika gelişimine katkıda bulunmayı ve Türkiye iş dünyasının rekabetçiliğini sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı rehberliğinde artırmayı amaçlıyoruz. Türkiye'nin 2023 kalkınma hedeflerine paralel olarak ekonomik, sosyal ve çevresel konularda faaliyet gösteriyoruz. Sürdürülebilirliğin özel sektör tarafında iş süreçlerine yerleştirilmesi ve bu alanda kapasite geliştirilmesi için çalışıyoruz.

Projelerimizi ve faaliyetlerimizi çalışma gruplarımız aracılığıyla sürdürüyoruz. 4 başlık altında 12 çalışma grubumuz bulunuyor: Çevresel Sermaye alanında Enerji *(Binalarda Enerji Verimliliği, Taşıtlarda Enerji Verimliliği, Sanayide Enerji Verimliliği)*, Su, İklim Dostu Tarım; Sosyal Sermaye alanında İş Sağlığı ve Güvenliği ile Yetenek Yönetimi ve İstihdam; Finansal Sermaye alanında Sürdürülebilir Finans ve son olarak Kapasite Geliştirme alanında İnovasyon, Sürdürülebilir Tüketim, Ekoetiket, Döngüsel Ekonomi ve Sürdürülebilirlik Raporlaması.

- SKD'nin sürdürülebilirlik anlamında Türkiye'de tamamladığı önemli projeler ve elde edilen sonuçlar hakkında bilgi verebilir misiniz?

10 yılı aşkın süredir sürdürülebilirliği iş dünyasında yaygınlaştırmaya çalışıyor, bu konu ile ilgili örneklerin, iyi uygulamaların artmasını teşvik ediyoruz. Sürdürülebilir kalkınma konusuna ilişkin politikaların oluşturulmasına katkı sağlarken, sürdürülebilir kalkınma konusunda altyapı ve araçların geliştirilmesi için de çalışmalar yapıyoruz. İş dünyası, kamu, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, yerel idareler ve sivil toplum kuruluşlarıyla işbirliği içinde çalışıyoruz.

• **BİST Sürdürülebilirlik Endeksi.** Borsa İstanbul işbirliğiyle başlattığımız "BİST Sürdürülebilirlik Endeksi" çalışması 2014 sonunda kamuoyuna açıklandı. BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nin amacı, Borsa İstanbul'da işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik performansları üst seviyede olan şirketlerin yer alacağı bir endeks oluşturulması, Türkiye'de ve özellikle Borsa İstanbul şirketleri arasında sürdürülebilirlik konusundaki anlayış, bilgi ve uygulamaların artması. SKD olarak endeksi Türk şirketlerinin sürdürülebilirlik çalışmalarını geliştirerek rekabetçi pozisyonlarını güçlendirdikleri bir kılavuz olarak görüyoruz. Endekste yer alan 30 şirketten 15'i SKD üyelerinden oluşuyor.

• **Rio+20 Zirvesi.** Kalkınma Bakanlığı koordinasyonunda gerçekleştirilen "Türkiye'nin 2012 BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı'na *(Rio+20, 20-22 Haziran 2012)* Hazırlıklarının Desteklenmesi Projesi" çerçevesinde Rio+20 Zirvesi'nde ülkemizi temsil etmek üzere Türkiye'nin Sürdürülebilir Kalkınma alanındaki "en iyi uygulamalarının" seçim sürecini BM Kalkınma

Programı ile birlikte yöneterek Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma sürecine katkıda bulunduk.

• **Binalarda Enerji Verimliliği.** Dünyadaki enerji tüketiminde yüzde 40 payı olan binalarda enerji kullanımına dikkat çekmek ve iş dünyası başta olmak üzere tüm operasyonel bina sahiplerinin bu konudaki çalışmalarını artırmak amacıyla yürütülen Binalarda Enerji Verimliliği *(BEV)* çalışmaları iki buçuk yılı tamamladı. 2013 Ocak ayında imzaya açılan BEV Bildirgesi'ne imza atan kurumların sayısı 30'a ulaştı.

• **"Türkiye'de Suyun Durumu ve Su Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar"** başlıklı raporumuz 2014 başında yayımlandı. Doğa Koruma Merkezi *(DKM)*, Yaşama Dair Vakıf *(YADA)* ve Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü *(FAO)* işbirliğiyle hazırlanan bu rapor Türkiye'de suyun yönetimi konusuna ışık tutuyor.

• Sürdürülebilir finans konusunu iş dünyasının gündeminde tutmak ve bu konuda farkındalığı artırmak amacıyla, Birleşmiş Milletler Çevre Programı Finans Girişimi *(UNEP FI)* ve Global Compact Türkiye işbirliğiyle Türkiye'den ve yurt dışından uzmanlarla 2013'ten bu yana her yıl **"Sürdürülebilir Finans Forumu"** düzenliyoruz.

• 2013'te inovatif uygulamalarla sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan iyi uygulamaları ödüllendirmek ve yaygınlaştırmak amacıyla **"İnovatif Sürdürülebilirlik Uygulamaları Yarışması"**nı düzenledik. 2015'te yarışmayı ikinci kez düzenliyoruz. Ayrıca KOBİ'lere yönelik İnovatif Sürdürülebilirlik Eğitimleri veriyoruz.

• **Taşıtlarda Enerji Verimliliği ve Sanayide Enerji Verimliliği** konularında da çalışmalarımıza 2015'te devam ediyoruz. Çalışmalarını Marmara Üniversitesi'nden değerli hocalarımızla yürüttüğümüz "Taşıtlarda Enerji Verimliliği" kılavuzu Ağustos ayında yayınlanacak. Bu kılavuz, kara taşıtlarında enerji verimliliği sağlamak amacıyla, yakıt tüketimlerinin azaltılması hedefi doğrultusunda yapılması gerekenleri tüm boyutlarıyla ortaya koymayı ve ulaşılan sonuçlardan kurumlar ve kişiler için yol gösterici nitelikte bir öneriler dizisi oluşturmayı amaçlıyor. Bu yönüyle çalışmanın otomotiv sektörü firmalarına son derece olumlu katkılar sunacağına inanıyoruz.

Bu çalışmaların dışında son dönemde sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını işyerlerinde geliştirmek üzere entegre bir iç iletişim projesi geliştirdik. İhracat yapan firmaların uluslararası rekabet edebilirliğini artırmak amacıyla "**Sürdürülebilirlik için Eko-Etiketler"** başlıklı bir rehber hazırladık. Tarıma dayalı sektörlerde faaliyet gösteren firmalarda sürdürülebilirlik uygulamalarını operasyonlarına entegre etmek isteyen şirketler için **"Sürdürülebilir Tarım İlkeleri"** isimli bir kılavuz hazırladık. İSG konusunda iş dünyasının sektör farkı gözetmeksizin benimseyebileceği **"İş Sağlığı ve Güvenliğini Doğru Anlamak ve Uygulamak"** başlıklı bir ilkeler seti oluşturduk.

İş dünyası ve kamu arasında bir köprü oluşturuyoruz. Sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayacak Karbon Envanteri, Enerji Verimliliği, Yeni Su Kanunu, Tabiatı ve Biyoçeşitliliği Koruma, Yenilenebilir Enerji Kaynaklarından Elektrik Üretimi yasalarının hazırlanması sürecinde görüşlerimizi kamu ile paylaştık. Ayrıca Mayıs 2015'te çatı örgütümüz olan Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi *(WBCSD)* ile T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı arasında imzalanan protokol gereği, Ekim 2015'te Ankara'da gerçekleştirilecek olan Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi'nin 12. Taraflar Konferansı *(UNCCD – COP12)* kapsamındaki Sürdürülebilir Arazi Yönetimi İş Forumu hazırlık çalışmalarında TOBB ve diğer ilgili kurumlarla işbirliğimiz devam ediyor.

- Kapasite geliştirme altında ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?

Sürdürülebilirlik kavramının özel sektör tarafında iş süreçlerine yerleştirilmesi ve bu alanda kapasite geliştirilmesi için çalışıyoruz. Bu nedenle faaliyetlerimiz arasında en önemli başlıklarımızdan biri de eğitim. Eğitimlerimizi İnovatif Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilirlik İletişimi, Sürdürülebilirlik Yönetimine Giriş, GRI G4 Temelli Sürdürülebilirlik Raporlaması başlıkları altında veriyoruz. Koç Üniversitesi ile iş dünyasının sürdürülebilirlik stratejilerini hayata geçirmesine ve şirketlerin sürdürülebilirlik liderleri yetiştirmesine katkıda bulunacak **"Sürdürülebilirlik Yönetimi Sertifika Programı"**nı yürütüyoruz. Bu programın ikincisi 2015'in Kasım ayında düzenlenecek.

2015 Küresel Eylem Zamanı

- Globalde iş dünyasında sürdürülebilir kalkınma konusunda gündemde neler var?

İklim değişikliği tüm dünyada günümüzün en sıcak konusu, çünkü yarattığı sorunlarla hepimizin yaşamını etkiliyor. Küresel olarak gelişmelere baktığımız zaman, 2015'in dünyamız için çok önemli bir yıl olduğunu söyleyebilirim. 2015, Birleşmiş Milletler tarafından, sürdürülebilirlik adına "küresel eylem zamanı" olarak tanımlandı. Ülkeler bu yıl içinde "Binyıl Kalkınma Hedefleri" *(Millennium Development Goals -MDGs)* üzerine inşa edilecek yeni bir kalkınma gündemini kabul edecekler. Bu yıl 30 Kasım – 11 Aralık arasında Paris'te düzenlenecek BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi 21. Taraflar Konferansı'nda *(COP21 - Paris İklim Konferansı)* iklim değişikliği konusunda küresel bir sözleşme oluşturulacak. BM üyeleri, 2015 sonrasının yeni gündeminin bir bölümü olarak Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ni *(Sustainable Development Goals -SDGs)* tanımlayan bir süreç içinde bulunuyor. Türkiye bu yıl sürdürülebilir kalkınma ile ilgili çok önemli iki etkinliğe de evsahipliği yapıyor. Birincisi, Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi *(UNCCD)* Taraflar Konferansı *(COP 12)*. 12-24 Ekim 2015'te, Ankara'da, Orman ve Su İşleri Bakanlığının ev sahipliğinde yapılacak. UNCCD'nin en büyük karar organı olan konferansa, 100'den fazla ülkenin bakanları ile 5 binin üzerinde kişinin katılması bekleniyor. UNCCD, dünyanın en hassas ekosistemlerindeki arazi bozulmasına ve buralarda yaşayan insanların durumuna dikkat çekmesi nedeniyle dünya çapında dikkatle takip ediliyor. Türkiye'nin 2009'da 5. Dünya Su Forumu, 2013'te Birleşmiş Milletler Orman Forumu 10. Oturumuna evsahipliği yaptığını hatırlatmak isterim.

Türkiye'nin bu yılki ikinci önemli evsahipliği ise 15-16 Kasım'da Antalya'da düzenlenecek olan G20 Zirvesi. Türkiye bu yıl G20'nin dönemsel başkanlığını yapıyor. Zirveye dünyanın en önemli liderleriyle ile birlikte iş insanları, gazeteciler, uzmanlar, delegasyonlarla yaklaşık 13 bin kişinin gelmesi bekleniyor. G20, Dünya ekonomisinin yüzde 85'ini, dünya ticaretinin yüzde 75'ini ve dünya nüfusunun üçte ikisini temsil eden, en büyük uluslararası platform. G20'nin gündemindeki ana başlıklar arasında güçlü sürdürülebilir ve dengeli büyüme, altyapı yatırımları, finansal düzenlemeler, enerji, ticaret, istihdam, iklim değişikliğinin finansmanı, kalkınma ve yolsuzlukla mücadele vb konular yer alıyor. Ayrıca bu yıl 45. kez düzenlenen ve 140 ülkeden politikacılar ile şirket liderlerinin katıldığı Davos Zirvesi'nin öncelikli konuları arasında da iklim değişikliği ve yoksullukla mücadele yer alıyordu.

- Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma konusunda yaşadığı temel zorluklar neler, bunlar için çözüm önerileriniz nelerdir?

Türkiye'nin, yeşil ekonomiye dönüşen küresel ekonomide yerini sağlamlaştırabilmesi için kurumsal ve ulusal sürdürülebilirlik stratejisinin hayata geçirilmesi gerektiğine inanıyoruz. Son

10 yılda Türkiye'de sürdürülebilir kalkınma konusunda olumlu gelişmeler yaşandığını, pek çok iyi uygulama örneği bulunduğunu söyleyebiliriz. Ancak bu iyi uygulamaların tüm sektörlerce ve tedarik zincirinin her aşamasında benimsendiğini söylemek pek mümkün değil. Bu uygulamalar birbirini destekler ve daha iyi örnekler ortaya çıkarsa sürdürülebilirlik, rekabetin önemli bir unsuru olarak görülmeye başlanabilir. Bu konuda, şirketlerin şeffaf bir biçimde sürdürülebilirlik raporlaması yapması, hem tüm paydaşlar, hem de genel olarak şirketin tüm operasyonlarının iyileştirilmesi açısından katkı sağlayacaktır. İkinci olarak sürdürülebilirliğin en önemli unsurlarından birinin paydaş katılımı ve işbirliği kültürü olduğunu söyleyebiliriz. Türkiye'de ne yazık ki bu kültür tam olarak benimsenmemiş durumda.

Küresel çevresel bileşenleri, iklimi, ozon tabakasını, ekolojik yaşam çeşitliliğini ve insan haklarını korumak için birlikte hareket edemediğimiz takdirde, ulusal ve bölgesel kalkınmanın sürdürülebilirliği de söz konusu olmayacak. Dünyada da örneklerini gördüğümüz şekilde, sivil toplum, özel sektör, üniversiteler, yerel yönetim ve merkezi kamu kuruluşlarının bir araya geldiği platformların oluşturulması sorunlara çözüm bulmak için çok önemli.

Sürdürülebilirlik itibar sağlıyor

- Firmaların sürdürülebilirliği bir iş modeli/kültürü haline getirmeleri için atmaları gereken adımlar neler?

McKinsey'in 2011'de yayınlanan bir araştırmasına göre dünyada CEO'ların yüzde 76'sı güçlü sürdürülebilirlik performansının uzun vadede işlerine olumlu katkıda bulunacağını düşünüyor. Yine aynı yıl The Economist dergisi tarafından üst düzey yöneticilere dönük gerçekleştirilen küresel ankete göre, her dört yöneticiden üçü sürdürülebilirliğin itibarlarına katkı sağladığını ve marka değerlerini arttırdığını söylüyor. Şirketlerin sürdürülebilirliği bir iş modeli olarak kabul etmeleri tüm dünyada ana akım iş modeli olma yolunda ilerliyor. Özellikle büyük şirketler üretimden satış kanallarına kadar sürdürülebilir modelleri uygulayarak karlılıklarını artırıyor. Sürdürülebilir iş modeli ile hammadde, üretimde enerji kullanımı, ürün paketlemede daha çevre dostu maddelerin tercih edilmesi ile hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar göğüslenebiliyor. Şirketin çevre ayak izini azaltmak yönünde çalışanların motive edilmesi olumlu sonuçlar doğuruyor. Aynı zamanda şirketin böyle misyon edinmesi, daha kaliteli insan kaynağının ve yeteneklerin şirkete dahil olmasını kolaylaştırıyor. Çevreye duyarlı üretilen ürün ve hizmetleri müşteriler de daha çok tercih ediyor ve bazı durumlarda bu ürün ve hizmetleri almak için daha çok para harcayabiliyor.

Şirketlerde sağlıklı bir sürdürülebilirlik uygulaması için, sürdürülebilirliğin üç ayağı olan ekonomik, sosyal ve çevresel parametrelerin, tüm temel, stratejik ve operasyonel süreç ve karar alma mekanizmalarına dahil edilmesi gerekiyor. Aslında buradaki ana konu, şirketin toplumdaki rolünü sadece ekonomik olarak değerlendirmemesi. Daha geniş bir açıdan değerlendirerek sosyal ve çevresel anlamda da toplumsal sorumluluğu olduğunu bilmesi. Şirketlerde sürdürülebilirlik stratejisi genel kurum stratejisinin içine rahatça entegre edilebilir. Sürdürülebilirlik stratejilerinin hayata geçirilmesi ve uzun süreli devam ettirebilmesi için operasyon ve iş süreçlerinin bu yeni modele göre yapılandırılması gerekiyor. Şirketler sürdürülebilirlik uygulamalarında mevcut bulundukları konumdan daha ileri bir noktaya ulaşabilmek için öncelikle mevcut durumlarını değerlendirmeli, ileriye dönük hedefler koymalı ve bunları belirli aralıklarla ölçerek iyileştirme ve geliştirme aşamalarını raporlamalılar. Bunu yaptıklarında, şirket içerisinde sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı arttırabilir, elde edilen kazanımları tüm paydaşlarına ileterek bu uygulamaları sahiplenmelerini sağlayabilirler. Ortaya çıkabilecek sorunların çözümü ve başarı için paydaşlarla birlikte hareket etmek gerekiyor. Paydaşlar ile çalışmak ve çözüm arayışları içine girmek iyi bir yönetim anlayışını da gösteriyor.

Türk ekonomisi için yapılabilecek en değerli katkılardan biri sürdürülebilirlik bilincinin Türk iş dünyasında yaygınlaştırılmasıdır. Dernek olarak bu hedefe hizmet eden çalışmalar yapmaya devam ediyoruz.

Çevre dostu araç tercihi sürdürülebilirlik bilincine katkı sağlıyor

- Otomotiv sektörünü sürdürülebilirlik uygulamaları açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Otomotivde sürdürülebilirlik için ürün-yaşam döngülerini değerlendirmek bir gereklilik haline geldi. Tasarım aşamasından başlayarak araç ömrü sonuna kadar atık seviyelerinin azaltılması, geri dönüştürülmüş maddelerin kullanımı, daha az hammadde kullanımı, ürün kullanım ömrünün uzatılması, üretim süreçlerinde kullanılan zararlı bileşenlerin azaltılması için çalışmalar yürütülüyor. Araçlar için gerekli hammadde ihtiyacının çevresel etkilerini azaltmak için inovatif çözümler geliştirilmesi, sürdürülebilirliğin tüm boyutları açısından kritik öneme sahip. Artık akaryakıt istasyonlarında elektrikli şarj etme ünitelerini sıklıkla görmeye başlayacağız. Lastikte ise geri dönüşüm konusunda yürütülen çalışmalar, güvenlik unsurundan ödün vermeksizin ağırlık azaltımı, lastiklerde yuvarlanma direnci düşürülerek yakıt verimliliğinde yapılan iyileştirmeler ve lastik kaplama prosesi otomotivde sürdürülebilirlik bilincine katkı sağlıyor.

İklim değişikliği ve düşük karbon ekonomisine geçiş sürecinde, fosil yakıt tüketiminin azaltılması ve temiz enerji kaynaklarına yatırım da kaçınılmaz. Araçların aerodinamik yapısı, ağırlığı ve lastikteki yuvarlanma direnci yakıt verimliliğini doğrudan etkiliyor. Enerji ihtiyacı ve doğal kaynak kullanımını etkileyen bu parametreleri iyileştirmek için çalışmalar yürütülüyor.

