



Otomotiv sektörü

EKONOMİNİN İTİCİ GÜCÜ OLMAYI SÜRDÜRECEK

OPMD dergi

2023 SAYI 107

[ISSN 1304-8341]



SUBARU

Confidence in Motion

SUBARU
ve sen

Birlikte
güvendesiniz!

Benzersiz teknolojilerle kazasız bir gelecek Subaru ile mümkün.
Mükemmel görüş ile maksimum güvenlik
Subaru ile daima sizinle olacak.

Değerli Okurlar,



DR. HAYRİ ERCE

Genel Koordinatör /
Otomotiv Distribütörleri /
Mobilite Derneği (ODMD)

Türkiye otomotiv sektörü toplam pazarı, 2023 yılı Ocak-Ağustos döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre %64,2 artarak 788.197 adet, üretim %13,3 artarak 943.609 adet ve ihracat %11,1 artarak 656.750 adet oldu. İhracat değeri ise %17,3 artarak 23 milyar 298 milyon dolar seviyesine ulaştı. Otomobil ve hafif ticari araç pazarı ise 2023 yılı Ocak-Ağustos döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %65,9 oranında artarak 760.782 adet olarak gerçekleşti. Bunun 587.919 adedini (%65,8 artışla) otomobil, 172.863 adedini ise (%66,4 artışla) hafif ticari araç satışları oluşturdu.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %54 arttı. Otomobil pazarı, 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %57 artış gösterdi. Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %44,6 arttı.

Pazar rakamları son 6 aydır rekor satışlarla kapanıyor. Bu da gösteriyor ki, araç bulunurluğunda son aylarda rekor sayıda artış söz konusu. Birçok marka ve modelde daha önce hiç ulaşamamış satış adetlerini görüyoruz. İşin olumlu yanından bakarsak, araç bulunurluğunda ciddi bir iyileşme başladı diyebiliriz. Bu iyileşmenin yılın son çeyreğinde de devam edeceğini düşünüyoruz. Üç senedir karşılanamayan talep de rekor satışları getirmiş görünüyor.

TCMB Para Politikası Kurulu faiz kararı 21 Eylül 2023 Perşembe günü açıklandı. Bildiğiniz gibi TCMB temmuz ayındaki kararında faiz artışı yaparak faizleri yüzde 17,5'e yükseltmişti. Ağustos ayında ise tekrar faiz artışı gerçekleştirerek faizi yüzde 25'e çıkartmıştı. TCMB'nin Eylül 2023 faiz kararında ise politika faizi 500 baz puan artırıldı ve yüzde 30 oldu. Ekonomimiz açısından önemli bir gelişmeydi. Otomotiv sektörü de bildiğiniz gibi ekonomiyle paralel hareket eden bir sektördü.

BDDK tarafından yapılan düzenlemeler ve 31 Temmuz'da alınan kararlarla finansal istikrarın güçlendirilmesine yönelik atılacak koordineli adımlar kapsamında kamuoyuna duyurulduğu üzere, sermaye yeterliliği standart oranları hesaplamasında dikkate alınan risk ağırlıklarının ihtiyaç kredileri, bireysel kredi kartları, tüketicilere kullanılacak binek araç edinimi amaçlı taşıt kredileri ile taşıt teminatlı krediler ve tüketiciler ile yapılacak finansal kiralama işlemleri açısından artırılmasına karar verilmişti. Bu düzenlemeler tüketicinin krediye erişimini bir miktar daha yavaşlatacaktır.

Şu anda içinden geçtiğimiz süreçte, en büyük ve en önemli sorunumuz enflasyon olarak öne çıkıyor. Enflasyonla mücadelede ise öncelik cari açık konusuna çözüm bulmaktır. O nedenle, akla ilk gelen müdahalenin 'iç tüketimin düşürülmesi' olması da oldukça anlaşılabilir bir durumdur.

Bu yaklaşımın, otomotiv sektörü açısından toplam pazar adetlerinin düşmesi gibi sonuçları olacağı öngörüyoruz. Her ne kadar bu durum ilk bakışta bizleri mutlu etmese de orta-uzun vadede enflasyon sorununun kalıcı bir şekilde çözümlenerek, ekonomik istikrar elde edilmesi açısından ne kadar kritik olduğunun bilincindeyiz. O sebeple, ekonomik yol haritasına sabırla destek vermemiz gerekiyor.

Kredilerin daha da kısılması konusunu değerlendirdiğimizde, normal pazar koşullarında bireysel müşterilerin yüzde 70'i kredi kullanarak araç almaktaydı. Geldiğimiz noktada bu oranın yaklaşık yüzde 20-25 oranlarına gerilediğini gözlemliyoruz. Bununla birlikte kredi kullanan müşterilerin de, ortalama 1.5 milyon TL olan bir araç için maksimum 250-300 bin lira kredi kullanabildiğini görüyoruz. Bu açıdan, kredilerin daha fazla kısılmasına ihtiyaç olup olmadığına bakmakta fayda olacaktır.

Enflasyon ve cari açıkla mücadele açısından takip edilecek mali disiplinin gerekli olduğunu düşünüyor ve bunu sonuna kadar destekliyoruz. Ancak toplam otomotiv pazarının 700 bin adedin altına inmemesi adına, kredi konusunda bireysel ve kurumsal müşteriler açısından da dengeleri doğru bir noktada tutmamız gerekiyor.

2023 yılının son çeyreğinde globalde yaşanan arz problemlerine ilişkin normalleşmenin de başlayacağını umuyoruz. Bu normalleşme umuyoruz ki tüm süreçlere olumlu yansıtacaktır. Yıl sonu toplam otomotiv pazarının da yaklaşık 1 milyon adetler civarında olacağını tahmin ediyoruz.

Dergimizin 107. sayısında ODMD Dergi'ye özel; ODMD Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Yücedürk'ün otomotiv sektörüne ilişkin görüşlerini aktardığı yazısı, Türk-Alman Üniversitesi Genel Koordinatörü Prof. Dr. Ferit Küçükay'ın otomotiv sektöründeki değişimlere ilişkin yorumlarını paylaştığı yazısı, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Ekonomi Profesörü Erol Taymaz'ın otomotiv sektörüne dijital dönüşümün etkisini aktardığı yazısı, Garanti BBVA Tüketici Finansmanı Direktörü Koray Öztopçu'nun sürdürülebilir e-mobilitenin geleceğini değerlendirdiği yazısı, EY Türkiye Tedarik Zinciri ve Operasyonlar Direktörü Savaş Öztoran'ın tedarik zincirinin güncel durumuna ilişkin yazısı, Simon Kucher'ın "Otomotiv Sektörünün Gelecek Dönem Yolculuğu, 2023" araştırması, Deloitte'un "2023 Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması" raporu, KPMG Türkiye'nin "Otomotiv, Sektörel Bakış" raporu, haberler, araştırmalar ve 2023 yılı ODMD otomotiv sektörü verileriyle karşınızdayız.

Keyifle okumanızı dileriz.

ODMD Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği İktisadi İşletmesi Adına İmtiyaz Sahibi
ALİ HAYDAR BOZKURT

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ece Şenkal

Yayın Kurulu
Müge Çınarlı Söyler, Melda Uytun,
Nurcan Güler

Reklam ve Pazarlama
Müge Çınarlı Söyler / mugecsöyler@odmd.org.tr
Melda Uytun / meldauytun@odmd.org.tr
Nurcan Güler / nurcanguler@odmd.org.tr

Yapım

ÖZDE

YAYINCILIK VE TASARIM
Özde Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri
Tel: 0542 840 14 65
www.ozdeyayincilik.com

Genel Yayın Yönetmeni
Özden Kılıç
ozdenkilig@ozdeyayincilik.com

Editör
Erdem Çağlayan
erdem@ozdeyayincilik.com

Görsel Yönetmen
Erol Doğan

Baskı
Matsis Matbaa Sistemleri
Tel: 0212 624 21 11

Dergi Yönetim Yeri
Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite 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

ODMD Dergi, Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite 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.

[odmdotomotiv](https://www.instagram.com/odmdotomotiv)

[ODMDOtomotiv](https://www.facebook.com/ODMDOtomotiv)

[ODMD - Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği](https://www.linkedin.com/company/ODMD-Otomotiv-Distribütörleri-ve-Mobilite-Derneği)

[ODMD - Otomotiv Distribütörleri ve Mobilite Derneği](https://www.youtube.com/channel/UC...)

[ODMDOtomotiv](https://www.tiktok.com/@odmdotomotiv)

10

DİYALOG

ÖZGÜR YÜCETÜRK

ODMD YÖNETİM KURULU ÜYESİ



**OTOMOTİV SEKTÖRÜ
EKONOMİNİN İTİCİ
GÜCÜ OLMAYI
SÜRDÜRECEK**

YENİ **500e**



%100 ELEKTRİK %500 TARZ

FIAT 500e

ŞİMDİ FIAT SHOWROOM'LARINDA

FIAT

**DİYALOG**

PROF. DR. FERİT KÜÇÜKAY
TÜRK-ALMAN ÜNİVERSİTESİ
GENEL KOORDİNATÖRÜ

“Yeniliklere kısa sürede
adapte olmak, geleceğin
teminatıdır”

SAYFA 14

**MAKALE**

KORAY ÖZTOPÇU
GARANTİ BBVA TÜKETİCİ FİNANSMANI
DİREKTÖRÜ

Sürdürülebilir E-mobilité
ve geleceği

SAYFA 16

**MAKALE**

SAVAŞ ÖZTORUN
ERNST&YOUNG TEDARİK ZİNCİRİ VE
OPERASYONLAR DİREKTÖRÜ

Pandemi ve sonrasında
tedarik zinciri
gündemi

SAYFA 18

**HABER**

**YAPAY ZEKÂYA
YASAL SINIRLAR GELİYOR**

Avrupa Parlamentosu,
yapay zekâyla ilgili
dikkat çekici bir karar aldı

SAYFA 22

**ARAŞTIRMA**

**DELOİTTE, '2023 KÜRESEL
OTOMOTİV TÜKETİCİ ARAŞTIRMASI'
RAPORUNU YAYIMLADI**

Otomotiv sektörünü
etkileyen çeşitli kritik
konuları ele aldı

SAYFA 24

**RAPOR**

HAKAN ÖLEKLİ
KPMG TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖR LİDERİ
VE ŞİRKET ORTAĞI

Değişen dünya düzeninde
otomotivin geleceği

SAYFA 26

SAYFA 08 KISA KISA

SAYFA 22 HABER

SAYFA 30 SEKTÖRDEN HABERLER

SAYFA 44 BİZDEN HABERLER

SAYFA 50 ÜYELERİMİZDEN HABERLER

SAYFA 54 ANALİZ

SAYFA 64 MARKA SATIŞLARI

SAYFA 66 ÜYE İLETİŞİM BİLGİLERİ

ALTERNATİF AKIM



**%100 ELEKTRİKLİ
FORD MUSTANG MACH-E**



Ford | **GELECEĞİ
BUGÜNDE YAŞA.**

Ford Mustang Mach-E'nin CO₂ salımı 0 g/km, elektrik enerjisi tüketimi 16,5-19,5 kWh/km arasıdır. Elektrik enerjisi tüketimi ve CO₂ emisyon değerleri, 715/2007/EC güncel mevzuatına göre ölçülmüş WLTP verileridir. Pazara sunulan araçlarda donanım farklılıkları olabilir. Ayrıntılı bilgi ford.com.tr'de.

PARA POLİTİKASININ ETKİNLİĞİ ARTMAYA DEVAM EDECEK

Merkez Bankası'nın parasal sıkılaştırmanın kademe olarak güçleneceğini açıklamasının ardından Merkez Bankası Başkanı Hafize Gaye Erkan başkanlığında toplanan Kurul, Ağustos ayında politika faizinin yüzde 25'e çıkarılmasına karar verdi. Para politikasının etkinliğinin artacağına vurgulandığı bu süreçte TCMB'nin Para Politikası Kurulu (PPK) toplantısına yönelik ekonomistler arasında yapılan beklenti anketinde, politika faizi beklentileri yüzde 18,50 ile yüzde 20,00 arasında, yılsonu politika faizi beklentileri ise yüzde 20 ile 30 arasında yer almıştı. Temmuz ayında gerçekleştirilen PPK toplantısında politika faizi 250 baz puan artırılarak yüzde 15,00'dan yüzde 17,50'ye yükseltilmişti. Ekonomistler, Eylül ayında ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın (TCMB) 500 baz puanlık bir faiz artışı daha yaparak faiz oranlarının yüzde 30'a çekileceğini tahmin ediyor.



KÜRESEL BORÇ YÜKÜ ÜST ÜSTE İKİ YIL GERİLEDİ

IMF'nin Küresel Borç Veritabanı'nda yaptığı güncellemeye ilişkin açıklamasında, küresel borç yükünün Covid-19 salgını öncesi zaten yüksek olan seviyesinin üzerinde kalsa da üst üste ikinci yıl gerilediği kaydedildi. Toplam borcun küresel GSYH'ye oranının 2020'de yüzde 258 ve 2021'de yüzde 248 olan seviyesinden geçen yıl yüzde 238'e düştüğü belirtilen açıklamada, bu oranın 2019'a göre 9 puan daha yüksek olduğuna dikkati çekildi. Açıklamada, küresel borcun 235 trilyon dolar ile 2021'deki seviyesinin 200 milyar dolar üzerinde gerçekleştiği kaydedildi.

DÜNYA BANKASI TÜRKİYE'DEKİ KAYNAKLARINI 35 MİLYAR DOLARA ÇIKARACAK

Dünya Bankası Türkiye Direktörü Humberto Lopez, Reuters'e yaptığı açıklamada bankanın Türkiye'deki kaynaklarını üç yıl içinde ikiye katlayarak 35 milyar dolara çıkaracağını söyledi. İlave 18 milyar dolarlık finansmanın 6 milyar dolarının kamu sektörüne, geri kalan 12 milyar dolarının ise özel sektöre ayrıldığını açıklayan Lopez, Türkiye'nin önündeki ekonomik zorlukların kısa vadede izlenen farklı politikaların sadeleştirilerek uyumlu hale getirilmesi, uzun vadede ise verimliliği artırmak olduğunu vurguladı.



Nissan Qashqai e-POWER

Kim demiş elektrikli sürüş baştan yaratılmaz diye?



1018 km'ye varan menzili ve şarj kablosuz teknolojisini hemen denemisin.

Test sürüş talebi için QR kodu okutun.

Qashqai e-POWER'ın ortalama CO₂ emisyonu 122 g/km (WLTP) ve ortalama yakıt tüketimi 5,4 lt/100km (WLTP) olup, versiyonlar arası değişiklik gösterebilir. Yakıt tüketimleri 715/2007/EC'ye göre belirlenmiştir. Görsellerde görülen aksesuar ve donanımlar Türkiye'de sunulan versiyonlardan farklılık gösterebilir. Detaylı bilgi www.nissan.com.tr'de.

ODMD Yönetim Kurulu Üyesi Özgür Yüçetürk:

OTOMOTİV SEKTÖRÜ EKONOMİNİN İTİCİ GÜCÜ OLMAYI SÜRDÜRECEK

TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN, ÇEVRE DOSTU ARAÇLARA GEÇİŞ KONUSUNDA İLİMLİ BİR YAKLAŞIMLA KÜRESEL TRENDLERE UYUM SAĞLAMAYA HAZIR OLDUĞUNUN ALTINI ÇİZEN ODMD YÖNETİM KURULU ÜYESİ ÖZGÜR YÜÇETÜRK, "ÜRETİM GÜCÜMÜZ, YETİŞMİŞ İNSAN KAYNAĞIMIZ VE AR-GE YATIRIMLARIMIZ SAYESİNDE OTOMOTİV SEKTÖRÜ, EKONOMİNİN İTİCİ GÜCÜ OLMAYA DEVAM EDECEK" DİYOR.

2023 yılının ilk yedi ayı otomotiv sektörü yönünden nasıl bir dönemdi?

Türkiye'de otomotiv sektörü 2023 yılının ilk yedi ayında güçlü performans sergiledi. Otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı bir önceki yıla göre yüzde 63,1 büyüdü. Bu büyüme otomobil satışlarındaki yüzde 61,7'lik ve hafif ticari araç pazarındaki yüzde 68'lik artıştan kaynaklandı. Gerek bireysel tüketicilerden gerekse işletmelerden gelen talebin arttığını görüyoruz. Bu, yükselen tüketici güveniyle ilişkilendirilebilir. Araç arzının yılın başından bu yana kademeli ve istikrarlı bir şekilde artmasıyla, araç bulunabilirlik sorununu azalttık. Talebe yetişilmesiyle satışların hızlandığını gördük. Geçmiş dönemlerden biriken talebin karşılanması da satış rakamlarını destekledi. Üretim açısından bakıldığında, toplam otomotiv üretimi yüzde 18, otomobil üretimi yüzde 27 oranında arttı. Teknoloji ve işgücü genişlemesine yapılan yatırımlarla desteklenen bu büyüme, üreticilerin artan talebe etkili bir şekilde yanıt verebildiğini gösteriyor. Bu da otomotiv endüstrisinin tedarik zinciri ve üretim kabiliyetlerinin pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için iyi konumlandırıldığına işaret ediyor. Yanı sıra araçlarımız uluslararası pazarlarda ilgi görmeye devam ediyor. Toplam otomotiv ihracatı yüzde 11'le pozitif büyüme kaydetti. İhracattaki büyüme; rekabetçi fiyatlandırma ve ürün kalitesi gibi faktörlerden kaynaklanıyor. Bu faktörler toplu olarak sektörün uyum yeteneğini ve rekabetçiliğini gösteriyor, bütüncül olarak Türk otomotiv endüstrisinde güçlü genişlemeyi yansıtıyor.

Dünya ve Türkiye otomotiv pazarı ciddi bir dönüşümden geçiyor. Otomotiv pazarı, fosil yakıtlı araçlardan çevreci araçlara evriliyor. Sizce Türkiye otomotiv sektörü bu değişime hazır mı?

Türkiye'nin otomotiv sektörü, çevre dostu

araçlara geçiş konusunda ilımlı bir yaklaşımla küresel trendlere uyum sağlamaya hazır. Bu hazırlık, Türkiye'nin Paris Anlaşması'na bağlılığı ve 2053 yılına kadar net sıfır emisyon hedefini onaylamasıyla kanıtlanıyor. Tüketicilerin bu araçlara ilgisi de artıyor. Yılın ilk yedi ayında elektrikli araçların pazar payı yüzde 3,4'e yükseldi ve 17 binin üzerinde satış adedine ulaşıldı. Geçen senenin aynı döneminde 2500 adetleri görüyorduk. Hibrit otomobil satışları da 53 binin biraz üzerinde adetle yüzde 10,3 pay aldı. Sürdürülebilirliğin artan önemi ve daha çevreci seçeneklere yönelik değişen tüketici tercihleri göz önüne alındığında, elektrikli ve hibrit araçların faydaları konusunda tüketici bilincinin artırılması, pazarı geçişe hazırlamak için atılan bir adım olarak görülebilir. Hızlandırılmış bir dönüşüm süreci beklentisiyle atılacak kilit adımlar arasında ÖTV/KDV düzenlemesi, sübvansiyonlar, hurda araç teşvikleri ve uygun krediler gibi destekleyici programlar yer alıyor. AB ülkelerindeki başarılı uygulamalar örnek alınarak, şarj altyapısının genişletilmesi, otopark ve otoyol ücretlerinin düşürülmesinin de avantaj sağlayacağı öngörülebiliyor. Özellikle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın elektrikli araç hızlı şarj istasyonları için yatırım desteği başlatmış olması, Türkiye'nin gerekli altyapıyı geliştirme konusundaki proaktif yaklaşımının altını çiziyor. İnanıyoruz ki bu konu ülkemizde bir bütün olarak ele alındığında otomotiv sanayimizin küresel rekabetçiliğine katkı sağlayacak, tüm değer zincirleri açısından çok büyük fırsatları beraberinde getirecek. Biz de Ford Otosan olarak "endüstrinin geleceği elektrikli ve hibrit araçlar olacak" fikrinden hareketle mobilite, bağlantı ve otonom sürüş gibi yenilikçi teknolojiler geliştirmeye odaklandık. Ar-Ge yatırımlarımıza devam ediyoruz. Müşterilerimizi desteklemek amacıyla gerekli adımları atıyor, finansal destek paketleri üzerinde çalışıyoruz.



Dünyada ve Avrupa'da otomotiv sektöründe çevreci araçlarla ilgili gelişmeleri değerlendirir misiniz?

Küresel otomotiv endüstrisi, özellikle iklim değişikliği, hava kalitesi ve enerji güvenliğiyle ilgili endişeler nedeniyle çevre dostu araçlara doğru önemli bir dönüşüm geçiriyor. Dünya çapında ülkeler içten yanmalı motorlu araçları aşamalı olarak kaldırmak için iddialı hedefler belirliyor. Avrupa, bu dönüşümün ön saflarında yer alıyor. Avrupa Birliği, araçlardan kaynaklanan sera gazı emisyonlarını azaltmak için sıkı standartlar ve hedefler belirledi. Örneğin, Birleşik Krallık ve Fransa 2030 yılına kadar yeni benzinli ve dizel araçların satışını yasaklamayı planladıklarını açıkladı. Birçok AB ülkesi elektrikli araç alımları için vergi indirimleri, sübvansiyonlar ve şehirlerde kısıtlı alanlara erişim gibi önemli teşvikler sunuyor. Şarj altyapısı, geçişin bir diğer kilit yönü. Avrupa, elektrikli araç şarjını kolay ve erişilebilir hale getirmeyi amaçlayarak şarj altyapısına yatırım yapıyor. Bazı şehirler sürdürülebilir ulaşımı teşvik etmek için düşük emisyonlu bölgeler kurmak ve toplu taşıma ağlarını genişletmek gibi politikalar uyguluyor. Dünyanın en büyük otomotiv pazarı olan Çin de sıkı emisyon standartları uyguluyor ve elektrikli araçların benimsenmesini için teşvikler sunuyor. Tüm bu çabalar, otomobil üreticilerini elektrifikasyon planlarını hızlandırmaya sevk ediyor. Küresel olarak baktığımızda düzenleyici

tedbirler, teşvikler, altyapının genişletilmesi ve tüketici talebi otomotiv sektörünün dönüşümünü toplu olarak yönlendiriyor. İvme arttıkça, otomotiv sektörünün elektrikli araçların ve diğer sürdürülebilir mobilite çözümlerinin benimsenmesinde hızlanmaya tanık olması muhtemeldir. Küresel otomotiv pazarında rekabetçi kalabilmek isteyen üreticiler bu trendlere uyum sağlama ihtiyacını görüyor.

Dijitalleşme tüm sektörler için büyük önem kazandı. Sizce dijitalleşmenin hayatımıza ve sektörlerimize etkileri nelerdir?

Dijitalleşme, teknolojiyi günlük operasyonlara yaygın bir şekilde entegre ederek otomotiv sektörü dahil sektörleri yeniden şekillendiriyor. Her şeyden önce elektrikli ve otonom araçların gelişimini hızlandırarak verimliliği ve bağlantı hızını artırıyor, ayrıca veriye dayalı kararlarımızı güçlendiriyor. Yapay zekâ gibi dijital teknoloji tarafından yönlendirilen yenilikler, araç güvenliği artıran gelişmiş sürücü destek sistemleriyle sonuçlanıyor. Dijital entegrasyon, bağlı araçların kestirimci bakım ve uzaktan teşhis için gerçek zamanlı veri iletilmesini sağlayarak operasyonel verimliliği artırıyor, arıza süresini en aza indiriyor.

Araç çağırma ve araç paylaşım platformları gibi paylaşılan mobilite hizmetleri de dahil olmak üzere yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına yönlendiriyor. Geleneksel sahiplik modellerini dönüştürüyor. Kentsel mobilite, entegre ulaşım deneyimleriyle gelişiyor. Dijital platformlar, müşterilerin araç özelliklerini uyarlamasına ve eğlence seçeneklerine erişmesine olanak tanıyan kişiselleştirilmiş hizmetleri mümkün kılıyor.

Bağlantılı araçlardan sağlanan veriler, kullanıcı tercihlerine ilişkin içgörüler sunarak veri odaklı iyileştirmelere olanak tanıyor.

Önümüzdeki dönemde paylaşım ekonomisinin Otomotiv sektörünü nasıl etkilemesini bekliyorsunuz?

Başlangıçta bireysel ulaşım odaklanan mobilite, kentleşme arttıkça toplu taşımayı da kapsayacak şekilde genişledi. Günümüzde ise sürdürülebilirliği vurgulayan, kolaylık ve verimlilik için dijital platformlardan yararlanan kesintisiz, çok modlu seyahat deneyimlerini içeriyor. Paylaşım ekonomisi çağında geleneksel araç mülkiyeti, araç çağırma ve araç paylaşımı gibi paylaşılan mobilite hizmetleri tarafından zorlanıyor. Bu dönüşüm kentleşme, çevre bilinci ve değişen tüketici tercihleriyle paralellik gösteriyor. Otomotiv alanında, paylaşım ekonomisi satış modellerini yeniden şekillendirmeye hazırlanıyor ve üreticileri yenilikçi hizmet tekliflerini ve aboneliğe dayalı mülkiyeti keşfetmeye teşvik ediyor. Küresel olarak, paylaşılan mobilite ulaşımı yeniden tanımlıyor. Teknoloji şirketleri ve hatta startup'lar kentsel mobilitede devrim yaratırken, otonom araçlar ve elektrikli filolar daha da derin mobilite devrimleri vaat ediyor. Geleneksel araç sahipliğine uygun maliyetli alternatifler sunan paylaşımlı mobilite hizmetlerine artan ilgiyle birlikte Türkiye de benzer eğilimlere tanıklık ediyor.

Globaldeki gelişmeleri de göz önüne aldığımızda 10 yıl sonra otomotiv sektöründe faaliyet gösterecek paydaşları ne gibi yenilikler bekliyor?