Mobilitenin artması, sürdürülebilir ulaşım sistemleri, M2M ve akıllı araç teknolojilerinin araç güvenliği ve karbon salımının düşürülmesine destek vermesi, alternatif araçlar için inovasyon, taşıt paylaşımı, sahip olmak yerine kiralık araç kullanmak, bisiklet kullanımının şehir içi trafiğinde daha uyumlu hale getirilmesi gibi yeni trendler ve farklı iş modelleri insan davranışlarını farklılaştırmaya ve satın alma kriterlerini etkilemeye başladı. Çevre dostu araç tercih etme bilincinin yükselmesine ek olarak örneğin bazı ülkelerde uygulanan plakaya göre trafiğe çıkma gibi uygulamalar ve çevre dostu araçların kullanımını teşvik edecek şekilde düzenlenen regülasyonlar da otomotiv sektörünün sürdürülebilirlik üzerindeki etkisini kontrol altına almaya başlayacak.

Ömer Dormen Hindistan ve Güney Asya'da Castrol'ün faaliyetlerini yönetecek



Ömer Dormen

Castrol'ün Hindistan Genel Müdürlüğü'nün yanı sıra Hindistan ve Güney Asya Bölgesi Direktörlüğü'nü üstlenen Ömer Dormen, aynı zamanda Castrol'ün Hindistan borsasına kote olan şirketi Castrol India Limited'in Yönetim Kurulu üyesi oldu.

30 yılı aşkın süredir madeni yağlar alanında çeşitli kademelerde ve uluslararası pozisyonlarda görev alan ve son beş yıldır Castrol Bağımsız Devletler Topluluğu, Türkiye ve Orta Asya Bölgesi Direktörlüğünü sürdüren Ömer Dormen, Castrol'ün Hindistan Genel Müdürlüğü'nün yanı sıra Hindistan ve Güney Asya Bölgesi Direktörlüğü'nü üstlendi. Dormen ayrıca, Castrol'ün Hindistan borsasına kote olan şirketi Castrol India Limited'in Yönetim Kurulu üyeliğine de getirildi. Yeni görevine 1 Ekim 2015 tarihi itibariyle başlayacak olan Dormen böylelikle Castrol'ün dünyadaki 3 büyük ülkesinden birinin faaliyetlerinin başına getirildi.

Castrol Asya & Pasifik Bölgesi içinde önemli bir yeri olan Hindistan'da pazarın lideri konumundaki Castrol'ün ülkede üç üretim tesisi bulunuyor. 100 yılı aşkın süredir Hindistan'da faaliyet gösteren Castrol 380 distribütörü ile 90 binin üzerindeki noktada ve Castrol EDGE, Castrol MAGNATEC, Castrol Power1, Castrol Activ, Castrol CRB ve Castrol VECTON ürünleriyle müşterilerine ulaşıyor. Dormen'in yöneteceği Güney Asya bölgesinde ayrıca Bangladeş, ve Nepal gibi ülkeler de bulunuyor.

Castrol Hindistan Başkanlığı görevini üstlenen Ömer Dormen iş yaşamına 1985'de Castrol'ün Türkiye dağıtıcısı olan Türkpetrol'de başladı. Çeşitli satış ve pazarlama pozisyonlarını üstlenen Dormen, 1991'de Türkpetrol ile Castrol İngiltere ortaklığındaki Turcas Petrolcülük A.Ş.'de, Akaryakıt, Madeni Yağlar ve LPG'den sorumlu Satış & Pazarlama Direktörü oldu. 1996'da yeni kurulan Castrol Türkiye'de CEO olarak görev alan Dormen, Castrol ile BP'nin birleşmesinin ardından 2001'de BP Türkiye Madeni Yağlar Performans Ünitesi Liderliğini ve 2004'te de Castrol Orta Doğu Bölgesi Satış Direktörlüğünü üstlendi. Dormen, Castrol Hindistan Genel Müdürü ve Güney Asya Bölge Direktörü olmadan önce son beş yıldır Castrol Bağımsız Devletler Topluluğu, Türkiye ve Orta Asya Satış Direktörlüğünü yürütüyordu.

Hızlı internet 2. çeyrekte rekor getirdi, Turkcell yeni yatırımlara odaklandı



Kaan Terzioğlu

Turkcell, 2015'in ikinci çeyreğinde tarihinin en yüksek 2. çeyrek gelirine ulaştı. 3 milyar 93 milyon TL'yi bulan gelirin itici gücü, Turkcell Türkiye'nin performansı oldu. Yüzde 9,2 büyüme kaydeden Turkcell Türkiye'nin performansında yıllık bazda yüzde 42,2 artan data ve yüzde 48,9 artan servis gelirlerinin katkısı etkili oldu.

Turkcell Grubu ve Turkcell Türkiye gelir, FAVÖK ve net kâr açısından bugüne kadarki en yüksek ikinci çeyrek değerine ulaştı. Konsolide bazda gelir yüzde 5,8 büyüme ile 3 milyar 93 milyon TL'ye ulaşırken, grup FAVÖK'ü yüzde 9,7 artarak 995 milyon TL'ye yükseldi. FAVÖK marjı ise, güçlü mobil ve sabit geniş-bant gelirlerine ek olarak mobil servislerin de katkısıyla yüzde 32,2'ye çıktı. Grup net kârı, Turkcell Türkiye'nin artan operasyonel performansına ek olarak Ukrayna ve Türkiye'deki kur hareketlerinin pozitif katkısı ile yüzde 44,6 yükselerek 712 milyon TL'ye ulaştı. Grup gelirlerinin yüzde 92'sini oluşturan Turkcell Türkiye'nin gelirleri yüzde 9,2 artışla 2.835 milyon TL'ye ulaşırken, Turkcell Uluslararası'nın gelirleri 205 milyon TL, net kârı ise 109 milyon TL oldu.

Turkcell Grubu'nun finansal sonuçlarını yorumlayan Turkcell Genel Müdürü Kaan Terzioğlu 2015'in ikinci çeyreğinde güçlü bir performans sergilediklerine dikkat çekerek, "Yılın ilk yarısında, daha fazla değer yaratmak için önceliklerimiz kapsamında çok önemli adımlar attık. İş süreçlerimizde verimlilik ve sadelik sağlayacak, entegre iletişim ve teknoloji hizmetleri sunan konumumuzu güçlendirecek yeni bir organizasyon yapısına geçtik. Gelir, FAVÖK ve net kâr artışımızın ardında işte bu ekip çalışmasına hızlı başlangıçtaki başarımız yatıyor. Yeni stratejik önceliklerimiz kapsamında Turkcell Türkiye toplam telekom pazarında entegre bir oyuncu olarak kendini konumladı. Bu pazardaki önceliğimiz servis ve çözümlerimizde farklılaşarak kârlı bir şekilde payımızı artırmak olacak" dedi.

Değişen organizasyon yapısı ve yeni stratejik önceliklerin getirdiği güçlü performans ile 2015 yılının ilk yarısının beklentiler doğrultusunda gerçekleştiğinin de altını çizen Terzioğlu, "2015 yılı için yüzde 6-9 aralığında gelir büyümesi ve yüzde 31-32 aralığında FAVÖK marjı hedeflerimizi koruyoruz" diye konuştu.

Otokoç, yüzde 58 büyüyerek sektörü solladı

Otokoç Otomotiv Genel Müdürü Görgün Özdemir, otomotiv pazarının ilk 6 ayda yüzde 49,5 büyüdüğünü belirterek, "Biz de Otokoç Otomotiv olarak yüzde 58 büyüdük. Sektörümüzün yüzde 49,5'lik büyümesine göre pazardan yüzde 16 daha fazla büyümüş olduk" dedi. AA muhabirinin sorularını yanıtlayan Özdemir, otomotiv pazarında haziran sonu itibarıyla 453 bin yeni aracın satışının gerçekleştiğini ve 2014 yılının ilk 6 ayındaki 303 bin adetlik satış rakamı dikkate alındığında yüzde 49,5 büyüme gözlemlendiğini ifade etti.

Otokoç Otomotiv olarak yüzde 58 büyüdüklerini belirten Özdemir, "Sektörümüzün yüzde 49,5'lik büyümesine göre biz pazardan yüzde 16 daha fazla büyümüş olduk. Geçen sene 23 bin adet yeni araç satarken bu sene 37 bin sattık. İkinci el araçta da geçen senenin ilk 6 ayında 7 bin 500 adet araç satmıştık. Bu seneye geldiğimizde ise yaklaşık 11 bin adet araç sattık. 2. el araçtaki büyümemiz de yaklaşık yüzde 45 oldu. Geçen senenin ilk 6 ayında pazardan yüzde 7,7 pay almıştık, bu sene bu oran yüzde 8,1'e geldi. Pazar yüzde 49,5 büyürken biz yüzde 58 büyüdüğümüz için pazar payımızı artırmış olduk. Türkiye'deki araç satışlarında Ford'dan yüzde 30, Fiat'tan yüzde 34, Volvo'dan yüzde 50, Alfa Romeo, Lancia ve Jeep grubundan yüzde 40 ve Ford Trucks'tan yüzde 33 pay alıyoruz. 6 aylık ciromuz da geçen seneye göre yüzde 61 arttı ve 2,3 milyar TL'lik ciroya ulaştık. Yıl sonunda otomotiv pazarının büyüklüğü 950 bin adet olursa biz de 5 milyar lira ciro yaparız" dedi.



Görgün Özdemir

TEB bir kez daha "Yılın Nakit Yönetimi Bankası" seçildi

Türk Ekonomi Bankası (TEB), uluslararası alandaki başarılarına bir yenisini ekledi. Yenilikçi ürün ve hizmetleri yurt dışında da ses getiren TEB, uluslararası finans ve bankacılık dünyasının en prestijli ödül organizasyonlarından Asian Banking&Finance tarafından, KPMG, Deloitte ve Ernst&Young gibi tarafsız uluslararası finansal danışmanlık firmalarının değerlendirmesi sonucunda, Nakit Yönetimi kategorisinde "Türkiye'de Yılın Nakit Yönetimi Bankası" ödülünü almaya hak kazandı.

Şirketlerin finans süreçlerini teknolojik gelişmelerle buluşturarak kolaylaştırmayı ve bu sayede katma değer yaratmayı hedeflediklerini belirten TEB Kurumsal Firmalar Grup Direktörü Gülümser Özgün Henden, yenilikçi ürün ve hizmetlerinin başarısının gerek yurt içinde gerekse uluslararası alanda tescillenmiş olduğunu söyledi. Henden, "TEB olarak, odağımıza aldığımız iş ortaklarımızın ihtiyaç ve beklentilerini dinliyor ve teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek ortak bir payda oluşturuyoruz. Müşterilerimize finansal işlemleri için sadece bankacılık hizmeti değil, nakit yönetimi danışmanlık hizmeti de sunuyoruz. Elektronik bankacılık servislerimizin yanı sıra Türkiye'de öncü mobil şirket bankacılığı servislerimizle tahsilat ve ödeme süreçlerinde garanti, hız ve maliyet avantajları sağlıyoruz. Geliştirdiğimiz likidite, tahsilat, ödeme ve bilgi servislerimizle, müşteri odaklı hizmet anlayışımız ve yenilikçi yaklaşımımızın somut bir yansıması olan bu ödüle, geçtiğimiz yıl olduğu gibi bu yıl da layık görüldük, bundan büyük mutluluk duyuyoruz" diye konuştu.

TEB

GEFCO Türkiye, Anadolu Isuzu'ları taşıyor!

Lojistik sektörünün Türkiye'de ve dünyadaki öncü isimlerinden olan ve Türkiye'de otomobil taşımacılığının standartlarını belirleyen GEFCO Türkiye, Anadolu Isuzu Otomotiv ile sözleşme imzaladı. GEFCO Türkiye ve Anadolu Isuzu arasında imzalanan ticari araç taşıma sözleşmesi kapsamında, Anadolu Isuzu Otomotiv'in Türkiye genelinde 27 şehirde yer alan 31 Isuzu satış noktasında dağıtım operasyonları GEFCO Türkiye tarafından gerçekleştirilmeye başlandı.

Sözleşme çerçevesinde iki farklı operasyon yürütülüyor. Uzakdoğu'dan gelen pick-up araçlar Derince Limanı'ndan teslim alınıp Anadolu Isuzu Otomotiv'in Şekerpınar'daki tesislerine taşınıyor. Ayrıca, buna ek olarak, Şekerpınar fabrikada üretimi yapılan diğer ticari araçlar ile beraber tüm Türkiye'ye nakliyeleri yapılacak. Sürerek ve TIR üzerinde yapılacak nakliyelerin lojistik operasyonları GEFCO Türkiye tarafından yönetiliyor.

Bitmiş Araç Taşımacılığı konusunda 60 yılı aşkın deneyimi olan GEFCO, Türkiye'de kurulduğu 2002'den bu yana bu sektördeki standartları belirliyor. GEFCO Türkiye, Türkiye'de 1 adeti workshop da içeren toplam 4 Araç Lojistik Merkezi ile hizmet veriyor. GEFCO Türkiye Satış ve Pazarlama Direktörü Zafer Özkök "Türkiye'nin öncü ticari araç üreticilerinden olan Anadolu Isuzu'nun lojistik projeleri için GEFCO'ya ve GEFCO ekibine güvenmesinden büyük gurur duyuyoruz. Umuyoruz ki bu, uzun yıllar sürecek bir işbirliğinin başlangıcı olur" dedi.

GEFCO
LOGISTICS FOR MANUFACTURERS

Bahçeşehir Üniversitesi Ulaştırma Uygulama Araştırma Merkezi Kurucusu ve Direktörü *Prof. Dr. Mustafa Ilıcalı*



TRAFİKTE GÜVENLİ ÇÖZÜM: Akıllı Ulaşım Sistemleri

Bahçeşehir Üniversitesi Ulaştırma Uygulama Araştırma Merkezi (UYGAR) kurucusu, Prof. Dr. Mustafa Ilıcalı, güvenli ve düzenli bir trafik için Akıllı Ulaşım Sistemlerinin (AUS) gerekliliğini dünyadan ve Türkiye'den örneklerle aktardı.

Hepimizin bildiği üzere; ulaşım sosyal-politik-teknik-ekonomik-kültürel ilişkilerin merkezinde, bunları birbirine bağlayan unsurlardan birisi olup, bu unsurların her biriyle doğrudan ve karşılıklı bir ilişkiye sahiptir. Ulaşım, planlama ile birlikte bütün bu parametrelerin hem etkileyeni ve hem de etkilenenidir. Ulaşım ve planlamayı, belirli bir coğrafya üzerindeki izler, tasarımlar ve projeksiyonların bütünü olarak da ele alabiliriz. Bu coğrafya; kimi zaman bir şehir-yöre-ülke, kimi zaman bir bölge ve kimi zaman da yer küre-nin bütünü olarak da düşünülebilir. Ulaşım aynı zamanda hemen her sektördeki arz talep dengesine bir şekilde müdahil olan bir sektörü ifade etmekte, küresel etkileşimin sürekli olarak arttığı bir çağda stratejik bir öneme sahip olmaktadır. Ülkemizin jeo-stratejik konumu, bölgesiyle her anlamdaki entegrasyon politikaları, ekonomik hedefleri ve 2023 vizyonu hepimizin malumudur. Bütün bu düşünce, eylem, mevcut durum ve vizyon paralelinde; en önemli araçsallardan biri olan ulaşımın en etkin, verimli ve yenilikçi argümanlarından biri de Yüksek Hızlı Demiryollarıdır.

Ulaştırmada gelişmiş ülkelerin tercihi

Ulaştırmadaki en önemli sorunlardan biri olan trafik güvenliğine bir çözüm olarak gelişmiş ülkeler Akıllı Ulaşım Sistemleri (AUS) kullanmaya başlamıştır. Günümüzde AUS konusunda ABD, Almanya, Britanya, Avustralya, Fransa, Güney Kore, İsveç, Japonya, Hollanda, Kanada ve Singapur'un öncü olduğunu, Brezilya, Çin, Tayland ve Tayvan'da ise önemli gelişimlerin ve yaygınlaşmanın kaydedildiği görülmektedir. ABD'de bu uygulamalar, 1960-1970 yılları arasında yol ve araç arası iletişimin sağlanması anlamında bir başlangıç kaydetmiş olup 1980'li yılların ortalarından itibaren kamu-özel sektör-akademi işbirliğiyle Mobility 2000 çalışmaları başlatılmıştır. Bu çerçevede 1994 yılında Ulaştırma Bakanlığı tarafından Amerika Akıllı Ulaştırma Topluluğu kurulmuştur. 2005 yılında kongre tarafından güvenli, hesap verebilir, esnek, etkin ulaştırma adalet yasasının kabulüyle birlikte, bu alandaki araştırma faaliyetleri için 2009 yılına kadar yıllık 110 milyon dolarlık bütçe sağlanmış olup bunun takibinde ABD Ulaştırma Bakanlığı verilerine göre eyaletlerde yürütülen ve ulusal düzeyde koordine edilmeyen 500 milyon dolar ile 1 milyar dolar arası yatırım söz konusudur. Ulaştırma Bakanlığı koordinasyonundaki akıllı ulaştırma sistemleri programı çerçevesinde akıllı araçlara, akıllı altyapıya ve ikisinin koordinasyonuyla akıllı ulaştırma gerçekleştirilmesine yoğunlaşılmaktadır. ABD'deki AUS'lar bölgesel olarak düzey farklılıkları göstermekte ve henüz ulusal bir entegrasyondan bahsedilememektedir.

Çok yönlü fayda sağlıyor

Akıllı Ulaşım Sistemleri (AUS), araçlar içinde, araçlar arasında ve araç ile sabit kontrol merkezi arasında, ayrıca altyapı hakkında, emniyet, güvenlik, randıman ve kalite bakımından her türlü haberleşmeyi ve bilgi alışverişini sağlayabilmektedir. AUS ayrıca ulaşımın çevreye olan etkisini minimize etmek ve ulaşımın hem işletmenin ekonomik beklentileri, hem de yolcuların ve araç kullanıcılarının yararlarını maksimize etmek amaçlarını gerçekleştirecek şekilde geliştirilmektedir. AUS'un amaçları arasında insan-araç-altyapı-merkez arasında çok yönlü veri alışverişi, trafiğin güvenliği, yolların kapasitelerine uygun olarak kullanımı, mobilitenin arttırılması, enerji verimliliği sağlanarak çevreye verilen zararın

ODDdergi
www.odd.org.tr

azaltılması gibi başlıklar genel kabul görerek standartlaşmış; böylece karar verme yükünün insanın üzerinden alınmasının hangi amaçlara hizmet etme amaçlı olduğu netleşmiştir. AUS sistemlerinin sürekli bir Ar-Ge sürecinin içinde bulunmaları itibarıyla, bu sistemlerden beklenen faydaların da zaman içinde çeşitlenebileceği veya daha özgün alanlara yoğunlaşabileceği hesaba katılmalıdır.

İstanbul için kaçınılmaz ihtiyaç

İstanbul'un nüfusu 1970'lerden günümüze geometrik olarak artmış, nüfus 4-5'e katlamıştır. Aynı süreçte; özel otomobil sayısı, nüfus artışından daha da yüksek bir oranla artış göstermiş, 1970'lerden 2000'lere gelindiğinde trafikteki özel otomobil sayısı 30 kat artmıştır. Otomobil sahipliğindeki artışın, oldukça yüksek olan nüfus artışından dahi belirgin bir şekilde yüksek olması, Gayrı Safi Milli Hasıla'daki (GSMH) artış, tüketim kültürünün radikal bir şekilde değişimi ve karayolu ulaşım türünün gerek ulaştırma sistemindeki ve gerekse de toplu taşıma sistemindeki ağırlığı olarak açıklanabilir. Bu dönemde; kişi başına düşen özel otomobil sayısı; 1970'lerde 0,017, 1980'lerde 0,042 ve 2000'lerde 0,140 olarak gerçekleşmiştir. Bu da; son 30 yılda yaklaşık 10 katı bir artışa karşılık gelmektedir, günümüz itibarıyla bu oranlar daha da ileri bir seviyeye gelmiştir.

İstanbul'da kişi başına düşen özel otomobil sayısı son 30 yılda 10 kat arttı.

Daha geniş perspektiften bakıldığında; İstanbul Boğazı köprü geçişlerinde araçların yüzde 90'ı yolcuların yüzde 37'sini taşırken, yüzde 10'luk paya sahip olan lastik tekerlekli toplu taşıma araçlarıysa yolcuların yüzde 37'sini taşımaktadır. Bu çerçevede; gerçekleştirilecek olan ulaştırma yatırımlarında, toplu taşıma öncelikli yaklaşımların geliştirilmesi gerektiği görülmektedir.

Ülkemizin 2023 ve 2035 vizyonları doğrultusunda; ortaya koyduğu projeksiyonlarda, dünyanın en büyük 10 ekonomisi arasına girme hedefine paralel olarak, hacmi büyüyen, işlevsel ve verimli işleyen ve sorunlarını olabildiğince en aza indirmiş bir 'Ulaştırma Sistemi'nin kurulumu kaçınılmazdır. Gerek merkezi ve gerekse de yerel ölçekte yapılan çalışmalarda önemli ölçüde bu hedefler gözetilmeye çalışılmaktadır. Bugün itibarıyla; hükümetin yıllık olarak ayırdığı bütçenin en büyük kalemlerinden birisi 'ulaştırma' olmakla beraber, 2023 ve daha ileri hedeflerde bu pay yüzde 50'lerde öngörülmektedir.

Öncü belediye…

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Trafik Müdürlüğü, kent trafiğinin sürücü, yolcu ve yayalar açısından daha güvenli hale getirmek için, sorumluluğunda olan yollarda, 2006 yılından itibaren Elektronik Denetleme Sistemleri'ni (EDS) kurarak birçok konuda olduğu gibi bu konuda da Türkiye'de öncü belediye olmuştur. Trafikteki araçlara cezai işlem uygulama yetkisi olan Emniyet Genel Müdürlüğü (EGM) ile anlaşma sağlayarak EDS ile belirlenen ihlallerin polis memurları tarafından cezaya çevrilmesi yöntemiyle sistem çalışılmaktadır.

İBB Trafik Müdürlüğü'nün EDS tarafından tespit edilen çeşitli ihlaller Trafik Kontrol Merkezine (TKM) iletilmektedir. TKM'deki sistemler ihlal bilgileri değerlendirerek polis memurunun kontrolüne sunmaktadır. Polis memuru tarafından kontrol edilen ve onaylanan ihlallerin farklı açılardan alınan resimleri sistem tarafından oluşturulan çıktıya yerleştirilmektedir. Bu çıktıların basılmasından sonra Maliye Bakanlığı tarafından hazırlanan ve cezai işlem uygulayabilmek için elle doldurulması gerekli olan makbuzlar polis memurları tarafından sistemin verdiği çıktıya göre doldurulmaktadır. Ayrıca EGM'nin bilgi sistemi (POLNET) ile EDS sistemi arasında bilgi alışveriş sistemi olmamasından dolayı plaka sorgulama polis memurlarında bulunan mobil el terminalleri ile manuel olarak yapılmaktadır. Ceza makbuzlarının elle doldurulması ve POLNET ile EDS sistemleri arasında bilgi alışverişi sisteminin olmaması sebebiyle EDS tarafından tespit edilen birçok ihlalle cezai işlem uygulanamamaktadır. İBB Trafik Müdürlüğü'nden alınan verilere göre İstanbul genelindeki 155 EDS noktasından günlük 4000 - 5000 adet ihlal tespit edilebilmekte fakat bahsedilen sebeplerden dolayı bu ihlallerden sadece 1500 - 2000 tanesine cezai işlem uygulanmaktadır.

İleri teknoloji kullanımı

İBB, trafik güvenliğini artırmak ve trafik akışını düzenlemek için kurmuş olduğu EDS'de ileri teknoloji ürünleri kullanmaktadır. Bu ürünlerin geliştirilmesi ve bakımı için büyük yatırımlar yapılmaktadır. Merkezi yönetim tarafından yerel yönetimlere bu sistemlerin kurulması ve bakımı için herhangi bir bütçe ayrılmadığı için bu sistemlerin sürdürülebilirliğinde ve geliştirilmesinde problemlerle karşılaşılmaktadır. İBB, Plan ve Bütçe Komisyonu Başkanlığı'na 2918 sayılı Karayolu Trafik Kanununun bazı maddelerinde değişiklik yapılması konusunda bir teklif vermiş ve bu kanun teklifi komisyon tarafından olumlu karşılanarak ve ilgili birimlerin üzerinde çalışması ile "6111 sayılı (torba) kanunun" 60. Maddesi olarak yasalaşmıştır.



Trafik güvenliğinin artırılmasında çok önemli role sahip olan EDS'nin tüm ülke genelinde kullanımının yaygınlaştırılması ve denetimlerin bu sistemler yardımıyla yapılarak kaza sayılarının azaltılması hedefinin önü, 6111 sayılı kanunun 60. maddesine eklenen 16. ek maddenin kabul edilmesiyle, açılmıştır.

Toplu ulaşım gelişmeli

Ülkemizde; 'ulaşım sistemi'ne baktığımızda; modlar arası karayolu lehine dengesiz dağılımın, karayolu ulaşım modu da dahil, bütün modların ve dolayısıyla ulaşım sistemimizin aleyhine bir durum olduğunu söyleyebiliriz. Zira modal dağılımda pastadan büyük payı almak ilk etapta; ekonomik açıdan karlı gibi gözükse de taşınamayacak kadar fazla bir yük, karayolu ulaşım modunda 'karayolu güvenlik' şartlarının sağlanmasını zorlaştırmakta, işlevselliği azaltmakta ve konfor, güvenlik, seyahat süresi gibi temel hizmet parametrelerinin sağlanmasını da zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda, yatırımcı adına, optimal olmayan bir maliyet sonucunu ister istemez doğurmaktadır.

Neticede; sosyal-ekonomik-teknik-kültürel her anlamda dengesiz düzeydeki bir dağılım, aslında bütün taraflara kaybettirmektedir. Bu bağlamda; ülkemizin en geniş kullanımlı ulaşım modu olan ve bu konumunu devam ettirecek olan 'karayolu ulaşım modu'nda işlevselliği sürdürmenin yolu; karayolunun modlar arası dağılımdaki payını nispeten düşürmekten, 'karayolu güvenliği' koşullarını gerçekleştirilmesinden, geometrik standartlar vb. karayolu standartlarının (AB standartları vb.) yerine getirilmesinden, modlar arası entegrasyonun (gerek yolcu gerekse yük taşımacılığı bağlamında) sağlanmasından ve yerli üretim şartlarıyla alternatif enerji imkanlarının iyileştirilmesinden geçmektedir. Bütün bunlarla beraber; gerek karayolları ve gerekse de demiryolları, denizyolları bazlı olarak 'toplu ulaşım' şartlarının geliştirilmesi (konfor, güvenlik, seyahat süresi, maliyet parametreleri açısından) ve yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Artan nüfus ve araç sayısının diğer bir olumsuz etkisi de artan trafik kazalarıdır. Düzensiz trafik akışı kaza riskini arttırmakta olup denetimin etkili ve sürekli bir şekilde sağlanamaması kuralların çiğnenmesini kolaylaştırmaktadır. Bu durum yaralanmalı ve ölümlü trafik kazalarına sebep olmaktadır. Trafik kazalarının sosyoekonomik maliyeti ülkemizde olduğu kadar, gelişmekte olan tüm ülkelerde de büyük rakamlara ulaşmaktadır. Dünyada trafik kazalarında her yıl yaklaşık 1,3 milyon kişi ölmekte, 50 milyon kişi de yaralanmaktadır. Ayrıca karayollarında her üç dakikada bir çocuk hayatını kaybetmektedir. Kaza istatistikleri incelendiğinde Türkiye'nin, Avrupa Birliği ülkeleri arasında en yüksek kaza sayısına ve en az yıllık kaza düşüş oranına sahip ülkelerden biri olduğu görülecektir. Bu durum özellikle araç içi emniyet sistemleri ile trafik yönetimi ve denetimine yönelik AUS uygulamalarının ülkemizde önemli bir ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Etkili ve sürdürülebilir bir ulaşım yönetimi çok boyutlu, kapsamlı, planlı ve ülke çapında koordine bir AUS kurulumuyla sağlanacaktır.

İnteraktif Uyarı Sistemleriyle daha az kaza ve can kaybı

UYGAR tarafından T.C. İçişleri Bakanlığı nezdinde 'İnteraktif Uyarı Sistemleri'nin (İUS) geliştirilmesi çalışmaları yürütülmektedir. Bu uygulama çerçevesinde şehirlerarası otobüslerde sefer esnasında, şoföre, hız ve tespit edilen noktalara mesafe hakkında, sağlanılan yazılım ve donamın araçlarda tesisiyle, sesli uyarılar yapılmaktadır. Türkiye genelinde yapılan çalışmayla, belirli bir süre bazlı olarak kazaların yoğun gerçekleştiği noktalar 'kaza kara noktaları' olarak tespit edilmiş ve ilgili sisteme yüklenmiştir. Otobüs şoförlerine, kaza kara noktaları bazlı olarak da uyarılar gerçekleştirilmektedir. 2014 yılı Kurban Bayramı öncesinde bu çalışmanın pilot uygulaması başarıyla gerçekleştirilmiş olup bu çalışma Türkiye' de ilk ve Avrupa sathında da dikkate değer bir çalışmadır. Çalışma, gerek uyarı çeşitliliği (hava durumu vb) ve gerekse de uygulamanın genişletilebilmesi anlamında gerekli altyapı ve kabiliyete sahiptir.



Çözüm koordinasyonda

AUS kapsamında, gelişmiş bilgi ve iletişim teknolojileri kullanılarak ulaşımla ilgili önemli sorunlara çözümler üretilebiliyor. AUS uygulamaları vasıtasıyla farklı ulaşım türleri arasında koordinasyon sağlanarak ideal trafik şartları oluşturulabiliyor, yolcu ve yük hareketleriyle ilgili hizmetlerin etkinliği ve hızı arttırılabiliyor. AUS kullanım alanları şöyle sıralanıyor:

- **Karayolu güvenliği ve emniyetinin iyileştirilmesi**
  - Akıllı hız kontrolü
  - Korumasız yol kullanıcı destek
  - Yol ve hava koşulları izleme ve uyarı
  - Olumsuz durumlar ve olay tespit ve uyarı
  - Çarpışma uyarı
  - Acil araç öncelik hakkı
  - Sürücü izleme ve görüş iyileştirme
  - Elektronik denetleme
  - Zararlı yük ve kargo izleme
  - Acil durum yol işaret ve önceliği
- **Ulaşım tıkanıklıklarının giderilmesi veya azaltılması**
  - Ulaşım ağı ve verimliliği ile bağlantılı olanlar: Trafik kontrol yönetimi, güzergah yardımı, değişken hız kontrolü, otoyol katılım kontrolü, olay tespit ve yönetimi, sürücü bilgilendirme
  - Talep yönetimi: Erişim kontrolü, ücretli yol, tıkanıklık fiyatlandırması
  - Türel dağılımın değişimi: Seyahat planlama, eş zamanlı trafik bilgilendirme, toplu taşıma öncelikli geçiş hakkı
- **Çevre koruma ve etkilerinin ortadan kaldırılması**
  - AUS, trafik tıkanıklığını azaltması, özel taşıt kullanıcılarının toplu taşımaya kaymasını sağlaması
- **Ulaşım sistemi verimliliğinin arttırılması ve işletme koşullarının iyileştirilmesi**
  - Filo yönetimi
  - Bilgisayar destekli taşıt yönlendirme
  - Otomatik taşıt konumu
  - Otomatik kargo takibi
  - Sürücü takibi
- **Ulaşım sisteminde konforun artırımı**
  - Güncel trafik ve toplu taşıma
  - Değişken güzergah bildirimi
  - Otomatik taşıt konumu
  - Otoyol ve toplu taşıma sistemlerinde elektronik ücret ödeme sistemleri

Yukarıda özetlenen ana başlıklardaki uygulamalar sayesinde; düzenli ve güvenli bir trafik düzeni elde edilecek, kazaların ve trafik sıkışıklığının önlenmesinde önemli mesafeler alınmış olacaktır.



TAYSAD Başkanı **Dr. Mehmet Dudaroğlu**

Türk Otomotiv Tedarik Sanayi, diğer sektörlere göre 3 kat fazla katma değer yaratıyor

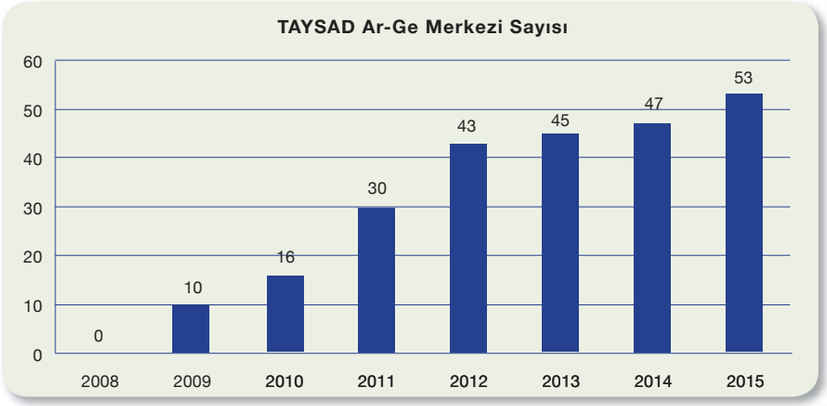
Taşıt Araçları ve Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD) tarafından düzenlenen toplantıda otomotiv tedarik sanayinin Türk ekonomisine katkısı ele alındı. Sektörün Ar-Ge'ye yaptığı yatırımlara dikkat çeken TAYSAD Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu, "Ülke ihracatına baktığımızda kilogram bazında tüm sektörlerdeki ihracat ortalaması yaklaşık 1,6 dolar seviyelerinde. Türk Otomotiv Tedarik Sanayinin ihracattaki kilogram ortalaması ise yaklaşık 6 dolar seviyelerinde. Bu rakam sektörümüzün ülke ekonomimize sağladığı katma değerin en önemli kanıtı" diye konuştu.

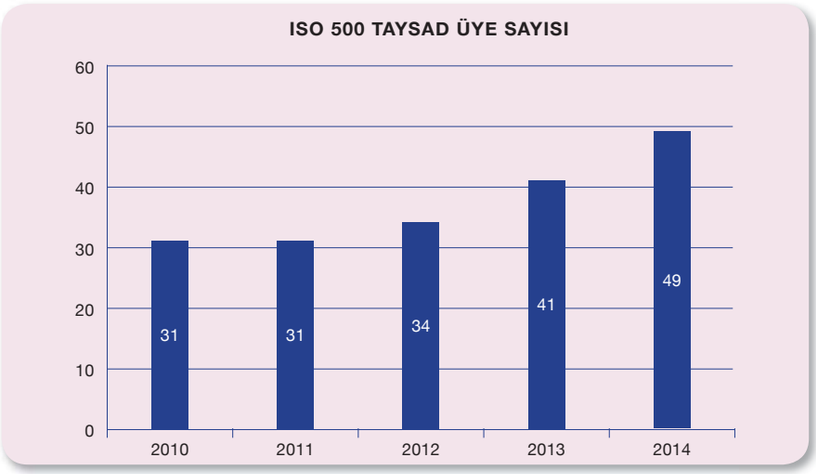
Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği'nin (TAYSAD) Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu ve üst düzey yöneticileri sektördeki güncel ihracat durumuna ve ekonomiye ilişkin bilgi verdi. Toplantıda konuşan TAYSAD Başkanı Dr. Mehmet Dudaroğlu, 2014 yılında ihracat kilogram fiyatının 6 dolar seviyelerinde olduğunu belirtirken, 2015'in ilk çeyreğinde yaklaşık olarak bu rakamın korunduğunu ve gidişatın bu yönde olması halinde otomotiv tedarik sanayisi olarak ihracat hedeflerine ulaşmanın mümkün olabileceğini dile getirdi. Otomotiv Sanayisinin toplam ihracatının yüzde 40'ını elinde bulunduran Tedarik Sanayinin 2014 yılında 9,1 milyar dolar ihracat gerçekleştirdiğini belirten Dudaroğlu, 2015'in ilk 5 ayında bu rakamın 3,4 milyar dolar seviyesine geldiğini belirtti.



Sektörde 187 Ar-Ge Merkezi faaliyet gösteriyor

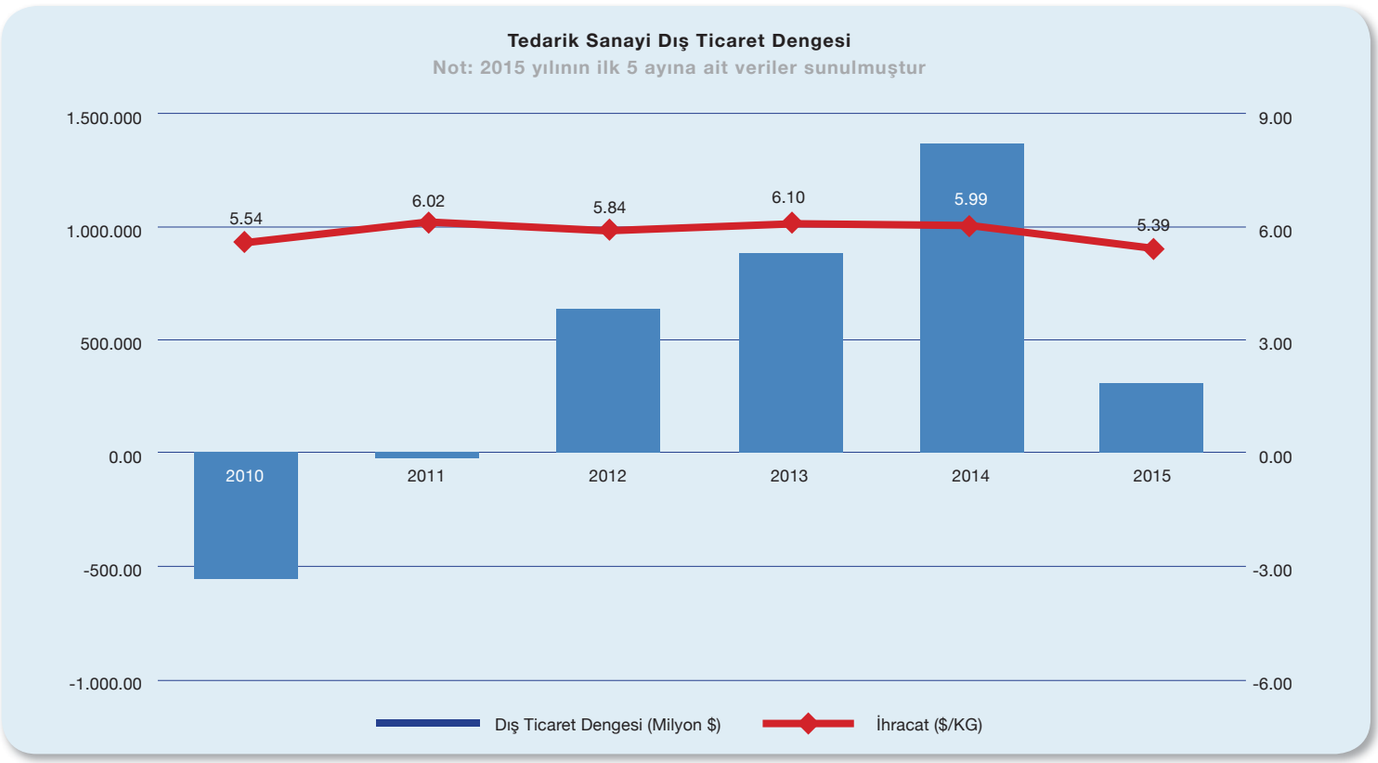
Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği üyelerinin Otomotiv endüstrisine katma değer sağlayacak nitelikli ürünler kazandırmak amacıyla Ar-Ge merkezlerine ciddi yatırımlar yaptığını belirten Dudaroğlu, "Ülke çapındaki tüm sektörlerde şu an toplamda 187 Ar-Ge Merkezi bulunuyor. Bu merkezlerden 66'sı Otomotiv Sanayisine, 56'sı ise Tedarik Sanayisine ait. Tedarik Sanayisinin elinde bulundurduğu 56 merkezden 53'ü ise TAYSAD üyesi firmalardan oluşuyor. Bu firmalarda yapılmakta olan Ar-Ge çalışmaları sektörün gelişimine ivme kazandıracaktır. Amacımız, Ar-Ge Merkezi sayısını çok daha yukarılara taşımak ve yetkinliklerini artırarak hizmet ihraç eder noktaya taşımak" diye konuştu.