Otomotiv ekosisteminin çevresel ve dijital dö-

nüşümüyle verimli ve son derece teknolojik araçlara yönelik artan tüketici talebi göz önüne alındığında, yakın gelecek akıllı mobilitede bir artışa hazırlanıyor. Sahip olma maliyetleri, menzil, şarj altyapısı ve batarya güvenliği gibi mevcut elektrikli araç benimsenme engellerinin aşılması, yüksek menzil kapasitesi, ultra hızlı şarj ağları ve daha hızlı şarj süreleriyle daha uzun yolculuklar için potansiyeli ortaya çıkaracaktır. Elektrikli motor teknolojisindeki gelişmeler performansı artıracak ve katı elektrolit bataryalar uzun ömür, hızlı şarj ve güvenlik konusunda umut vaat edecektir. Akıllı teknolojiler furyası, sesle etkinleştirilen hizmetler, biyometrik kontroller, dijital kokpitler ve sürücü-araç etkileşimini geliştiren yükseltilmiş 5G bağlantısı dahil olmak üzere hiper-kişiselleştirilmiş araç içi deneyimler sunacaktır. Sürücüsüz araçlar daha yaygın hale gelecek, mevcut Gelişmiş Sürücü Destek Sistemlerinden yararlanarak gelişmiş otonom yeteneklere dönüşecek, daha güvenli sürüş ve kazaların azalmasına yol açacaktır. Araç çağırma ve araç paylaşım hizmetlerini kapsayan paylaşımlı mobilite trendleri, sürücüsüz araç çağırma ve aboneliğe dayalı sahiplik modellerinin işe gidip gelme alışkanlıklarında devrim yaratmasıyla daha da genişleyecektir. Bu dönüşümün ortasında üreticiler, bağlantılı ve elektrikli araçların ötesinde değer yaratmak için altyapı ve hizmetlerden oluşan bütünsel ekosistemler oluşturmaya odaklanmalı.

Otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisine olan katkısı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Otomotiv sektörü geçmişten bugüne Türkiye ekonomisine önemli katkılarda bulundu: Yüksek miktarda doğrudan yabancı yatırım çekti, istihdam olanakları yarattı, ihracat gelirlerini artırdı ve endüstriyel büyümede kayda değer rol oynadı. Bu büyüme dalga etkisi yaratarak imalat, lojistik ve teknoloji gibi ilgili sektörleri de harekete geçiriyor, sektörümüzü Türk ekonomisinin hayati bir dayanağı haline getiriyor. Türkiye'nin köprü niteliğindeki stratejik coğrafi konumu, farklı pazarlara erişim ve kıtalar arasında sağlam ticaret bağlantıları avantajı sunuyor. Gelişmiş altyapı ve teknolojik uzmanlıkla desteklenen güçlü bir üretim kapasitesine sahibiz. Rekabetçi maliyet avantajı, uygun maliyetli üretim çözümleri arayan uluslararası oyuncuları çekerek Türkiye'nin cazibesini daha da artırıyor. Ayrıca kalifiye işgücü, küresel standartları karşılayan yüksek kaliteli ürün ve hizmetler sunma becerisi sağlıyor. İnanıyoruz ki; üretim gücümüz, yetişmiş insan kaynağımız ve Ar-Ge yatırımlarımız sayesinde otomotiv sektörü ekonominin itici gücü olmayı sürdürecektir.





Orta Doğu Teknik Üniversitesi Ekonomi Profesörü Erol Taymaz

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GELİŞİMİ DİJİTAL DÖNÜŞÜMLE MÜMKÜN

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN ORTA DÖNEMDE İSTİHDAM, ÜRETİM VE İHRACAT AÇISINDAN TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ SEKTÖRLERİNDEN BİRİ OLMAYA DEVAM EDECEĞİNİ SÖYLEYEN ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ EKONOMİ PROFESÖRÜ **EROL TAYMAZ**, "OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN KONUMUNU KORUYABİLMESİ VE TÜRKİYE'NİN UZUN DÖNEMDE BÜYÜMESİNE KATKIDA BULUNABİLMESİ İÇİN DİJİTAL DÖNÜŞÜME ÇOK HIZLI BİR ŞEKİLDE ADAPTE OLMASI VE YENİ TEKNOLOJİLERİ GELİŞTİREBİLMESİ GEREKLİ. BU DA SADECE OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DEĞİL, TÜM SİNAİ YAPIDA DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN GERÇEKLEŞMESİYLE MÜMKÜN OLABİLİR" DİYOR.

Bir ülkenin sanayi ve teknoloji yapısını neler belirliyor? Bu yapısal dönüşümler için neler gereklidir?

Bir ülkenin sanayi ve teknoloji yapısını belirleyen pek çok etken bulunur. Bunların en önemlileri doğal kaynakları, coğrafi konumu ve tarihidir. Bir anlamda doğal kaynaklar ve coğrafya başlangıç koşullarını belirler, bu koşullar üzerinde bir gelişme sağlanır. Gelişmenin yapısı ve yönü (yani tarihi) geleceğini de yönlendirir. Bu gelişme sürecinde ülkenin izlediği ekonomi politikaları (eğitim, kentleşme, seçim sistemi gibi) ve özel olarak da sanayi ve teknoloji politikaları belirleyici önemdedir. Bir anlamda doğal kaynaklar ve coğrafya verili üstünlüklerdir, iktisat politikaları da nitelikli iş gücü, yenilikçilik ve teknoloji gibi yeni üstünlüklerin oluşturulmasını sağlar.

Sanayi ve teknoloji yapısını gösteren en önemli ölçütlerden biri ülkenin ihracat yapısıdır,

çünkü ihracat yapısı ülkenin hangi ürünlerde uluslararası piyasalarda rekabetçi olabildiğini, uluslararası iş bölümünde hangi ürünlerde uzmanlaştığını gösterir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye son 100 yılda önemli bir atılım gerçekleştirmiştir. 1990'larda makine ve ulaşım araçları gibi orta teknoloji ürünler en önemli ihracat ürünü haline geldi. Bu yapısal dönüşümler sonucu hem sınıai alt yapı güçlendi, hem de kişi başına milli gelir yılda ortalama yüzde 3-3.5 oranında arttı. Fakat sanayi ve teknoloji yapısındaki bu dönüşüm, Güney Kore gibi ülkelerle karşılaştırıldığında, yeteri kadar hızlı olmadı, bu nedenle Türkiye ile gelişmiş ülkeler arasındaki fark ciddi oranda kapatılmadı.

Ülkemizin sanayileşmesinde, ekonomik refahında ve yenilik politikalarında dijital dönüşümün etkisi nedir?

Türkiye'nin orta teknoloji ürünlerinden sonra

dijital teknoloji ürünlerine doğru bir dönüşüm gerçekleştirmesi gerekirdi fakat böyle bir dönüşüm gerçekleşmedi, hatta henüz başlamadı. Türkiye'nin ihracatında yüksek teknoloji ürünleri ile dijital teknolojilerin payı ihmal edilebilecek düzeyde.

Türkiye'nin önümüzdeki dönemde sanayileşmesini sürdürmesi ve ekonomik refahı artırmasında en önemli engel, dijital dönüşümdeki gecikme ve yetersizlik olacaktır. Bu engeli aşabilmek için acilen dijital dönüşüme yönelik politika ve stratejiler belirlenmeli ve bu dönüşümü sağlayacak yatırımlar yapılmalıdır.

Türkiye dijital dönüşüm açısından yeterli alt yapıya sahip mi?

Günümüzde dijital dönüşüm derken, bunun aynı zamanda bir yeşil dönüşüm olduğunu da özellikle vurgulamamız gerekli çünkü insanlığın karşısındaki en önemli sorun artık çevre

sorunudur. Doğa olağanüstü bir hızla tahrip edildiği için dünyamız giderek yaşanamaz hale geliyor. İklim değişikliği artık ciddi ekonomik maliyetlere de yol açıyor. Ayrıca iklim değişikliğine ilişkin önerilen politikalar ve Sınırdaki Karbon Vergisi gibi tedbirler Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin üretim maliyetlerini artırıyor. Bu sorunlarla başa çıkabilmek için Türkiye'nin yeşil-dijital dönüşümü gerçekleştirmesi çok önemli.

Yeşil-dijital dönüşümü sağlamanın üç ön koşul var: Nitelikli iş gücü, dijital haberleşme altyapısı ve yasal düzenlemeler. Bu üç alanda da ciddi eksikliklerimiz bulunuyor. Örneğin çalışanlar arasında bilişim teknolojisi uzmanlarının oranı çok düşük. Avrupa ülkeleri arasında bilişim uzman oranı en düşük ülke Türkiye. Bir yanda yeteri kadar bilişim uzmanımız yok, diğer yanda da en önemli avantajlarımızdan biri olan genç nüfusa yeterli sayıda ve nitelikte istihdam yaratmıyoruz. Son deprem felaketinde de açık olarak görüldüğü gibi dijital haberleşme altyapısı yetersiz, çağın gereklerini karşılayamıyor. Son olarak da bu konudaki yasal düzenlemeler ve teşvikler yeşil-dijital dönüşümü destekleyemiyor. Bu nedenle önümüzdeki üç öncelikli konu, bilişim uzmanı yetiştirilmesi, dijital altyapının yaygınlaştırılması ve yeşil-dijital dönüşümü sağlayacak politikaların tasarlanmasıdır.

Türkiye'nin uluslararası iş bölümündeki payı ve buna dijital dönüşümün etkisi nedir? Bu kapsamda otomotiv sektörünü ele alırsanız?

Türkiye'nin dünya ihracatındaki payı yaklaşık yüzde 1, en büyük ihracat kalemleri ise ulaşım araçları, makine, mineral yakıt ve yağlar, demir-çelik ve elektrik-elektronik ürünler. Geleneksel emek yoğun tekstil ve hazır giyim ürünleri de önemli bir ihracat kalemi. Ulaşım araçlarının hemen hemen tamamını otomobil oluşturuyor. Burada görüldüğü gibi ulaşım araçları en büyük ihracat kalemini oluşturuyor, fakat bu sektör Avrupa değer zincirleri ile entegre olduğu için ithalat düzeyi de çok fazla. 2022'de ulaşım araçları ithalatı 17.7 milyar dolardı. Bir başka deyişle ulaşım araçları net ihracatı, yani sektörün Türkiye'ye kazandırdığı döviz miktarı 2022'de 9.1 milyar dolardı. Aynı yıl tekstil ve hazır giyim ithalatı ise sadece 4.4 milyar dolardı. Görüldüğü gibi 2022'de hâlâ Türkiye'nin en önemli döviz kazandıran sektörü tekstil ve hazır giyim sektörü (net ihracat 24.0 milyar dolar). Makine, mineral yakıt ve yağlar, demir-çelik ve elektrik-elektronik ürünlerde Türkiye net ithalatçı.

Bu veriler bize Türkiye'nin uluslararası iş bölümünde hâlâ emek yoğun ve orta teknoloji ürünlerde uzmanlaştığını gösteriyor. Türkiye'nin güçlü olduğu otomotiv sektöründe hızlı

bir dönüşüm yaşanıyor. Bu dönüşümde üç teknoloji grubu öne çıktı: Temiz enerji (elektrik motorlu otomobiller), sensörler ve elektronik (kontrol sistemleri) ve yazılım (otonom otomobiller). Bu teknolojiler sadece otomobillerin kendisini değil, karayolları alt yapısından ulaşım hizmetlerine, bakım onarımdan benzin istasyonlarına kadar otomotiv sektörüne destek sağlayan tüm ürün ve hizmetlerde de köklü değişimlere yol açıyor. Türkiye'deki otomotiv sektörü bu teknolojilere adapte olabilecek sınıai ve teknolojik birikim ve yeteneğe sahip fakat bu teknolojilerin geliştirilmesi konusunda önemli kısıtlar var. Bu kısıtların en önemlisi Türkiye'de elektronik ve yazılım sektörlerinin yeterince gelişmemiş olması.

Otomotiv sektörü mevcut haliyle orta dönemde (yaklaşık 10 yıllık dönemde) istihdam, üretim ve ihracat açısından Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri olmaya devam edecek fakat bu konumunu koruyabilmesi ve Türkiye'nin uzun dönemde büyümesine katkıda bulunabilmesi için dijital dönüşüme çok hızlı bir şekilde adap-



"YEŞİL-DİJİTAL TEKNOLOJİLER TÜM DÜNYADA ÇOK BÜYÜK DÖNÜŞÜMLERE YOL AÇIYOR. BU DÖNÜŞÜMDE ÖNCÜ ROLÜ OYNAYAN FİRMALAR HIZLA BÜYÜYECEK VE KÜRESEL ÖLÇEKTE BELİRLEYİCİ OLACAK. DİJİTAL TEKNOLOJİLERE UYUM SAĞLAYANLAR VARLIĞINI KORUYABİLECEK, UYUM SAĞLAYAMAYANLAR İSE KISA BİR SÜRE İÇERİSİNDE PİYASADAN ÇEKİLMEK ZORUNDA KALACAK. BİR BAŞKA DEYİŞLE, 'YARATICI YIKIM' OLARAK ADLANDIRILAN TEKNOLOJİK DEĞİŞİM SÜRECİNİN 'YARATICI' KISMINDA YER ALAMAYANLAR, BÜYÜK OLASILIKLA 'YIKIMLA' KARŞILAŞACAKLAR."

te olması ve yeni teknolojileri geliştirebilmesi gerekli. Bu da sadece otomotiv sektöründe değil, tüm sınıai yapıda dijital dönüşümün gerçekleşmesiyle mümkün olabilir.

Dijital dönüşümle birlikte iş kollarında ne tür yenilikler öngörüyorsunuz?

Firmalar açısından dijital dönüşümün üç önemli etkisi var: Ürünlerde dönüşüm, üretim süreçlerinde dönüşüm ve her alanda verinin ön plana çıkması. Otomobil örneğinde olduğu gibi artık hemen hemen tüm ürünler dijital dönüşümden etkilenmiş durumda. En basit ürünlerde bile dijital teknolojiler ve yazılım kullanılıyor. Bazı durumlarda ürün tamamen dijital hale dönüşüyor ve yeni ürünler ortaya çıkıyor. Bu dönüşüme ayak uyduramayan firmaların piyasa payı hızlı bir şekilde düşüyor ve sonuçta bu firmalar piyasadan tamamen çıkmakta zorunda kalıyor.

Üretim süreçlerindeki dönüşüm de ürünlerdeki dönüşüm kadar köklü. Basın-yayım gibi sektörlerde üretim süreci toptan değişiyor, pek çok sektörde dijital teknolojiler üretim sürecinin her aşamasında yaygın olarak kullanılıyor. Son olarak, verinin toplanması ve işlenmesi tüm firmalar açısından hayati öneme sahip oluyor. Müşteri ihtiyaçlarını belirlemekten tedarik ve satış kanallarının optimizasyonuna kadar her aşamada çok çeşitli verilerin derlenmesi ve işlenmesi gerekli. Verinin önem kazanması, veri güvenliği konusunu da gündeme getiriyor. Firmaların bu üç alandaki dönüşüme en azından ayak uydurabilmesi gerekli. Bunun için dijital teknolojilerin sunduğu olanakların farkında olmak ve en uygun dijital çözümleri hızlı bir şekilde uygulayacak bilgi ve birikime sahip olmak çok önemli. Her firma hem teknolojik gelişmeleri çok yakından takip etmeli hem de dijital teknolojileri etkin bir şekilde kullanabilecek ve geliştirebilecek personeli yetiştirebilmeli. Aslında dijital teknolojiler bu alanda da yeni olanaklar sunuyor. Özellikle açık kaynak yazılımlar firmalara ücretsiz ve nitelikli seçenekler sunuyor, tabii bu seçeneklerden faydalanabilmek için firmaların açık kaynak topluluklarında aktif olabilecek personeli istihdam etmesi gerekli.

Sonuç olarak, yeşil-dijital teknolojiler tüm dünyada çok büyük dönüşümlere yol açıyor. Bu dönüşümde öncü rolü oynayan firmalar hızla büyüyecek ve küresel ölçekte belirleyici olacak, dijital teknolojilere uyum sağlayanlar varlığını koruyabilecek, uyum sağlayamayanlar ise kısa bir süre içerisinde piyasadan çekilmek zorunda kalacaklar. Bir başka deyişle, "yaratıcı yıkım" olarak adlandırılan teknolojik değişim sürecinin "yaratıcı" kısmında yer alamayanlar, büyük olasılıkla "yıkım"la karşılaşacaklar.

Türk- Alman Üniversitesi Genel Koordinatörü Prof. Dr. Ferit Küçükay: YENİLİKLERE KISA SÜREDE ADAPTE OLMAK, GELECEĞİN TEMİNATIDIR

ÇOK ÖNEMLİ GÖREVLERDE BULUNAN, KIYMETLİ ÇALIŞMALARLA İMZA ATAN TÜRK- ALMAN ÜNİVERSİTESİ GENEL KOORDİNATÖRÜ PROF. DR. FERİT KÜÇÜKAY İLE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN TÜM YÖNLERİNİ KONUŞTUK. ŞİRKETLERİN DEĞİŞİMLERE HIZLI UYUM SAĞLAMASI GEREKTİĞİNİN ALTINI ÇİZEN KÜÇÜKAY, "GELECEKTE KOMPLEKS ARACIN ORTAYA ÇIKIŞI, GİDEREK DAHA KAPSAMLI, KOORDİNELİ GELİŞTİRME, YÜKSEK DERECEDE YARATICILIK VE AĞ BAĞLANTILI YENİLİKÇİ GÜÇ GEREKTİRECEKTİR. YALNIZCA ETKİLİ BİR EKOSİSTEM ARACILIĞIYLA BUNDA USTALAŞANLAR HAYATTA KALACAK" DİYOR.

Global otomotiv sektöründe ne gibi yenilikler ve yeni teknolojiler söz konusu?

Öncelikle, otomotiv sektörünün gündeminde ilk sıralarda yer alan ve sektörün yenilikçi gücünün rağbet gördüğü en önemli araştırma ve geliştirme konularını saymalıyım; iklim nötrlüğü sağlayan elektromobilite, otonom sürüş ve mobilite hizmetleri. Dijitalleşme, bağlanabilirlik ve emisyon azaltma, belirtilen tüm alanlar için merkezi öneme sahiptir. Bu yenilikler, bir otomotiv firmasının geleceğinin teminatıdır.

Güçlü merkezi bilgisayar, entegre sensörler, sensör kümeleri ve son derece dinamik aktüatörler, sürücü destek sistemleri ve otomatikleştirilmiş sürüş işlevleriyle bağlantılı ve Büyük Veri (Big Data) destekli yapay zeka yöntemleri, gelecekte araç modüllerinin performansını, sistem verimliliğini, kalitesini ve güvenilirliğini artırmaya yönelik tamamen yeni yaklaşımlara olanak tanıyacak ve sonuçta aracın konfor, verimlilik, kalite ve performansında önemli iyileştirmeler sağlayacaktır. Elbette aktarma organları, gövde ve şasi için de birçok yenilik olacak; Buradaki geliştirme hedefleri: daha hafif, daha kompakt ve daha verimli. Diğer unsurların yanı sıra, termal yönetimi optimize etmek için termal olarak iletken ürünler, elektrikli bileşenleri minyatürleştirmek için yüksek Karşılaştırmalı İzleme Endeksine (CTI) sahip malzemeler ve yenilikçi malzemelerin yardımıyla optimizasyona odaklanılmaktadır.

Endüstri 4.0'ın üretimde uygulanması özellikle dikkat çekicidir. Böylece, dijital üretim planlamasıyla zaten elde edilebilecek yüksek bir iş verimliliği sağlanmaktadır. Buna, üretim ortamının kendi kendini organize ettiği ve birçok sürecin çalışanların doğrudan müdahalesi olmadan otomatik ilerlediği bir fabrika olan "Akıllı Fabrika" da dahildir. IoT (Nesnelerin İnterneti) kullanımı, uygulamalar ve



akıllı kontrol sistemleri, kaynakların korunmasına yardımcı olur.

Dünyada inovasyon konusunda neler yapılıyor?

Küresel olarak, özellikle elektromobilite alanında birçok start-up'ın kurulduğu ABD ve Çin bahsetmeye değerdir. Teknolojik anlamda Alman şirketleri hâlâ lider durumda, ancak özellikle Çin karşısında rekabetçi kalabilmek için çabalarını ve yeniliklerini artırmaları gerekiyor. Şirketlerin içinde, çalışanların fikirlerinin teşvik edildiği, değer verildiği ve ödüllendirildiği bir inovasyon kültürü inşa edilmelidir. Risk almaya istekli olma, yeniliklerin merkezi bir bileşendir ve büyümenin temelini temsil eder. Bu nedenle, risk almaya desteklemek ve teşvik etmek için başarının yanı sıra "başarısızlık" da olumlu olarak değerlendirilmelidir. Şirket çalışanları, kendi etki alanlarını nasıl daha etkin ve verimli hale getirebilecekleri ve şirket ürünlerini nasıl geliştirebilecekleri konusunda sürekli düşünmeye teşvik edilmelidir.

Şirketler, tüm geliştirme ve üretim süreçlerinde etkinlik ve verimliliğin artırılması açısından kendilerini analog dünya anlayışından ve buna bağlı yapı, süreç ve çalışma yöntemlerinden koparıp kendilerini yeni dijital şirketlere dönüştürmek zorundadırlar.

Çevreci araçlarla ilgili dünyada ne gibi gelişmeler oluyor?

Dünya otomotiv pazarlarının çoğunluğu CO2 emisyonu ve filo verimliliği standartlarına sahiptir, bu nedenle dünya çapında yeni binek araçların yaklaşık yüzde 80'i bu tür düzenlemelere sahip pazarlardadır. AB ülkeleri yeni bir mevzuat üzerinde çalışıyor. Buna göre, AB'yi 2050 yılına kadar iklim nötr hale getirmek için 2030 yılına kadar AB'deki tüm sektörlerden kaynaklanan toplam emisyonlar en az yüzde 55 oranında azaltılacaktır. Özellikle, 2035'ten itibaren içten yanmalı motora sahip araçlar tescil edilemeyecek.

Çevre dostu ve iklim nötr mobilite tartışması, sanayide ve evlerde en az bir o kadar acil ihtiyaç duyulan "iklim açısından nötr enerji kaynakları" konusunu daha yakından ele almamızı gerektiriyor. Trafikte fosil yakıtlardan kaynaklanan küresel CO2 emisyonlarının, toplam küresel CO2 emisyonlarının yalnızca yüzde 25'ini oluşturmaktadır. Kalan CO2 emisyonları endüstri, evler, tarım, vb. kaynaklıdır. Uzun vadeli emisjonsuz mobilite hedefi, yalnızca araçtaki iklim açısından nötr enerji kaynaklarıyla mümkündür. Bununla birlikte, daha ilginç ve umut verici olan, elektrik enerjisinin elektrikli taşıt tahriki için kullanılması, yakıt hücrelerinin yardımıyla elektrik enerjisi üretmek için hidrojenin kullanılmasıdır. ("Yakıt Hücreli Elektrikli Araçlar" (FCEV) Bununla birlikte, E-Yakıtların önemli avantajları olduğundan, maliyetleri düşürmeye ve verimliliği artırmaya yönelik araştırma ve çalışmalar da devam etmektedir. Birincisi, üretim

sürecinde benzin, dizel ve gazyağı yerine daha iyi yakıtların eşdeğeri olacak şekilde "inşa edilebilirler", yanma ve emisyon özellikleri ortaya çıkar. İkinci olarak, mevcut altyapının birçok bölümü kullanılmaya devam edebilir. Ayrıca içten yanmalı motorlarda herhangi bir değişiklik yapılmadan kullanılmaya devam edebilir. Bu, iklim nötr e-yakıtları ağır kamyonlar, nakliye ve uçaklar için ideal hale getirir.

Otomotiv sektörü ve Ar-Ge yatırımları hakkında düşüncelerinizi alabilir miyiz?

Almanya, Japonya, ABD ve Çin yalnızca en büyük ekonomiler arasında değil, aynı zamanda teknolojik olarak güncel olmak için araştırma ve geliştirmeye önemli harcamalar yapan en önemli ülkelerdir. Almanya, otomotiv araştırma ve geliştirmeye yönelik küresel yatırımlarda Japonya, ABD ve Çin'in önünde konumlanır ve bu konuda dünya lideridir. Örneğin 2021'de Alman otomotiv şirketlerinin küresel araştırma ve geliştirme yatırımları 45,2 milyar avroya ulaşmıştır. Uluslararası bir perspektiften bakıldığında, Alman otomotiv şirketleri, otomotiv sektöründeki araştırma ve geliştirmeye yönelik küresel yatırımların yüzde 33'ünü oluşturmaktadır. AB düzeyinde, Alman üreticiler ve tedarikçiler tarafından yapılan yatırımlar, 2021'de Avrupalı otomotiv şirketlerinin yaptığı araştırma ve geliştirme yatırımlarının yüzde 76'sını oluşturdu. 1970'li yıllardan bu yana sürekli gelişen Türkiye otomotiv sektörü, bugün yaklaşık 2 milyon araçlık üretim kapasitesiyle gözde üretim yeri haline gelmiştir. Çok sayıda küçük, orta ve büyük Türk otomotiv firması dünya otomotiv sektörünün bir parçası konumunda. Üniversitelerdeki uygulamaya yönelik eğitim ve bunların iş ve sanayi ile güçlü bağlantıları da otomotiv sektörünün başarısı ve yenilikçi gücünün temel gereksinimleri

arasındadır. Türk üniversitelerinde de önemli bir gelişme potansiyeli görüyorum. Burada öğrenciler, sağlam temeller ve pratik beceriler öğrenmenin yanı sıra, araştırma ve geliştirme becerileri kazanmalı ve ayrıca bağımsız hareket etme becerisini geliştirmelidir.

Bağlantılı araçların otomotiv ekosistemindeki rolü hakkında neler söylemek istersiniz?

Araç ağırları; çevrenin verimli ve hedefli tespiti, tehlikelerin erken tespiti ve mevcut alt yapıdaki trafik akışının optimizasyonu için büyük önem taşımaktadır. Hedeflenen ağırlık oluşturulması ise Akıllı Ulaşım Sistemleri (ITS) ile sağlanmaktadır. Trafik durumu, olası aksamlar ve tehlikeli noktalar hakkında erken bilgilendirme, trafik güvenliğini ve sürüş konforunu artırabilir ve enerji tüketimini azaltılabilecek unsurlardır.