Özel sektör kuruluşlarının, araştırma ve teknoloji geliştirme konusunda rekabetçi bir yapıya ulaşmalarına katkı sağlamak amacıyla çalışmalarını sürdüren Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı'nın (TEYDEB) bugüne kadar 13 bin 341 projeye destek verdiğini aktaran Dudaroğlu, 1995 yılından günümüze kadar TEYDEB'e sunulmuş olan 784 TAYSAD üyesinin projesinin desteklendiğini de sözlerine ekledi. Dudaroğlu aynı dönemde ana sanayi firmalarının desteklenen proje sayısının da 200 olduğunu ifade etti.

Dudaroğlu İSO 500 listesinde TAYSAD'ın da 49 üyesinin yer almasının sektörün Türk ekonomisine sağladığı ciddi katma değerin en önemli göstergesi olduğunu da ekledi.



ODDdergi
www.odd.org.tr

PwC Türkiye Otomotiv Sektörü Lideri **Bilgütay Yaşar**

Otomotiv CEO'ları



PwC'nin 2015 Yıllık Küresel CEO araştırmasının sonuçları otomotiv sektöründe CEO'ların gündemlerini ortaya koyuyor. Araştırmaya göre CEO'lar fırsatlar ve tehditlerle karşı karşıya olduğunu düşünüyor, otomotiv CEO'ları ise gelecek 3 yılda daha fazla gelir bekliyor.

PwC'nin her yıl gerçekleştirdiği geleneksel Yıllık Küresel CEO Araştırması'nın 18.'si yayımlandı. 2015 araştırması, 77 ülkede bin 300 CEO ile yapılan görüşmelerin sonucunu yansıtıyor. Bu CEO'lar arasında Türkiye'den de CEO'lar bulunuyor. Katılımcılar arasında farklı sektörden CEO'lar bulunuyor ve dolayısıyla araştırmadan sektörel bazı sonuçlar da çıkarmak mümkün. Araştırma, CEO'ların gelecek ile ilgili büyüme, rekabet, yeni pazarlar, teknolojik gelişmeler gibi beklentilerini anlamak açısından okuyucusuna ışık tutuyor.

Bu yazıda, ODD Dergisi okuyucuları için öncelikle genel olarak CEO'ların görüşlerini yansıtan bazı bilgiler verdikten sonra, araştırmaya katılan otomotiv sektörü CEO'larının görüşlerini ve otomotiv sektörüyle ilgili genel tabloyu paylaşmak istedim.

CEO'lar 2015'te büyüme konusunda hem daha fazla fırsat hem de daha fazla risk görüyor

Araştırmaya göre, CEO'ların yüzde 31'i, "Üç sene öncesine

nın aklında ne var?

göre bugün işletmeleri için daha fazla fırsat mı yoksa daha fazla tehdit mi gördükleri" sorusuna "Yalnızca daha fazla fırsat", yüzde 29'u ise "Yalnızca daha fazla tehdit görüyorum" yanıtını veriyor. Yüzde 30'luk bir oran ise hem daha fazla fırsat hem de daha fazla tehdit gördüklerini ifade ediyorlar. Bu oranlar bize fırsatlarla tehditlerin kol kola yürüdüğünü, işletmelerin fırsatları değerlendirirken aynı zamanda tehditlerle de mücadele etmek zorunda olduğunu gösteriyor. Burada önemli olan ise şirketlerin fırsat ve tehditlere karşılık verebilecek kadar esnek olup olmadıklarını tespit etmeleri diyebiliriz.

Türkiye'deki CEO'lar da bu konuda benzer düşüncelere sahip. Sadece biraz daha temkinli yaklaşarak global CEO'lara göre, biraz daha tehdit tarafına ağırlık veriyorlar. Diğer yandan araştırmaya göre Türk CEO'lar küresel ekonominin gidişatı konusunda ise daha iyimser bir tablo öngörüyor. Geçen yıl araştırmaya katılan Türk CEO'ların ancak yüzde 28'i küresel ekonominin bir yıl içinde daha iyiye gideceğini düşünürken bu yıl bu oran yüzde 50'lere yükseldi. Geçen yıl küçülme bekleyen Türk CEO'ların oranı yüzde 16 iken bu yıl bu oran yüzde 7'lere geriledi.

Sonuç olarak Türkiye'deki CEO'lar önümüzdeki dönemde genel CEO ortalamasına göre daha olumlular.

En iyi fırsat sunan ilk 10 ülke arasında Türkiye yok

Büyüme fırsatları açısından en iyi fırsat sunan ilk 10 ülke sıralaması çoğunlukla Çin, Amerika, Almanya, İngiltere, Japonya gibi olgun ekonomilerden oluşsa da Brezilya, Hindistan, Rusya ve Endonezya'nın da ilk 10'da sıralamasında yer aldığını görüyoruz. CEO'ların ancak yüzde 2'si Türkiye'yi 12 aylık dönem içerisinde kendi büyümeleri için önemli ülke sayıyor. Bu oran Türkiye'nin konumunu geçen dönemdeki 23'üncü sıradan 30'uncu sıraya geriletiyor.

Türkiye'deki CEO'lar için en önemli ilk dört ülke sırasıyla ABD, Almanya, Rusya ve Çin. Bu dört ülkenin aynı zamanda en çok ithalat yaptığımız dört ülke olması ise şaşırtıcı değil.

Otomotiv CEO'ları daha az iyimser

Araştırma sonuçlarına otomotiv sektörü özelinde baktığımızda ise büyüme fırsatları konusunda otomotiv şirketleri CEO'larının sadece yüzde 31'inin 2015 yılına olumlu baktığını görüyoruz. Genel ortalamada bu oran yüzde 39. Ancak otomotiv CEO'larının yüzde 75'i gelecek 12 aylık dönemde, yüzde 92'si de gelecek 3 yılda daha fazla gelir elde edecekleri konusunda kendilerinden eminler. Bu büyümede ilk 3 sırayı Çin, Amerika ve Almanya'nın alacağını belirtiyorlar.

Otomotiv CEO'larının genel trende paralel olarak işletmeleri açısından gördükleri en önemli risk alanları; yasal düzenlemeler, doğru elemanı bulmak, bütçe açık sorunları ve coğrafik jeopolitik riskler. Bunların yanında otomotiv sektöründeki CEO'ları düşündüren diğer önemli konular müşteri eğilimleri (yüzde 59) ve büyük rekabet (yüzde 57) olarak öne çıkıyor. Bu iki konunun, sektörü önümüzdeki 5 yıl içerisinde dönüştürebileceğini düşünüyorlar. Tabii Türkiye'deki CEO'lar için otomotiv sektöründeki yüksek vergilemeyi ilave etmeyi unutmamak gerek.

Otomotiv CEO'ları farklı sektörlerden gelecek rekabetten daha az korkuyor

PwC CEO araştırmasında ortaya çıkan CEO'ları düşündüren konulardan biri de farklı sektörlerden gelen rekabet. CEO'ların yüzde 56'sı gelecek 3 yıl içerisinde kendi sektörleri dışından gelecek rekabetten çekinirken, bu oran otomotiv CEO'ları için yüzde 47'lerde kalıyor. Otomotiv CEO'ları bu alanda en çok teknoloji şirketlerini kendilerine rakip olarak görüyorlar. Buna karşılık otomotiv CEO'larının yüzde 30'u şimdiden rekabetin geleceği bu sektörlere yatırım yaptıklarını, yüzde 23'ü de yatırım yapmayı planladıklarını belirtiyor. Bu sektörler arasında endüstriyel ürünler sektörü, enerji ve teknoloji sektörleri bulunuyor.

Otomotiv CEO'ları dijital teknolojiye oldukça önem veriyor. Dijital teknolojinin topladıkları dataların daha iyi kullanılmasında, operasyonun verimlileştirilmesinde ve müşteri tecrübesinin geliştirilmesinde çok yararlı olacağı görüşündeler.

Otomotiv CEO'ları rakipleriyle değil tedarikçileri ile işbirliğine daha sıcak bakıyor

Otomotiv CEO'ları yeni teknoloji (yüzde 50'si), yeni müşteri portföyü (yüzde 42) ve yeni pazarlar için başka firmalarla işbirliği yapmayı düşünüyor. Burada önceliği tedarikçileri, müşterileri ya da başka sektördeki firmalara veriyorlar. Sadece yüzde 34'ü rakipleriyle bu planı yapıyor.

Bu yılki araştırmaya göre otomotiv CEO'larının yüzde 50'den fazlası çalışan sayısını artırma planları yapıyor. Bu nedenle yetenekli çalışan temini sektör açısından en önemli sorunların başında geliyor.

ODDdergi
www.odd.org.tr

Melek Öztürk
Frost & Sullivan Otomotiv ve Ulaşım Danışman Analist



Frost & Sullivan Otomotiv ve Ulaşım Danışman Analist Melek Öztürk, otomotiv ve ulaşım sektöründeki trendleri ve dünya, Avrupa ve Türkiye'deki son durumu aktardı. Son dönemde akıllı mobilite, kadın liderlerin yükselişi, "e-Retailing" sektörün gündemini oluşturuyor.

Akıllı mobilite, kadın liderler, e-Retailing

Frost & Sullivan'ın küresel anlamda en çok kabul gören ve kullanılan konseptlerinden biri olan akıllı mobilite; co-operatif ve otomatik sürüş kabiliyetinde sürücüye son teknolojiyi entegre ederek, çevreye daha duyarlı, daha yalın ve en önemlisi daha güvenli yolculuğu amaçlayan bir konsept olarak tanımlanmaktadır.

2014'te mevcut üst düzey otomobil üreticileri alanlarını genişletirken, bir grup otomobil üreticisinin de kapsamlı mobilite olanaklarıyla *(Ford gibi)* mobilite alanına dahil oluşuna şahit olduk.

Bu trende yakından bakarsak, özellikle otonom sürüş ve öz öğrenimli araçlar olmak üzere, akıllı sürüşün ve mobilite modellerinin gelecekte mobiliteye getirilecek çözümlerle gelişeceğini anlayabiliriz. Bu Öz Öğrenimli Araçlar, çoklu kullanıcı tercihini hatırlama özelliğine sahip olan akıllı sistemler sayesinde sürücünün dikkatinin daha az dağılmasını ve deneyiminin artmasını sağlıyor. Sistem araca binen kişiyi hatırlıyor ve araç özelliklerini otomatik olarak kişiselleştiriyor. Kişiselleştirme, kişinin tercihine göre aynaların, klimanın ve eğlence biriminin ayarlanmasını, koltuk ve direksiyon simidinin konumlanmasını kapsıyor.

Bağlantılı araçlar, "birden çoka" telematik bazlı sistemden "çoktan çoka" iletişim ağına geçiş yapabiliyor. Bağlanabilirlik, aracın kendisine yakın olan bir altyapıdaki veriyi depolamasına ve diğer araçların veriyi alıp çevreyi tartarak rotayı göstermesine olanak sağlıyor.

Otomotivde kadının etkisi artıyor

Bir başka trend ise, 2014'te şahit olduğumuz üzere, GM, Citroen gibi otomotiv firmalarına kadın liderlerin atanması oldu. Kadınlar da otomotiv alımında büyük bir etkiye sahip.

Geçtiğimiz yıl F&S, araç kullanan kadınlar üzerinde bir inceleme yaptı ve otomotiv sektörünü beklenenden daha fazla etkileyen sürücüler olduklarını ve trendler başlattıklarını keşfetti.

ABD'de 2014 yılında ehliyeti olan kadın sayısı, ehliyeti olan erkek sayısını aştı. Kanada ile Birleşik Krallık da ehliyeti olan kadınlar bakımından ABD'nin ardından geliyor; ancak bu ülkelerde kadınlar henüz erkekleri geçebilmiş değil. "Kadınlar için" yapılan araçlar dikkat çekici olsa da satışları düşük. Önümüzdeki yıllarda, otomobil üreticileri "kadınlar için" araç üretmek yerine, geleneksel "kadın" tercihlerini de benimseyecek.

> ***Her dört kadın tüketiciden üçü, otomobil şirketlerinin onları yanlış anladığını düşünüyor.***

Frost & Sullivan araştırmasına göre her dört kadın tüketiciden üçü, otomobil şirketlerinin onları yanlış anladığını düşünüyor. Renault, BMW ve Mercedes üreticileri kadınların tercih ettiği özellikleri de araçlarında kullanıyor. Kategori fark etmeksizin sektörün önde gelen tüm otomobil üreticileri bu trendi sürdürecek.

Kadınlar otomobil alırken tasarıma, kullanıcı dostu uygulamalara ve güvenliğe önem veriyor. Kadın tüketicilerin tercihleri şu 8 önemli tasarım trendiyle sıralanabilir: Araç içi alanı, iyi görüş özelliği, kişiselleştirme seçenekleri, otomatik yardım fonksiyonları, kaliteli malzeme, sağlığa ilişkin özellikler, sezgisel kontroller ve çevre dostu olma.



e-Retailing

Son husus ise, e-Retailing'in ilerleyen zamanlar için şirketlerin çok kanallı stratejiyi benimsemesini sağlayacak olması. Şimdiye dek klasik olan, tüm otomotiv ürün ve servislerinin *(sıfır otomobil, ikinci el otomobil, finans-sigorta, hizmet ve parça sunma gibi konularda)* tek çatı altında ve tek bir noktadan verilmesiydi. Fakat 2014 yılından itibaren otomotiv sektöründe bir ayrıştırma başlamış oldu. Distribütörlerin özel seçenekler geliştirmek için ayrıştırılmamış işletimlerden kaçınması bekleniyor. Yeni otomobillerin ayrıştırılmasına verilebilecek birkaç örnek ise şunlar: İnternet mağazaları, gezici ve amiral mağazalar, finans-sigorta için internet üzerinden sigorta, kiralama-finansal kiralama, "sürdükçe öde" sistemi, parçalar için sanal pazar, mobilite çözümleri ve finans seçenekleri.

Piyasalarda Son Durum

DÜNYA

- **En iyi piyasa Çin.** Dünya otomotiv piyasası 87 milyon birim satışa ulaştı. Küresel bağlamda otomotivdeki en iyi 5 piyasa Çin, ABD, Japonya, Brezilya ve Almanya olurken, ABD 2014'te yükselişini sürdürdü, Japon ve Alman piyasaları ise tekrar yükselişe geçti.
- **Toyota satışta 1.** Otomotiv satışlarında 2014 yılında Toyota birinci geldi, Volswagen, General Motors ve PSA Group ise onu takip etti.
- **Yeni parça geliştirme.** Birim satışlarının artması için, otomobil üreticilerinin müşterinin değişken ihtiyaçlarını karşılayacak yeni parçalar geliştirmesi gerekecek.
- **Üçlü modeller.** 2015 yılında birden fazla segmentin yeni bir model üzerinde etkili olduğunu göreceğiz. Bu üçlü model, 3 farklı segmenti tek potada eritecek.
- **11 model.** Yıl boyunca yaklaşık 11 yeni modelin çıkması bekleniyor.

AVRUPA

- **Satışlar yükselişte.** 2015'te Almanya, Fransa ve İtalya hafif motorlu araç satışlarında tekrar yükselişe geçerken Birleşik Krallık ve İspanya olumlu bir büyümeye tanıklık etti. 2015'te ekonomik koşulların gelişmesi, otomobil satışlarını yüzde 2–3 artırarak tüketici güveninde olumlu bir etki yaratacak.
- **Elektrikli araçlara ilgi artıyor.** 2014'te Elektrikli Araç *(EV-Electric Vehicles)* satışları yüzde 60'ı aşan bir oranda arttı. Alman otomobil üreticilerinin, rekabetçi üretim portföyü ve ortak bir standart üzerinde anlaşmaya vararak getirilen standartlaşma gibi zorlukları ele almaları sayesinde elektrikli otomobil piyasasına yön vermeleri hayli olası. Audi, BMW, Daimler, PSA, ve Volkswagen gibi başlıca Avrupa otomobil üreticilerinin tamamı geleneksel otomobillerle sürüş alışkanlıkları arasında köprü kurma amacıyla EV'ye ilişkin en az 2-3 hizmet sunuyor. Bu hizmetler masrafsız şarjdan uzun yolculuklar için alternatif araç seçmeye kadar uzanıyor.

TÜRKİYE

Satışlarda yavaşlama beklentisi

Bu yıl, Ocak ile Mayıs ayları arasında, yolcu aracı ve hafif ticari araç satışlarında, 2015 rakamlarına göre yolcu aracı yüzde 46, hafif ticari araç ise yüzde 79'luk önemli bir artış gösterdi. Ancak otomotiv satışları Türkiye'de uzun yıllardır dönemsel değişiklik gösteriyor, dolayısıyla bu yıl zirvede olsa da önümüzdeki yıllarda satışların yavaşlayacağı öngörülüyor. Türkiye'deki taşıt satışlarını etkileyen 3 temel faktör bulunuyor. Bunlar taşıt vergisi ve özel tüketim vergisi (ÖTV), döviz kurları ve son olarak bankacılık kredi sistemindeki sınırlama.

Yolcu araçları payını artırdı

Yüksek ÖTV oranları uzun yıllardır özellikle yolcu araçlarının satışını etkilemekte ve Türkiye, hafif ticari araçları yolcu aracı için kullanmasıyla hafif ticari araç üretiminin merkezi haline geldi. Ancak hafif araçların geçmiş verilerdeki satışlarına bakarsak, tüketici tercihinin 2011'den beri değişmekte olduğunu, yolcu araçları payının yüzde 60'tan yüzde 75'e yükseldiğini görüyoruz. Bu da doğrudan; ÖTV yüksek olsa bile, hafif ticari araç sahibi olmanın güncel şartlarının artık fiyat farkını kapsamadığını bizlere gösteriyor.

Kurdaki dalgalanma alım gücünü etkiledi

Döviz kurlarındaki dalgalanma, tüketicinin alım gücünü etkiliyor ve ithal araç üreticilerini de fiyatta değişiklik yapmaya teşvik ediyor. Tüketici kredisinin sınırlı şartları, tüketiciye uzun vadede fayda sağlamakla birlikte daha sağlıklı harcama yapmasına zemin hazırlıyor.



FROST & SULLIVAN HAKKINDA

1961 yılında kurulan Frost & Sullivan, 1800'den fazla kurumsal danışman, piyasa araştırma uzmanı, teknoloji uzmanı ve ekonomist ile beraber 40'tan fazla küresel şubeye sahiptir. 5 yıldır Türkiye'de varlığını sürdürmekte olan ve Frost & Sullivan deneyiminin küresel bakışını Türk piyasa dinamikleriyle birleştiren İstanbul şubesi, diğer 12 sektörün yanı sıra Türkiye'deki en güçlü otomotiv ve ulaşım ekiplerinden biri konumundadır.