Kooperatif Ulaşım Sisteminin (C-ITS) parçaları, farklı arayüzler kullanarak birbirleriyle kablosuz iletişim kurar. Diğer unsurların yanı sıra, kullanıcılarla doğrudan bilgi alışverişini sağlamak için WLAN ve mobil ağ (5G) kullanılır. Güncel trafik verileri ve araç filosundan alınan gerçek zamanlı bilgiler dikkate alınarak, trafik durumu daha hızlı ve verimli bir şekilde kontrol edilebilir ve optimize edilebilir. Otonom sürüş için merkezi bir ön koşul, son derece hassas, katmanlı bir dijital referans haritasının kullanılmasıdır. Bunlar hem uzun vadeli durumları hem de trafik durumundaki orta ve kısa vadeli değişiklikleri temsil etmek için kullanılabilir. Aracın sensör ve aktüatör sistemlerinin mevcut durumu ve hala uyarlanması gereken yol altyapısıyla otoyollarda yüksek düzeyde otonom sürüş, altyapıda herhangi bir değişiklik veya büyük ayarlamalar yapmadan mümkündür. Bununla birlikte bir sistem arızasının ağ bağlantılı iletişimin birey-

sel ve/veya tüm sistem genelinde kesinti olasılığını da hesaba katmak önemlidir.

Sonuç olarak, otonom sürüş işlemleri tamamen V2X (Araç İle X) iletişimine bağlı olacaktır. Bunun yerine bir geri çekilme seviyesi, temel karayolu trafiği operasyonunda harici veriler olmadan otomatik sürüşü etkinleştirebilir. Gelecekte, yasal ve özellikle doğrulama, emniyet ve sertifikasyon konuları otonom sürüşün daha da yaygınlaşmasında merkezi bir rol oynayacaktır.

Ağ oluşturma söz konusu olduğunda, otomatik sürüşün belirli sınırlamalarına neden olabilecek veri koruması da dikkate alınmalıdır. Konvansiyonel araçlar karayolu trafiğinin bir parçası olmaya devam edecek ve otomatik araçlarla etkileşim için yol işaretleri, trafik ışığı sistemleri gibi tüm klasik altyapı tesislerine ihtiyaç duymaya devam edecektir.

Otomotiv ekosistemi açısından gelecek öngörünüzü öğrenebilir miyiz?

Karmaşık bir sistem olarak otomobil, "bilgi paylaştıkça artar" sloganına göre hareket edilmesini ve katma değer yaratan ilgili şirketlerin hizmetlerinde etkin işbirliği ve ağ oluşturmaya gerektirir. Sadece dijital değişim ve buna bağlı olarak şirketler arası veri aktarımı standardizasyonu, "emniyet ve güvenlik" gerekliliklerini dikkate alan yönergelerin ve standartların oluşturulması bile, otomotiv sektöründe küresel bir ekosistem gerektirir. Bu da doğrusal olarak hizalanmış geleneksel tedarik zincirlerinden daha yeni yönetim ve düşünme yaklaşımlarını belirler. Şirketler, değişimlere yeterince hızlı uyum sağlama, işbirliği yapma ve ekosistemi doğada olduğu gibi orta ve uzun vadede dijital olarak bir bütün halinde tasarlama becerilerini bir an önce geliştirmelidir. Burada, bir yandan rekabetle ilgili temel unsurları korumak, diğer yandan da birlikte yenilikçi çözümler yaratmak için kiminle ortaklığa girdiğinizi ve birlikte nasıl çalışacağınızı netleştirmelisiniz. Firmanın kendi ekosistemini geniş bir şekilde açmasının avantajları buna ağır basar, çünkü gelecekte Google, Apple ve Microsoft gibi sektöre yeni girenlerin yanı sıra "telekomünikasyon", "internet", "navigasyon sağlayıcıları", "donanım ve yazılım sağlayıcıları" gibi alanlardan şirketler de olacaktır. Şirketler ayrıca yeni teknolojilere, girişimlere ve üniversite araştırma projelerine açık olmalıdır.

Gelecekte, kompleks aracın ortaya çıkışı, giderek daha kapsamlı, koordineli geliştirme, yüksek derecede yaratıcılık ve ağ bağlantılı yenilikçi güç gerektirecektir. Yalnızca etkili bir ekosistem aracılığıyla bu alanda ustalaşanlar hayatta kalacak.





KORAY ÖZTOPÇU
GARANTİ BBVA TÜKETİCİ
FİNANSMANI DİREKTÖRÜ

SÜRDÜRÜLEBİLİR E-MOBİLİTE VE GELECEĞİ

SÜRDÜRÜLEBİLİR E-MOBİLİTE ULAŞIMDA GELECEĞİMİZİ ŞEKİLLENDİRİRKEN, ELEKTRİKLİ MOBİLİTE VE YENİ EKOSİSTEM BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR. DÜNYA ÇAPINDA FARKLI YOLLARDA SEYAHAT EDEN ELEKTRİKLİ ARAÇ SAYISI ARTARKEN ELEKTRİFİKASYON, ULAŞIMIN NİHAİ ENERJİ TÜKETİMİNİ KARBONDAN ARINDIRMANIN EN UYGUN MALİYETLİ VE VERİMLİ YOLU OLARAK KENDİSİNİ GÖSTERİYOR.

İklim kriziyle mücadele kapsamında ortaya konulan hedefleri gerçekleştirmek için nihai tüketimi mümkün olduğunca elektrikli hale getirmemiz önem kazanıyor. 2050 yılına kadar net sıfır emisyonla ulaşmak üzere küresel olarak satılan araçların 2030'a kadar yüzde 60'ının, 2035'a kadar da yüzde 100'ünün elektrikli olması gerekiyor. Özellikle elektrikli arabalar, içten yanmalı araçlara (dizel veya benzinli) göre 5 kate kadar, hidrojenli araçlara göre ise 2,3 kat daha verimli olabiliyor. Sürdürülebilir mobilite emisyonları azaltmanın çok ötesine geçerken, ulaşım ihtiyacında yeni ekosistem gelişimi milyarlarca insanın yaşamını ve geçimini iyileştirme potansiyeline sahip. Sürdürülebilir kalkınmanın özünde insanların ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra gelecek nesillerin beklentilerine de cevap vermek yer alıyor.

SÜRDÜRÜLEBİLİR E-MOBİLİTE TANIMI GENİŞLEYEREK KAPSAYICILIĞI ARTIYOR

Sürdürülebilir e- mobilite sistemini "bireylerin, şirketlerin ve toplumun temel erişim ve kalkınma ihtiyaçlarının güvenli bir şekilde, insan ve ekosistem sağlığıyla tutarlı bir şekilde karşılanmasına olanak tanıyan ve eşitliği teşvik eden bir sistem" olarak tanımlayabiliriz. Burada güvenli, uygun fiyatlı, erişilebilir, verimli ve dayanıklı bir şekilde, günümüzün ve gelecek nesillerin yararına olacak şekilde ekonomik ve sosyal kalkınmayı ilerleterek, insanların ve malların hareketliliği için hizmet ve altyapının sağlanmasıyla beraber karbon ve diğer emisyonlar ile çevresel etkiyi en aza indirmek ana hedeflerdir.

Gelecekte uygun maliyetli ve sürdürülebilir mobilite seçeneklerinin sağlanması da dahil olmak üzere bir dizi yenilikçi trend, küresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasına yardımcı olacak.

Paylaşılan hareketlilik, emisyonların ve trafik sıkışıklığının azaltılmasında önemli bir rol oynarken, çeşitli ulaşım modlarını (arabalar, scooterlar, e-bisikletler) paylaşarak, sahip olduğumuz araçların günün çoğunda boşta kalmasını önleyebilir ve daha azıyla daha fazlasını yaparak araç kullanımını optimize

edebiliriz. İnsanların ulaşım araçlarına sahip olmadığı, kullanım başına ücret ödediği 'sahiplik', özellikle kentsel alanlarda alışkanlıklarımızı şimdiden değiştirmeye başladı.

KATI HAL PİL TEKNOLOJİSİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK EKSENİNDE SÜRÜŞ MENZİLİ İÇİN ÖNEMLİ BİR KONUMA GELİYOR

Batarya teknolojisi de elektrikli araçlarla beraber gelişirken, lityum pil ilk olarak Gilbert N. Lewis tarafından 1912 yılında keşfedildi. İlk yenden doldurulamayan pil hücreleri ise 1970'lerin ilk yıllarında ortaya çıkarken, yeniden doldurulabilir lityum iyon pillerin piyasaya sürülebilirliği yaklaşık 20 yıllık bir çalışmadan sonra mümkün oldu. İlk ticari versiyon 1991 yılında John B. Goodnough yönetimindeki çalışma grubu tarafından geliştirilip, tüketicilerin kullanımına kamera ve kişisel müzik çalarlar ile sunuldu.

Günümüzde batarya teknolojisi gelişmeye devam ederken, "katı hal" bataryaların geliştirilmesinde adımlar atılıyor. Katı hal pil teknolojisi olarak adlandırılan teknoloji, günümüzde kullanımda olan lityum iyon pillerin tek şarjla sağladığı sürüş menzili ve alev alma riski gibi sorunlarının çözümü için en umut verici gelişme olarak değerlendiriliyor.

Geliştirme takvimleri defalarca ertelenmiş olsa da, dünyanın en büyük pil malzemeleri üreticileri katı hal pillerin 2030 yılına kadar küresel pazarın yüzde 10'undan fazlasını ele geçirmesini bekliyor.

Birçok araştırmaya göre otomobil üreticilerinin elektrikli araçlardaki ticari gelişiminin "son altı ila dokuz ayda gerçekten hızlandığını" gösteriyor. Sanayileşmesinin ilk aşamasının da 2025-2027'de başlayacağı, 2030 yılına gelindiğinde araçlarda batarya teknolojisinin de de daha büyük gelişmeler ve daha uzun menzilleri göreceğimiz beklentileri giderek artıyor. Katı hal pil teknolojisi, bir elektrikli aracın geleneksel arabalara göre sınırlı sürüş menzilini, yeniden şarj etme sürelerini ve aşırı ısınmanın neden olduğu güvenlikle ilgili endişeleri giderme potansiyeline sahip olacak, sürdürülebilir e-mobilite adımlarını hızlandıracak.

SÜRDÜRÜLEBİLİR MOBİLİTE,
EMİSYONLARI AZALTMANIN ÇOK
ÖTESİNE GEÇERKEN, ULAŞIM
İHTİYACINDA YENİ EKOSİSTEM
GELİŞİMİ MİLYARLARCA
İNSANIN YAŞAMINI VE GEÇİMİNİ
İYİLEŞTİRME POTANSİYELİNE SAHİP.
SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMANIN
ÖZÜNDE İNSANLARIN İHTİYAÇLARINI
KARŞILAMANIN YANI SIRA GELECEK
NESİLLERİN BEKLENTİLERİNE DE
CEVAP VERMEK YER ALIYOR.





SAVAŞ ÖZTORUN
EY TÜRKİYE DANIŞMANLIK
HİZMETLERİ TEDARİK
ZİNCİRİ VE OPERASYONLAR
DİREKTÖRÜ

PANDEMİ VE SONRASINDA TEDARİK ZİNCİRİ GÜNDEMİ

PANDEMİ DÖNEMİ VE SONRASINDAKİ EKONOMİK VE SİYASİ GELİŞMELER; SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR İŞ ORTAMI OLUŞTURMAK İÇİN UÇTAN UCA İZLENEBİLEN VE DAHA OTOMATİK SÜREÇLERLE YÖNETİLEBİLEN, DİJİTAL OLARAK OLGUNLAŞMIŞ TEDARİK ZİNCİRİ YAPILARININ KURULMASININ FAYDALI OLACAĞINI GÖSTERİYOR. BU ŞEKİLDE, HEM MALİYETLERİN KONTROL EDİLDİĞİ HEM DEĞERLİ İŞ ORTAKLIKLARININ KURULDUĞU HEM DE SON MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAYA YÖNELİK İŞ SÜREÇLERİNİN GELİŞTİRİLDİĞİ YOL HARİTALARI OLUŞTURULABİLİR.

Küresel otomotiv sektörü, pandemi ve sonrasında meydana gelen gelişmelerle birlikte farklı dinamiklerle karşı karşıya kalarak yeni dengeyi bulmaya çalışıyor. Özellikle pandemi sırasında ortaya çıkan hammadde kısıtlarına bağlı emtia bulunurluğu ve buna bağlı maliyet artışları, tüketici eğilimlerindeki değişikliklerin ve politik gelişmelerin etkisiyle beraber üretime dayalı tedarik haritalarının ve lojistik akışlarının değiştiğini görüyoruz. Değişen malzeme akışı küresel ölçekte sadece otomotiv ana sanayisini değil aynı zamanda otomotiv yan sanayisi de etkiliyor. Bununla beraber, küresel lojistik sektöründe de etkileyerek pandemi öncesinde süre gelen çalışma şeklinin değişmesinde önemli etken oldu. Pandemi öncesi dönemde malzeme akışı daha standart bir şekilde sürerken, özellikle deniz, kara ve hava gibi taşımacılık araçlarının sayıları ve kapasiteleri dünya ticaretine yetecek kadar büyük olup, temel ticaret noktaları arasında doğrudan taşıma ağları bulunuyordu. Bu durum, hızlı bir malzeme akışına olanak sağlıyordu. Böylesine canlı ve çok yönlü lojistik süreci, karşılıklı yük dengesi ve malzeme akışında öngörülme kısıtların neredeyse olmaması göreceli olarak daha düşük navlun fiyatlarına da imkân veriyordu. Pandemi süreci ile birlikte bu düzen tamamen bozuldu ve halen yeni bir düzenin kurulma sürecini içinde olduğumuzu söyleyebiliriz.

NELER DEĞİŞTİ VE DEĞİŞEN KOŞULLARA NASIL UYUM SAĞLAYABİLİRİZ?

Neler değişti ve değişen koşullara nasıl uyum sağlayabiliriz sorusu pandemi sonrasında hepimizin ortak gündemi oldu. Öncelikle belirtmemiz gereken en önemli konu, pandemi sırasında yaşanan kapanmaların ardından ham madde bulunurluğunun azalması ve beraberinde getirdiği enflasyonist etkinin halen devam etmesidir. Özellikle petrol ve türevlerindeki fiyat artışları, koşullar aynı olsa bile bugün daha yüksek nakliye maliyetlerine yol açacaktır. Ancak asıl etki, kapanmaların ve finansal kısıtlamaların malzeme tedarik kapasitesini etkilemesi, tedarik ve talep dengesinin değişmesi ve sonuç olarak tedarikçiyle üretici arasındaki iş hacminin farklılaşması oldu. Bu da mevcut lojistik kapasitesinin daha verimli kullanılmamasına sebebiyet verdi. Bu değişimin küresel lojistik sektörüne olumsuz etkisi ise mevcut lojistik taşıma süreçlerinde var olan optimizasyonun bozulması olarak taşıma gemilerinin doluluk oranının düşmesi, uğrak sayılarının artması ve pandemi öncesinde hızlı ticari trafiğin önemli destek kaynağı olan direkt hatların yerine daha çok aktarmalı seferlerin konulması oldu. Bu durum, üreticilerin malzeme tedarikini yalnızca yüksek maliyetlerle gerçekleştirmekle kalmadı aynı zamanda malzeme akışının daha uzun ve daha az öngörülebilir hale

gelmesine neden oldu. Stok artırma fikri akla gelse de pandemi süreci sonucunda malzeme teminindeki zorluklar nedeniyle stok yapmak da mümkün olmadı. Bu eksik malzeme nedeniyle üretim durmaları veya yarı ürün stokları gibi sorunlar ortaya çıktı.

Özellikle otomotiv sektörü, bu durumdan büyük ölçüde etkilendi ve kapasite kullanım oranları düştü. Bu dönemde üretim sürekliliğini sağlamak için hava yolu taşıması daha sık tercih edildi, bu da daha yüksek taşıma maliyetlerine rağmen eksik malzeme nedeniyle aksayan üretimin devam etmesini sağlayan önemli bir çözüm oldu. Pandemi sırasında birçok hava yolu şirketi, kapasitelerinin bir kısmını kargo taşımacılığına yönlendirerek hem bu süreçte önemli destek sağladı hem de ekonomik fayda elde etti. Bu sayede havacılık sektörünün pandemi sonrasında daha sağlıklı bir geçiş yapması sağlandı.

PANDEMİYLE BİRLİKTE BİLGİ DAHA DEĞERLİ BİR KAYNAK OLDU

Pandemi sonrasında, tedarik zinciri yaklaşımında önemli değişiklikler olduğunu söyleyebiliriz. Öncelikle, bilginin artık daha değerli bir kaynak haline geldiğini görüyoruz. Bu nedenle, sürekli ve daha sık bilgi akışıyla alınan kararların daha etkili hale geldiğini gözlemliyoruz. Bilgiye erişmek için geleneksel iletişimi aşan bir dijitalleşme seviyesine ulaşmak gereklidir. Özellikle iş ortaklarıyla kurulan dijital entegrasyonlar, süreçlerin bağımsız olarak bilgi üretmesini sağlar ve bu bilgi, karar destek sistemlerine hizmet ederek daha doğru zamanlı kararların alınmasına yardımcı olur. Kontrol kulesi olarak isimlendirilen bu dijitalleşme süreci, tedarik zincirinin tüm aşamalarını kapsayarak, satın alma ihtiyacının doğduğu andan ürünün müşteriye ulaştığı ana kadar her aşamayı dijital ortamda yönetme imkânı sunar. Bu sayede daha otom ve riskleri önceden tespit eden bir yapı oluşur. Hem üretici hem de distribütör olan büyük organizasyonlarda, sürdürülebilir bir iş ortamı oluşturabilmek için tedarik zincirinde dijitalleşme sürecini başlatma veya geliştirme zamanının geldiğini söyleyebiliriz. Bu bağlamda, değer zinciri yapısının güçlendiğini görüyoruz. Değer zinciri oluşturmak için, süreçlerimizde değer sağlayabilecek iş ortaklarını doğru bir şekilde belirlemek ve onlara dijital imkânları kullanma fırsatı vermek önemlidir. Örneğin, lojistik hizmetlerini sadece nakliye olarak değil, aynı zamanda planlama yapma imkânı sağlayan bir kontrol kulesi altında ele almak, daha iyi kapasite kullanımı ve rekabetçi navlun elde etme olanağı sunabilir. Bu sayede sürdürülebilir ve maliyeti daha etkin lojistik süreçler elde edilebilir.

Otomotiv sektöründe önemli bir konu olan bitmiş ürün dağıtımı ve satış sonrası yedek parça temini, lojistik kısıtlar önemli ölçüde etkileniyor. Özellikle eksik parça nedeniyle, geçmişe göre daha sık aralıklarla, ancak daha yüksek miktarlarda ürün taşındığı görülüyor. Bu durum mevcut lojistik kapasitelerinden daha yüksek olduğu için üretim için parça beklemesinin üzerine mevcut stokların erimesi için ortalama taşıma süresinden daha uzun sürede taşıma yapılmasına neden oluyor. Özellikle yurt içindeki enflasyon ve fiyat belirsizlikleri nedeniyle lojistik maliyetler oldukça arttı. Uluslararası lojistik maliyetlerine kıyasla yurt içi lojistik maliyetlerinin daha fazla artmasını kontrol altına almak için sürecin verimliliğini artırmak önemli bir adım olacaktır. Sonuç olarak, pandemi ve sonrasında ekonomik ve siyasi gelişmeler, sürdürülebilir bir iş ortamı oluşturmak için uçtan uca izlenebilir ve daha otomatik süreçlerin benimsendiği, dijital olarak olgunlaşmış tedarik zinciri yapılarının kurulmasının faydalı olacağını göstermektedir. Bu şekilde, sadece maliyetlerin kontrol edilmediği, aynı zamanda değerli iş ortaklıklarının kurulduğu ve son müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik iş süreçlerinin geliştirildiği yol haritaları oluşturulmalıdır.

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİ: E-MOBİLİTE, YENİ CİRO MODELLERİ VE ÖNCÜLÜK EDEN ÇİN

GLOBAL DANIŞMANLIK ŞİRKETİ SIMON-KUCHER'İN HAZIRLADIĞI "OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GELECEK DÖNEM YOLCULUĞU 2023" ARAŞTIRMASINA GÖRE OTOMOTİV SEKTÖRÜ HIZLI BİR ŞEKİLDE E-MOBİLİTE EKOSİSTEMİNE YÖNELİYOR. TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA ELEKTRİKLİ ARAÇLARA OLAN İLGI ARTARKEN DİJİTAL SERVİSLER VE YENİ CİRO MODELLERİ DE MÜŞTERİLERİN İLGI ODAĞI HALİNE GELİYOR. BU GELİŞMELERE İSE ÇİN ÖNCÜLÜK EDİYOR.

Simon-Kucher, "Otomotiv Sektörünün Gelecek Dönem Yolculuğu 2023" araştırmasını, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 20 ülkede 8 binin üzerinde kullanıcının katılımıyla gerçekleştirdi. Araştırma; kullanıcı davranışları, e-mobilitede global trendler ve Türkiye'deki markaların e-mobilite trendlerini global standartlarda yakalaması için neler yapması gerektiğine dair bilgiler sunuyor.

TÜRKİYE ELEKTRİKLİ ARAÇ EKOSİSTEMİNDE AVRUPA VE ÇİN'İ KARARLILIKLA TAKİP EDİYOR Avrupa ve Çin, hayata geçen düşük karbon emisyon hedefleri ve devlet teşvikleriyle geçtiğimiz 3-4 senelik periyotta elektrikli araç pazarında hızlı yükseliş içerisinde. Almanya ve Norveç gibi Kuzey Avrupa ülkeleri elektrikli araç dünyasını erken benimseyenler konumundayken Çin son yıllardaki atakları ile e-mobilite dünyasının önde gelen pazarlarından biri olma yolunda hızlı adımlarla ilerliyor. Türkiye ise bu

trendi yaklaşık 3 yıl geriden; ancak büyük bir kararlılıkla takip ediyor. Türkiye'de elektrikli araç satın alma düşüncesi her geçen yıl artıyor. TOGG'un yollarda yerini bulması, Saic ve Skywell gibi markaların da Türkiye'yi bir pazar olarak seçmesi büyümeyi pozitif yönde etkiliyor. Simon-Kucher Global Ortağı Cem Balıkçioğlu, araştırma çıktılarını değerlendirerek araç tipleri hakkında Türkiye'deki kullanıcıların bir sonraki araç satın almaları veya kiralamalarda en çok elektrikli araçları tercih edeceklerini belirtiyor. Türkiye'de kullanıcı değerlendirme oranları elektrikli araçlarda yüzde 86, hibrit araçlarda yüzde 82 ve benzinlilerde yüzde 77 olarak karşımıza çıkıyor. Elektrikli araçların benimsenmesindeki en önemli başarı etmeni doğru ve yeterli alt yapı. Bu noktada, elektrikli araçlara ve özellikle alt yapı kurulumuna yönelik devlet teşvikinin önemi artıyor. Avrupa'daki birçok ülkede evde şarj imkânlarıyla kamusal alanlarda şarj etme gerekliliğinin azaldığını görsek de Türkiye'de düşük sayıdaki özel konut şarj istasyonu bulunurluğu kamusal alanlardaki şarj istasyonu gereksinimini artırıyor.

Araç sürücülerinin şarj deneyimi tarafında beklentilerinin de farklılaştığını görüyoruz: Binek araç sürücülerini tam şarjı 1 saatten az sürecek hızlı ve rahat şarj deneyimi beklerken ticari araç sürücülerini iş ve gelir verimliliklerini düşünerek ultra hızlı şarj beklentisi içerisine giriyor. Bu bağlamda Türkiye'de uzun vadeli dönüş oranına sahip yüksek tu-



CEM BALIKÇIOĞLU
SIMON-KUCHER GLOBAL ORTAK

tarda yatırım gerektiren şarj altyapısına bir an önce öncülük edilmesi gerekiyor; aksi takdirde elektrikli araçların seri bir şekilde olumsuz bir tecrübeye dönüşmesi ve 2. el pazarına geçmesi mümkün.

Türkiye'de güncel şarj istasyonu alt yapısına baktığımızda, şarj noktası hizmeti lisansına sahip 130'dan fazla şirket olduğu görülüyor ve önümüzdeki 10 yılda 4-5 tanesinin pazarda lider konumuna gelmesi bekleniyor. Oyuncuların bu alanda yapılacak yatırımlarının en az 20 yıllık bir süreci kapsaması gerekirken 10 yıldan önce pozitif değerde nakit akışı beklemek henüz mümkün gözüküyor. Yatırımcılar için gereken sermaye, ulaşılmak istenen hedefe bağlı olarak 100 Milyon \$ ile 1 Milyar \$ arasında değişkenlik gösteriyor.

Cem Balıkçioğlu yatırımlar yapılırken ticari başarıyı artırmanın yolunun geri kazanım süresini kısaltmak ve maksimum getiriye sağlamak olduğunu hatırlatıyor ve yatırımcılara tavsiyede bulunuyor: "Şarj istasyonu kullanımını en üst düzeye çıkarmak ve farklılaşan fiyatlandırma politikalarını benimsemek geri kazanım süresini kısaltıyor. Getiriye maksimize etmenin stratejisi ise grup şirketlerden sinerji yakalamak veya değer zincirinde iş ortaklığı sağlamaktan geçiyor."

OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE YENİ CİRO VE SATIŞ MODELLERİ BENİMSENMEYE BAŞLANDI

Simon-Kucher'in global otomotiv araştırmasına göre kullanıcının araç fiyatlarına verdiği önem geçtiğimiz yıla göre bu sene yüzde 13 daha fazla. Kullanıcıların yüzde 53'ü alım gücünün düşeceğini düşünürken yüzde 58'i şu an sahip olduğu aracı daha uzun süreler boyu kullanacağını planladığını belirtiyor.

Bu gelişmeler doğrultusunda otomotiv markaları yeni ciro kaynaklarına ve yeni satış modellerine yöneliyor. Cem Balıkçioğlu otomotiv sektöründe birçok örneği bulunan abonelik modellerinin ve puan toplama veya nakit iadesi içeren sistemlerin kullanıcı sadakatini de artırarak daha hızlı ve etkili geri kazanımların yolunu açtığını söylüyor ve ekliyor: Türkiye'deki kullanıcılar abonelik sistemlerine globale kıyasla yüzde 45'i bulan oranlarda daha açık. Aboneliği düşünmelerindeki en önemli etkenler karşımıza şu şekilde çıkıyor: esnekliğe açık kullanım süresi, kullanım menzili ve kullanımı iptal etme seçenekleri; ek hizmetler ve sigorta çeşitliliği.



Bu doğrultuda otomotiv markalarının yeni araç ve kiralama tekliflerinde abonelik sistemi kurarken mutlaka dikkat etmesi gereken unsurlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- ▲ Kullanıcının tercih ve davranış segmentlerine göre farklılaştırılmış fiyatlandırma taktikleri kullanılmak
- ▲ Finansal optimuma ulaşmak için abonelik, kiralama ve geleneksel satın alma tekliflerinin fiyat konumlandırmasını dengeli yönetmek
- ▲ Abonelik modellerinin tasarımı ve iletişimde tek seferlik kiralamalara veya doğrudan araç satın almalarına kıyasla, kilometre ve süre konusunda artan esneklik avantajlarını vurgulamak
- ▲ Kullanıcı akışını aktif bir şekilde yönetmek

Online satış süreçlerine odaklandığımızda ise ister abonelik ister araç satın alımı için kullanıcı olsun online kanalların kullanıcılar arasında önemi artış gösteriyor. Sürücülerin yüzde 64'ü bulan bir kısmı online kanalları araç bilgileri edinme, konfigürasyon ve fiyat toplama işlemleri için kullanmayı tercih etse de yüzde 80'i pazarlık sürecini yürüterek satın alımı tamamlamak için hala fiziksel etkileşim içine girmeyi tercih ediyor. Online satış süreçlerini etkili şekilde yönetebilmek için markalar aşağıdaki unsurları dikkate almalı:

- ▲ Sürekli gelişim: Öncelikle araç bilgilerini ve araç konfigüratörünü sonrasında ise kalan satın alma sürecini düzenli iyileştirerek dijital varlıklarını sürekli olarak geliştirmek
- ▲ Online ve fiziksel doğru yerde kullanmak: Örneğin, fiziksel test sürüşlerine ve satın almaları olanak tanımak
- ▲ Özel satış temsilcisi ve düzenli takip: Kullanıcı sadakatinde oluşacak riskleri azaltmak için satın alma sırasında ve sonrasında müşteriler için özel bir satış temsilcisi tanımlamak

Online satış yolculuğunun yanı sıra dijital servisler de sektörde hem hijyen faktörü hem de ek gelir kaynağı olarak öne çıkıyor. Türkiye'deki kullanıcıların yüzde 85'i bir sonraki araç satın almalarında dijital hizmetlerin bulunurluğuna önem veriyor. Telefon uygulamaları gibi müşteriler için kolayca erişilebilen dijital hizmetlere olan ihtiyaç genç nesillerle birlikte artıyor. Oluşturulacak dijital hizmetler, sadece müşteriyi başka bir kanal kullanımına zorlamak ve onları üretici, araç ve hizmet bilgileriyle doldurmak yerine araç özelliklerinin yönetimini, bakımını ve günlük kullanımını da içerirse kullanıcıların ilgisini daha çok çekmeye başlıyor. Kullanıcılar, dijital servisler için gerekebilecek kişisel verileri ve araç bilgilerini paylaşma konusunda da yüzde 81'i bulan yüksek kabul oranı veriyor. Bu durum, üreticilerin değerli içgörüler elde etmesine olanak tanıyan veriler teknolojiyle birleştirildiğinde ek gelir kazanma potansiyeli de sunuyor. Kullanıcıların yüzde 56'sı da dijital servisler içerisinde reklam görmeye açık olduklarını belirttikleri için markalar toplanan kişisel veriler doğrultusunda hedeflenmiş ek reklam alanına erişmiş oluyor.



GÖKŞİN AYDOĞAN
SIMON-KUCHER PARTNERS / MÜDÜR

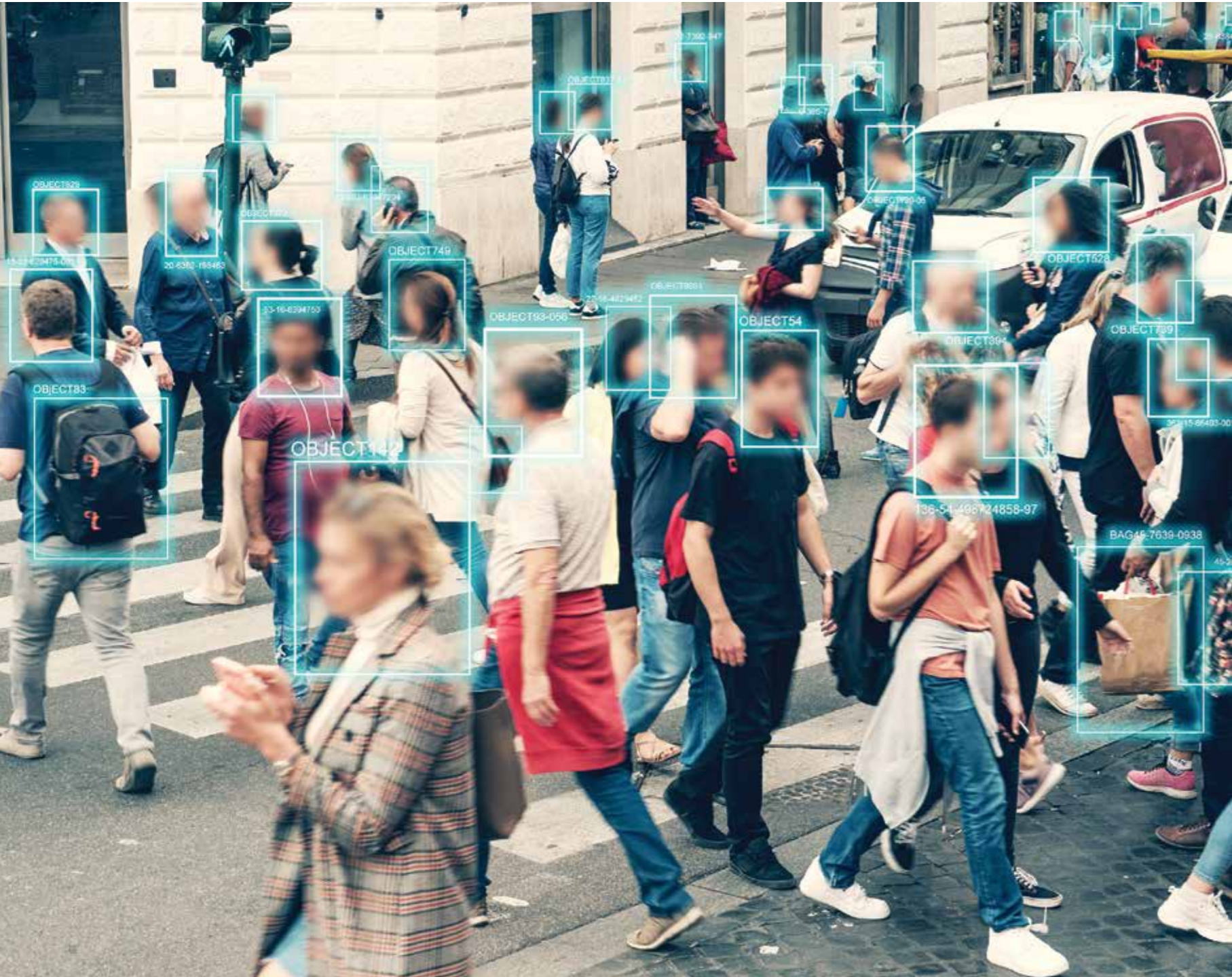


ÖYKÜ ELMAS
SIMON-KUCHER PARTNERS / KIDEMLİ DİREKTÖR

ÇİN E-MOBİLİTE EKOSİSTEMİNİ HIZLA GENİŞLETMEKLE KALMAYIP DİĞER ÜLKELERE DE BU YOLDA IŞIK TUTUYOR

Elektrikli araç dünyasında 2018 yılından başlayarak günümüze hız kesmeden gelen Çin, yenilikçi e-mobilite hizmetleri sağlamaya devam ediyor. Çin'deki kullanıcılar elektrikli araç, batarya değiştirme hizmetleri, otonom sürücülük, dijital servis ve akıllı telefon uygulamaları gibi çeşitlenen mobilite alanlarına dahil olmaya diğer ülkelerdeki kullanıcılara göre 2 kata kadar daha açıktır. Çin'in yenilikçi öncülüğüyle Çin markalarının dış pazarlara yayılımı ülkelerdeki Çin markası araç kullanımı yatınlığını gittikçe artırıyor. Türkiye'deki kullanıcıların da yüzde 40'ı Çin marka araç kullanmayı düşündüğünü belirtiyor. Yenilikçi yaklaşımlara bakıldığında, boş bataryaları doluları ile değiştirme prensibiyle çalışan abonelik modelleri Çin'de yüksek ilgi görürken Simon-Kucher'in global otomotiv araştırmasına göre Türkiye, diğer ülkelerle karşılaştırılınca bu yenilikçi sistemlere en açık olan ülke konumunda. Bu durum, Türkiye'nin de kullanıcı ve üreticileriyle beraber yenilikçi uygulamalarda hızlıca ilerleyeceğini gösteriyor.

Özetle, globalde otomotiv sektörü e-mobilite ve bu ekosistemle beraber gelişen yeni ciro ve satış modelleri ile gelişiyor. Türkiye de bu gelişmeleri yakından takip etmeye ve istihl otomotiv kullanıcılarına beklediklerini vermeye devam edecek. Bu süreçte, markalar trendleri takip ederken sürdürülebilir ve kârlı bir iş modeli kurmak için global pazarlardan gelen öğrenimleri dikkate almalı ve detaylı hesaplanmış yol haritaları ile hareket etmeli. Ek sorularımız ve araştırma hakkında detaylı bir sunum almak için Simon-Kucher ekibine her zaman ulaşabilirsiniz: oyku.elmas@simon-kucher.com



YAPAY ZEKÂYA YASAL SINIRLAR GELİYOR

YAPAY ZEKÂNIN SUNDUĞU FIRSATLAR CAZİBESİNİ HER GEÇEN GÜN ARTIRIRKEN DİĞER TARAFTA İNSANLIĞIN GÜVENLİK VE TEMEL HAKLARIYLA İLGİLİ RİSKLER DE DOĞRU ORANTILI OLARAK YÜKSELİYOR. AVRUPA PARLEMANOSU, KONUyla İLGİLİ DİKKAT ÇEKİCİ BİR KARAR ALDI.

Geçmişin bilim kurgu senaryolarının en popüler temalarından biri olan yapay zekâ, günümüzde hayatın istisnasız her noktasında kendini göstermeye başladı. Özellikle iş dünyasındaki birçok süreç, yapay zekâ ile çok daha akışkan hale geldi. Bu trendin kartopu etkisiyle devam etmesi kaçınılmaz olarak görülüyor. Öte yandan temel hak ve özgürlükler öncelikli olmak üzere, iş yaşamında istihdam, temel hak ve özgürlüklerin risk altına girme, telif ve özgünlük, kişisel ve ticari verilerin müdahaleye daha açık hale gelmesi gibi nedenlerle konu çok yönlü olarak tartışılmaya başladı. Hatta bu tartışmalar ülkeler düzeyinde risk düzeylerinin belirlenerek önlemlerin yasalarla güvence altına alınmasına uzanan bir süreci beraberinde getirdi.

AVRUPA, YAPAY ZEKÂ İÇİN ETKİN BİR POLİTİKA BENİMSEYECEK

Avrupa Parlamentosu (AP), geçtiğimiz Haziran ayında Strazburg'da gerçekleştirilen AP Genel Kurul oturumunda, yapay zekâyâ yönelik ilk kuralları içeren yasa taslağını masaya yatırdı. Yapılan görüşmeler doğrultusunda yapay zekâ yasası konusunda üye ülkelerle yapılacak müzakerelerde AP'nin pozisyonunu belirleyen belge, 499 "Evet" ve 28 "Hayır" oyuyla gündeme alındı.

Avrupa Parlamentosu'nda gündeme gelen yapay zekâ yasası, küresel düzeyde daha güvenli ve şeffaf bir standart belirlenmesi adına Midjourney ve ChatGPT gibi büyük modellere önemli yükümlülükler getirecek. Dünya geneline yayılan uygulamalar, birçok yönden değerlendirilerek temel hassasiyetler üzerinden bazı kurallara tabi hale gelecek.



RİSK DÜZEYLERİNE GÖRE HAREKET EDİLECEK

Taslağın yasaya dönüşmesiyle ilgili sürecin, yapılacak görüşmelerin devamında önümüzdeki yılın başlarında tamamlanması öngörülmüyor. Böylece yasanın 2024 yılında yürürlüğe girebileceği vurgulanıyor. Mevcut taslakta yapay zekâ, "düşük riskli, sınırlı riskli, yüksek riskli ve kabul edilemez" olarak dört ana kategoride değerlendirilmeye alınıyor.

Yapay zekâ sistemleri bakımından risk sınıflandırması aşağıdaki tabloda belirtilen risk seviyelerini ve yükümlülükleri tanımlıyor:

Risk Seviyesi*	Örnekler	Yükümlülükler
Kabul edilemez risk	Çocukları tehlikeli davranışlara yönlendiren, sesli komut veren oyuncaklar	Kullanımı yasaktır.
Yüksek Risk	Otonom cihazlar, cezai davalarda delilleri inceleyen sistemler, cerrahi robotlar	Sistemin doğruluğunu ve sağlığını sağlamak için, insan gözetiminde ve yalnızca amaçla ilintili temsili nitelikte veri ile kullanılmalıdır.
Düşük Risk	Chatbot kullanımı	Karşı tarafa yapay zekâ sistemi ile etkileşime girildiğine dair bilgilendirme yapılmalıdır.
Minimal Risk	Öneri ve tavsiyelerde bulunan yapay zekâ sistemleri	Yükümlülük öngörülmemiştir.



Yasalaşması öngörülen düzenlemelerin temel maddeleri, risk seviyelerine göre şu şekilde sıralanıyor:

- ▲ Spam filtreleri ve video oyunları gibi minimum riskli yapay zekâyâ izin olacak.
 - ▲ Bankacılık veya havayolu internet sitelerindeki sohbet robotları gibi sınırlı riskli yapay zekâ, şeffaflık yükümlülüklerine uymak zorunda olacak.
 - ▲ Kendi kendine giden taşıtlar ve robotik cerrahi gibi yüksek riskli yapay zekâ katı kontrollere tabi olacak.
 - ▲ Sosyal puanlama için yapay zekâ kullanımı kesinlikle yasaklanacak. Örneğin Çin'de olduğu gibi vatandaşların davranışlarını analiz eden ve bu temelde değerlendiren sistemlere izin verilmeyecek.
- Siyasi kampanyalarda seçmenleri etkilemek için yapay zekâ sistemleri kullanımı yüksek risk kategorisine dâhil olacak. Toplam kullanıcı 45 milyonun üzerindeki büyük sosyal med-

2021 YILINDA AB KOMİSYONU ÜYESİ THIERRY BRETON TARAFINDAN SUNULAN YAPAY ZEKÂ İLE İLGİLİ TASARI, AVRUPA PARLAMENTOSU'NUN HAZİRAN AYINDAKİ GENEL KURULU SONRASINDA YASALAŞMA SÜRECİNE GİRDİ. RİSK TEMELLİ BİR YAKLAŞIMLA YAPAY ZEKÂNIN OLUŞTURABİLECEĞİ RİSK DÜZEYİNE BAĞLI BİÇİMDE KURALLARIN GETİRİLDİĞİ YASANIN 2024 YILINDA YÜRÜRLÜĞE GİRMESİ BEKLENİYOR.



DELOITTE, '2023 KÜRESEL OTOMOTİV TÜKETİCİ ARAŞTIRMASI' RAPORUNU YAYIMLADI



DELOITTE, EYLÜL-EKİM 2022 TARİHLERİ ARASINDA 24 ÜLKEDE 26 BİNDEN FAZLA TÜKETİCİYLE ANKET YAPARAK ELEKTRİKLİ ARAÇLARIN BENİMSENMESİNE YÖNELİK TÜKETİCİ İLGİSİ, MARKA ALGISI VE İLERİ TEKNOLOJİLER DE DÂHİL OLMAK ÜZERE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜ ETKİLEYEN ÇEŞİTLİ KRİTİK KONULARI ELE ALDI.

“2023 Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması” raporu, tüketicilerin elektrikli araçları benimsemeye olan ilgisi, araç satın alma eğilimi, bağlanabilirlik ve tüketici güveni gibi talep yönlü eğilimleri ve endişeleri ortaya koydu. 24 ülkeden 26 binden fazla tüketiciyle yapılan ankete, Türkiye’den de 1.006 kişi katıldı.

ELEKTRİKLİ ARAÇLARA GEÇİŞ BAŞLADI, AMA YETERİNCE HIZLI İLERLİYOR MU?

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

Türkiye’de araştırmaya katılan tüketicilerin yüzde 54’ü bir sonraki araç seçimlerinin benzin/dizel olacağını belirtiyor. Hibrit elektrikli araç yanıtı verenlerin oranı yüzde 30, tamamen pille çalışan elektrikli araç yüzde 10, şarjlı hibrit elektrikli araç diyenlerin oranı ise yüzde 4 oldu. Elektrikli araçlarla ilgili Türkiye’deki tüketicilerin en büyük endişesi yüzde 47 ile şarj için gereken süre. Bunu yüzde 42 ile sürüş menzili ve halka açık elektrikli araç şarj altyapısının olmaması takip ediyor.

Küresel pazarın aksine elektrikli araç almayı düşünen Türkiye’deki tüketicilerin 3’te 2’si araçlarını halka açık şarj istasyonlarında şarj etmeyi planlıyor. Bu eğilimin sebebi, evlerine şarj istasyonu kurma konusunda bilgilerinin/ imkânlarının olmaması (yüzde 30) ve yüksek kurulum maliyetleri (yüzde 30) olarak öne çıkıyor. Araştırmanın yapıldığı diğer ülkelerin aksine maliyet faktörü üst sıralarda yer almasa da daha düşük yakıt giderleri dünyadaki gibi Türkiye’de de elektrikli araç seçmenin ilk nedeni oldu. ‘Daha iyi sürüş deneyimi’, ‘daha az bakım ihtiyacı’, ‘devlet teşvikleri’, ‘içten yanmalı araçlara uygulanan ekstra vergiler’ diğer nedenler olarak sıralanıyor. İklim değişikliği endişesi ise bir sonraki araç olarak elektrikli aracı tercih edecek tüketicinin ilk 5 motivasyonundan birine bile girmiyor.

Elektrikli araç talebindeki artış, istasyonları da dönüştürüyor. Tüketiciler, içinde şarj ünitelerinin yanı sıra kolayca satın alınabilen içecekler, Wi-Fi bağlantısı, atıştırmalıklar ve tuvalet gibi hizmetlerin bulunduğu geleneksel yakıt istasyonlarını tercih ediyor. Ankete katılan tüketicilerin yaklaşık 3’te 2’si, halka açık bir şarj istasyonunda araçlarının boş durumdan yüzde 80’e kadar şarj olması için 10 ila 40 dakika arasında bekleyebileceklerini ifade ediyor. Bu durum, fosil yakıt deneyimine denk bir deneyim oluşturma imkânının sınırlı olduğu yönündeki geleneksel düşünceye meydan okuyor. Türkiye’de elektrikli araç satın almak isteyen

her 10 kişiden neredeyse 5’i, araç fiyatları üzerindeki sürekli yukarı yönlü baskıyla bir sonraki aracı için 500 bin liradan fazla ödeme yapmayı bekliyor.

ARAÇ ARZI KRİZİNİN BEKLENMEDİK FAYDASI

Hangi araç markasının satın alınacağı konusunda tüketici kararlarını yönlendiren faktörlerin en başında hâlâ ürün kalitesi geliyor. Ancak, kabul edilebilir teslimat süresine ilişkin beklentiler, envanter krizinin kalıcı bir yan etkisi olarak uzamaya başlıyor olabilir. Mevcut stok krizi, tüketicileri yeni araç teslimatı için daha uzun süre beklemeye alıştıran potansiyel olarak yeni bir sipariş üzerine üretim paradimasına kapı açıyor. Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 48’i, bir sonraki araçlarının teslimi için 3 ila 12 hafta beklemeyi kabul ediyor. Otomotiv markaları (OEM) geleneksel değer zinciri için önemli bir kırılma işaret eden sigorta ürünlerini kurum içine getirme dahil olmak üzere ileriye dönük birçok potansiyel kar havuzunu değerlendirirken, Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 77’si doğrudan araç üreticisinden sigorta satın almakla ilgileniyor. Bu kesime düşen her 10 tüketicinin 5’inden fazlası, markalardan pürüzsüz bir satın alma yolculuğu ve kolaylık bekliyor. Tüketicici güveni, müşteri ilişkilerinde perakende temas noktalarının önemine işaret ederek, satış veya servis bayilerinde yoğunlaşmakta. Türkiye’deki tüketicilerin yüzde 62’si aracını servise götürdüğü ya da satın aldığı bayiye güvenirken, ancak yüzde 32’si sahip olduğu aracın üreticisi/markasına güven duyuyor.

BAYİLER TÜKETİCİLERDE ÖNEMLİ BİR GÜVEN OLUŞTURUYOR

Ankete katılan tüketiciler en çok kime güvendikleri sorulduğunda, satış veya servis bayilerini neredeyse eşit derecede belirtiyorlar. Bu, müşteriyi ilk sıraya koymak ve güçlü bir şeffaflık ve yetkilendirme temeli üzerinde ilişkiler kurmak için bir araya gelmede, perakende paydaşlarının otomotiv markalarından (OEM) daha önde olduğuna işaret ediyor. Kişisel verilerini paylaşmaya küresel ortalamalardan daha fazla eğilimli olan Türk tüketicilerin yüzde 42’si araçlarının ürettiği verileri yönetme konusunda en çok otomotiv markalarına ve araç satıcılarına güveniyor.

BAĞLANTILI ARAÇ HİZMETLERİNE ABONELİK MODELİ SAĞLANMASI ZORLAYICI OLABİLİR

Yol güvenliği, trafik sıkışıklığı ve daha güvenli sürüş rotaları için öneriler hakkında güncellemeler sağlayan bağlantılı araç özelliklerine yönelik tüketici ilgisi nispeten yüksek. Ancak

katılımcılar, bağlantılı teknolojiler için aylık abonelik ücreti ödemek yerine bu teknolojilerin maddi yükünü aracın ilk maliyetinin bir parçası olarak karşılamayı tercih ediyor. Tüketiciler, yol güvenliği güncellemelerini ve alternatif ve daha güvenli rotalar için öneri almalarına yardımcı olacaksa kişisel verilerini paylaşmaya hazır. Çoğu tüketici aynı zamanda aracın konumu, bağlantılı hizmetlerin kullanımı ve biyometrik verilerin paylaşılıp paylaşılmayacağı konusunda endişe duyuyor. Ankete katılan tüketicilerin yarısı, bağlantılı teknolojiler için satın alma fiyatının içinde önden ödeme yapmayı tercih ediyor. Bu durum, aylık abonelikler şeklinde yeni gelir akışları oluşturmayı hedefleyen markalar (OEM’ler) için bir zorluk teşkil ediyor.



DELOITTE TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖR LİDERİ ÖZLEM YANMAZ:

ELEKTRİKLİ ARAÇ SATIN ALMA EĞİLİMİ ARTIYOR

Geçen birkaç yılın zorluklarına rağmen otomotiv endüstrisi uyum sağlamaya ve ilerlemeye devam ediyor. Yükselen fiyatlar tüketiciler için önemli bir zorluk olsa da yakıt maliyetlerini düşürmeye yönelik güçlü istek yalnızca Türkiye’de değil dünyada da elektrikli araç satın alma eğilimini artırıyor. Sektör oyuncularını, mobilite deneyimini geliştiren katma değerli hizmetlerle yeni gelir akışlarının kilidini açmak için elektrikli araçlara geçişten yararlanmak istiyor. Bu dönüşüm her ne kadar türün odaklı görünse de tüketiciler, maliyet, güven ve ürün kalitesini önceliklendiriyor, daha derine indigimizde ise pürüzsüz müşteri deneyimi ve artan çok kanallı kolaylık beklentisi karşımıza çıkıyor. Teknoloji ile tetiklenen bu devrimlerin tek sabiti olan insan her zaman sektörün odağında olmaya devam edecek.

DEĞİŞEN DÜNYA DÜZENİNDE OTOMOTİVİN GELECEĞİ



HAKAN ÖLEKLİ
KPMG TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖR LİDERİ VE ŞİRKET ORTAĞI

KPMG TÜRKİYE TARAFINDAN HAZIRLANAN "OTOMOTİV SEKTÖREL BAKIŞ" RAPORUNA GÖRE; DÜNYANIN 14'ÜNCÜ VE AVRUPA'NIN 4'ÜNCÜ EN BÜYÜK OTOMOTİV ÜRETİM MERKEZİ OLAN TÜRKİYE'DE OTOMOTİV ÜRETİCİLERİ YEREL VE KÜRESEL İŞ BİRLİKLERİNİN YANI SIRA STRATEJİK BİRLEŞME VE SATIN ALMA FAALİYETLERİ İLE SEKTÖRDEKİ İSTİKRARLI KONUMUNU KONSOLİDE ETMEYİ VE İLERLETMEYİ HEDEFLİYOR.

KPMG Türkiye tarafından hazırlanan "Otomotiv Sektörel Bakış" raporuna göre 2022 yılında küresel otomotiv pazarı, yarı iletken tedarikinde bir miktar da olsa rahatlama kaydedilmesi ve yılın son çeyreğinde satışlarda gözlenen artış etkisiyle 66,2 milyon yeni araç kaydı ile 2021 yılı sayılarına ulaştı. Öte yandan dünya genelinde 2022 yılında yaklaşık 85 milyon motorlu taşıt üretilirken satılan motorlu taşıt sayısı 81,6 milyon oldu. 2021 yılında bu rakamlar sırasıyla 80,2 milyon ve 82,7 milyon seviyelerindeydi.

Türkiye'nin de dâhil olduğu Avrupa bölgesinde ise yeni binek aracı kayıtları 2022 yılında yıllık bazda yüzde 10,4 oranında geriledi. Yarı iletken tedarikindeki sorunlar ve devam eden Rusya-Ukrayna savaşı söz konusu gelişmede etkili olan sebepler arasında öne çıktı. Avrupa Birliği'nde binek aracı üretimi 2022 yılında bir önceki yıla göre yüzde 7,1 oranında artış kaydetti. Öte yandan aynı dönemde Rusya ve Ukrayna'da

üretim sırasıyla yüzde 67,4 ve yüzde 79,7 oranında azalması Avrupa genelinde üretimin 2022'de yıllık bazda yüzde 1,6 oranında gerilemesine neden oldu.