Audi Ay'a gidiyor!



Audi, Google tarafından düzenlenen XPRIZE yarışması için Ay yüzeyine inebilecek bir araç tasarlayan Alman Part Time Scientist Takımı'nın destekçisi oldu. 2007 yılında duyurulan ve özel girişimlerin Uzay yolculuğu projelerinin desteklenmesini ön gören Google Lunar XPRIZE, 2017 yılına kadar Ay'ın yüzeyine inecek, en az 500 metre ilerleyebilecek ve dünyaya yüksek çözünürlüklü fotoğraf/video gönderebilecek ilk aracı geliştiren takıma 30 milyon dolar ödül vadediyor. Part Time Scientist takımının destekçisi olan Audi, takıma otomotiv sektöründe öncü olduğu quattro dört çekerden çekiş sistemi, elektrikli sürüş, sürücüsüz sürüş, sürüş asistanları ve ultra hafiflik teknolojisi gibi konularda destek verecek. Münih'te bulunan Audi Tasarım Stüdyosu tarafından da tasarım desteği verilen ve Audi lunar quattro olarak adlandırılan araç, çoğunlukla alüminyumdan üretildi. Testleri Alpler'de ve Kanarya Adaları'nda gerçekleştirilen aracın enerjisi güneş panelleri ile şarj edilen lityum iyon baterilerden geliyor.

Dört tekerlekteki elektrik motorlarıyla hareket eden Audi lunar quattro, her türlü yüzey koşulunda saatte 3.6 kilometre hıza çıkabiliyor.

Audi lunar quattro'yu taşıyan roketin, 2017 yılında fırlatılması ve 380 bin kilometre yol aldıktan sonra 5 gün içinde Ay'ın ekvatorunun kuzeyine, Apollo 17'nin 1972'de indiği noktaya inmesi planlanıyor.

Toyota öğrencileri bilinçlendirdi









Toyota Otomotiv Sanayi Türkiye'nin Sakarya İl Milli Eğitim Müdürlüğü işbirliğiyle, sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında hayata geçirdiği, ilk ve ortaokul öğrencilerini kapsayan çevre turu ve trafik güvenliği okulu projeleri, 2014-2015 eğitim yılını başarıyla tamamladı. Çevre Turu projesine Adapazarı Merkez ilçesinden 15 okul ve 675 öğrenci katıldı. Ortaokul 1'inci sınıf öğrencilerine yönelik olan projede katılımcılar, çevre ile ilgili öğretici sunum ve filmler izledi. Fabrika gezisi sırasında çevreye duyarlı bir üretim faaliyetini yerinde inceleyen öğrenciler, atık su arıtma tesisi ile güneş enerji sistemlerini inceleme fırsatı buldular. Atık ayrıştırma oyunu ile de öğrencilerin geri dönüşümün önemini kavrayıp çevre duyarlılıklarını geliştirmeleri sağlanan projeye bugüne kadar 5 bin öğrencinin katılımı sağlandı.

Çocuklarda erken yaşta trafik güvenliği bilincini geliştirmeyi amaçlayan Trafik Okulu projesine ise 2014-2015 öğretim yılında yine Adapazarı Merkez ilçesine bağlı 13 okuldan toplam 550 öğrencinin katılımı sağlandı. Bu sayıyla birlikte 2010 yılından bu yana toplam 3 bin 500 öğrenciye ulaşan projede, ilköğretim 3. sınıf öğrencileri trafik ile ilgili filmler izleyip, trafik ışıkları ve yaya yollarından güvenli geçiş için pratik yaptılar. Emniyet kemeri ve trafikte görünürlükle ilgili uygulamaları da deneyerek öğrenme fırsatı bulan öğrencilerin program sonunda gelecekte bilinçli birey olmaları yolunda önemli bir mesafe katedildi. Öğrencilerin bilinçlendirilmesi konusunda yüksek verim alınan projeler kapsamında bugüne kadar toplamda 9 bine yakın öğrenciye ulaşıldı.

İbrahim Aybar üniversite adaylarıyla buluştu

Türkiye Otomotiv pazarının liderinden Renault Mais'in Genel Müdürü İbrahim Aybar, İTÜ Tanıtım ve Tercih Günleri'nde aday öğrencilerle buluştu. İTÜ Uçak Mühendisliği Bölümü Mezunu, İbrahim Aybar, aday öğrencilerle gerçekleştirdiği söyleşide Teknik Üniversiteli olma macerasından bahsetti. Öğrencilere sevdiği işi yapmalarını tavsiye eden Aybar, iş yaşamında fark yaratmanın da buna bağlı olarak gerçekleşeceğini söyledi.





Kamu ve özel sektörde geçen çalışma hayatındaki deneyimlerini aktaran Aybar, iş yaşamında nasıl fark yaratılacağını ise şöyle anlattı: "İnsanın verdiği kararlar hayatını oluşturuyor. Öncelikle sevdiğiniz, istediğiniz, kendinizi tamamen adayacağınız bir işin içinde olduğunuzdan emin olmalısınız. Siz isterseniz, eğer o mücadelenin içerisinde olmaktan zevk alırsanız o mücadele sizin başarılı olacağınız çok zevkli bir hayata dönüşüyor. Öncelikle ne yapıyorsanız yapın işinizi severek yapın. İstemediğiniz hiçbir şeyi yapmış olmak için yapmayın. Çünkü siz isteğinizle işin üzerine bir şeyler kattıkça fark ediliyorsunuz. Bizler iş hayatında her gün binlerce insanla bir arada oluyoruz. Her gün binlerce insanın iş yapış biçimini takip ediyoruz. Bu şekilde olan insanları çok kolay anlıyor ve onlara ileride, çok daha kolay yükselme imkanı veriyoruz. Ben iş hayatımda hem yönetici, hem de proje yöneticisi olarak bulunurken hep şuna dikkat ettim. Her şey aynı oranda aynı biçimde gitmemeli ve fark olmalı… Peki, ben bu farkı nasıl oluşturabilirim. Bu farkı oluşturmanın yolu iyi analizden geçiyor. Yaptığınız analizde orada farkın nereden kaynaklanacağını siz görebiliyorsunuz. Tabii bunu düşünürken rasyonel, ekonomik, proaktif ve işin içine bir değer katacak biçimde farklı düşünmek lazım."

Volkswagen ve **BASF**'den 100 bin Avro ödüllü **"4. Elektrokimya Bilim Ödülü"**

BASF ve Volkswagen'in ortaklaşa düzenlediği "Elektrokimya Bilim Ödülü" dördüncü kez düzenleniyor. "Elektrokimya Bilim Ödülü", doğal bilimler ve mühendislik bilimleri alanında tüm dünyadaki çalışmaları destekliyor ve yüksek kapasiteli enerji depolama sistemlerinin geliştirilmesi için teşvik sağlamayı hedefliyor. Global akademik araştırma topluluğu içerisinde yer alan bilim insanlarının katılımını hedefleyen Bilim Ödülü'nde toplam 100 bin Avro para ödülü verilecek. Birinci ise; 50 bin Avro kazanacak. BASF ve Volkswagen uzmanları ve akademik çevre temsilcilerinden oluşan bir jüri tarafından değerlendirme yapılacak. Ödül töreni ise; 28 Ekim 2015 tarihinde Japonya'nın Tokyo şehrinde gerçekleştirilecek.



HYUNDAI, üst üste en sorunsuz marka



J.D. Power 2015 Kalite Değerlendirmesi'ne göre Hyundai, Accent Blue ile birinci oldu.

Dünyanın en saygın bağımsız araştırma kuruluşu olan ve özellikle otomotiv endüstrisine yönelik yaptığı çalışmalarla yıllardır adından söz ettiren J.D. Power, 2015'in "İlk Kalite Değerlendirmesi" raporunu açıkladı. Hyundai, müşterilerinin bildirimleri doğrultusunda ilk 90 günlük kullanım sonunda ortaya çıkan problemlerin değerlendirildiği araştırmada geleneği bozmayarak küçük sınıfta Accent Blue ile birinci olurken genel sıralamada da ünlü Alman ve İngiliz lüks markaların ardından dördüncülüğü elde etti.

J.D Power, aynı zamanda ix35 modeline de SUV segmentinde en yüksek kalite ödülünü verdi. Hyundai Accent Blue, iki yıl üst üste birinci olurken, Elantra ve Santa Fe modelleri de kendi sınıflarında ikincilik elde etti. 29 yıldır kesintisiz olarak gerçekleştirilen J.D. Power İlk Kalite Değerlendirme Raporu'nda (Initial Quality Study-IQS), ix35 (Tucson) ve Accent Blue sahipleri, diğer markaların küçük SUV ya da küçük sınıf modellerine göre daha az arıza ve problem yaşadığını dile getirdiler.

Mazda MX-5'e "Red Dot: En İyinin En İyisi"



Mazda yeni MX-5, çığır açan tasarımlara verilen "Red Dot: En İyinin En İyisi" ile ödüllendirildi.

Mazda yeni MX-5 için, "Red Dot: En İyinin En İyisi" ödülünü aldı. "En İyinin En İyisi" ödülü, birçok sektör arasında özellikle çığır açan tasarımlara veriliyor. 38 uluslararası uzmandan oluşan Red Dot ürün tasarımı jürisi başvuruları tasarım yeniliği derecesinden işlevsellik, ergonomi ve ekolojik uyuma kadar uzanan kriterler çerçevesinde değerlendirdi. Jüri bu yıl 56 ülkeden 4 bin 928 başvuruyu değerlendirdi ve araçların da dahil olduğu 31 kategori için en iyi başvuruları seçti. Red Dot ödülünü, İletişimden Sorumlu Başkan Yardımcısı Wojciech Halarewicz ile birlikte Mazda Avrupa Tasarım Direktörü Kevin Rice kabul etti.

Agresif yüzü, coşkulu hatları, geniş duruşu ve kısa çıkıntılarıyla yeni MX-5, tüm yeni nesil Mazdaların temelinde bulunan ve takdir toplayan KODO-Hareketin Ruhu tasarım temasının bir adaptasyonu. Şirket ayrıca bu yıl iki Red Dot ürün tasarımı ödülü daha aldı: yeni kompakt SUV Mazda CX-3'ün öne çıkan tasarım kalitesi için bir "Red Dot" ve Mazda2 için bir "Mansiyon Ödülü". Böylece beş yeni nesil Mazda modeli Red Dot ödülü kazanmış oldu.

Nissan'dan çevreci program



Nissan, 2016 Global Yeşil Programı'nı tanıtırken, Avrupa genelinde 50 milyon kg CO_2 emisyonu tasarruf sağladığını açıkladı.

Japon otomobil devi Nissan, 2016 Global Yeşil Programı'nı tanıttı. Nissan 2016 Küresel Yeşil Programı'nda, elektrikli araç emisyonlarının düşürülmesinin şehirlerde hem çevrenin hem de yaşam kalitesinin korunmasında taşıdıkları önemli rolün altını çizdi. Markanın verdiği bilgiye göre Avrupa genelinde kullanımda olan 41 bin 100 adet yüzde 100 elektrikli Nissan LEAF sayesinde atmosfere 50 milyon kg daha az karbondioksit salındı.

Güncel büyüme verilerine göre hali hazırda dünya genelinde var olan bir milyar motorlu araç sayısının 2050'de 2,5 milyar seviyesine çıkacağı tahmin ediliyor. Günümüzde global ölçekte 600 milyon ton olarak hesaplanan karbondioksit salınımı gerçekleşiyor. Bu rakam dikkate alındığında, şehirlerin şekillenmesinde ulaşım ve çözümlerinin payı giderek artacağı öngörülüyor. Enerji Çeşitliliği ve Tasarrufu Enstitüsü'nün (IDAE) araştırmalarına göre bir şehrin caddelerine bin adet yüzde yüz elektrikli otomobilin eklenmesi sera gazı emisyonlarında 30 bin kilogramlık, CO_2 emisyonunda ise yılda 2 bin tondan fazla düşüş yaratıyor. Bunun yanında Nissan'ın 26 desibellik bir tavan vantilatöründen bile daha sessiz olan LEAF ve e-NV200 gibi sıfır emisyonlu otomobilleri şehirlerdeki gürültü kirliliği seviyesini de kayda değer oranda düşürebiliyor.

Opel Avrupa pazarlarında büyüyor

Opel Haziran ayında Avrupa genelinde ortalama yüzde 9, Türkiye pazarında ise yüzde 36'lık artış yakaladı.



Opel, 2015 yılının ilk yarısında 582 bin 300 adet otomobil satışıyla Avrupa'daki yükselişini sürdürüyor. İlk gelen rakamlara göre bir önceki yılın aynı periyoduna kıyasla yüzde 3 yükseliş gerçekleşti. Avrupa'da pazar payını artıran Opel, ilk 6 ayda en çok büyümeyi yüzde 36'lık büyüme rakamıyla Türkiye'de gerçekleştirdi. Opel 2015'in ilk yarısında yakaladığı satış adetleriyle Avrupa genelinde yüzde 6'lık bir pazar payına ulaştı.

Opel, pazara sunduğu yeni ve çekici ürün ve motor portföyü ile daha iyi performans göstermeyi hedefliyor. Karl ile ilk etapta 30 bin adet sipariş alan marka, MOKKA ile 20 binden fazla satış adedine ulaştı ve Avrupa'da yüzde 28 pazar payı elde etti. Türkiye pazarında da Mokka 1.6 dizel otomatik motor ve şanzıman seçeneğiyle çok kısa sürede segmentini en çok talep edilen modellerinden biri konumuna geldi.

Opel'in beklenen dizel otomatik motor ve şanzıman seçeneğini Ekim ayında Insignia'da, Kasım ayında da yeni jenerasyon Astra modelinde pazara sunması bekleniyor. Opel, Avrupa'da hafif ticari araç pazarında da oldukça başarılı sonuçlar elde ediyor. Movano ile yüzde 34, Vivaro ile yüzde 27, Combo ile yüzde 15 lik büyümeyi altı ayda gerçekleştirdi. Toplam hafif ticari araç pazarında 51 bin araç satışına ulaştı.

Rafael Nadal 2020'ye kadar Kia ile



KIA, tenisin süperstarı Rafael (Rafa) Nadal ile yaptığı küresel marka elçiliği anlaşmasının 2020'ye kadar uzatıldığını duyurdu.

FIFA Dünya Kupası, Avustralya Açık Tenis Turnuvası, NBA, World Extreme Games, Copa America ve Dünya Okçuluk Federasyonu gibi spor organizasyonu ve kuruluşlarının destekçisi olan KIA, tenisin süperstarı Rafael Nadal'la olan işbirliğini 2020'ye kadar uzattı. Bugüne kadar KIA'yla birlikte yaptığı çalışmalarla markanın vizyonuna değer katan Rafael Nadal, 2020'ye kadar kadar KIA'nın modern, üstün kaliteli otomobillerini ve markanın genç ve dinamik değerlerini dünya çapında tanıtmaya devam edecek.

28 yaşındaki Nadal, KIA'nın TV, yazılı basın ve sosyal medyadaki küresel reklam kampanyalarında görünmeye devam edecek. Nadal, KIA sponsorluğunda düzenlenen Avustralya Açık Tenis Turnuvası ve başlıca uluslararası otomobil fuarları dahil olmak üzere uluslararası etkinliklerinde yer alarak KIA'nın tanıtımına destek olacak. Son dokuz yıldır devam eden bu ortaklık süresince ünlü tenisçi, KIA'nın bir dizi nefes kesen videosunda araç kullanması ve ayrıca kendi KIA Pro cee'd otomobilini yardım amaçlı satması dahil olmak üzere, küresel çapta bir dizi etkinlikte yer aldı.

Otokar OHSAS 18001 Belgesi ile taçlandırıldı

Otokar, OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi'ni almaya hak kazandı.

Otokar, üretim süreçlerindeki en önemli bileşenlerinden olan iş sağlığı ve güvenliği konusundaki kalitesini, hak kazandığı OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi ile de tescilledi. Otokar standartlarını yükselterek çalışma koşullarını düzenlerken iş sağlığı ve güvenliği yönetimini sürdürülebilir kılmak için OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi kapsamında İş Sağlığı ve Güvenliği Politikasında yer alan Planlama, Uygulama ve İşletme, Kontrol ve Yönetimin Gözden Geçirmesi, başlıkları altındaki şartlarını başarıyla yerine getirerek belgeyi almaya hak kazandı.

OHSAS 18001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi işyerlerini çalışanlar için sağlıklı ve güvenli hale getirmede yardımcı olabilecek uluslararası platformda kabul gören bir standart. Otokar, topyekûn mükemmellik felsefesi ile tüm



üretim süreçlerinde güvenilir ortamı hedeflerken iş süreçlerini ulusal ve uluslararası standartlara göre en üst seviyede tedbirlerle yönetiyor. Gerekli şartları yerine getiren Otokar'ın, gerçekleştirilen denetlemeler sonrasında, OHSAS standardına uygun çalıştığı akredite kuruluş tarafından onaylandı.

Ferrari 488 GTB Türkiye'de!



FerMas, Ferrari'nin en yeni süper spor modeli 488 GTB'yi Ağustos ayından itibaren Türkiye'de ilk müşterilerine teslim etmeye başladı. Ferrari 488 GTB, İtalyan lüks spor otomobil üreticisi Ferrari'nin, yenilikçi V8 motor ve üstün tasarım özellikleriyle ön plana çıkan en yeni süper spor modeli olmasıyla dikkat çekiyor. Ferrari 488 GTB'nin yeni 3.9 litrelik V8 turbo motoru, güç, tork ve tepki süreleri açısından sınıfının en yüksek değerlerini sunarken, devrim niteliğindeki mimarisiyle de standartlara yeni bir boyut getiriyor. Ferrari 488 GTB'nin 8 bin devirde 670 HP güç üreten motoru, 7. viteste 760 Nm maksimum tork üretebiliyor. 0 - 200 km/s hızlanmasını sadece 8.3 saniyede tamamlıyor ve 330 km/s'nin üzerinde maksimum hıza ulaşıyor.



Jaguar XE satışta

Üst orta sınıfta yer alan Jaguar XE, Borusan Otomotiv Satış Noktaları'nda yerini aldı. 180 bg'lik 2.0 litre dizel motoru ve 8 ileri otomatik şanzımanı ile 100 km'de ortalama 4,2 lt yakıt tüketen Jaguar XE hem performans hem de ekonomiyi aynı gövdede buluşturuyor. Yüzde 75'i alüminyum olan gövde yapısı sayesinde daha da sağlam olan XE'nin, arkadan itişli olması sportif bir sürüş sağlarken, bir üst segmentin standartlarını sunan süspansiyonları konforlu yolculuklara imkan tanıyor. 3 yıl sınırsız km üretici garantisine sahip olan Jaguar modelleri için sektörde 30 yıllık tecrübeye sahip olan Borusan Otomotiv'in çatısı altında İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Antalya ve Adana illerinde bulunan satış noktaları ve servis ağı ile hizmet veriliyor.

Honda CR-V Türkiye yollarında

Honda CR-V, 1.6 i-DTEC motorlu ve manuel şanzımanlı versiyonuyla satışa sunuldu. Yenilenmesiyle birlikte 160 HP'lik güce ve 9 ileri otomatik şanzımana kavuşan Honda CR-V'nin de desteğiyle Honda'nın 2015'deki pazar payının 2014'e kıyasla yüzde 15 artacağı tahmin ediliyor. Dördüncü nesil CR-V, daha güçlü 1.6 litrelik i-DTEC dizel motor, 9 ileri otomatik şanzımanla rekabetçi bir güç-tüketim oranı sunuyor. Dört tekerlekten çekiş sistemine sahip CR-V, Honda'nın Earth Dreams Technology serisinin yeni 160 HP'lik 1.6 litre i-DTEC dört silindirli dizel motoru, üstün performans ve düşük CO_2 emisyonu sunuyor. i-DTEC motorun iç sürtünme oranının yüzde 37 azaltılması sayesinde ortalama kullanımda 4,9 lt/100km'lik etkileyici yakıt tüketim değerine ulaşıldı.