TÜRKİYE'DE OTOMOTİV PAZARI YÜZDE 7 ORANINDA BÜYÜDÜ

Türkiye'de ise otomotiv pazarı 2022'de baz etkisinin de desteğiyle 2021 yılına göre yüzde 7 oranında artış kaydetti. Ayrıca 2022 yılında otomotiv sanayii firmalarının kapasite kullanım oranı pandemi yıllarındaki yüzde 65 düzeyinden yüzde 70'e yükseldi. Diğer yandan sektörde küresel çip krizi ve Rusya-Ukrayna savaşının etkilerinin devam ettiğinin belirtildiği rapora göre, üretimin talebi karşılması güçleşirken söz konusu durum fiyatlara artış olarak yansıyor. Ayrıca ÖTV oranları da 2022 yılında iç talep üzerinde bir miktar baskı yarattı. Türkiye otomotiv sektöründe 2022 yılında 1,3 milyon araç üretilirken 827 bin araç satıldı. 2021 yılın-

da bu rakamlar sırasıyla 1,2 milyon ve 773 bin seviyelerinde idi. Türkiye otomotiv sektöründe 2022 yılında 970 bin araç ihracat edilirken ithalat edilen araç sayısı 454 bin oldu.

2023 yılı Ocak-Haziran döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla, toplam otomotiv ihracatı Dolar bazında yüzde 15 ve Euro bazında ise geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 16 oranında arttı. Bu dönemde toplam otomotiv ihracatı 17,7 milyar dolar olarak gerçekleşirken, otomobil ihracatı yüzde 20 artarak 5,4 milyar dolar seviyesine ulaştı. Euro bazında otomobil ihracatı ise yüzde 16 artarak 4,9 milyar euro düzeyinde gerçekleşti. 2023 yılsonu tahminlerine göre toplam otomotiv ihracatının 34 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesi bekleniyor.

SEKTÖRÜ BEKLEYEN ÖNEMLİ FIRSATLAR VAR

Özellikle son yıllarda yaşanan pandemi tüm sektörleri olduğu gibi otomotiv sektörünü de derinden etkiledi. Yaşanan bu kriz ile beraber, sektörün büyük bir değişim sürecine girdiğinin farkındaydık. Sektördeki oyuncuların zorlayacağı öngörülen; düşük karbon salımlı hibrit ve elektrikli araçların geçmişe göre daha çok tercih edilmesinin yarattığı talep değişimi, tedarik sorunları ve çip krizi gibi sorunların yanı sıra hızlanan dijitalleşme, üretim süreçlerinin otomasyonu, inovatif akıllı mobilite alternatifleri ve bağlantılı araç özellikleri sunan yeni pazar oyuncularının eklenmesi, sektörün eşi benzeri görülmemiş bir değişim ve dönüşüm sürecine girmesine sebep oldu.

Bununla birlikte raporumuzda sektörü bekleyen önemli fırsatlar olduğu da belirtiliyor. KPMG olarak 2022 sonunda düzenlediğimiz araştırmamıza katılan yöneticilerin yüzde 83'ü, 2021'deki yüzde 53'lük orana kıyasla önümüzdeki beş yıl içinde daha yüksek kâr elde edeceklerinden emin. Bir diğer pozitif gelişme sektördeki dijitalleşme. Üretim tarafından satış pazarlama kanallarına kadar her süreç dijitalleşmeden nasibini alıyor. Üretim süreçleri artık akıllı otomasyona tabi, satış tarafında müşterilerin ihtiyacı doğrultusunda bayiler fiziksel olmaktan çıkarak dijital dönüşüyor, bağlantılı araçlar ve otonom araçlar IoT (nesnelerin interneti) destekli parçalardan oluşuyor. Özetle sektör genelinde fizikselden dijital hızlı bir geçiş söz konusu.

YÖNETİCİLER UZUN VADEDE KÂRLI BÜYÜME KONUSUNDA İYİMSER

KPMG tarafından yayımlanan 23. Küresel Otomotiv Yöneticileri Anketi'ne de yer verilen raporda otomotiv sektörü yöneticilerinin 2023 yılı başta olmak üzere yakın gelecekte nitelikli insan kaynağı bulma, hammadde tedariki, yüksek enflasyon gibi makroekonomik gelişmeleri



RAPORDA ÖNE ÇIKAN DİĞER SONUÇLAR:

▲ Pandeminin ardından küresel boyutta birçok sektörde yükselişe geçen dijitalleşme ve sürdürülebilirlik trendleri otomotiv sektöründeki gelişmelere de öncülük ediyor.

▲ Küresel otomotiv üreticileri 2030-2050 yılları arasında karbon nötr olma taahhütlerini korurken bunu başarmaya yönelik inovatif çalışmalar gerçekleştirmeye ve bu alanda elektrikli araç üretimini artırmaktan hizmet olarak mobilite'ye (MaaS) uzanan çeşitli alanlarda teknolojik gelişmelere öncülük ediyor.

▲ Akıllı şehirlerin oluşturulmasında en önemli unsurlar arasında yer alan bağlantılılık özelliği ile Akıllı Ulaşım Sistemleri (ITS) ve Nesnelerin İnterneti (IoT) gibi uygulamalar yaygınlaşıyor.

▲ Küresel otomotiv sektöründeki firmalar ile teknoloji firmaları otonom araçlara yönelik çalışmalar yaparken Türkiye'de mobilite alanında yazılım ve mühendislik hizmetleri veren firmalar da otonom araçlar ve bağlantılılık üzerine AR-GE çalışmalarını sürdürüyor.

▲ Pandemi döneminde Türkiye'de en hızlı büyüyen sektörler arasında yer alan e-ticaretin ülke genelinde yaygınlaşması ile bazı kargo şirketleri öncülüğünde teslimatta elektrikli araç ve elektrikli mikro araç kullanımı başladı.

▲ Dünyanın 14'üncü ve Avrupa'nın 4'üncü en büyük otomotiv üretim merkezi olan Türkiye'de otomotiv üreticileri yerel ve küresel iş birliklerinin yanı sıra stratejik birleşme ve satın alma faaliyetleri ile sektördeki istikrarlı konumunu konsolide etmeyi ve ilerletmeyi hedefliyor.

▲ Ulaşım sektörü için önümüzdeki ekonomik toparlama döneminde en kilit rolü oynayan teknolojilerin 5G, Edge Computing (uç bilgi işleme) ve bu teknolojileri akıllı hale getirecek ileri analitik sistemlerinin olacağı öngörülmüyor.

▲ Genel olarak, otomotiv sektörü iklim değişikliği endişeleri, yasal gereklilikler ve daha çevreci ulaşım seçeneklerine yönelik tüketici talebi ve ulusal/uluslararası düzenlemeler gibi faktörlerin etkisiyle sürdürülebilirliğe doğru dönüştürücü bir değişim geçiriyor.

önemli risk unsurları arasında gördükleri belirtiliyor. Bununla birlikte, yöneticilerin uzun vadede kârlı büyüme konusunda 2021'den daha iyimser olduğu da görülüyor. Sektör yöneticilerinin yüzde 83'ü önümüzdeki beş yılda sektörde yüksek kârlar elde edeceklerini öngörüyor.

2022 yılında küresel otomotiv pazarında takip edilen sorunlar ve risklerin 2023 yılında da bir miktar hafifleyerek devam etmesi beklenirken sektörde öne çıkan dijitalleşme, sürdürülebilirlik, otonom araçlar, hizmet olarak mobilite (MaaS) gibi trendlerin önemli teknolojik gelişmeleri tetiklemeye devam ederek müşteri deneyimini daha da geliştirmesi bekleniyor.

Bu durumun elektrikli araçlar başta olmak üzere otomotiv sektöründe talebi yukarı yönlü etkileyeceği değerlendiriliyor. Ayrıca söz konusu trendlerin geleneksel tedarikçilerin yerini alan teknoloji şirketleri ve üretimde yerleşme ile uzun vadede kârlılığı desteklemesi de bekleniyor.

Gelişmekte olan ülkeler elektrikli mobilitenin zorluklarına nasıl hazırlanabilir?

Günümüzde sera gazı emisyonlarının yüzde 20'sinden fazlasının ulaşımdan kaynaklandığı göz önüne alındığında, elektrikli mobiliteye geçiş, karbondan arındırma ve temiz bir ulaşım geleceği açısından ümit vericidir. Bununla birlikte, 2030 yılına kadar 240 milyona ulaşması beklenen elektrikli araçların katlanarak artması, özellikle gelişmekte olan ülkelerde güç sistemleri için teknik zorluklar yaratabilir. Bu bölgelerde elektrikli araçların alımı mevcut sorunları daha da kötüleştirir ve hâlihazırda aşırı yük altında olan şebekeleri daha da zorlayabilir. World Economic Forum'un "Elektrikli Mobilité ve Güç Sistemleri - Gelişmekte Olan Ülkelerde Etkiler ve Azaltma Stratejileri" raporu bu zorlukları ele alarak çözümler sunuyor.

RAPORDA ÖNE ÇIKAN BAŞLIKLAR NELERDİR?

- 1) Elektrikli araçlar, enerji sistemine çeşitli etkileri olan sorunlara neden olabilir. Özellikle dağıtım şebekeleri, elektrikli araçların yaygınlaşmasıyla birlikte risk altında; örneğin elektrikli taksi şarj istasyonları gibi noktalarda mekansal olarak birikebilecek aşırı yüklenmelere karşı hassas olabilir. Dağıtım şebekesi, herhangi bir bileşenin arızalanması durumunda tedarikin bozulmasına yol açabilir. Bu nedenle, elektrikli araçların kullanımının yaygınlaşması için şebekenin güçlendirilmesi gerekiyor.
- 2) Elektrikli araçların şebekeye olan etkisini hafifletmek için çeşitli çözümler bulunuyor. Bunlardan biri, akıllı şarj stratejileri kullanarak araç-şebeke entegrasyonunu optimize etmek. Bu stratejiler, sistem

operatörünün en uygun zamana göre araçların şarj edilmesini sağlarken, kullanıcı tercihlerini ve güç sistemi kısıtlamalarını da dikkate alır.

3) Batarya değiştirme sistemleri de elektrikli araçların yaygın olduğu pazarlarda popülerlik kazanıyor. Bu sistemler, boşalmış akülerin hızlı bir şekilde değiştirilmesini sağlayarak şebeke üzerindeki yükü azaltır ve yenilenebilir enerji entegrasyonuna olanak tanır.

4) Şebeke güvenliği için yerinde güneş enerjisi üretimi ve batarya depolama tesisleri gibi çözümler de kullanılabilir. Ayrıca, daha verimli soğutma sistemlerinin kullanılması da elektrik tüketimini azaltarak olumsuz etkileri hafifletebilir.

5) Entegre elektrik hizmetleri de elektrikli araçların yaygınlaşmasıyla birlikte önem kazanıyor. Bu alanda fırsatları değerlendirmek ve büyümek için kamu hizmetlerinin hazırlıklı olması gerekiyor. Dağıtım altyapılarını güçlendirmek ve yeni şebeke kaynaklarını kullanabilmek için yatırımlar yapmak şart. Belediyelerle ortaklık kurarak kamuya açık şarj istasyonları kurabilir veya elektrikli araç sahipliği için teşvikler sunabilir. Ayrıca, akıllı şebeke teknolojileri kullanarak elektrik talebini yönetmek ve sistem verimliliğini artırmak da önemli.

6) Gelecekte elektrikli araçlar için başarılı bir entegrasyon sağlamak için, güç sistemleri ve şarj altyapısının birlikte planlanması gerekiyor. Bu, gelişmekte olan ülkelerin iklim ve kalkınma hedeflerine ulaşmak için önemli. Elektrikli araç entegrasyonunu başarılı hale getirebilmek için, bütüncül ve sürdürülebilir çerçevelerin planlanması ve uygulanması büyük önem kazanıyor.



Sınırsız yaşa. Yeni Hyundai KONA.

Entegre çift 12.3" ekranlı kokpiti, 360° Çevre Görüş Kamera Sistemi, Yüksekliği Ayarlanabilir Akıllı Bagaj Kapağı, 466 litrelik bagaj hacmi ve geniş motor seçenekleriyle yeni KONA verimliliği yeniden tanımlıyor. Sınırsız yaşamın için ihtiyacın olan her şeyi bir arada sunuyor.

Hyundai 2045 yılına kadar karbon nötrlüğe ulaşmak için çalışıyor.



5 = 100.000 km
Üretici Onarım Güvencesi

Hyundai KONA modelleri 2 yıl ya da 60.000 km yasal garanti kapsamındadır. Ayrıca yasal garantinin dolmasından sonra, araçların ilk tüketiciye teslim tarihinden itibaren 5 yıl ya da 100.000 km'ye kadar üretim kaynaklı arızaların onarımları Hyundai Üretici Onarım Güvencesi kapsamındadır. Detaylı bilgi garanti kitapçığında ve hyundai.com.tr'de bulunmaktadır. Hyundai KONA modellerinin resmi spesifik CO₂ kaynaklı emisyonu (EC 715/2007*2018/1832AP) birleşik 108-162 g/km arasında, resmi yakıt tüketimleri (EC 715/2007*2018/1832AP) l/100 km; düşük 4,7-9,4, orta 4,7-6,9, yüksek 4,3-6, ekstra yüksek 5,2-7,4 ve birleşik 4,8-7,1 arasındadır. Görseldeki ürün Türkiye ürün gamı ile farklılık gösterebilir.

sahibinden.com SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GELECEĞE DOĞRU ADIMLAR

TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN HAYATIMIZIN HER ALANINA NÜFUZ ETTİĞİ BİR DÖNEMDE, TOPLUMSAL FARKINDALIĞIN ARTMASIYLA BİRLİKTE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI DA ÖNEM KAZANMIŞ DURUMDA. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ, DOĞAL KAYNAKLARIN AZALMASI, TOPLUMSAL EŞİTSİZLİKLER GİBİ SORUNLAR, İŞ DÜNYASINI DAHA SORUMLU VE ETİK BİR ŞEKİLDE HAREKET ETMEYE TEŞVİK EDİYOR. BU BAĞLAMDA, SEKTÖRÜNDE ÖNCÜ BİR TEKNOLOJİ ŞİRKETİ OLARAK FAALİYET GÖSTEREN SAHİBİNDEN.COM, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUSUNDAKİ TAAHHÜDÜ İLE ÖN PLANA ÇIKIYOR.

sahibinden.com, günümüzde neredeyse herkesin bildiği, cep telefonlarında bulunan; emlak, vasıta, ikinci el ve sıfır eşya gibi ihtiyaçlarını kolayca bulabileceği, iş ilanlarına bakabileceği, bakıcı, özel öğretmen veya çeşitli alanlarda usta ve hizmetlere ulaşabileceği dijital bir ilan platformu olarak tanınıyor. Ancak sahibinden.com'un özelliklerini yakından incelediğinizde, bir ilan platformunun ötesinde, köklü bir geçmişe ve büyük bir kullanıcı kitlesine sahip olduğunu görüyoruz.

sahibinden.com, bugün 23 yıllık deneyimiyle teknoloji üreten ve ihraç eden, sürdürülebilirlik odaklı hizmetleriyle kullanıcılarına fayda sağlayan bir şirket olarak öne çıkıyor. 62 milyonu aşkın aktif kullanıcısıyla güvenilir bir ilan platformu olmanın ötesine geçen sahibinden.com, ülkemizde teknoloji sektörüne yön veren kurumlardan biri haline geldi. Ar-Ge yatırımlarına devam eden şirket, teknolojik yenilikler üretmek, yapay zeka ve makine öğrenimi altyapılı hizmetleriyle kullanıcılarının hayatlarını kolaylaştırmak için gelişmeye devam ediyor. Toplumsal cinsiyet eşitliğini kapsayıcı kurum kültürünün ayrılmaz bir parçası

olarak değerlendirerek Birleşmiş Milletler Kadının Güçlenmesi Prensipleri'nin -WEPS imzacısı oldu. sahibinden.com sürdürülebilir bir büyüme için her şirketin yetenek havuzunu, çeşitliliği, kapsayıcılığı ve toplumsal cinsiyet eşitliğini göz önünde bulundurarak büyümesi gerektiği inancıyla tüm bu değerler odağında çalışmalarını sürdürüyor. 950'den fazla çalışanıyla, sahibinden.com sadece ilan verenler ve arayanlar arasında bir köprü değil, aynı zamanda teknolojiyi geliştiren bir ekip olarak da faaliyet gösteriyor. Kendine has ekosistemiyle sahibinden.com hizmetlerini, kullanıcılara daha fazla seçenek sunarak işlerini kolaylaştırmak ve daha etkili hale getirmek amacıyla tasarlıyor.

ÖZÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VAR

sahibinden.com, iş modelinin temel taşı olarak sürdürülebilirliği benimsemiş durumda. Ev veya araç bakmak gibi fiziki olarak yapılabilecek işleri tek bir tıkla daha kolay hale getiren; kullanıcıların alım satım yapabileceği, kiralama işlemlerinin yanı sıra sadece merakını gidermek veya keşfetmek için de

kullandığı sahibinden.com, iş modelinin yanı sıra var olan işlerini de sürdürülebilir hale getirmek için pek çok yeni girişimde bulundu. Enerji tasarrufu, verimli kaynak kullanımı ve çevre dostu uygulamalarla sahibinden.com, Yeşil Ofis Sertifikası almış ilk teknoloji şirketi olarak da öncü bir rol üstleniyor. Son olarak 204 araçlık şirket filosunun hibrit modellere dönüştürülmesiyle elde edilen 359 ton karbon emisyon tasarrufu gibi somut adımlar, sahibinden.com'un sürdürülebilirlik konusundaki taahhütlerini destekliyor.

sahibinden.com, güçlü bir işveren markası olarak çalışanlarının da birer sürdürülebilirlik elçileri olması için yükleniyor. Bu sayede sürdürülebilirlik anlayışını yaygınlaştırmak ve toplumsal bir etki yaratmayı hedeflemek için dışarıya bir anlayışla çalışmalarına devam ediyor.

Ancak asıl önemlisi, şirketin "insanları hayalleri ile buluşturmak" misyonunu sürdürülebilirlikle birleştirmesi. sahibinden.com'un sunduğu ikinci el alışveriş platformu, bilinçli tüketim ve kaynakları koruma felsefesini destekliyor. Platform, 6 milyonu aşkın aktif



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ADIMLARI

- ▲ Yeşil Ofis Sertifikası almaya hak kazanan ilk e-ticaret şirketi oldu,
- ▲ SahiPLEX'te kullanılan enerjiyi 'yeşil enerji'ye çevirdi,
- ▲ Teknoloji endüstrisini karbon-nötr hale getirmeyi hedefleyen LFCA'e (Leaders for Climate Action) üye oldu,
- ▲ Ekolojik kitaplar ve EKO IQ dergilerinden oluşan yeşil bir kütüphane oluşturdu,
- ▲ Dijital kartvizit dönüşümüyle ortalama 100.000 adet kart basımını engelledi,
- ▲ Ege Orman Vakfı işbirliği ile Bursa Osmangazi'de 10 bin fidanlık bir hatıra ormanı kurdu,
- ▲ Sürdürülebilirlik bilincini tüm çalışanlarını da kapsayacak şekilde yaygınlaştırmak için "Geleceği Sahiplen" isimli eğitim programını başlattı ve sürdürülebilirlik elçisi olarak çalışan tüm şirket çalışanlarıyla beraber çalışmalarına aralıksız devam ediyor.

ilanının yayımlandığı ve milyonlarca ürünün "el değiştirdiği" bir alanı temsil ediyor. Bu anlamda sahibinden.com sürdürülebilirliğin temel dayanağı olan döngüsel ekonomi ilkesinin güçlü bir örneği olarak karşımıza çıkıyor.

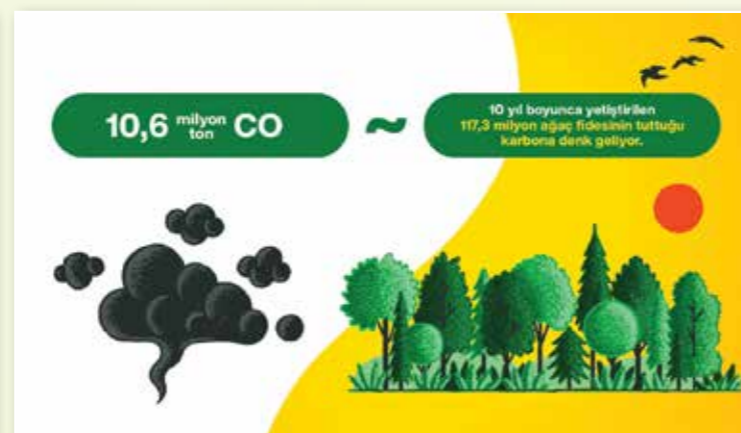
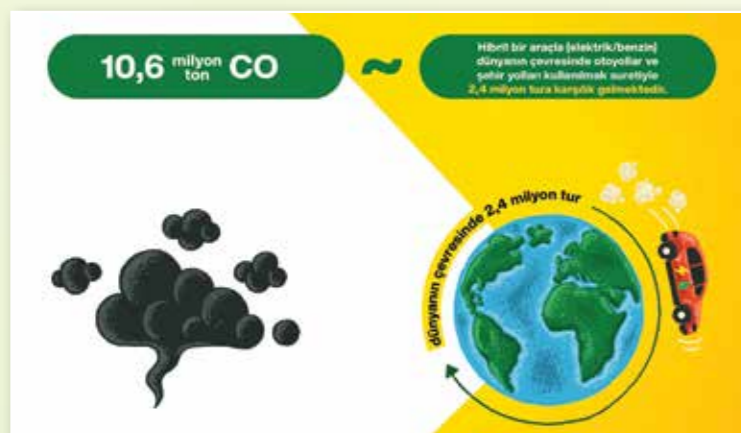
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ İÇSELLEŞTİREN BİR KURUM

sahibinden.com, sadece kendi iç süreçlerini değil, aynı zamanda kullanıcılarının alışkanlıklarını da değiştirerek sürdürülebilirliğe katkı sağlıyor. 2021 yılından beri "İkinci Elin Sürdürülebilirliğe Katkısı Raporu" adı altında yayınladığı raporlarla, ikinci el kullanımını teşvik ederek sürdürülebilirliğin gücünü gösteriyor. Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan biri olan "Sorumlu Üretim ve Tüketim" maddesini destekleyen bu çalışma, sahibinden.com'un sürdürülebilirlik yolculuğunun somut bir yansıması olarak göze çarpıyor. 2023 yılına ait son rapora göre, 24 adet ikinci el ürün kategorisi ve 206 alt kategorinin incelenmesiyle elde edilen sonuçlara bakıldığında 2022 yılında sahibinden.com'da gerçekleşen ikinci el ürün alışverişlerinde yaklaşık 10,6 milyon ton CO2 eş değeri tasarruf sağlandığı görülüyor. Bu tasarruf, sadece çevre açısından değil, aynı zamanda doğal kaynakların korunması ve yeni üretim için gerekli kaynakların azalması bakımından da büyük bir anlam taşıyor. Kaynaklar yönünden

incelendiğinde sahibinden.com'un yarattığı döngüsel ekonomi sayesinde 172.000 ton plastik, 617.000 ton çelik, 116.00 ton alüminyum tasarrufu sağlandığı belirtiliyor.

sahibinden.com'un sürdürülebilirlik alanındaki çabaları, gelecek nesillerin yaşanabilir bir dünyada büyümesine katkıda bulunmayı amaçlayan ileriye dönük bir yolculuğu temsil ediyor. Bu çaba, sadece kurum içi uygulamalarla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda platformun geniş kullanıcı kitlesini de bilinçlendirmeyi hedefliyor.

Rapor ikinci el alışverişin çevresel etkilerini azaltma potansiyelini vurgulayarak, tüketicilerin daha bilinçli ve sürdürülebilir alışveriş yapmalarını teşvik etmeyi amaçlıyor. Böylece sahibinden.com sadece kendi iç süreçlerini değil, aynı zamanda platformunun kullanıcılarına sunduğu faydaları da artırarak sürdürülebilirliği daha geniş bir perspektiften ele alıyor. İşte tam olarak bu yaklaşım sahibinden.com'u sadece bir ilan platformu olmanın ötesine taşıyor. Şirket, sürdürülebilirlik anlayışını yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalarıyla bir farkındalık misyonu üstleniyor.



TARİHİ ROTADA ‘SINIRLARINI KEŞFEDECEKLER’

Dünyanın en büyük ve zorlu rally raid yarışlarından ve bu yıl 13’üncüsü düzenlenecek olan TransAnatolia, Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunun 100. yılına özel ‘Kuruluş Rotası’yla 2 Eylül’de Samsun’dan start alacak. 125 yarışmacıdan 43’ünün yabancı olduğu ve Motosiklet, Quad, SSV, Otomobil ve Kamyon kategorilerinde 84 aracın yer alacağı ralli, İzmir’in düşman işgalinden kurtulduğu 9 Eylül’de İzmir’de sona erecek. Toplamda 17 ilden geçen, 2.350 kilometrelik ve birçok zorlu parkurdan oluşacak yarış, Mustafa Kemal Atatürk’ün Samsun’a çıkmasıyla başlayan Kurtuluş Savaşı’nın izinden giderek Amasya-Sivas-Ankara-Afyon-karahisar-İzmir rotasını izleyecek. Dünyanın önde gelen madeni yağ markalarından Castrol’un motosiklet kullanıcılarına özel olarak geliştirdiği Castrol POWER1, geçtiğimiz yılın ardından bu yıl da motosiklet kategorisine ismini veriyor. Castrol POWER1 motosiklet kategorisinde, TransAnatolia Rallisi’nde ilk defa yarışacak olan sporculara yönelik POWER1 Rookie Cup yarışması da gerçekleştirilecek. Amatör yarışçıların zorlu yarış hayatlarında her türlü engeli aşmaları için desteklenmelerini amaçlayan bu kategoride günün en hızlısı, ödülünü her günün sonunda alacak. Ayrıca yarışın sonunda da ilk üçte yer alan sporcular ödüllendirilecek.

CASTROL POWER1 MOTOSİKLET KATEGORİSİ’NİN İLK KAZANANI XAVIER DE SOULTRAIT

Geçtiğimiz yıl Castrol POWER1 Motosiklet Kategorisi’ni Xavier De Soultrait kazanırken Michele Cotti 2’nci, Ejder Erişti de 3’üncü olarak yarışını tamamladı. Castrol POWER1 Rookie Cup’ın ilk kazananı ise her gün sonunda verilen Günün En Hızlı Rookie’si ödülünü toplamda 6 kere kazanan Andrea Pighetti oldu. Geçen yıl TransAnatolia Rallisi’ne özel hazırlanan ve Brandverse Awards’ta PR bölümündeki Sponsorluk kategorisinde gümüş ödül kazanan animasyon filmi bu yıl da Cumhuriyet’in 100. yılını öne çıkartıyor. Ayrıca bu yıl ilk defa TransAnatolia Rallisi’ndeki son gelişmeler ve günün öne çıkan başlıkları da Castrol desteği ile



BRISA, ŞİRKETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERFORMANSINI ÖLÇEN ULUSLARARASI PLATFORM ECOVADIS’TE BİR KEZ DAHA “ALTIN” KATEGORİDE!

Sürdürülebilirliği tüm çalışmalarının merkezine koyan Brisa, düşük karbon ekonomisine geçiş, düşük temas ekonomisine geçiş ve sosyal-kültürel dönüşüm olmak üzere üç temel alanda oluşturduğu kapsamlı sürdürülebilirlik yol haritasında kararlılıkla ilerliyor. İddialı sürdürülebilirlik hedefleri belirleyen Brisa, 2030 yılına kadar karbon salınımını yüzde 56 azaltmayı, 2050’de salınımı sıfırlayarak net sıfır şirket olmayı hedefliyor. Şirket, 1,5 Derece senaryosuna uygun olarak belirlediği hedeflerini ise Bilim Temelli Hedefler İnisyatifine onaylatmış durumda. Şirket, sürdürülebilirlik alanında öncü çalışmaları ve uygulamalarıyla Ecovadis tarafından yapılan değerlendirmede önceki yıllarda olduğu gibi bu yıl da Altın (Gold) kategoride ve tüm şirketler arasında yüzde 5’lik en üst dilimde yer aldı.



Küresel tedarik zinciri için dünyanın en güvenilir iş sürdürülebilirlik derecelendirmesi yapan Ecovadis, 200’den fazla satın alma kategorisi kapsamında da 175’ten fazla ülkede değerlendirme yapıyor. Kurum, kanıt dayalı yapılan değerlendirmeler sonrasında, şirketlerin ve tedarik zincirinin sürdürülebilirlik performanslarını, GRI ve UN Global Compact’in getirdiği uluslararası standartlara uygun olarak, 100 üzerinden puanlanıyor. Ecovadis’in uluslararası uzmanları, Çevre, İşgücü & İnsan Hakları, Etik ve Sürdürülebilir Tedarik alanlarındaki 4 ana temayı, bütünsel sürdürülebilirlik kriterleri açısından ve sektör, konum, boyut kapsamı, teknoloji destekli çıktı, şeffaflık ve ulaşılabilirlik bo-utlarıyla inceliyor.



MG HS Benzinli ile Standartların Üzerinde Güvenlik

Euro NCAP 5 yıldızlı güvenliğiyle
MG Yetkili Satıcıları’nda



Recharge yourself
#içindekigüç mg-turkey.com



TÜRKİYE’NİN KADIN GİRİŞİMCİSİ YARIŞMASININ BAŞVURULARI BAŞLIYOR

Garanti BBVA’nın, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Ekonomist Dergisi iş birliğiyle 17. kez düzenlediği Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması için başvurular başladı. Hikâyesiyle kadınlara ilham olmak ve başarısını Türkiye’ye duyurmak isteyen adaylar, 15 Kasım 2023 tarihine kadar www.garantibbvakadimgirisimci.com adresindeki formu doldurarak yarışmaya başvurabilecek. Mart 2024’te gerçekleşecek ödül töreni sonrası kazananların açıklanacağı yarışmada; “Türkiye’nin Kadın Girişimcisi” ödülünü alacak girişimci 200.000 TL, “Türkiye’nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratan Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Gelecek Vadeden Kadın Girişimcisi”, “Türkiye’nin Kadın Sosyal Etki Girişimcisi” ve “Türkiye’nin Kadın Kooperatifi” kategorilerinin birincileri ise 150 biner TL’lik ödülün sahibi olacak. Yarışmaya bu yıl eklenen Türkiye’nin Kadın Kooperatifi kategorisinde kadınlar tarafından kurulan ve işletilen, kadınlar üzerinde ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan olumlu etkiler yaratma odaklı çalışmalar yapan kadın kooperatifleri yarışacak.



“KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖNÜNDEKİ GÖRÜNMEZ ENGELLERİ KALDIRIYORUZ”

Garanti BBVA Genel Müdür Yardımcısı Sibel Kaya, “Garanti BBVA olarak, sürdürülebilir ekonomik ve toplumsal kalkınma için kadınların güçlendirilmesine, içlerindeki potansiyeli gösterebilmelerine, yaşamlarında değişim ve gelişim yaratmalarına katkı sağlamak amacıyla uzun yıllardır çalışıyoruz. Türkiye’de öncü olduğumuz Kadın Girişimci Programımız kapsamında kadın girişimciliği ve kadının iş hayatına katılmasını desteklemek amacıyla 17 yıldır ülkemizde pek çok ilki gerçekleştirdik. Bütüncül bir yaklaşımla finansman sağlama, eğitim, cesaretlendirme ve yeni pazarlara açılma olmak üzere 4 temel başlıkta ele aldığımız çalışmalarla ekosisteme sürdürülebilir katkı sağladığımızı inanıyoruz. Bu çalışmaların en önemli ayağını oluşturan Türkiye’nin Kadın Girişimcisi Yarışması’yla 2007’den beri kadın girişimcilerin önündeki görünmez engelleri kaldırıp motivasyonlarının artmasına, başarı hikâyelerinin duyulmasına ve rol model olmalarına destek oluyoruz.” dedi.

OTOKOÇ 2. EL, “GÜVEN”DE BULUŞMAYA DAVET EDİYOR



Türkiye’de kurumsal ikinci el araç satışının lideri Otokoç 2. El’in güvenilir ve profesyonel ikinci el hizmetlerini vurgulayan yeni reklam filmi yayımlandı. Türkiye’nin otomotiv tarihini başlatan Otokoç Otomotiv çatısı altında faaliyet gösteren ve farklı segmentlerde geniş araç yelpazesi sunan Otokoç 2.El’in kurumsal ve güvenilir marka imajını yansıtan “Güvende Buluşalım” adlı reklam filminde; 7 Gün/500 KM İade Garantisi, Mekanik Garanti, Kredi Fırsatları, Takas, Nakit Araç Alım, Geniş Şube Ağı, Ücretsiz Ekspertiz, Online Satış gibi birçok farklı ikinci el hizmetleri işleniyor. Kurumsal ikinci el otomotiv sektörünün lider oyuncusu olan Otokoç 2. El’in farkını ortaya koymayı hedefleyen yeni filminde, ikinci el araç alım sürecindeki bir ailenin endişeleri, esprili ve çarpıcı bir dille anlatılıyor. Otokoç 2. El’in marka yüzü olan ünlü oyuncu Tansel Öngel, filmde yine “Güven” karakteriyle yer alırken, ailenin karar sürecinin merkezindeki oğluna da ünlü komedyen Tahsin Hasoğlu hayat veriyor. Konuyla ilgili açıklama yapan, Otokoç Otomotiv Pazarlama ve Dijital Platformlar Lideri Esra Arslanbaş Kaynak, “Otokoç 2. El olarak kurumumuzun 95 yıllık sektör tecrübesiyle müşterilerimizin kendini her anlamda güvende hissettiği bir marka olarak hizmet veriyor, araç satın alırken veya satarken tüm süreçlerin en kolay, hızlı ve şeffaf şekilde gerçekleşmesini sağlıyoruz. Yeni dönemin yükselen değeri kurumsal ikinci el otomotiv sektörünün lider oyuncusu Otokoç 2. El olarak, yeni reklam filmimizi sizlere sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Amacımız, bu yolculukta müşterilerimize her zaman en iyi deneyimi yaşatabilmek ve bunu ifade etmek” diye konuştu.



COROLLA ŞİMDİ DAHA FAZLA!



Her yolculukta daha fazlasını sunan Corolla’ya sahip olmanın şimdi tam zamanı.

Test sürüşü için toyota.com.tr’yi ziyaret edip talep formunu doldurun.

COROLLA

[f](https://www.facebook.com/toyota) [i](https://www.instagram.com/toyota) [@](https://www.tiktok.com/@toyota) toyota.com.tr

İlanda yer alan modelin WLTP standardına göre birleşik CO₂ salımı 102-143 g/km ve birleşik yakıt tüketimi 4,5-6,3 lt/100km değerleri arasındadır. Ayrıntılı bilgi Toyota Plazalar ve toyota.com.tr’de.

YENİ NESİL ONLINE SATIŞ KANALI INDICATA LEAD GENERATOR İLE 7 AYDA 600.000 LEAD



Tüketici davranışlarının her geçen gün yenilediği ve değiştiği bir dünyada otomotiv sektörü de bu değişimden fazlasıyla etkileniyor. Tüketiciler, yeni alacakları araçlarını araştırmak için online ortamda daha fazla vakit harcarken aracını değiştirmek isteyen tüketicilere mevcut araçları için en doğru değerlemenin sunulması yeni araç satın alma sürecinde çok daha büyük ve öncelikli rol oynuyor.

Tam bu noktada yeni araç satış ve ikinci el araç alım işlemlerinde Indicata'nın Lead Generator ürününü kullanmak firmaları bir adım öne çıkarıyor. Firmaların kurumsal web siteleri üzerinden potansiyel müşterilerine kendi araçlarını anlık pazar verileriyle değerlendirme kolaylığı sağlayan Lead Generator ile tüketiciler araçlarının güncel pazar değerini anında öğrenerek araçlarını takasa getirip yeni bir araç almaya daha hızlı şekilde karar verebiliyor. Lead Generator kullanan firmaların 2023 yılının ilk 7 ayında web siteleri üzerinden 600.000 lead elde etmesi bu şekilde potansiyel müşterilere ne kadar yaklaşılabilirliğinin önemini gösteriyor. Teknik altyapı yatırımına ihtiyaç duymadan minimum maliyetle ve en hızlı şekilde web site entegrasyonuna uygun "Plug-in" şeklinde kullanılabilen versiyonu da bulunan Lead Generator firmaların kurumsal standartlarına uygun olarak özelleştirilebiliyor.

EŞARJ, 2023 SONUNA KADAR 1000 ŞARJ İSTASYONU KURMAYI HEDEFLİYOR

Türkiye'nin ilk ve en fazla hızlı şarj istasyonuna sahip ve Enerjisa Enerji'nin hissesinin tamamına sahip olduğu elektrikli araç şarj istasyonu operatörü Eşarj, 60'tan fazla şehirde 700'e yakın şarj istasyonu ile faaliyet gösterirken, kurulu güç açısından Türkiye'nin en büyük ve en çok hızlı elektrikli araç şarj istasyon ağıyla sektörün lideri olarak konumlanıyor. Türkiye'de en fazla hızlı şarj istasyon ağına sahip olan Eşarj'ın yeni yatırımlarının yüzde 90'ından fazlası DC (ultra hızlı şarj istasyonu) hızlı şarj istasyonlarından oluşuyor. DC hızlı şarj istasyonlarında yüzde 80 şarjlanma seviyesine 30 dakikada ulaşılırken, AC'lerde bu süre yaklaşık 6-7 saat sürüyor. Bu noktada DC şarj istasyonları zamandan tasarruf sağlama konusunda üstün performans gösteriyor. Eşarj, 2023 sonuna kadar 81 ilde en az 1 DC olmak üzere toplam 1000 istasyon kurma hedefiyle çalışmalarına devam ediyor.

EŞARJ, İLK ŞARJ OPERATÖRÜ OLARAK ÖNE ÇIKIYOR

Türkiye'nin elektrikli araç şarj istasyonu ağına yaptığı yatırımlarla elektrikli araç kullanıcılarına en kısa sürede şarjlanma imkânı veren Eşarj, müşteri deneyimini en üst seviyeye taşımak için ekosistemindeki oyuncularla yeni anlaşmalar yaparak etki alanını genişletmeye devam ediyor. Özellikle alışveriş merkezleri, oteller, dinlenme tesisleri, akaryakıt istasyonları ve restoranların yakınında kurduğu şarj istasyonları ile müşterilerine şarjlanma esnasında dinlenme ve vakit geçirme imkânı tanıyor. Otomotiv sektöründeki birçok firmayla kurulan güçlü işbirliği sayesinde 100'den fazla lokasyonda hem DC ve AC şarj istasyonlarıyla müşterilerine hizmet veriyor. Eşarj, Türkiye'nin ilk şarj operatörü, ilk yenilebilir enerji sertifikası alan şarj operatörü (YEK-G), ilk DC şarj istasyonu ve elektrikli araç markaları ile anlaşmalı ilk şarj operatörü olarak öne çıkıyor. Ayrıca Türkiye'nin en büyük şarj projesi, dünyada da bir ilk olan İstanbul Havaalanı'nın açılışı ile birlikte kurulan 20 tane DC istasyon ile Eşarj bir ilke daha imza atmış oldu. Havaalanında bulunan şarj istasyonu toplam 1 MW güç ile Türkiye'nin aktif olarak hizmet veren en büyük şarj alanı olma özelliği taşıyor.



Yeni Golf GTI. Kırmızı çizgimiz.

O, nesilden nesile aktarılan bir tutku. O, yıllardır değişmeyen çocukluk hayalinizin yeni sürümü. Yeni Golf GTI, ikonik tasarım öğeleri, üstün teknolojileri ve yüksek performansı ile Volkswagen Yetkili Satıcılarında sizi bekliyor.



Doğuş Otomotiv | Trafik Hayattır | DANIŞMA HATTI: (0212) 335 0 444

Yeni Golf GTI modelinin WLTP çevrimine göre resmi spesifik birleşik CO₂ emisyonu değeri 161 g/km, resmi yakıt tüketimi birleşik değeri ise lt/100 km'de 7,1'dir. Bu değerler çevrimlere bağlı olarak ve donanım, ekipman ve jant seçeneklerine göre değişiklik gösterebilmektedir.

Doğuş Otomotiv'in Volkswagen için tercihi Castrol

CEVA Lojistik Satış ve İş Geliştirme Başkan Yardımcısı **Murat Karadağ**:

BAŞARILAR VE YENİ HEDEFLERLE CEVA BÜYÜMEYE DEVAM EDİYOR

FİNANSAL BAŞARILARI KADAR OPERASYON VERİMLİLİK, KALİTE VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ALANINDA DA ÇOK BAŞARILI BİR YIL GEÇİRDİKLERİNİ SÖYLEYEN **CEVA LOJİSTİK SATIŞ VE İŞ GELİŞTİRME BAŞKAN YARDIMCISI MURAT KARADAĞ**, "400'DEN FAZLA YENİLİKÇİ AKSİYONUMUZLA ŞİRKETİMİZE, MÜŞTERİLERİMİZE VE ÜLKEMİZE KATMA DEĞER YARATMAYI HEDEFLİYORUZ" DİYOR.

2022 yılını değerlendirir misiniz? 2023 yılı nasıl geçiyor, hedefleriniz nelerdir?

2022 yılı, çok zor ama hedefleri gerçekleştirme açısından değerlendirdiğimizde çok başarılı bir yıl olarak geçti. Kontrat Lojistiği'nde (CL) gerek depo operasyonlarımıza gerekse de nakliye operasyonlarımıza konsolide olarak baktığımızda 2021'den 2022'ye ciromuzu dolar bazında yüzde 118 oranında artırdığımızı görüyoruz. Finansal başarılarımız kadar operasyon verimliliği, kalite ve sürdürülebilirlik alanında da çok başarılı bir yıl geçirdik. Buradaki yaptığımız başarılı çalışmalarımız CEVA global tarafından düzenlenen yarışmalarda aldığımız 2 "Kaizen" ödülü ve "Yılın Çözüm Tasarımı" ödülü ile de taçlandırıldı. 2023 yılının ilk altı ayı da hedeflerimizi gerçekleştirme açısından değerlendirdiğimizde oldukça başarılı geçti.

Şu an devam eden en önemli projeleriniz neler?

2023 yılı için yönetim ekibimiz tarafından belirlenen 400'den fazla yenilikçi aksiyon üzerinde çalışıyoruz. Bu aksiyonlar iş sağlığı, iş güvenliği, verimlilik, optimizasyon, çalışan memnuniyeti artırma gibi konular da olup çıktılar ile gerek şirketimize, gerek müşterilerimize gerekse de ülkemize katma değer yaratmak istiyoruz. CEVA Lojistik'in bağlı olduğu CMA CGM Group, Avrupa'da bitmiş araç lojistiği lideri ve multimodal uluslararası taşımacılıkta uzman olan GEFCO'yu 2022 yılında bünyesine dahil etti. 47 ülkede 11 bin 500 çalışanıyla faaliyet gösteren Fransız lojistik şirketi GEFCO, yılda beş milyondan fazla araç sevkiyatı gerçekleştiriyor. 20 yılı aşkın süredir Türkiye'de de otomotiv lojistiği sektöründe faaliyet gösteren GEFCO Türkiye'nin, İstanbul, Ankara, İzmir ve Mersin'de 5 tesisi bulunuyor. Bu satın alma ile dünyanın önde gelen otomotiv lojistiği hizmet sağlayıcısı konumuna gelmemizin yanı sıra, kontrat lojistiğindeki liderlik konumunu da pekiştirdik. Başta Avrupa olmak üzere hizmetlerimizi ve coğrafi varlığımızı güçlendirmiş oldu. CEVA artık bitmiş araç lojistiğinde lojistik mühendisliği, multimodal taşımacılık, gümrük müşavirliği, araçların depolanması ve hazırlanmasının yanı sıra, dağıtım ve son teslimat (B2B ve B2C) işlerini de gerçekleştiriyor.

Türkiye'de önde gelen otomotiv markalarının bitmiş araç lojistiğini sağlıyoruz. Türkiye'deki Autoport, yeni açılan Yarımca limanları ve GEFCO araç stok sahalarında araç kontrol işlemlerini tamamlıyor; kontrolleri biten araçların, zaman ve maliyet tasarrufu sağlamak için Türkiye ve Kuzey Kıbrıs'taki 40 şehirde 152 noktadaki bayilere doğrudan teslimatını sağlıyoruz. GEFCO ile entegrasyon bu yıl sonuna kadar tamamlayacağımız en büyük projemiz.

Yatırım planlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Stratejimiz büyümeye devam etmek. Son iki yılda CL operasyonlarında yaklaşık 500 bin metrekare kapalı alandan 620 bin metrekare kapalı alana büyüyen depo operasyonlarımız, yüzde 61 oranında büyüyen elleçleme

kapasitemiz, dedike nakliye operasyonlarımızda yüzde 25 oranında büyüyen sefer sayılarımızla hizmetimizi büyüterek ilerliyoruz. Sürdürülebilirlik kapsamında Yeşil Lojistik mottosu ile birçok sektörün, sürdürülebilirliğe yönelik gerekli değişiklikleri yapması mecbur gibi gözüküyor. Kurumsal vatandaşlık çerçevesinde de büyük markaların bu düzenlemeleri yapan lojistik şirketlerini tercih etmeye başlayacağını ya da başlaması gerektiğini düşünüyoruz. Bu doğrultuda araçlarımızda, depolarımızda, depolarımızda kullandığımız ekipmanlarda, kullanılan enerji kaynaklarının temini konusunda planlı bir değişim dönüşüm içerisindeyiz.



SKODA

Keşfetmenin Yeni Yolu Škoda'dan Geçiyor



444 77 80

www.skoda.com.tr

f t i /SkodaTürkiye

Škoda Octavia RS ve Škoda Octavia Combi RS için ortalama yakıt tüketimi 5,6/100 km, CO₂ salımı 146 g/km, Škoda Kodiaq RS için ortalama yakıt tüketimi 8,9/100 km, CO₂ salımı 201 g/km'dir.

XuceAUTO

BAKIRCI GROUP, TEKNOLOJİK YENİLİKLERİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR MOBİLİTEYİ BİR ARAYA GETİRİYOR



Sürdürülebilirliği ve geleceğimizi şekillendiren mobilitayı merkezine alan Bakırcı Group, gelecekteki nesiller için daha temiz, daha yeşil ve daha akıllı bir mobilita vizyonunu benimliyor. Automechanika İstanbul 2023 fuarında sergilenen, "Innovation 4 Mobility by BAKIRCI" konsepti, bu vizyonun bir yansıması olarak yeni nesil elektrikli araçların teknolojik yenilikleri, servis hizmetleri ve teknik eğitimlerine odaklandı. "Innovation 4 Mobility by BAKIRCI" konseptinde, teknolojik yenilikleri ve sürdürülebilir mobilitayı bir araya getirdiklerini söyleyen Bakırcı Group Kurucu Ortağı ve CEO'su Mehmet Karakoç, "Bu, dijitalleşen dünyada daha akıllı ve inovatif mobilita çözümlerine odaklanmayı ge-

rektiren bir gerekliliktir. Mobilitaya verdiğimiz bu önem, sadece araçların teknolojik donanımlarıyla sınırlı değil; aynı zamanda satış sonrası hizmetlerin de dönüşmesi gerektiğini gösteriyor. Konseptimizde yeni nesil mobilita araçların son teknoloji ile donatılmasının yanı sıra, satış sonrası hizmetlerinin de farklılaştığını aktardık. Bu bağlamda, teknolojik servis ekipmanlarının ve teknisyenlerin bu yeni teknolojilere adapte olması için teknik eğitimlerin önemine dikkat çektik. Oluşturduğumuz 8 bölümlük konseptimizde son teknoloji otomobiller ve servis ekipmanları ile özellikle elektrikli araç onarımlarının nasıl gerçekleşmesi gerektiğinin detayına girdik. Gerek üretici standardında servis ekipmanları gerek teknik eğitimler olsun, ADAS & Diagnostik, Şarj İstasyonları, Bakım Onarım & Güvenlik Ekipmanları, Aks Ölçüm & Lastik, Şasi Onarım, Kaporta & Boya, Ekspertiz & Muayene, Batarya Test & Onarım ve son olarak mobilita yazılım çözümleri ile mobilita devriminin "Mobility as a Service" ayağının önemini vurguladık. Geleceğin sürdürülebilir ve inovatif mobilita dünyasına adım attığımız bu fuarda, mobilita dünyasının sadece bir paydaşla değil otomotiv sektörünün bütün paydaşlarıyla gelişip, güçleneceğine inanıyoruz" diyor.

Bakırcı Group olarak, sürdürülebilir bir geleceği desteklemek ve mobilita alanında önemli bir rol oynamak için çalışmalarını sürdürdüklerini vurgulayan Mehmet Karakoç, sürdürülebilir bir dünya ve yaşam için çaba gösterdiklerinin, mobilita alanında çözümler sunarak daha yeşil ve verimli bir geleceğe katkı sağlamaya çalıştıklarını altını çiziyor.

Innovation4Mobility by BAKIRCI

WALLBOX AKILLI ŞARJ ÇÖZÜMLERİYLE ÖNE ÇIKIYOR

Dünyayı fosil yakıtlardan kurtarma misyonuyla yola çıkan İspanyol Wallbox, geliştirdiği verimli ve yüksek teknoloji ürünlerle, elektrikli araçlar, işletmeler ve şehirler için akıllı şarj çözümleri üretiyor. Sektörün adeta isim babası, "jenerik adı" olan bir marka olarak, 113 ülkeye yayılmış hizmet ağı ve yıllık 1 milyon adetlik üretim kapasitesiyle faaliyetlerine devam ediyor. 2020 yılında, Doğan Trend Otomotiv'in Türkiye'de temsil etmeye başladığı Wallbox, 2015 yılında Tesla'dan ayrılan Enric Asuncion ve ortakları tarafından kurulmuş bir marka olmasıyla da öne çıkıyor. Faaliyet gösterdiği 113 ülkeden edinilen "Know-How" ile Türkiye'de adından sıkça söz ettirmeye devam eden Wallbox, yerli operatörlerin yazılımlarıyla da uyumlu bir tasarıma sahip. "Nisan 2022 itibarıyla yürürlüğe giren "Şarj Ağı İşletmecisi Lisansı" ile bu alana yatırım yapan şirketlere, lisans alma zorunluluğuyla birlikte, biz de Wallbox olarak önemli bir hamle yaptık" diyen Wallbox Türkiye Ülke Müdürü Tuba Süsler, "Bu kapsamda Ankara merkezli solar, yenilebilir enerji ve yatırım sektöründe aktif rol alan Evcil Yatırım Mühendislik firmasının şarj operatör şirketi EVC Şarj ile Wallbox arasında AC ve DC şarj ünitelerinin satın alım işlemleri tamamlandı. İlk etapta EVC Şarj, 80 adet AC, 5 adet de DC şarj ünitesi olan Supernova'dan alım ger-



çekleştirdi. Supernova; 60 ve 150 kW güç seçeneklerinin yanı sıra yüzde 97 verimlilik çarpanı ile de iddialı bir ürün. Supernova ile DC kulvarına hızlı giriş yaptık ve önümüzdeki aylarda 360 kW'lık ürünümüz Supernova'nın da ülkemizde satışının yapmaya hazırlanıyoruz. Bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özelliğimiz, en yüksek teknolojiyle geliştirip üretimini yaptığımız bireysel ürünlerimizde sunulan 5 yıllık garanti sunabiliyor olmamızdır. Wallbox olarak şarj ağı operatörlerinin iş ortağı olmaya devam edeceğiz" diyor.

Türkiye'de MG ve Maxus markalarıyla çok güçlü kurumsal iş birliklerinin olduğunu söyleyen Tuba Süsler, şöyle devam ediyor: Bunun yanında, perakende tarafında da farklı elektrikli araç markaları kullanan araç sahipleri tarafından Wallbox'a çok yoğun bir ilgi ve talep var. Müşterilerimiz, elektrikli araçlarını satın alıp, şarj çözümleri için bize geliyor. Aynı zamanda Wallbox satış ağında, özellikle siteler ve filolar da yer alıyor. Wallbox, içerisinde sunduğu mobil ve web uygulamasıyla her bir kullanıcının, kullanım detaylarını görme olanağı sunuyor. Bu kullanım datalarını, excel veya mail yoluyla yöneticilere gönderebiliyor. Bu özellikleri nedeniyle sitelerde ve filolarda tercih ediliyor. Bu yazılım için kullanıcıdan bir ücret de talep etmiyor.