Tasarım ikonu Fiat 500 yenilenerek geliyor!

Fiat'ın ilk olarak 2007 yılında global bir lansmanla tanıttığı yeni nesil 500 modeli, aradan geçen 8 yıl sonrasında bin 900'e yakın parçası değişerek tamamen yenilendi. 100'den fazla ülkede 1.6 milyon kişinin tercihi olan efsanevi Fiat 500'ün yeni versiyonu, ilk etapta 1.2 litre 69 HP'lik benzinli motor ve Dualogic otomatik şanzıman seçeneğine sahip olarak Türkiye'de Eylül'den itibaren satışa sunulacak. 357 cm uzunluğa, 163 cm genişliğe, 149 cm yüksekliğe ve 230 cm dingil mesafesine sahip Geleneksel stile bağlı kalınarak aracın ön ve arka kısımlarının tasarımı değiştirilirken, yenilenen Fiat 500'ün dış tasarımı, 1957'deki klasik modelin geleneklerine uygun ayırt edici özellikleri taşımaya devam ediyor.

Yılın Pick-up'ı Yeni Mitsubishi L200



Mitsubishi Motors'un beşinci nesil pick-up'ı Yeni Mitsubishi L200, henüz resmi olarak pazara sunulmadan önce, İngiltere'nin önde gelen haftalık otomobil dergisi Auto Express tarafından 'Yılın Pick-upı' seçildi. Ödül, Mitsubishi Motors Corporation ve Mitsubishi Motors İngiltere için Yeni Mitsubishi L200'ün Avrupa pazarına girişte iddiasını güçlendirdi. Mitsubishi Motors'un 150 ülkede yıllık 200 bin adetlik satış hedeflediği Yeni Mitsubishi L200, yakıt ekonomisinden kolay manevra kabiliyetine kadar kullanıcılarının hayatını kolaylaştırmak üzere baştan tasarlandı. Atletik ve yenilenmiş güçlü tasarımıyla dikkat çeken Yeni Mitsubishi L200, güçlenen altyapısı ve üstün donanım özellikleriyle bir SUV/binek otomobil konforuyla sınıfında fark yaratıyor.

Ford Fiesta yeni renkleriyle satışta



Ford'un B segmentindeki iddialı modeli Fiesta, yeni renk seçenekleriyle farklı bir havaya büründü. Sene başında 140 PS'lik güç üreten 1.0 litre EcoBoost motora sahip Red ve Black modelleriyle beğeni toplayan Fiesta'nın renk seçeneklerine Şeker Kırmızı, Kum Kahverengi ve Manyetik Gri eklendi. 3 farklı donanım seviyesinde sunulan Fiesta'nın tüm versiyonlarında yenilikler mevcut. 3 kollu deri direksiyon simidi ve deri kaplı el freni, Fiesta'nın Trend donanım seviyesindeki standartlara eklendi. Fiesta Trend X donanım seviyesinde de deri kaplı el freni standartlar arasına alındı. Fiesta'nın en üst donanımı olan Titanium'da ise 15 inç yerine 16 inçlik alüminyum alaşım jantlar sunulurken, ön tasarımda krom barlı alt ızgara kullanılıyor.

Mercedes-Benz A-Serisi yenilendi



Tasarımı ve dinamik ruhu ile Mercedes-Benz kompakt araç segmentinin ilk ve en çok tercih edilen modellerinden A-Serisi, kullanıcı talepleri doğrultusunda ve gelişmiş konfor sunmak üzere yenilendi. Dünya lansmanı gerçekleşen yenilenen A-Serisi, Ekim 2015 itibarıylaTürkiye'de satışa sunulacak. Yenilenen A-Serisi'nin heyecan uyandıran sportif dış tasarımı ve yüksek kaliteyi yansıtan iç tasarımı ile kendine özgü karakteri, Mercedes-Benz'in genç kitlelere hitap eden tasarım stratejisini yansıtıyor. Dikkat çekici hatları ve dinamik yapısı ile A-Serisi, sportif radyatör ızgarası, yeni LED yüksek performanslı farları ve tampona entegre edilen egzoz boruları ile markanın başarılı kompakt sınıf araçlarının sportifliğini ve dinamikliğini vurguluyor.



Renault'nun yeni D-segment sedan otomobili, Talisman

Renault'nun yepyeni D sedan otomobili Talisman, stil ile sürüş keyfini bir araya getiriyor. Akıcı ve doğal bir biçimde söylenen üç heceli Talisman ismi modelin güçlü duruşunu ve etrafına yaydığı enerjiyi yansıtıyor. TALISMAN duygu dolu stil, konforlu ve her detayı düşünülmüş iç mekan ve 4Control şasi, aktif amortisör, Multi-Sense teknolojisi, R-Link 2.0, Bose Surround Sound gibi ileri teknolojileri bir araya getiren tek D-segment sedan otomobili. Talisman, verimli, yüksek performanslı motorlar ve kapsamlı ileri sürüş destek sistemleriyle donatıldı. Renault Nissan İttifakı için geliştirilen CMF D mimarisi üzerine yükselen Renault Talisman 420 milyon Euro yatırım yapılan Douai tesislerinde üretiliyor. Talisman, yıl sonunda Avrupa'da ve Türkiye'de satışa sunulacak.

Infiniti Q50'nin ön tanıtım çalışmalarına başlandı

Bayraktar Grubu'nun premium otomobil markası Infiniti, sportif sedan modeli Q50'nin ön tanıtım çalışmalarına başladı. Infiniti Q50, araç üretiminde kullanılan dünyanın ilk drive by wire direksiyon sistemi olan Direkt Adaptif Direksiyon Sistemi, Aktif Şerit Destek Kontrol Sistemi, Öngörülü Çarpışma Uyarı Sistemi ve Çift dokunmatik ekran gibi yenilikçi teknolojik özellikleriyle adından söz ettiriyor. Infiniti Q50'nin 2 litrelik turbo benzinli motoru 211 beygir gücüne ve 350 Nm torka sahip. Dünyada ilk kez Infiniti Q50 Sport donanımlı sedan modelinde kullanılan ve gelecekte otonom sürüş için devrim niteliğinde kabul edilen Direkt Adaptif Direksiyon Sistemi, Japonya'da RJC tarafından, yılın en önemli yeniliği kabul edilerek 2014-2015 Yılının Teknolojisi ödülüne layık görülmüştü.





Yeni Caddy yepyeni görünümüyle Türkiye'de

Volkswagen Ticari Araç'ın sınıfının en beğenilen modellerinden biri olan Caddy, yeni Volkswagen DNA'sını taşıyan karakteristik yepyeni tasarımıyla Volkswagen showroom'larında yerini aldı. Türkiye'de 1.6 lt TDI 102 PS motorla pazara sunulan Yeni Caddy, 7-ileri DSG ve 5-ileri manuel olmak üzere iki farklı şanzıman seçeneğiyle, Trendline ve Comfortline olmak üzere de iki farklı donanım seviyesinde alınabiliyor. Yeni Volkswagen DNA'sını taşıyan keskinleştirilmiş kıvrımlar, belirginleştirilmiş hatlar Yeni Caddy'ye dinamik bir görünüm sağlıyor. Yeni Caddy'de, önceki nesillerde görülen tüm olumlu fonksiyonel özelliklerin korunduğu dikkat çekiyor. Aracın görünüş, kendine özgülük ve dinamizm özelliklerinde fark edilir şekilde iyileştirmeler göze çarpıyor.

Yeni Skoda Superb'den 5 yıldızlı güvenlik



Euro NCAP çarpışma testinde Yeni Skoda Superb, yetişkin yolcu, çocuk, yaya koruması ve güvenlik ekipmanları kategorilerinin hepsinde üstün performans göstererek genel değerlendirmede 5 yıldız elde etmeyi başardı. Yapılan testler, Yeni Superb'in sıra dışı güvenlik standartlarını karşıladığını kanıtladı. Skoda Superb, aynı zamanda sınıfında daha önce standart olmayan bir dizi yeni güvenlik asistanlarını sunuyor. Bu teknoloji sayesinde sürücü ve yolcular tüm trafik şartlarında güvenle seyahat edebiliyor. Güvenlik asistanlarının yanı sıra dokuz adete kadar çıkarılabilen hava yastığı, daha rijit gövde ve özel olarak optimize edilen çarpma noktaları mümkün olan en iyi korumayı sağlıyor. Yeni Superb Ağustos ayında Türkiye'de satışa sunulmaya başlanacak.

Yenilenen Peugeot Partner Tepee ve Partner Van ile daha fazla hareket özgürlüğü

Segmentinde anlayışları değiştiren ve segmentine yeni standartlar getiren Partner Tepee ve Partner Van modelleri tasarım ve teknoloji alanında yepyeni geliştirmelerden yararlanıyorlar. Partner Tepee'nin yenilenen ön yüzü markanın diğer modelleriyle uyumlu olarak yeni ızgara tasarımını benimsiyor. Sağlamlıkları, modern, teknolojik ve internet bağlantılı yeni donanımları ile yeni PeugeotPartner Tepee ve Partner Van modellerinin cazibesi arttırıldı. Çağa ayak uydurmayı bilen bu modeller bu kadar başarılı olmalarını sağlayan temel değerlerini de unutmadılar: Sağlamlık ve güvenilirlik, referans yükleme kapasiteleri ile birleşen eşsiz esneklik ve modülerlik ve kabin içindeki yaşam konforu. Yenilenen Peugeot Partner Haziran ayından itibaren Türkiye pazarına sunuluyor.



Fuarlar

7 -12 Eylül 2015	: Moscow Auto Salon – COMTRANS - **www.oar-info.ru**
15 - 27 Eylül 2015	: Frankfurt, 66th International Motor Show – IAA - **www.iaa.de**

Fuar



17. Sign İstanbul Fuarı / 10-13 Eylül 2015

Tarsus Group'un, bu yıl Mayıs ayında Londra'da başlayıp sırasıyla Kaliforniya, Paris ve Dubai ile devam edecek "3D Print Show Global Serisi"nin İstanbul ayağı SIGN İstanbul fuarı oldu. İFO Fuarcılık tarafından 10-13 Eylül tarihlerinde 17.'si gerçekleştirilecek SIGN İstanbul 2015, 3D Print Show özel bölümünü 11. Salonda açıyor. Bu özel bölümde yeni teknolojiye en erken uyum sağlayan başta otomobil sektörü olmak üzere pek çok sektörde çığır açan 3 boyutlu baskı teknolojileri sergilenecek.
www.signistanbul.com

Kongre



PERYÖN 23. İnsan Yönetimi Kongresi 16-17 Kasım 2015

Haliç Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek PERYÖN İnsan Yönetimi Kongresi'nde insan yönetimi farklı yönleriyle uzmanlar ve profesyoneller tarafından ele alınacak. Kongrenin programında pek çok dikkat çekici başlıkta oturum ve konuşmacı yer alıyor. İnsan yönetimi profesyonellerinin buluştuğu dev organizasyonda bu yıl yer alacak konuşmacılar arasında;

- Dünyanın önde gelen gelen "işyerinde mutluluk uzmanı" Woohoo Inc. Kurucu Başkanı ve Mutluluk Müdürü Alexander Kjerulf,
- "Aktif yurttaşlık" hareketi ile yüzlerce insanın hayatını değiştiren Ole Kassow,
- Çalışan Bağlılığı" konusunda dünyaca ünlü uzman David Zinger var.
- Sabancı Üniversitesi Yönetim Bilimleri Fakültesi Finans Kürsü Başkanı Prof. Dr. Özgür Demirtaş var.

Kitap

Fotoğraflarla İstanbul'da Ulaşım

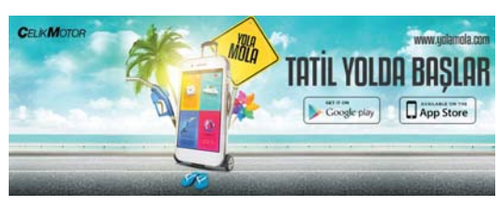
İstanbul'da toplu ulaşımı 1871 yılında Azapkapı-Beşiktaş hattında açılan ilk atlı tramvayla başlatan, daha sonra elektrikli tramvay işletmeciliğine geçen, şehri 1927 yılında ilk otobüslerle tanıştıran, 1961 yılında troleybüsleri devreye alan, otobüslerin yaygınlaştırılmasının ardından 2007 yılında açılan metrobüsle iki kıtayı birbirine bağlayan İETT, arşiv çalışmalarına bir yenisini daha ekledi. İstanbul Kent İçi Ulaşım Tarihçisi Akın Kurtoğlu tarafından hazırlanan ve İETT Fotoğraf Arşivi'nden seçilen fotoğraflardan oluşan "Fotoğraflarla İstanbul'da Ulaşım" adlı iki ciltlik eserde İstanbul'un otobüslü yılları konu ediliyor.



Yeni Uygulama

Yola Mola

Çelik Motor, sürücülere verdiği hizmetlere bir yenisini daha ekledi. Akıllı telefonlar için geliştirilen Yola Mola adlı uygulama, otomobil ile seyahat edenlerin hayatını kolaylaştıracak ve yolculuk deneyimini zenginleştirecek özellikler içeriyor. Kullanıcılar uygulamanın sunduğu özellikler sayesinde yol boyunca, yemek yiyebilecekleri yerleri, ziyaret edebilecekleri tarihi mekânları hatta benzin durumlarını öğrenebiliyorlar. Yola Mola uygulaması, tatil yolculuğunu tatilin eğlenceli bir parçası haline getirmeyi amaçlıyor. Sürücüler uygulamayı hem IOS platformunda hem de Android platformunda ücretsiz olarak indirip kullanabiliyor.
www.yolamola.com





ODDdergi
www.odd.org.tr



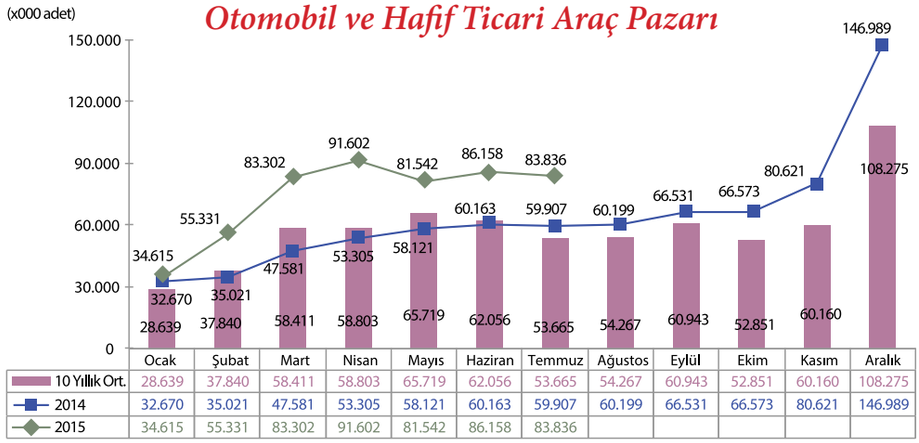
Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı Ocak - Temmuz 2015

Türkiye Otomotiv pazarında 2015 yılı yedi aylık dönemde otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 516 bin 386 adet olarak gerçekleşti. 346 bin 768 adet olan 2014 yılı aynı dönemi otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %48,91 artış gösterdi.

2015 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 83 bin 836 adet olarak gerçekleşti. 59 bin 907 adet olan 2014 yılı Temmuz ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %39,94 arttı.

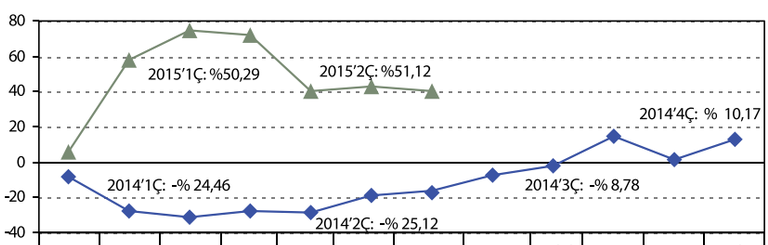
Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Temmuz ayı ortalama satışlara göre %56,22 artış gösterdi.

Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı



	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
10 Yıllık Ort.	28.639	37.840	58.411	58.803	65.719	62.056	53.665	54.267	60.943	52.851	60.160	108.275
2014	32.670	35.021	47.581	53.305	58.121	60.163	59.907	60.199	66.531	66.573	80.621	146.989
2015	34.615	55.331	83.302	91.602	81.542	86.158	83.836					

Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı Aylık ve Çeyrekler Gelişimi (%)



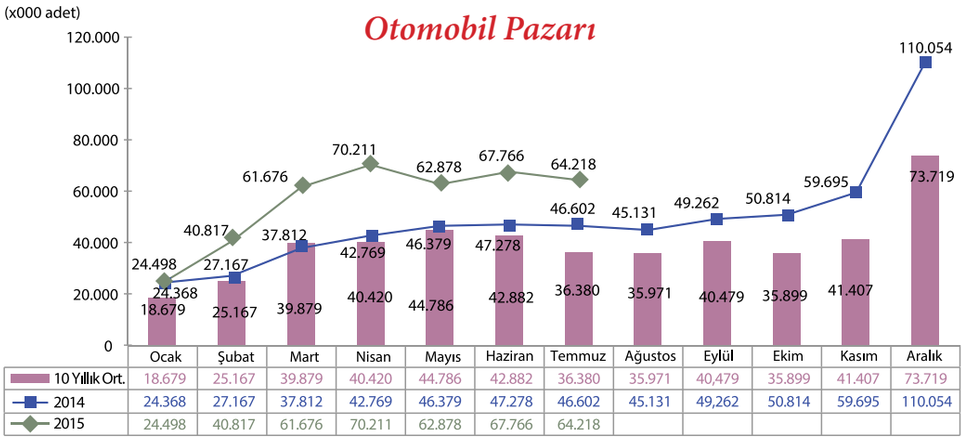
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014/2013 (%)	-8,03	-27,50	-30,82	-27,55	-28,66	-18,80	-16,33	-7,45	-2,11	14,75	1,66	13,31
2015/2014 (%)	5,95	57,99	75,07	71,85	40,30	43,21	39,94					

Türkiye Otomotiv pazarında, 2015 yılı yedi aylık dönemde otomobil satışları bir önceki yılın aynı dönemine göre %43,94 artarak 392 bin 64 adede yükseldi. Geçen sene aynı dönemde 272 bin 375 adet satış gerçekleşmişti.

2015 yılı Temmuz ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %37,8 artarak 64 bin 218 adede ulaştı. Geçen sene Temmuz ayında 46 bin 602 adet satış gerçekleşmişti.

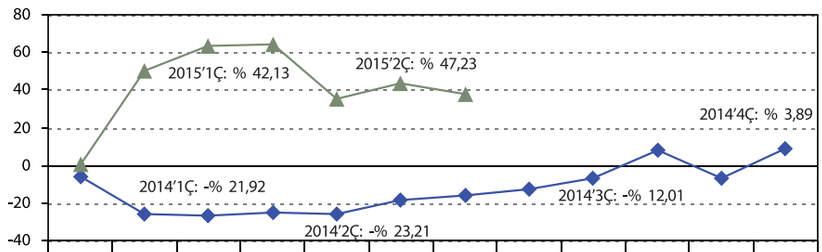
Otomobil pazarı, 10 yıllık Temmuz ayı ortalama satışlara göre %76,52 artış gösterdi.