2. EL ARAÇ YÖNETİMİNDE DİJİTAL ÇÖZÜM ORTAĞINIZ



- Markanıza Özel **Online Araç İhaleleri** (Branded Auction)
- Web Sitenizde Yeni **Online Satış Kanalı** (Lead Generator)
- Yetkili Satıcılarınızın **2. El Stok Yönetimleri** (Group Overview)
- Yetkili Satıcılarınızın **2. El Takas Alım Yönetimi** (Trade-in App)
- Markanızın **2. El Değer Trendi** (Brand RV Analysis)



AUTOROLA
www.autorolaturkiye.com.tr



YENİ PEUGEOT 2008, 3 FARKLI MOTOR SEÇENEĞİYLE TÜRKİYE'DE!

Hem Avrupa'nın hem de Türkiye'nin B-SUV segmentinde en fazla satılan modeller listesinde üst sıralarda yer alan PEUGEOT 2008, yenilenmesinin ardından, ülkemizde de satışa sunuldu. Benzinli, dizel ve elektrikli 3 farklı motor seçeneği ile Türkiye pazarında yer alan yeni SUV modelinde ilk teslimatlar Eylül ayı başı itibarıyla başlayacak. Ülkemizde satışa sunulan yeni 2008 ALLURE 1.2 PureTech 130 HP EAT8'nin fiyatları 1.444.500 TL'den, yeni 2008 ALLURE 1.5 BlueHDi 130 HP EAT8'nin fiyatları da 1.550.500 TL'den başlıyor. Performansı artırılan ve 345 km'lik (WLTP) elektrikli menzili 406 km'ye yükseltilen yeni e-2008 GT'nin başlangıç fiyatı ise 1.580.000 TL olarak belirlendi. Yenilenmiş haliyle müşterilerine seçme özgürlüğü sunan, "Göz Alıcı" SUV tasarımıyla yeni PEUGEOT 2008, merkezi 10 inçlik yüksek çözünürlüklü ekran ile PEUGEOT i-Connect ve benzersiz 3D i-Cockpit® sayesinde ilham veren sürüş keyfi sunarak "duygulara" hitap ediyor. Yeni PEUGEOT ışık imzasını benimseyen yeni 2008, ön tampondaki parlak siyah eklere entegre edilen üçlü aslan pençesi ile daha da güçleniyor. Arkada, yeniden tasarlanan ışık imzasıyla yeni 2008, tüm versiyonlarında yeni LED stop lambalarına yer veriyor.



SPORTİF SEDAN YENİ HYUNDAI ELANTRA TÜRKİYE'DE SATIŞA SUNULDU

Hyundai Assan, 2023 yılındaki model atağına ELANTRA modeliyle devam ediyor. Geçtiğimiz ay Yeni KONA'nın tanıtımını yapılarak B-SUV segmentinde tüm dikkatleri üzerine çeken Hyundai Assan, şimdi de sedan otomobil tutkunları ve aileler için makyajlı ELANTRA modelini Türkiye'de satışa sundu. Yenilenen görünümü ve artan gelişmiş güvenlik donanımlarıyla sedan segmentine farklı bir bakış açısı getirmesi beklenen otomobil, sert ve keskin çizgilerden oluşan tasarım diliyle de rakiplerinden ayrılıyor. Başta Amerika olmak üzere, satışa sunulduğu tüm pazarlarda büyük beğeni toplayan ELANTRA, 2023 model yılında da bazı yenilikler sunuyor. İlk kez 1990 yılında tanıtılarak satışa sunulan Hyundai ELANTRA, geçtiğimiz 33 yılda markanın en çok satılan ve aynı zamanda en popüler modeli oldu. Makyajlı Yeni ELANTRA ise şık tasarım özellikleri ve ayrıştırmacı görünüşüyle daha dikkat çekici bir otomobil haline geldi. Sportif çizgilere sahip aracın Türkiye'deki hedefi, sportif ve farklı bir tasarıma sahip sedan araç isteyenlere üst düzey rahatlık sunmak.

NISSAN, LONDRA TASARIM STÜDYOSUNUN 20. YILINI CONCEPT 20-23 GÖSTERİ ARACININ TANITIMIYLA KUTLUYOR

Nissan Concept 20-23, NDE'nin genç üyelerinin de bulunduğu bir ekip tarafından, çalıştıkları şehrin sokaklarında hiçbir kısıtlama olmaksızın kullanmak isteyecekleri bir otomobil fikrinden yola çıkılarak tasarlandı. Nissan'ın Be-1, Pao, Figaro ve S-Cargo gibi Pike otomobillerinin mirasına sahip olan Concept 20-23, bu küçük otomobil geleneğine bir 21. yüzyıl dokunuşu getiriyor.

Bu küçük otomobil eğlencesinin modern yorumu, hem online yarış dünyasını hem de Nissan'ın Formula E varlığını yansıtıyor. Concept 20-23'ün temel 3 kapılı hatchback gövde tarzı, hava akışını otomobilin önünden uzağa, frenleri soğutmak için deliklerden geçiren ve ön tekerleklerin hemen arkasındaki havalandırma deliklerinden dışarı yönlendiren derin eteklerle ön ve arkada aşırı aerodinamik eklentilere sahip. Otomobilin burnu, kaputun tepesine kadar açı yapan ve ön tarafa beklenmedik derecede temiz bir yüzey kazandıran düz bir düzlemde oluşuyor. İnce bir üst ve alt yarıdan oluşan ayırt

edici görünümleriyle ön farların konumlandırılarak daire şeklinde tasarlanan burun, LED teknolojisi sayesinde keskin bir ışınla geliştirildi. Otomobilin dönüş sinyali de aynı yarım daire LED ünitesinin bir parçası olarak tasarlandı. Otomobilin burun tasarımı, Concept 20-23'ün ön kısmına, hava akışını yöneten karmaşık şekiller arasında samimi bir görünüm kazandırıyor.



Yeni
ZR-V
e:HEV
Bir sonraki
adıma geç.



Honda e:TECHNOLOGY

Honda ZR-V e:HEV 2.0L Hibrit Advance için yakıt tüketimi ve emisyon değerleri (WLTP): 4,6-7,3 (lt/100 km), CO₂ 104-165 (g/km). Fotoğrafta gösterilen otomobil, Kristal Beyaz rengindedir. AB onaylı laboratuvarlar tarafından düzenlenen test sonuçlarındaki değerler, karşılaştırma amacıyla sağlanmış olup gerçek hayattaki sürüş değerlerini yansıtmayabilir.

OPEL ASTRA ELEKTRİK TÜRKİYE'DE SATIŞA SUNULDU!



Türkiye'deki elektrikli model atağına Mokka Elektrik ve Corsa Elektrik ile başlayan Opel, yeni Opel Astra Elektrik ile devam ediyor. Yeni model, Eylül ayı itibarıyla Türkiye'de satışa sunuldu. İlk olarak Haziran ayında online rezervasyon sistemi üzerinden 75 bin TL'lik kapora ile ön siparişleri alınan Opel Astra Elektrik'in fiyatları 1.599.900 TL'den başlıyor. Opel Astra Elektrik, zengin donanımıyla dikkat çekiyor. Ultimate olarak tek donanım paketine ve 7 farklı renk seçeneğine sahip olan model, tüm Astra versiyonları gibi, cesur ve yalın tasarımına ek olarak performansıyla da dikkat çekiyor. Opel Astra Elektrik'teki elektrik motoru 115 kW/156 HP güç ve 270 Nm tork'a sahip. Böylece model kullanıcısına gaz pedalına dokunma anından itibaren hızlı bir kalkış ve etkileyici bir hızlanma deneyimi yaşıyor. Ayrıca diğer birçok elektrikli otomobil 150 km/s ile sınırlıyken, yeni Astra Elektrik 170 km/s maksimum hıza sahip. 0-100 km/s hızlanması ise 9.2 saniye. Bunun dışında Astra Elektrik kullanıcıları, sürüş tercihine bağlı olarak Eko, Normal ve Spor olmak üzere üç farklı mod arasından seçim yapabiliyor.

ŠKODA YENİ NESİL SUPERB VE KODIAQ'IN KABİNLERİNİ GÖSTERDİ



Škoda, yeni nesil Superb ve Kodiaq modellerinin dünya prömiyeri öncesinde tamamen yeniden tasarlanan kabinlerini tanıttı. Superb ve Kodiaq modelleri pratik, kullanıcı dostu ve akılcı çözümleriyle dikkat çeken kabinini yeni nesilde daha ileriye taşıyor. Yeni modeller, dijital kokpit, ön cama yansıtılabilir gösterge ve 13 inç bilgi-eğlence ekranı ile kabinlerde yeni teknolojileri ve zarifliği bir arada sunuyor. Yeni nesil Kodiaq ve Superb, daha geniş kabinlerinde tüm yolcular için daha fazla konfor sağlarken aynı zamanda da göz alıcı tasarımından ve yüksek kalitesinden ödün vermiyor. Škoda, konfor ve teknoloji konusunda iddialı olan Kodiaq ve Superb'in yeni neslinde de bu başarısını ileriye taşıyacak. Yeniden tasarlanan kabinde direksiyon, göstergeler, ön konsol ve dekoratif döşemeler daha dikkat çekici hale getirildi. İlk kez bir Škoda modelinde vites kontrolünün direksiyon koluna taşınmasıyla orta konsolda daha geniş bir alan sunulurken, 10 inç Dijital Gösterge Paneli, ön cama yansıtılabilir Head-up gösterge ve 13 inç yüksek çözünürlüklü yatay dokunmatik multimedya ekranı aracın teknolojik yanını vurguluyor.

J.D. POWER 2023 APEAL'DA CHERY, TIGGO 7 VE TIGGO 8 İLE ÇİFTE BİRİNCİLİK KAZANDI!

TIGGO ile faaliyet gösterdiği tüm pazarlarda dengeleri değiştiren Chery, J.D. Power'ın "Çin'in Otomotiv Performansı, Uygulama ve Düzen Araştırması" APEAL 2023'te çift birincilik kazandı. Çin'de üst üste 21 yıldır yüksek güvenilirlikle takip edilen, bağımsızlığıyla nam salan, çok sayıda kullanıcının ürünlerle ilgili fikirlerini kapsayan ve açıklandığında tüketicilerin yeni bir otomobil satın alma kararında etkili olan APEAL, Chery TIGGO 7'yi "Orta Boy Ekonomik SUV Segmenti"nde birinci, TIGGO 8'i de "Orta Boy SUV Segmenti"nde birinci seçti. J.D. Power'ın Haziran 2022 ile Mart 2023 tarihleri arasında yeni araç satın alan 35.155 geleneksel yakıtlı araç sahibinin değerlendirmesine dayanan APEAL kapsamında çifte birinciliğe ulaşan Chery, ürün kalitesi ve satış liderliğini bu ödülle taçlandırdı.



Sürdürülebilir bir geleceğe bir adım daha yaklaştık.

İkinci Elin Sürdürülebilirliğe Katkısı Raporumuzda 2022 yılı boyunca ikinci el alışverişler sayesinde 10,6 milyon tonluk CO₂ ve yüz binlerce ton değerindeki plastik, çelik, alüminyum gibi kaynaklarda tüketimin azaldığını gördük. Siz de ikinci el ürünleri tercih edin, geleceği hep birlikte koruyalım!



Sürdürülebilirliğe sağladığımız katkılara yakından bakmak için QR kodu okutun.

al-sat-kirala-keşfet

sahibinden.com

CITROËN C5 AIRCROSS'UN YENİ HİBRİT VERSİYONU, "Ë-SERIES" ÖZEL VERSİYONU İLE BERABER GELİYOR!

Citroën'in elektrikli mobilité dönüşümündeki atılımı, markanın karakteristik "ë" harfiyle birlikte sunulan elektrikli ve elektrik destekli model serisine eklenen C5 Aircross ile devam ediyor. Citroën C5 Aircross Hybrid 136 ë-DCS6'nın yenilikçi hibrit teknolojisi, yeni nesil 136 HP (100 kW) PureTech benzinli motora ek olarak 21 kW elektrik motoru, yeni elektrikli çift kavramalı şanzıman ë-DCS6 ve bazı sürüş koşullarında otomatik olarak şarj olan 48V bataryadan oluşuyor. Yeni Citroën C5 Aircross Hybrid 136, emisyonları ve yakıt tüketimini kontrol altında tutarken, araç içi konforu daha da ileriye taşıyarak üstün sürüş keyfi yaşıyor. Son derece hassas hızlanma performansı sunan hibrit sistem, aynı zamanda eşdeğer bir benzinli motordan yüzde 15'e kadar daha düşük yakıt tüketimi ve CO2 emisyonunun yanı sıra elektrik modunun tüm avantajlarından faydalanma olanağı sağlıyor. Şarj gerektirmeyen elektrik deneyimi, kesintisiz ve akıcı bir sürüş sağlıyor. Sürüş modları ve enerji geri kazanımı otomatik olarak yönetiliyor. Böylece şehir içi kullanımının yaklaşık yarısı tamamen elektrikli ve 0 emisyon modunda yapılabilir. Bu çevreci ve verimli özelliklere sahip yeni C5 Aircross Hybrid 136, Citroën'in özel "ë-Series" versiyonuyla Türkiye'de kasım ayından itibaren satılmaya başlanıyor. "ë-Series" versiyonuna özel olarak ë-Series logosu, siyah tavan ve siyah alaşımli jantlar standart olarak sunuluyor. İç mekanındaysa, yüzde 68 oranında geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilen açık tonlardaki yeni nesil Alcantara® koltuklarıyla daha ferah bir iç görünüm sağlıyor. Bagaj kapağında ve iç mekandaki "ë" harflerini barındıran logolar sayesinde de bu özel seri, diğer modellerden ayrıştırılabilir.



HONDA'NIN EFSANE SCOOTER MODELİ ACTIVA125 YENİDEN TÜRKİYE'DE

Honda, Türkiye'de ürün gamını büyötmeye devam ediyor. Hızla yükselen e-ticaret hizmetleri ve şehir hayatında artan mobilité ihtiyaçları için scooter segmentindeki ürünlerini de artıran Honda Türkiye, bu kapsamda segmentinde efsaneleşen modeli Activa125'i yeniden Türkiye'de satışa sunuyor.

Activa125, hem işinde aktif olarak motosiklet kullananlar hem günlük hayatta hızlı ulaşım amacıyla motosiklet tercih edenler için yeniden tasarlandı. Şimdiye kadar scooter segmentindeki 2 farklı modeli ile pazarda yer aldıklarını hatırlatan Honda Türkiye Başkanı Satoru Yamada, "Özellikle aktif olarak motosiklet kullanan tüketiciler tarafından tercih edilen Activa125, piyasada büyük bir itibar kazandı. Geçtiğimiz yıllarda yapılan emisyon düzenlemesi kapsamında satışına ara verdiğimiz bu modelimizi yeniden pazara sunmaktan mutluluk duyuyoruz. Yeni Activa125 daha güçlü ve yenilenen çevre dostu motoru fark yaratacak. Bunun yanı sıra yeni modelimizin gelişmiş tasarımı ile de şehir hayatında hızlı mobilité ihtiyacı olan, zamandan ve yakıttan tasarruf etmek isteyen birçok müşteriye hitap edeceğine inanıyoruz" dedi.

VOLKSWAGEN'DEN IAA MOBİLİTY'DE ÜÇ DÜNYA PRÖMİYERİ

Son dönemlerde yaklaşım ve faaliyetlerini müşterilerinin beklentilerine odaklayarak yeni bir düzenleme içinde olan Volkswagen, elektrikli araçlardan, içten yanmalı ve hibrit araçlara kadar verimlilik, sezgisel kullanım ve yüksek kaliteyle öne çıkan tüm yeni modellerini IAA Mobility'de gösterdi. Volkswagen, IAA Mobility fuarında üç modelinin dünya prömiyerini gerçekleştirdi. Markanın elektrikli model ailesi ID.'nin üst sınıf sedan modeli olan ID.7'nin en dinamik versiyonu ID.7 GTX; ikonik GTI logosunun elektrikli geleceğe nasıl taşıyacağına dair somut bir fikir veren ID. GTI Concept ve güçlü aerodinamik tasarımı, verimli motorları ve yeni teknolojileriyle tamamen Yeni Passat.

Volkswagen en geç 2033 yılından itibaren Avrupa'da sadece elektrikli araç üretecek. O tarihe kadar verimli içten yanmalı motorlu araçlar ürün yelpazesinde önemli bir rol oynamayı sürdürecektir. Volkswagen Golf, T-Roc, Passat ve Tiguan gibi başarılı temel modellerine odaklanmaya devam edecek.



YENİ DACIA SPRING ELEKTRİKLİDE SIRA HERKESTE



Yeni Dacia Spring'in karma CO2 salımı 0 (g/km), yakıt tüketimi 125,4-145,2 (Wh/km) aralığındadır. Temsilî model üzerinde gösterilen aksesuarlar farklılık gösterebilir. Ayrıntılı bilgi dacia.com.tr'de

Dacia'nın tercihi Castrol

RENAULT, IAA MOBİLİTY 2023'TE YENİ MODELLERİYLE YERİNİ ALDI

Renault, Münih IAA Mobility 2023'te yeni modelleriyle kullanıcılarla buluştu. MAİS A.Ş. Genel Müdürü Dr. Berk Çağdaş, "Renault, bu yıl Münih IAA Mobility'de markanın yeni tasarım dilini taşıyan ve özellikle geniş ailelere yönelik ihtiyaçları karşılayan Scenic modelinin yüzde 100 elektrikli versiyonunun dünya lansmanını gerçekleştirdi. D segmentindeki standartları yeniden belirleme iddiası taşıyan Rafale modeli de fuarın en ilgi çeken modellerinden biri olarak öne çıktı. Markanın yeni DNA'sıyla tamamen örtüşen Rafale modelini 2024'ün ikinci yarısında Türkiye'de satışa sunmayı planlıyoruz" dedi.

Renault ürün gamının tepe noktasını oluşturacak yeni coupe SUV modeli Rafale, E Tech hibrit sistemi ve CMF CD platformu kullanılıyor. 200 bg E Tech hibrid güç aktarımı, 1.100 km sürüş menzili, 648 litre bagaj hacmi ve 984 cm2 ekranıyla Yeni Rafale modeli, Renault'nun ürün gamının en üst noktasında konumlanıyor. Renault Scenic efsanesi tamamen elektrikli güç aktarma sistemine kavuşuyor. İttifak tarafından geliştirilen CMF-EV platformu üzerine inşa edilen Renault Scenic E-Tech, 620 km'ye (WLTP) varan menziliyle şehir içi sürüşler ve uzun yolculuklar için ideal bir aile otomobili haline geliyor.



Renault, daha önce benzinli ve dizel motor seçenekleri ile Kangoo'nun daha uzun ve 7 koltuklu olan versiyonunu "Grand Kangoo" ismi ile tanıtmıştı. Şimdi ise Münih'te 7 koltuklu Kangoo'nun tamamen elektrikli versiyonu olan "Grand Kangoo EV" yi tanıtıyor.

MG CYBERSTER, 2024 YAZINDA TÜRKİYE'DE!

Doğan Holding çatısı altında faaliyet gösteren Doğan Trend Otomotiv'in temsil ettiği, İngiltere'nin en köklü ve saygın otomobil markalarından MG (Morris Garages), Münih'te düzenlenen 2023 IAA Mobility'de, markanın ikonik roadster ruhunu yeniden ortaya çıkaran Cyberster modelinin Avrupa lansmanını gerçekleştirdi. MG'nin 100. yılı için hazırlanan tamamen elektrikli iki kişilik roadster model Cyberster'in, 2024'ün yaz aylarında Türkiye'de satışa sunulması planlanıyor. Fuarda seri üretim versiyonuyla sergilenen iki koltuklu bir roadster olan Cyberster, MG markasının merakla beklenen spor otomobil üretimine dönüşünü gözler önüne seriyor. MG Cyberster, tamamen elektrikli güç aktarma sistemi, kapsamlı teknolojik sürüş destek sistemleri ve çağdaş kabini ile, köklü mirası geleceğe taşımaya hazırlanıyor. Cyberster'in tasarımı; uzun kaputu, alçak burnu ve tamamen açılabilen tavanı MG markasının zengin mirasına ve çok beğenilen roadster geçmişine gönderme yapıyor. Ayrıca özgün kanat tipi kapılar ve "Kammback" arka tasarım gibi çarpıcı özelliklere de sahip.



TOYOTA YENİ COROLLA HATCHBACK'İ TÜRKİYE'DE SATIŞA SUNDU

Toyota, dinamik ve sportif tasarım özelliklerinin öne çıktığı Yeni Corolla Hatchback Hybrid modelini Türkiye'de satışa sundu. Toyota'nın sürekli gelişim felsefesiyle üretilen Corolla Hatchback, 5. Jenerasyon Hybrid teknolojisiyle Toyota Plazalar'da yerini aldı. Yenilenen dış tasarımı ve iç kabin detaylarıyla dikkat çeken Corolla Hatchback Hybrid, yeni jant ve far tasarımları, yeni renk ve döşeme seçenekleriyle şimdi çok daha şık ve tarz olarak karşımıza çıkıyor. 1.8 litrelik tam hibrit motoruyla dinamik bir sürüş sunan model, aynı zamanda daha yüksek verimliliğiyle de segmentinde eşsiz bir seçenek olarak dikkat çekiyor. Yeni Toyota Corolla Hatchback Hybrid, her türlü sürüş koşulunda yüksek performans ve yüksek verimlilik sunan yeni nesil tam hibrit sistemiyle donatıldı. Kapsamlı mühendislik çalışmalarıyla birlikte daha iyi sürüş deneyimi, daha yüksek performans ve verimlilik sunacak şekilde geliştirilen Corolla Hatchback, 140 HP güce sahip 1.8 litrelik tam hibrit motoruyla tüm beklentileri karşılıyor.



KENDİNE
YENİ SINIRLAR
BELİRLE.

BIG LOVE.

MINI COUNTRYMAN ALL4 EDITION ICONIC.



FIAT CONNECT AKILLI KASKO UYGULAMASI, ALLIANZ TÜRKİYE İŞ BİRLİĞİ İLE YAYGINLAŞMAYA DEVAM EDİYOR

Türkiye'deki FIAT kullanıcılarının hizmetine sunulan ve "Akıllı Fiyatlandırma" uygulamasının yaygınlaşmasına katkıda bulunan bağlantı teknolojisi "Fiat Connect" in katma değerli hizmetlerinden Allianz Türkiye müşterileri de faydalanabilecek. Fiat Connect'in sigortacılık sektöründeki iş birliklerini yaygınlaştırmak hedefiyle Allianz Türkiye ile gerçekleştirdiği yeni iş birliği kapsamında, Allianz'lı müşteriler kişiye özel kasko poliçesi yaptırma imkânına sahip oluyor. Connect Kasko'nun veriden değer yaratan "Akıllı Fiyatlandırma" uygulaması ile FIAT markalı otomobil ve ticari araç sahipleri, sürüş performanslarına göre kasko primi üzerinden fiyat avantajına sahip olurken, kullanmadığı günler için indirim kazanıyor.



TOYOTA TÜRKİYE GOLD ÖDÜLÜNÜN SAHİBİ OLDU

Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş. dünyanın en prestijli iş ödülleri arasında yer alan Brandon Hall Group HCM Mükemmellik Ödülleri kapsamında önemli bir başarıya daha imza attı. 2023 Brandon Hall Group HCM Mükemmellik Ödülleri'nde Yetenek Yönetimi Ödülleri kategorisinde "GOLD" Ödülün sahibi oldu. Toyota Türkiye, kurum kültürünü ileriye taşımaya ve çalışanlarının kendilerini her alanda geliştirmelerine, aynı zamanda "insana saygı" felsefesiyle her adımda "değerli" hissetmelerine; çalışanların en özel anlarında yanlarında olmaya ve başarıları birlikte kutlamaya özen gösteriyor. Tüm çalışanlarının Toyota Yolculuğunda gelişimlerine ortak olmayı hedefleyen Toyota Türkiye, 2022 yılında takdir ve ödüllendirme yolculuğunu dijital platforma taşıdığı "Arigato" sayesinde anlık teşekkür ve ödüllendirmelerle çalışan bağlılığını artırırken, aynı zamanda şirket içerisindeki teşekkür kültürünü yaygınlaştırarak çalışanların motivasyonunu da yükseltmeyi başardı. Tüm bu yolculuk, Toyota'nın mükemmellik arayışını da yansıtarak çalışanların daha mutlu bir çalışma ortamı ve iyi bir kariyer elde etmesine katkı sağlıyor.



STELLANTIS'TEN NET 0 KARBON HEDEFİ İÇİN YENİ ADIM!



Otomotiv ve mobilite dünyasının en büyük gruplarından Stellantis N.V. ve dünyanın önde gelen metal geri dönüşüm girişimi Galloo, otomobil üreticisinin döngüsel ekonomi faaliyetlerini geliştirmeye yönelik devam eden taahhüdü için yeni bir adım daha attı. Bu kapsamda iki şirket, taahhüdün yeni adımının bir parçası olarak "Ömrünü Tamamlamış Araçlar" ın (ELV) geri dönüşümüne odaklanan bir ortak girişim oluşturmak üzere özel müzakereler yapmak için bir "Mutabakat Zaptı" imzaladıklarını duyurdu. Stellantis-Galoo ortak girişimi, son sahibinden ELV'leri toplamak için seçilen "Yetkili Arıtma Tesisleri" ile birlikte çalışarak parçaların yeniden kullanım, yeniden üretim ve geri dönüşüm için geri kazanılmasını sağlayacak. Hizmetin, 2023'ün sonlarında başlayarak ilk olarak Fransa, Belçika ve Lüksemburg'a odaklanması ve ardından tüm Avrupa'ya yayılması bekleniyor. Ortak girişim, bu hizmeti diğer otomobil üreticilerine de sunacak. Müşteriler için, ömrünü tamamlamış araçlarının geri dönüşüm sürecini kolaylaştırmak için çalıştıklarını söyleyen Stellantis Global Döngüsel Ekonomiden Sorumlu Kıdemli Başkan Yardımcısı Alison Jones, "Bu çalışma, araçlarımızın çevresel etkilerini azaltmak açısından çok önemli. Parçaları ve malzemeleri değer zincirine geri kazandırmak, sınırlı kaynakları koruyor ve 2038'e kadar net 0 karbona ulaşma hedefimize yardımcı oluyor" dedi.