Otomobil Pazarı



	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
10 Yıllık Ort.	18.679	25.167	39.879	40.420	44.786	42.882	36.380	35.971	40.479	35.899	41.407	73.719
2014	24.368	27.167	37.812	42.769	46.379	47.278	46.602	45.131	49.262	50.814	59.695	110.054
2015	24.498	40.817	61.676	70.211	62.878	67.766	64.218					

Otomobil Pazarı Aylık ve Çeyrekler Gelişimi (%)



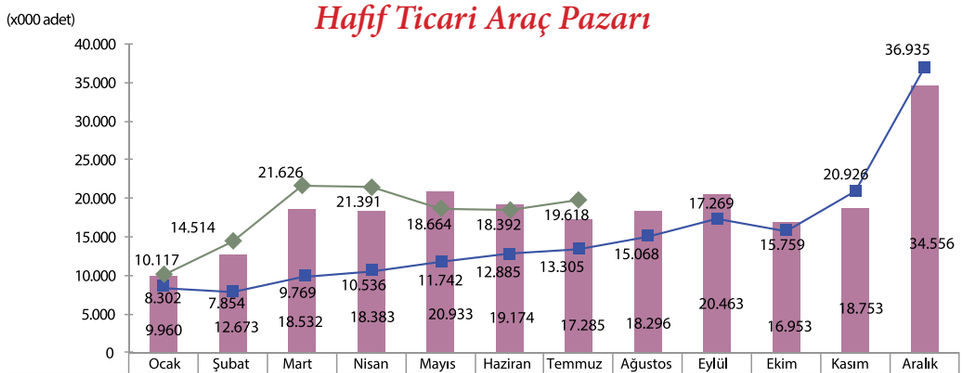
	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014/2013 (%)	-5,68	-26,20	-26,98	-24,97	-25,65	-18,89	-16,35	-12,56	-6,92	8,15	-6,90	8,75
2015/2014 (%)	0,53	50,24	63,11	64,16	35,57	43,34	37,80					

Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %67,12 artarak 124 bin 322 adet seviyesinde gerçekleşti. Geçen sene aynı dönemde 74 bin 393 adet satışa ulaşılmıştı.

Hafif ticari araç pazarı 2015 yılı Temmuz ayında geçen yılın aynı ayına göre %47,45 artarak 19 bin 618 adet seviyesine ulaştı. Geçen sene Temmuz ayında 13 bin 305 adet satış gerçekleşmişti.

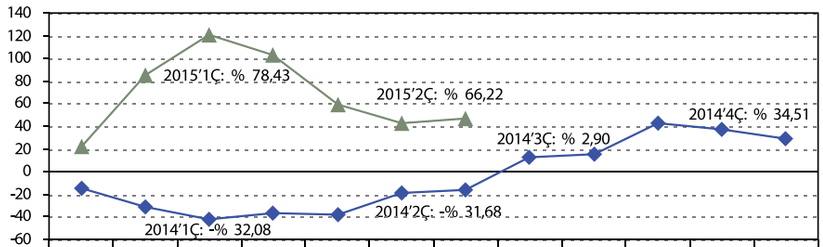
Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Temmuz ayı ortalama satışlara göre %13,50 arttı.

Hafif Ticari Araç Pazarı



	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
10 Yıllık Ort.	9.960	12.673	18.532	18.383	20.933	19.174	17.285	18.296	20.463	16.953	18.753	34.556
2014	8.302	7.854	9.769	10.536	11.742	12.885	13.305	15.068	17.269	15.759	20.926	36.935
2015	10.117	14.514	21.626	21.391	18.664	18.392	19.618					

Hafif Ticari Araç Pazarı Aylık ve Çeyrekler Gelişimi (%)



	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2014/2013 (%)	-14,31	-31,66	-42,50	-36,44	-38,48	-18,48	-16,24	12,18	14,84	42,89	37,82	29,51
2015/2014 (%)	21,86	84,80	121,37	103,03	58,95	42,74	47,45					

2015 yılı Ocak-Temmuz dönemi otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %95,82 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 375 bin 687 adet ile sahip oldu. Ardından %3,31 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,86 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2014 yılı aynı dönemine göre 1600cc altındaki otomobil satışlarında %45,43, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %15,64 ve 2000cc üstü otomobillerde %18,34 artış yaşandı. 2015 yılı yedi aylık dönemde, 85kW altı 14 adet, 121kW üstü ise 43 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

MOTOR HACMİ	MOTOR CİNSİ	2014'Temmuz Sonu		2015'Temmuz Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤ 1600cc	B/D	258.323	% 94,84	375.687	% 95,82	% 45,43	45%	% 18
1601cc - ≤ 2000cc	B/D	11.205	% 4,11	12.958	% 3,31	% 15,64	90%	% 18
≥ 2001cc	B/D	2.841	% 1,04	3.362	% 0,86	%18,34	145%	%18
≤ 85 kW	ELEKTRİKLİ	6	% 0,00	14	% 0,00		3%	%18
86kW - ≤ 120kW	ELEKTRİKLİ	0	% 0,00	0	% 0,00		7%	%18
≥ 121kW	ELEKTRİKLİ	0	% 0,00	43	% 0,01		15%	%18
Toplam		272.375	% 100,00	392.064	% 100,00	43,94 %	VERGİ ORANLARI	

2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomobil pazarı ortalama emisyon değerlerine göre incelendiğinde, en yüksek paya %41,94 oranıyla 100-120 gr/km arasındaki otomobiller (164.416 adet) ve ardından yine %29,41 pay ile 120-140 gr/km arasındaki otomobiller (115.324 adet) sahip oldu.

CO_2 ORTALAMA EMİSYON DEĞERLERİ (gr/km)	2014'Temmuz Sonu		2015'Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100 gr/km	28.234	% 10,37	40.824	% 10,41	% 44,59
≥ 100 - < 120 gr/km	108.745	% 39,92	164.416	% 41,94	% 51,19
≥ 120 - < 140 gr/km	83.189	% 30,54	115.324	%29,41	% 38,63
≥ 140 - < 160 gr/km	38.333	% 14,07	56.126	% 14,32	% 46,42
≥ 160 gr/km	13.874	% 5,09	15.374	% 3,92	% 10,81
Toplam	272.375	% 100,00	392.064	% 100,00	% 43,94

2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde dizel otomobil satışları geçen yılın aynı dönemine göre %38,14 arttı. 2015 yedi aylık otomobil satış adetleri, 2014 yılı aynı dönem ile kıyaslandığında, dizel payı %62,97'den %60,43'e (236.928 adet) geriledi.

DİZEL	2014'Temmuz Sonu		2015'Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	11	% 0,53	10	% 0,40	% -9,09
B (Entry)	50.389	% 60,56	69.825	% 57,46	% 38,57
C (Compact)	95.346	% 66,96	127.989	% 62,52	% 34,24
D (Medium)	19.439	% 58,60	31.178	% 64,99	% 60,39
E (Luxury)	4.739	% 48,20	5.569	% 43,75	% 17,51
F (Upper Luxury)	1.587	% 92,97	2.357	% 90,62	% 48,52
Toplam	171.511	% 62,97	236.928	% 60,43	% 38,14

2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomatik şanzımanlı otomobil satış adetleri 2014 yılı aynı dönemine göre %54,93 arttı. 2015 yılı yedi aylık otomobil satış adetleri geçen yıl ile kıyaslandığında, otomatik şanzımanlı otomobil satışlarının payı %45,37'den %48,83'e (191.464 adet) yükseldi.

OTOMATİK ŞANZIMAN	2014'Temmuz Sonu		2015'Temmuz Sonu		Değişim
	Adet	Segment İçindeki Pay	Adet	Segment İçindeki Pay	
A (Mini)	1.384	% 67,05	1.909	% 75,45	% 37,93
B (Entry)	22.952	% 27,58	39.718	% 32,68	% 73,05
C (Compact)	63.473	% 44,58	97.370	% 47,57	% 53,40
D (Medium)	26.718	% 80,55	40.552	% 84,53	% 51,78
E (Luxury)	7.399	% 75,25	9.323	% 73,24	% 26,00
F (Upper Luxury)	1.656	% 97,01	2.592	% 99,65	% 56,52
Toplam	123.582	% 45,37	191.464	% 48,83	% 54,93

2015 yılı Ocak-Temmuz döneminde otomobil pazarı segmentinin %83,85'ini yine vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerinde yer alan araçlar oluşturdu. Segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adedine %52,21 pay alan C (204.704 adet) segmenti ve ardından %31,00 pay ile B (121.525 adet) segmenti ulaştı.

2015 YILINA AİT GÖRÜNÜM

IMF Dünya Ekonomik Görünüm Raporu, 2015 Temmuz ayı tahminlerine göre; dünya için 2015 yılı büyüme tahmininin %3,3, 2016 yılı için ise %3,8 olduğunu görmekteyiz. Raporda, dünyanın büyüme konusunda lokomotifi olan Amerika'daki büyüme hızının 2015 yılı için %2,5 ve 2016 yılı için %3,0 olacağı beklenmektedir. Türk otomotiv ihracatı için son derece önemli yer tutan Avrupa için de büyüme hızının 2015 yılında %1,5 ve 2016 yılında da %1,7 seviyesinde olacağı tahmin edilmektedir.

LMC Automotive, 2015 yılı 2. Çeyrek itibarıyla 2015 yılı ve 2016 yılı dünya otomotiv pazarı tahminlerini yayımladı. 2015 yılı 2. Çeyrek sonuçlarına göre; 2015 yılı dünya toplam otomotiv pazarının geçen yıla oranla %1,5 artışla, 91,8 milyon adet seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2016 yılında ise dünya otomotiv pazarının bir önceki yıla göre %4,8 artışla 96,3 milyon adet seviyesine ulaşması tahmin ediliyor.

LMC Automotive, 2015 yılı 2. Çeyrek itibariyle 2015 yılı ve 2016 yılı dünya otomotiv üretimi tahminlerini yayınladı. LMC Automotive 2. Çeyrek sonuçlarına göre; 2015 yılı dünya toplam otomotiv üretiminin geçen yıla oranla %2,0 artışla, 92,6 milyon adet düzeyinde gerçekleşmesi bekleniyor. 2016 yılında ise dünya otomotiv üretiminin bir önceki yıla göre %4,4 artışla yaklaşık 96,7 milyon adede ulaşması tahmin ediliyor.

Türkiye'deki büyüme oranının 2014 Ekim ayında açıklanan Orta Vadeli Programa göre, 2015 yılında %4,0 ve 2016 yılında %5,0 seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor. IMF tahminlerine göre, Türkiye için büyüme oranları 2015 yılı için %3,1, 2016 yılı için %3,6 olarak beklenmektedir.

2015 yılı otomotiv sektörü toplam pazarının 900-950 bin adet aralığında gerçekleşeceği beklenmektedir.

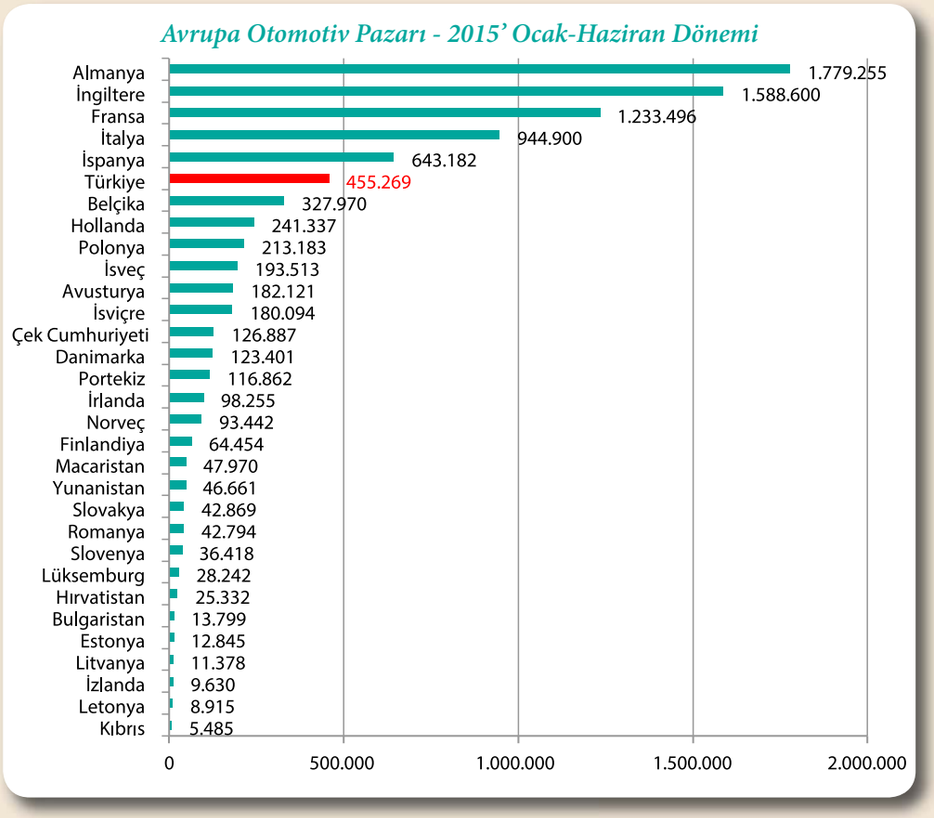
Raporun tamamı için: **www.odd.org.tr**

AVRUPA OTOMOTİV PAZARI

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomotiv pazarı 2015 Ocak–Haziran döneminde %8,7 arttı ve 8 milyon 483 bin 290 adet seviyesinde gerçekleşti. 2014 yılı aynı dönemde toplam 7 milyon 801 bin 498 adet satış gerçekleşmişti.

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

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

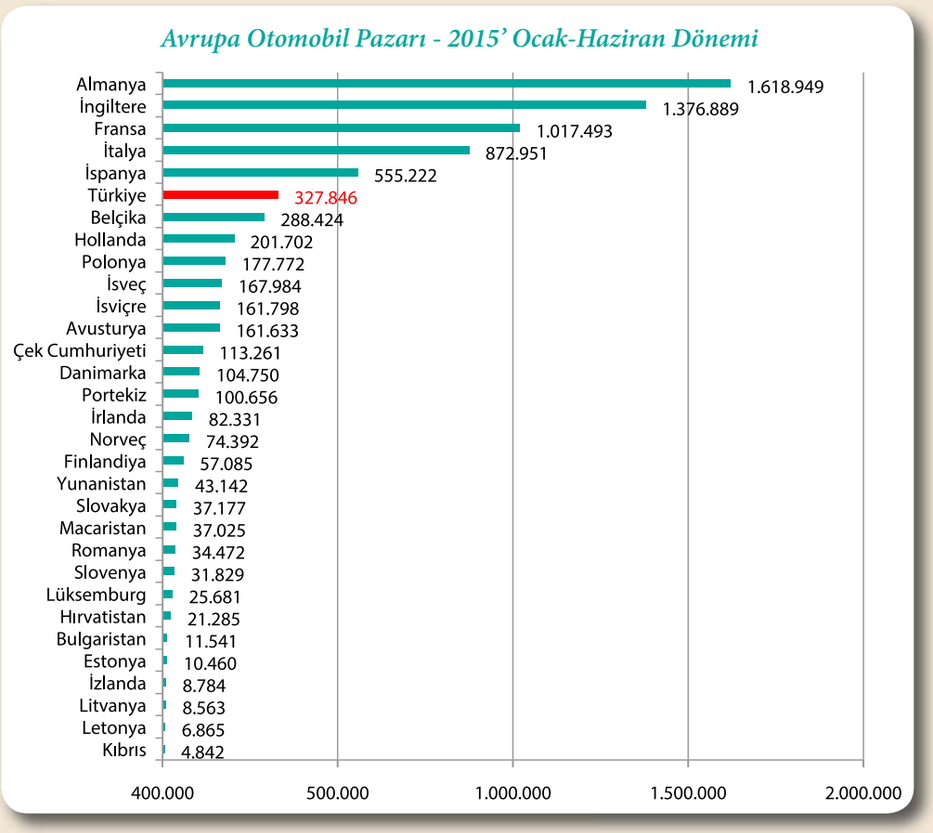


Kaynak: ACEA *En son açıklanan verileri içermektedir.*

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre otomobil pazarı 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde 2014 yılı aynı dönemine göre %8,2 arttı ve toplam 7 milyon 414 bin 958 adet seviyesinde pazara ulaşıldı. 2014 yılı aynı dönemde ise 6 milyon 853 bin 139 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre sırasıyla en fazla düşüş %5,4 ile Lüksemburg'da, ardından %3,5 ile Finlandiya'da, %3 ile Avusturya'da görüldü. 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre satışlarını en çok artıran ilk üç pazar ise sırasıyla; İzlanda %37,7, Portekiz %32,8 ve İrlanda %25,4 oranıyla yer aldı.

2015 yılı Ocak-Haziran döneminde Türkiye %45,21 artışla Avrupa otomobil satışları sıralamasında 6. oldu.



Kaynak: ACEA *En son açıklanan verileri içermektedir.*

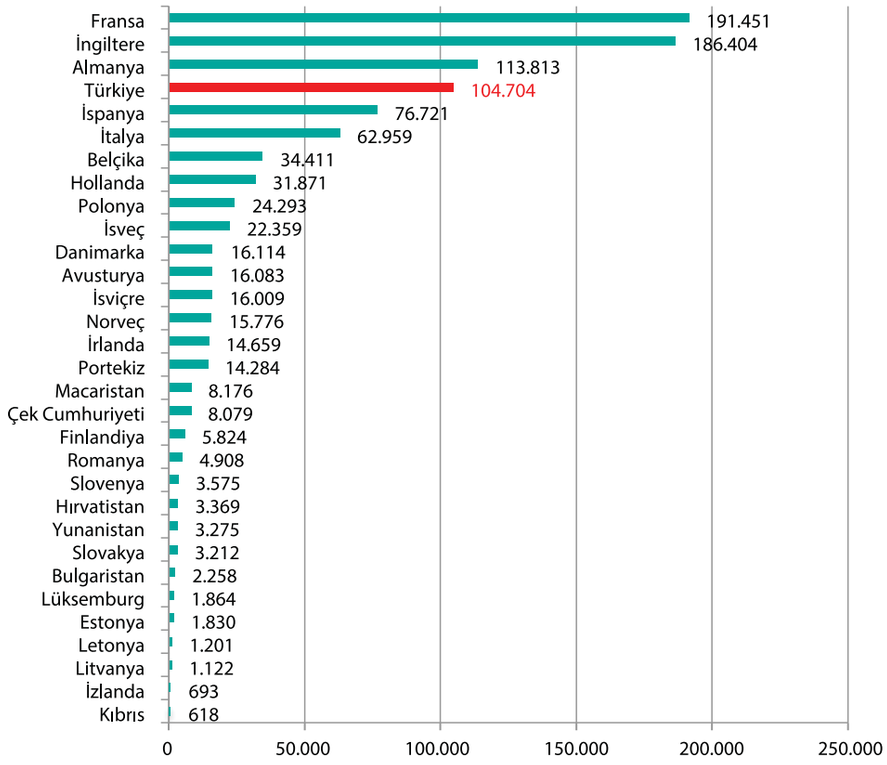
AVRUPA OTOMOTİV PAZARI

Avrupa (AB (28) ve EFTA) ülkeleri toplamına göre Hafif Ticari Araç pazarı 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde %12,1 arttı ve 887 bin 211 adede yükseldi. 2014 yılı aynı dönemde 791 bin 105 adet satış gerçekleşmişti.

AB (28) ve EFTA ülkeleri toplamına göre 2015 yılı Ocak-Haziran döneminde en fazla düşüş %8,5 ile Slovenya'da gerçekleşirken, bu dönemde satışlarını en çok artıran ilk üç pazar sırasıyla; İrlanda %55,7, İzlanda %49,4 ve Yunanistan %43,4 oranıyla yer aldı.

2015 yılı Ocak-Haziran döneminde, Türkiye %42,7 artış ile Avrupa hafif ticari araç satışları sıralamasında 4. sırada yer aldı.

Avrupa Hafif Ticari Araç Pazarı - 2015' Ocak-Haziran Dönemi



Kaynak: ACEA

En son açıklanan verileri içermektedir.



PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: TEMMUZ-2015

MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO		46	46			0	0	46	46
AUDI		1.609	1.609			0	0	1.609	1.609
BENTLEY		1	1			0	0	1	1
BMW		3.066	3.066			0	0	3.066	3.066
CHERY		29	29			0	0	29	29
CITROEN		1.388	1.388	239	777	1.016	239	2.165	2.404
DACIA		3.362	3.362		563	563	0	3.925	3.925
FERRARI		0	0			0	0	0	0
FIAT	3.741	435	4.176	3.602	531	4.133	7.343	966	8.309
FORD	318	3.987	4.305	5.473	221	5.694	5.791	4.208	9.999
GEELY			0			0	0	0	0
HONDA	926	422	1.348			0	926	422	1.348
HYUNDAI	1.893	1.676	3.569		181	181	1.893	1.857	3.750
INFINITI		8	8			0	0	8	8
ISUZU			0	189	13	202	189	13	202
IVECO			0		131	131	0	131	131
JAGUAR		31	31			0	0	31	31
JEEP		264	264			0	0	264	264
KARSAN			0	188		188	188	0	188
KIA		958	958		367	367	0	1.325	1.325
LADA			0			0	0	0	0
LAMBORGHINI			0			0	0	0	0
LANCIA		0	0			0	0	0	0
LAND ROVER		66	66			0	0	66	66
MASERATI		5	5			0	0	5	5
MAZDA		157	157			0	0	157	157
MERCEDES-BENZ		3.283	3.283		713	713	0	3.996	3.996
MINI		177	177			0	0	177	177
MITSUBISHI		131	131	55	321	376	55	452	507
NISSAN		2.307	2.307		4	4	0	2.311	2.311
OPEL		3.378	3.378			0	0	3.378	3.378
OTOKAR			0			0	0	0	0
PEUGEOT		1.973	1.973	516	655	1.171	516	2.628	3.144
PORSCHE		46	46			0	0	46	46
PROTON		50	50		0	0	0	50	50
RENAULT	6.781	2.533	9.314		1.182	1.182	6.781	3.715	10.496
SEAT		1.679	1.679			0	0	1.679	1.679
SKODA		1.803	1.803			0	0	1.803	1.803
SMART		4	4			0	0	4	4
SSANGYONG		94	94		17	17	0	111	111
SUBARU		130	130			0	0	130	130
SUZUKI		6	6			0	0	6	6
TATA		3	3		19	19	0	22	22
TOYOTA	3.463	916	4.379		55	55	3.463	971	4.434
VOLKSWAGEN		10.620	10.620		3.606	3.606	0	14.226	14.226
VOLVO		453	453			0	0	453	453
TOPLAM:	**17.122**	**47.096**	**64.218**	**10.262**	**9.356**	**19.618**	**27.384**	**56.452**	**83.836**

ODD, verilerinde yer alan bilgilerin doğruluğuna azami ölçüde hassasiyet göstermekle birlikte; bu verilerdeki hata, eksiklik veya yorum farklılıklarından ve/veya ticari amaçlı kullanımından doğabilecek zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir. ODD verilerinde; marka ve model bazında yer alan sayısal satış bilgileri ilgili kuruluşların ODD'ye yaptığı bildirimlerden oluşmaktadır. Bilgiler haksız rekabete yol açacak şekilde kullanılamaz. ODD'yi kaynak göstermek suretiyle satış rakamlarına dayalı olarak Rekabet Kanunu'na aykırı düşecek yorum, sıralama ve açıklamalar yapılması yasaktır. Bu hususa aykırı davranan kişi ve kuruluşlar doğrudan yasalara karşı sorumludur. ODD Raporlarının telif hakkı ODD 'ye aittir. ODD kaynak gösterilmeksizin raporun bir bölümü veya tamamı çoğaltılamaz, paylaşılamaz, yayınlanamaz veya dağıtılamaz. Aksi durumda ODD'nin her türlü maddi ve manevi tazminat talep hakkı saklıdır.

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: OCAK-TEMMUZ'2015

MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO	0	484	484	0	0	0	0	484	484
AUDI	0	10.355	10.355	0	0	0	0	10.355	10.355
BENTLEY	0	10	10	0	0	0	0	10	10
BMW	0	16.455	16.455	0	0	0	0	16.455	16.455
CHERY	0	245	245	0	0	0	0	245	245
CITROEN	0	9.827	9.827	3.957	3.585	7.542	3.957	13.412	17.369
DACIA	0	19.779	19.779	0	3.707	3.707	0	23.486	23.486
FERRARI	0	5	5	0	0	0	0	5	5
FIAT	23.093	3.060	26.153	26.131	4.437	30.568	49.224	7.497	56.721
FORD	1.656	25.510	27.166	35.391	374	35.765	37.047	25.884	62.931
GEELY	0	24	24	0	0	0	0	24	24
HONDA	5.860	1.590	7.450	0	0	0	5.860	1.590	7.450
HYUNDAI	14.632	12.429	27.061	0	1.001	1.001	14.632	13.430	28.062
INFINITI	0	28	28	0	0	0	0	28	28
ISUZU	0	0	0	1.957	190	2.147	1.957	190	2.147
IVECO	0	0	0	0	1.338	1.338	0	1.338	1.338
JAGUAR	0	127	127	0	0	0	0	127	127
JEEP	0	2.068	2.068	0	0	0	0	2.068	2.068
KARSAN	0	0	0	1.131	0	1.131	1.131	0	1.131
KIA	0	6.697	6.697	0	2.061	2.061	0	8.758	8.758
LADA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LAMBORGHINI	0	6	6	0	0	0	0	6	6
LANCIA	0	2	2	0	0	0	0	2	2
LAND ROVER	0	798	798	0	0	0	0	798	798
MASERATI	0	37	37	0	0	0	0	37	37
MAZDA	0	711	711	0	0	0	0	711	711
MERCEDES-BENZ	0	15.078	15.078	0	4.516	4.516	0	19.594	19.594
MINI	0	798	798	0	0	0	0	798	798
MITSUBISHI	0	724	724	272	2.195	2.467	272	2.919	3.191
NISSAN	0	13.498	13.498	0	7	7	0	13.505	13.505
OPEL	0	23.689	23.689	0	0	0	0	23.689	23.689
OTOKAR	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PEUGEOT	0	13.428	13.428	1.883	4.335	6.218	1.883	17.763	19.646
PORSCHE	0	328	328	0	0	0	0	328	328
PROTON	0	436	436	0	0	0	0	436	436
RENAULT	35.048	16.864	51.912	0	6.872	6.872	35.048	23.736	58.784
SEAT	0	9.802	9.802	0	0	0	0	9.802	9.802
SKODA	0	12.609	12.609	0	0	0	0	12.609	12.609
SMART	0	44	44	0	0	0	0	44	44
SSANGYONG	0	431	431	0	243	243	0	674	674
SUBARU	0	956	956	0	0	0	0	956	956
SUZUKI	0	114	114	0	0	0	0	114	114
TATA	0	130	130	0	146	146	0	276	276
TOYOTA	20.472	6.158	26.630	0	1.111	1.111	20.472	7.269	27.741
VOLKSWAGEN	0	61.966	61.966	0	17.482	17.482	0	79.448	79.448
VOLVO	0	4.003	4.003	0	0	0	0	4.003	4.003
TOPLAM:	**100.761**	**291.303**	**392.064**	**70.722**	**53.600**	**124.322**	**171.483**	**344.903**	**516.386**

ODD, verilerinde yer alan bilgilerin doğruluğuna azami ölçüde hassasiyet göstermekle birlikte; bu verilerdeki hata, eksiklik veya yorum farklılıklarından ve/veya ticari amaçlı kullanımından doğabilecek zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir. ODD verilerinde; marka ve model bazında yer alan sayısal satış bilgileri ilgili kuruluşların ODD'ye yaptığı bildirimlerden oluşmaktadır. Bilgiler haksız rekabete yol açacak şekilde kullanılamaz. ODD'yi kaynak göstermek suretiyle satış rakamlarına dayalı olarak Rekabet Kanunu'na aykırı düşecek yorum, sıralama ve açıklamalar yapılması yasaktır. Bu hususa aykırı davranan kişi ve kuruluşlar doğrudan yasalara karşı sorumludur. ODD Raporlarının telif hakkı ODD 'ye aittir. ODD kaynak gösterilmeksizin raporun bir bölümü veya tamamı çoğaltılamaz, paylaşılamaz, yayınlanamaz veya dağıtılamaz. Aksi durumda ODD'nin her türlü maddi ve manevi tazminat talep hakkı saklıdır.

TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
Büyükdere Cad. No:145 Zincirlikuyu/İSTANBUL
Tel: 212 - 275 33 90 • Faks: 212 - 275 39 88

D ve D MOTORLU ARAÇLAR A.Ş.
Köybaşı Cad. No: 94 Yeniköy/İSTANBUL
Tel: 212 223 44 44 • Faks: 212 299 44 44

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad.
No: 22 41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22
41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

BORUSAN OTOMOTİV İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş.
Firuzköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL
Tel: 212 - 412 00 00 • Faks: 212 - 694 34 50

MERMERLER OTOMOTİV TAŞIMACILIK TURİZM TEKSTİL İNŞAAT GIDA VE PAZARLAMA A.Ş.
Topselvi Mah. Seçenler Sok. No:21 Kartal/İSTANBUL
Tel: 0 216 306 67 44 • Faks: 0 216 389 32 42

BAYLAS OTOMOTİV A.Ş.
Bayraktar Holding Boyalı Köşk Sok. No: 10 Bebek/İSTANBUL
Tel: 212 - 359 63 00 • Faks: 212 - 358 53 35

MAIS MOTORLU ARAÇLAR İMAL VE SATIŞ A.Ş.
Fatih Sultan Mehmet Mah. Balkan Cad. No: 47 Casper Plaza
34770 Ümraniye/İSTANBUL
Tel: 216 - 645 66 66 • Faks: 216 - 645 66 88

MERMERLER OTOMOTİV TAŞIMACILIK TURİZM TEKSTİL İNŞAAT GIDA VE PAZARLAMA A.Ş
Topselvi Mah. Seçenler Sok. No:21 Kartal İSTANBUL
Tel: 216 - 306 67 44 • Faks: 216 - 389 32 42

MERMERLER OTOMOTİV TAŞIMACILIK TURİZM TEKSTİL İNŞAAT GIDA VE PAZARLAMA A.Ş.
Topselvi Mah. Seçenler Sok. No:21 Kartal/İSTANBUL
Tel: 216 - 306 67 44 • Faks: 216 - 389 32 42

FER MAS OTO TİCARET A.Ş.
Kuruçeşme Cad. No: 29 34345 Kuruçeşme/İSTANBUL
Tel: 212 - 263 30 01 • Faks: 212 - 263 45 59

TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 145 Zincirlikuyu/İSTANBUL
Tel: 212 - 275 33 90 • Faks: 212 - 275 39 88

FORD OTOMOTİV SAN. A.Ş.
İzmit Gölcük Yolu 14.KM. 41680 İhsaniye Gölcük/KOCAELİ
Tel: 262 - 315 50 00 • Faks: 262 - 315 70 07

ANADOLU ARAÇLAR TİCARET A.Ş.
Şekerpınar Mah. Yanyol Sk. No: 5 41480 Çayırova/KOCAELİ
Tel : 262 - 677 89 00 • Faks: 262 - 658 27 56

HONDA TÜRKİYE A.Ş.
Şekerpınar Mah. Yanyol Sok. No.1 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 648 86 86 • Faks: 262 - 658 84 21

HYUNDAI ASSAN OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş.
Şehit Mehmet Fatih Öngül Sok. No: 2 Kozyatağı/İSTANBUL
Tel: 216 - 571 63 63 • Faks: 216 - 571 64 64

BAYRAKTAR OTOMOTİV VE SERVİS HİZMETLERİ A.Ş.
Boyalı Köşk Sok. No: 4/1 34345 Bebek/İSTANBUL
Tel : 212 - 287 81 12 • Faks: 212 - 287 81 50

IVECO ARAÇ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Eyüp Sultan Mah. Sekmen Cad. No:12 Samandıra
Sancaktepe/İSTANBUL
Tel: 216 - 561 16 05 • Faks: 216 - 561 52 00

BORUSAN OTOMOTİV PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.
Firuzköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL
Tel: 212 - 412 00 00 Faks: 212 - 694 34 50

TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
Büyükdere caddesi No:145 Tofaş Han Zincirlikuyu 34394/İSTANBUL
Tel: 212 - 275 33 90 • Fax: 212 - 275 03 57

ÇELİK MOTOR TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Yanyol Sok. No: 5 41480 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 677 88 00 • Faks: 262 - 658 27 59

ÇELİK MOTOR TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Yanyol Sok. No: 5 41480 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 677 88 00 • Faks: 262 - 658 27 59

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş.
Büyükdere Cad. No: 145 Zincirlikuyu/İSTANBUL
Tel: 212 - 275 33 90 • Faks: 212 - 275 39 88

BORUSAN OTOMOTİV PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş.
Firuzköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL
Tel: 212 - 412 00 00 Faks: 212 - 694 34 50

FER MAS OTO TİCARET A.Ş.
Kuruçeşme Cad. No: 29 34345 Kuruçeşme/İSTANBUL
Tel: 212 - 263 30 01 • Faks: 212 - 263 45 59

MAZDA MOTOR LOGISTICS EUROPE NV
Göztepe Nida Kule Merdivenköy Mah. Bora Sokak.
No: 1 K: 1 Kadıköy - İSTANBUL
Tel: 216 - 430 70 00 • Faks: 216 - 430 70 02

MERCEDES BENZ TÜRK A.Ş.
Akçaburgaz Mah. Mercedes Caddesi No: 2 34500 Esenyurt/İSTANBUL
Tel: 212 - 867 30 00 • Faks: 212 - 867 44 00

BORUSAN OTOMOTİV İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş.
Firuzköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL
Tel: 212 - 412 00 00 • Faks: 212 - 694 34 50

NISSAN OTOMOTİV A.Ş.
Kuş Bakışı Cad. No:11 PK: 46 34662 Altunizade/İSTANBUL
Tel: 216 - 559 84 00 • Faks: 216 - 651 84 34

GENERAL MOTORS TÜRKİYE LTD. ŞTİ.
Kemal Paşa Yolu Üzeri Torbalı/İZMİR
Tel: 232 - 853 14 53 • Faks: 232 - 853 10 05

OTOKAR OTOMOTİV VE SAVUNMA SANAYİ A.Ş.
Aydınevler Mah. Dumlupınar Cad. No: 24 A Blok 34855 Küçükyalı/İSTANBUL
Tel: 216 - 489 29 50 • Faks: 216 - 489 29 67

PEUGEOT OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş.
Büyükhanlı Plaza, Kayışdağı Cad. 1/1 34752 Ataşehir/İSTANBUL
Tel: 0216 - 579 94 00 • Faks: 0216 – 579 94 06

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

ULU MOTOR SAN. VE TİC. A.Ş.
Kartaltepe Mah. Hayırlı Cad. No: 79 Sefaköy, Küçükçekmece/İSTANBUL
Tel: 212 - 426 19 33 • Faks: 212 - 426 19 34

MAIS MOTORLU ARAÇLAR İMAL VE SATIŞ A.Ş.
Fatih Sultan Mehmet Mah. Balkan Cad. No: 47 Casper Plaza
34770 Ümraniye/İSTANBUL
Tel: 216 - 645 66 66 • Faks: 216 - 645 66 88

GENERAL MOTORS TÜRKİYE LTD. ŞTİ
Kemal Paşa Yolu Üzeri Torbalı/İZMİR
Tel: 232 - 853 14 53 • Faks: 232 - 853 10 05

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

YÜCE AUTO MOTORLU ARAÇLAR TİC. A.Ş.
E5 Karayolu Fil Yokuşu No: 24 34846 Maltepe/İSTANBUL
Tel: 216 - 383 80 80 • Faks: 216 - 383 80 32

MERCEDES BENZ TÜRK A.Ş.
Akçaburgaz Mah. Mercedes Cad. No: 2 34500 Esenyurt/İSTANBUL
Tel: 212 - 867 30 00 • Faks: 212 - 867 44 00

ŞAHSUVAROĞLU DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ.
Zümrütevler Mah. Karayemiş Sok. No: 16/24 Maltepe/ISTANBUL
Tel : 216 - 493 19 19

BAYTUR MOTORLU VASITALAR TİC. A.Ş.
Bayraktar Holding Boyalı Köşk Sk. No: 10 34395 Bebek/İSTANBUL
Tel : 212 - 359 60 00 • Faks: 212 - 358 52 97

SUZUKI OTOMOBİL PAZ. VE TİC A.Ş.
Adnan Kahveci Cad. No: 114 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 648 00 00 • Faks: 262 - 658 08 44

ISOTLAR GRUP A.Ş.
Ankara Asfaltı Yakacık Yan Yol Üzeri İsotlar İş Merkezi No: 27
Kartal/İSTANBUL
Tel: 216 - 452 45 75 • Faks: 216 - 451 63 77

TEMSA MOTORLU ARAÇLAR PAZARLAMA VE DAĞITIM A.Ş.
Kısıklı Cad. Şehit Teğmen İsmail Moray Sok. No: 2/1 81190 Altunizade/İSTANBUL
Tel: 216 - 544 52 00 • Faks: 216 - 325 60 40

TOYOTA TÜRKİYE PAZARLAMA VE SATIŞ A.Ş.
Cumhuriyet Mah. E-5 Yanyol No: 11 34876 Yakacık - Kartal/İSTANBUL
Tel: 216 - 453 53 53 •Faks: 216 - 671 92 42

DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş.
Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 41490 Çayırova/KOCAELİ
Tel: 262 - 676 90 90 • Faks: 262 - 676 90 98

VOLVO OTOMOBİL TİC. LTD. ŞTİ.
Fatih Sultan Mehmet Mah. Poligon Cad. Buyaka 2 sitesi 2. Kule
No: 8 B Kat: 9 34771 Tepeüstü Ümraniye/İSTANBUL
Tel: 216 - 656 64 00 • Faks: 216 - 656 64 10

LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakfı

www.losev.org.tr

Her kurban, lösemili çocuklara can!

Kurban Bayramı'nda vekalet vererek kurbanlarınızı dini usüllerle LÖSEV'de kestirebilir, bağışlarınızla lösemili ve kanserli çocukların hayatını kurtarabilirsiniz.





BANKA
bağış ekranlarından
LÖSEV

ALO LÖSEV
0 532 755 06 60
0 312 447 06 60

İNTERNET
online bağış
losev.org.tr

LÖSEV, kâr amaçsız ve kamu yararına çalışan bir vakıftır. Bağışlarınızın tamamı lösemili ve kanserli çocuklarımız için değerlendirilmektedir.



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

Dünyanın lider araç üreticilerinin tercihi Castrol.

RECOMMENDED
BY LEADING CAR
MANUFACTURERS

YAĞIN ÖTESİNDE...

Castrol
EDGE
PROFESSIONAL