Niro EV

Şehrin enerjisini keşfedin!



Movement that inspires



FORD TRUCKS, AVRASYA'NIN 'ORTA KORİDORUNDA' YENİ BİR YOL AÇIYOR

Ford Trucks, Avrasya'nın karayolu taşımacılığı kapısı olan Kazakistan'da yeni distribütörü Turbo Trucks Kazakistan ile coğrafi kapsama alanını genişleterek tüm uluslararası müşterileri için hizmet sunmaya devam edecek. Ford Trucks stratejik önemdeki Kazakistan pazarındaki faaliyetleriyle, Avrasya'daki ülkeler arasında dayanabilirliği ve ekonomik iş birliğini artırmayı amaçlayan bir altyapı ve ticaret girişimi olan ve 'Yeni İpek Yolu' olarak da bilinen 'Orta Koridor' üzerindeki en uzun güzergâhta yer alacak. İlk etapta Almatı'da satış, satış sonrası servis ve yedek parça hizmetiyle faaliyetlerine başlayacak olan Ford Trucks, iki yıl içinde ticari ve madencilik faaliyetleriyle öne çıkan beş kente daha genişleyerek 2025 itibarıyla toplam altı ana ilde konumlanacak. Ford Trucks ile Turbo Trucks Kazakistan arasındaki bu iş ortaklığı, 31 Ağustos 2023'te yöneticilerin ve temsilcilerin katıldığı bir imza töreniyle resmîyet kazandı. Törende konuşan Ford Trucks Lideri Emrah Duman, şu ifadeleri kullandı: "Bu stratejik hamle ile uluslararası müşterilerimize hizmet vermek, onlara güvenilir satış sonrası hizmetler ve yedek parçalara kolay erişim sunmak için daha iyi bir konumdayız. Kazakistan'daki fırsatlar çok geniş, bu ortaklığımızın karşılıklı başarı ve büyümeye yol açacağından ve müşterilerimizi en üst düzey çözümlerle güçlendireceğinden eminiz."

OTOKAR, İTALYA'DAKİ YENİ ŞİRKETİYLE AVRUPA'DAKİ BÜYÜMESİNE DEVAM EDECEK

Otokar, ticari araçlarda hedef pazarı olan Avrupa'da başarılı çıkışını sürdürürken aynı zamanda büyüme için stratejik adımlar atmaya devam ediyor. Avrupa başta olmak üzere 60'tan fazla ülke yollarında on binlerce otobüsle milyonlarca yolcu taşıyan Otokar, 2010 yılından beri İtalya'daki bayisi olan Mauri Bus System'ı satın aldı. Otokar bundan böyle İtalya'daki müşterilerine daha yakın olarak beklenti ve ihtiyaçlarını yakından takip edecek, ülkedeki etkinliğini daha da arttıracak. Otokar'ın İtalya otobüs pazarındaki başarısına önemli katkılar sağlayan Mauri Bus System, bugüne kadar 700'den fazla Otokar markalı otobüs teslimatına imza attı. Geçtiğimiz sene 101. kuruluş yılını kutlayan şirket, ülkedeki Otokar marka araçların satışının yanı sıra satış sonrası hizmetlerini de sunuyordu. 101 yıllık tarihi ile geçmişte İtalya otobüs pazarında pek çok ilke imza atmış, İtalya'nın en köklü şirketlerinden biri olan Mauri Bus System'ın Otokar'ın iştirak şirketleri arasına katılmasından büyük mutluluk ve heyecan duyduklarını belirten Otokar Genel Müdür Yardımcısı Kerem Erman "Yaklaşık 13 yıldır başarıyla devam eden iş birliğimizi bu satın alma ile yepyeni bir noktaya taşıdık. Otokar'ın başarısının ardında yatan en büyük etken her zaman müşteri odaklı yaklaşımı olmuştur. Artık İtalya'daki müşterilerimize her zamankinden daha yakın olacağız, ihtiyaç ve beklentilerini en iyi şekilde anlayacağız. Yeni oluşumun hayırlı olmasını diliyorum."



MERCEDES-BENZ TÜRK, TÜRKİYE HENTBOL FEDERASYONU MİLLİ TAKIMLARI'NIN RESMİ ULAŞIM SPONSORU OLMAYA DEVAM EDİYOR



Mercedes-Benz Türk, Türkiye Hentbol Federasyonu ile 2022 yılında imzaladığı resmi ulaşım sponsorluğu anlaşmasını yeniledi. Sponsorluk kapsamında sporcuların ihtiyaç, konfor ve güvenliğini en üst düzeyde sağlayacak şekilde tasarlanan Mercedes-Benz otobüs, 2024 yılı sonuna kadar kadın ve erkek millî takımlarını yeni zaferlere taşımaya devam edecek. Sosyal fayda çalışmalarında mottosunu eğitimin, eşitliğin, kültür sanatın ve sporun #daimyanında olarak belirleyen Mercedes-Benz Türk, mevcut sponsorluk anlaşmalarını yenileyerek bu alandaki desteğini sürdürüleceğinin altını çiziyor. Cumhuriyetin 100. Yılına özel olarak yaptığı çalışmalarla da göz doldüran Mercedes-Benz Türk, Türk sporunu daha ileriye taşıma hedefi ile başta hentbol olmak üzere farklı branşlarda spora olan desteğini önümüzdeki dönemlerde de sürdürmeye devam edecek.

AUDI'DEN YENİ FİKİRLERİN MERKEZİ: IN-CAMPUS



Audi'nin ortak girişim çalışmalarından biri olan In-Campus GmbH hizmete açıldı. Tam anlamıyla bir teknoloji parkı olan In-Campus'te Audi'nin yeni Araç Güvenlik Merkezi ve yeni Bilgi İşlem Merkezi de bulunuyor. In-Campus bünyesindeki en büyük bina yeni Araç Güvenlik Merkezi. Pistlerle birlikte 130 x 260 metre ölçülerine sahip. Tesis tasarlanırken geliştirme olanakları özellikle dikkate alındı. Bu, Audi'nin her yıl Ingolstadt'taki fabrika tesislerinde daha önce kullandığı çarpışma alanında olduğundan çok daha kapsamlı araç çarpışma testleri gerçekleştirilmesini mümkün kılıyor. Yeni Araç Güvenlik Merkezi aynı zamanda sahadaki yaklaşık 100 personele sistemler, gövdeler ve bileşenler için farklı ek test olanakları da sunuyor. Araç Güvenlik Merkezi'nin yanına yeni bir Audi Bilgi İşlem Merkezi de inşa edildi. Burası, yaklaşık 10.000 metrekarelik alan üzerinde AUDI AG'nin gelecekteki projelerini en ileri teknolojiye sahip donanım ve yazılımlarla destekliyor. In-Campus'teki özel binalardan biri de proje evi. Kompleks, tesisin kuzeybatısındaki dört binadan oluşuyor. 42.000 metrekarelik ofis ve atölye alanının tamamı kiralanmış durumda.

CARIAD'ın 2020'nin sonundan bu yana In-Campus'te bir teknoloji merkezi bulunuyor. Tesis, yazılım şirketinin en büyük lokasyonuna ev sahipliği yapıyor. 2.000'in üzerinde CARIAD personeli burada, dijital sürüş deneyimi, otonom sürüş, teknoloji platformları ve bulut hizmetlerinin geliştirilmesi de dahil olmak üzere tüm Volkswagen Grubu markalarına yönelik teknolojiler üzerinde çalışıyor. CARIAD ayrıca Audi ve Porsche modelleri için burada yeni Premium Platform Electric (PPE) için premium yazılım ve elektronik mimari geliştiriyor.

ŠKODA'NIN YENİLENEN WEB SAYFASI ALTIN ÖRÜMCEK ÖDÜLÜ'NÜ KAZANDI

Škoda Türkiye'nin yeni dijital yüzü www.skoda.com.tr adresi, kolay kullanımı, anlaşılabilir tarzı ve modern tasarımıyla Altın Örümcek tarafından ödüllendirildi. Bu yıl 21. kez düzenlenen Altın Örümcek Ödülleri'nde Škoda Türkiye'nin web sayfası, Otomotiv Kategorisi'nde birincilik ödülüyle taçlandırıldı. Web, dijital pazarlama, mobil teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilen başarılı projelerin daha iyi tanıtılmasını amaçlayan Altın Örümcek, Škoda'nın yenilenen dijital yüzünü büyük bir beğeniyle karşıladı. Otomotiv satın almanın vazgeçilmez bir parçası haline gelen web sayfaları, kullanıcıların anında bilgiye ulaşması için büyük önem taşıyor. Yenilenen www.skoda.com.tr ise, markanın tüm modelleri hakkında detaylı bilgilere tüm cihazlardan kolayca erişim yapılmasını sağlıyor. Markanın yeni kurumsal kimliğini yansıtan www.skoda.com.tr, daha dinamik ve yalın tasarımıyla da dikkat çekiyor.

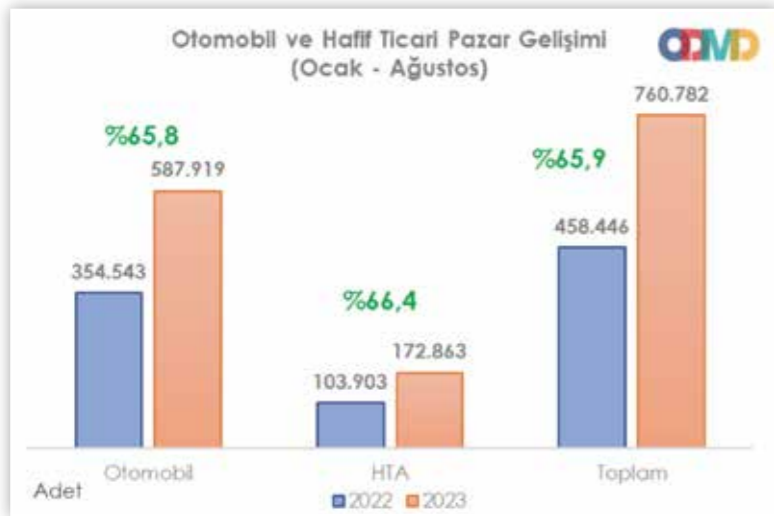


JEEP, ELEKTRİKLİ ÜRÜN GAMINI ULAŞILABİLİR KILACAK: JEEP'TE E-HYBRİD DÖNEMİ

Jeep®, Türkiye'de tamamen hibrit ürün gamına sahip ilk ve tek marka olarak, SUV severlere arazi kabiliyetini yüksek performans ve sürüş keyfinden ödün vermeden çevre dostu sürüş deneyimini herkes için ulaşılabilir kılmayı amaçlıyor. Ülkemizde Renegade ile Compass'ın tamamen hibrit motor seçenekleriyle donatılan versiyonlarını buluşturan marka, 2030 yılına kadar sıfır emisyon elektrifikasyon stratejisiyle en çevreci SUV markası olma yolunda hızla ilerliyor. Marka, önümüzdeki dönemde piyasaya sürecek tüm modelleriyle bu önemli stratejisini genişletmeyi planlıyor.

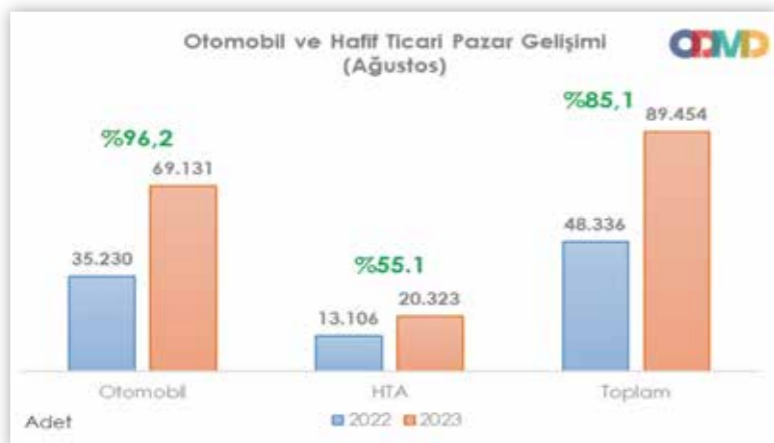
OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI

(AĞUSTOS, OCAK-AĞUSTOS 2023)



2023 YILI OCAK-AĞUSTOS DÖNEMİNDE OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI %65,9 ORANINDA ARTTI.

- Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2023 yılı Ocak-Ağustos döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %65,9 oranında artarak 760.782 adet olarak gerçekleşti.
- Otomobil satışları, 2023 yılı Ocak-Ağustos döneminde geçen yıla göre %65,8 oranında artarak 587.919 adet, hafif ticari araç pazarı %66,4 artarak 172.863 adet oldu.



OTOMOBİL VE HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI 2023 AĞUSTOS AYINDA %85,1 OTOMOBİL PAZARI %96,2, HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI İSE %55,1 ORANINDA ARTTI.

- 2023 yılı Ağustos ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 2022 yılı Ağustos ayına göre %85,1 artarak 89.454 adet oldu.
- 2023 Ağustos ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %96,2 artarak 69.131 adet olurken, hafif ticari araç pazarı %55,1 artarak 20.323 adet oldu.
- Otomobil ve hafif ticari araç pazarı 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %54 arttı.
- Otomobil pazarı, 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %57 artış gösterdi.
- Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Ağustos ayı ortalama satışlara göre %44,6 arttı.



EK 1:

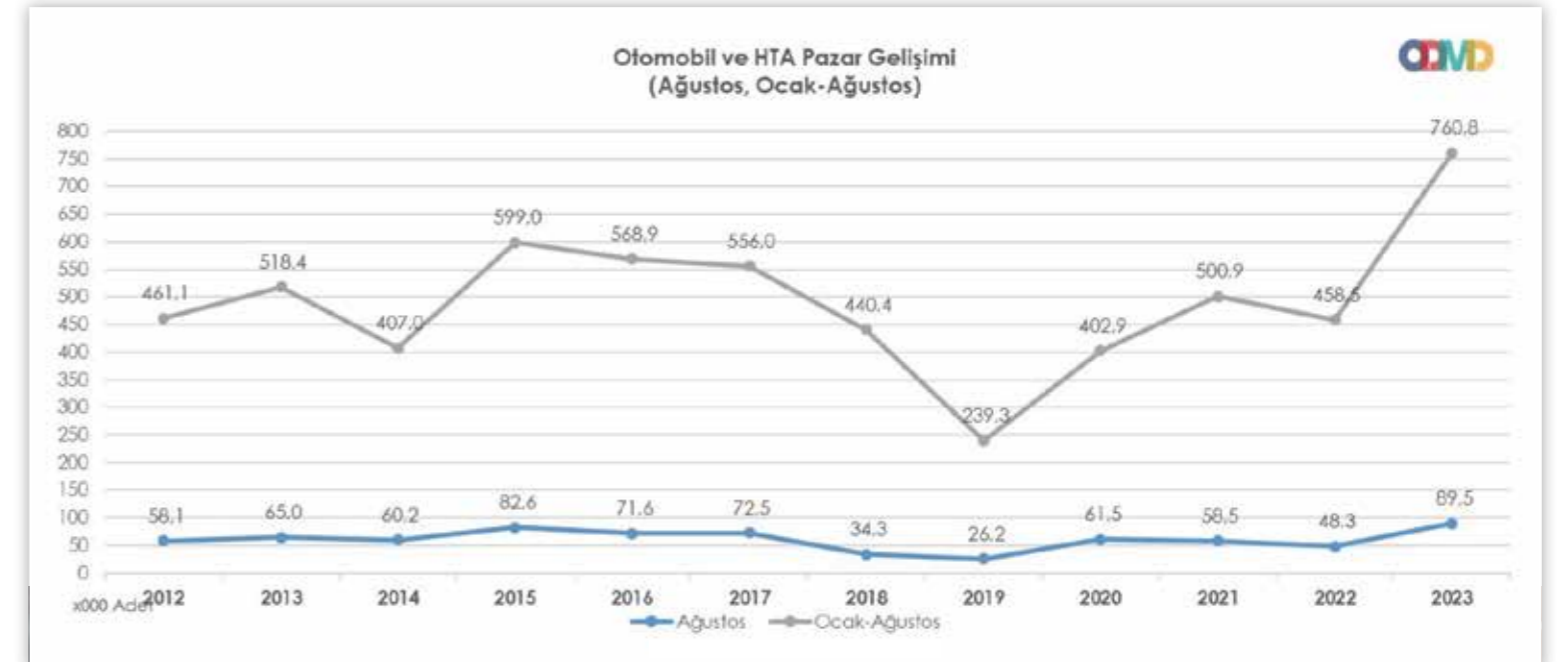
Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu

EK 2:

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

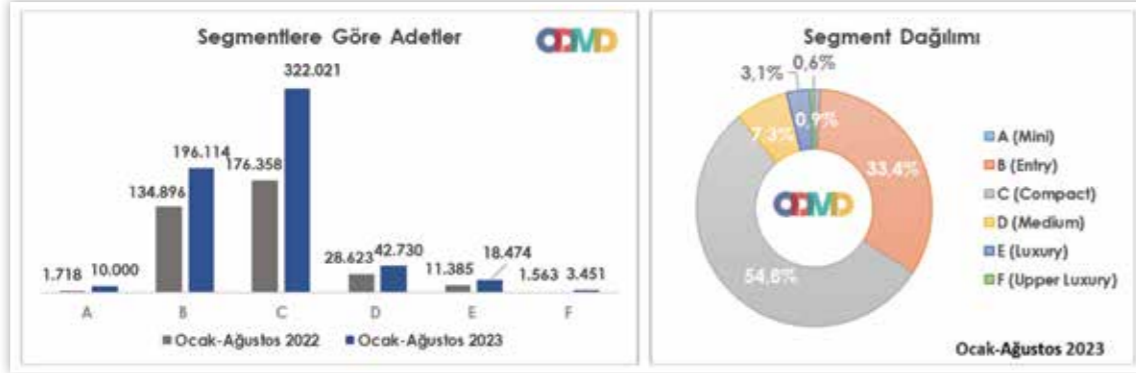
EK 3:

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



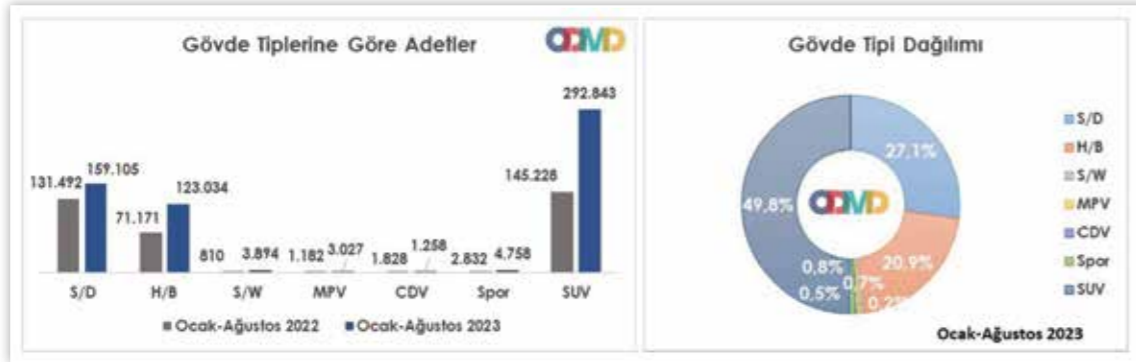
OTOMOBİL PAZARI ANALİZİ (OCAK-AĞUSTOS 2023)

OTOMOBİL PAZARI SEGMENTLERE GÖRE;



- Pazarın %88,9'unu vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentlerindeki araçlar oluşturdu.
- C segmenti otomobiller 322.021 adetle %54,8 pay,
- B segmenti otomobiller 196.114 adetle %33,4 pay aldı.

OTOMOBİL PAZARI GÖVDE TİPLERİNE GÖRE;

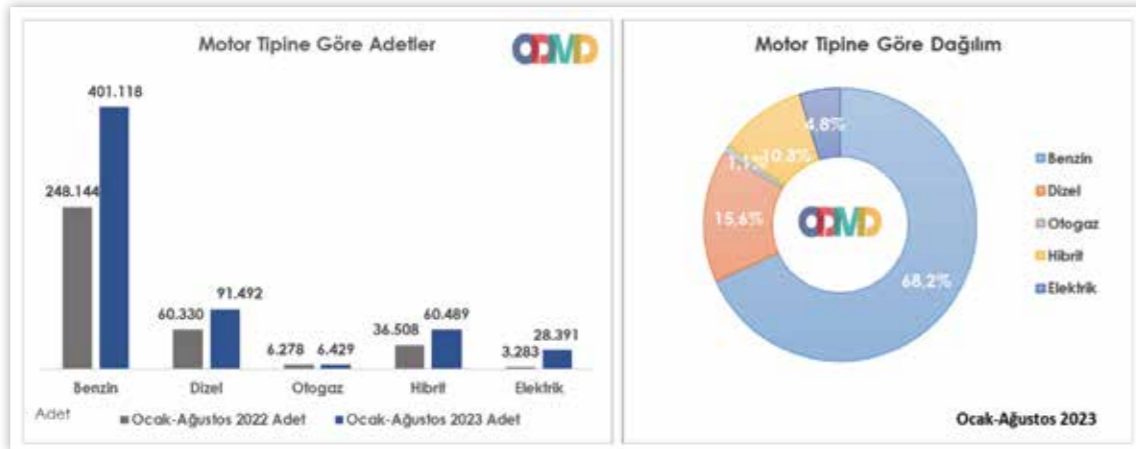


- Gövde tiplerine göre değerlendirildiğinde ise en çok tercih edilen gövde tipi SUV otomobiller (%49,8 pay, 292.843 adet) oldu.
- SUV otomobilleri, %27,1 pay ve 159.105 adet satış ile Sedan, %20,9 pay ve 123.034 adet satış ile H/B otomobiller takip etti.

EK 4:

Segment ve Gövde Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

OTOMOBİL PAZARI MOTOR TİPİNE GÖRE;



- Benzinli otomobil satışları 401.118 adetle %68,2 pay,
- Dizel otomobil satışları 91.492 adetle %15,6 pay,
- Hibrit otomobil satışları 60.489 adetle %10,3 pay,
- Elektrikli otomobil satışları 28.391 adetle %4,8 pay ve
- Otogazlı otomobil satışları 6.429 adetle %1,1 pay aldı.

EK 5:

Motor Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

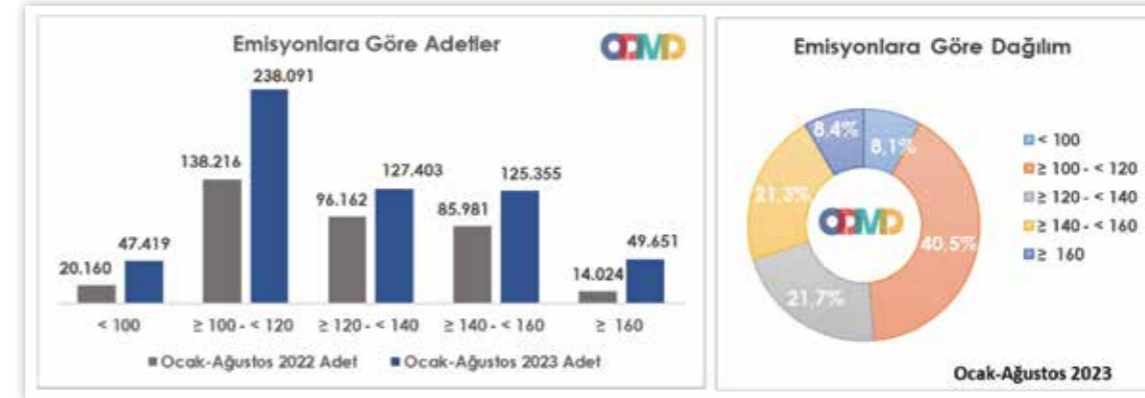
EK 6:

Motor Hacmine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

OTOMOBİL PAZARI MOTOR HACMİNE GÖRE;

- ▲ 1600cc altındaki otomobil satışları %58,5 artarak %84,8 pay,
- ▲ 1600-2000cc aralığındaki otomobil satışları %50,2 artarak %0,6 pay,
- ▲ 2000cc üstü otomobil satışları %104,9 artarak %0,2 pay aldı.

OTOMOBİL PAZARI EMİSYON SEVİYELERİNE GÖRE;



- 100-120 gr/km arasındaki otomobiller 238.091 adetle %40,5 pay,
- 120-140 gr/km arasındaki otomobiller 127.403 adetle %21,7 pay aldı.

EK 7:

Emisyon Değerlerine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

OTOMATİK ŞANZIMANLI OTOMOBİLLER;



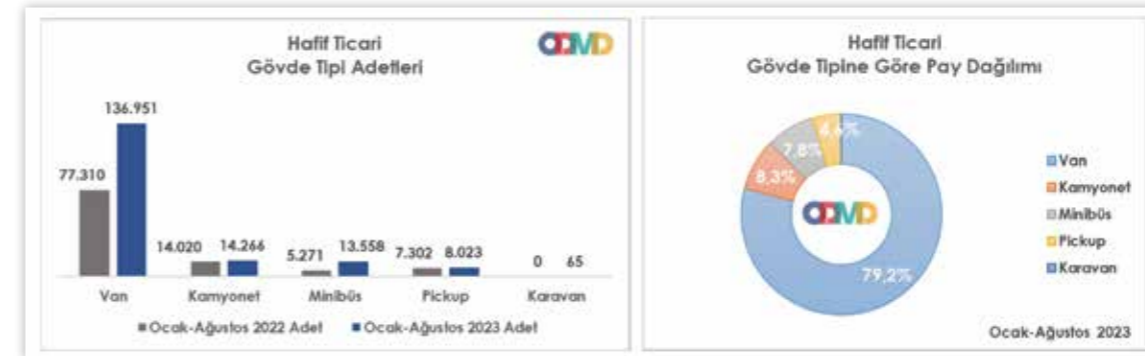
- 472.770 adetle %80,3 pay alırken, manuel şanzımanlı otomobiller 115.649 adetle %19,7 pay aldı.

EK 8:

Otomatik Şanzıman Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI (OCAK-AĞUSTOS 2023)

HAFİF TİCARİ ARAÇ PAZARI GÖVDE TİPİNE GÖRE;



- Van gövde tipi %79,2 pay ve 136.951 adet ile en çok tercih edilen gövde tipi olurken;
- Kamyonet gövde tipi %8,3 pay ve 14.266 adetle 2. sırada yer aldı.

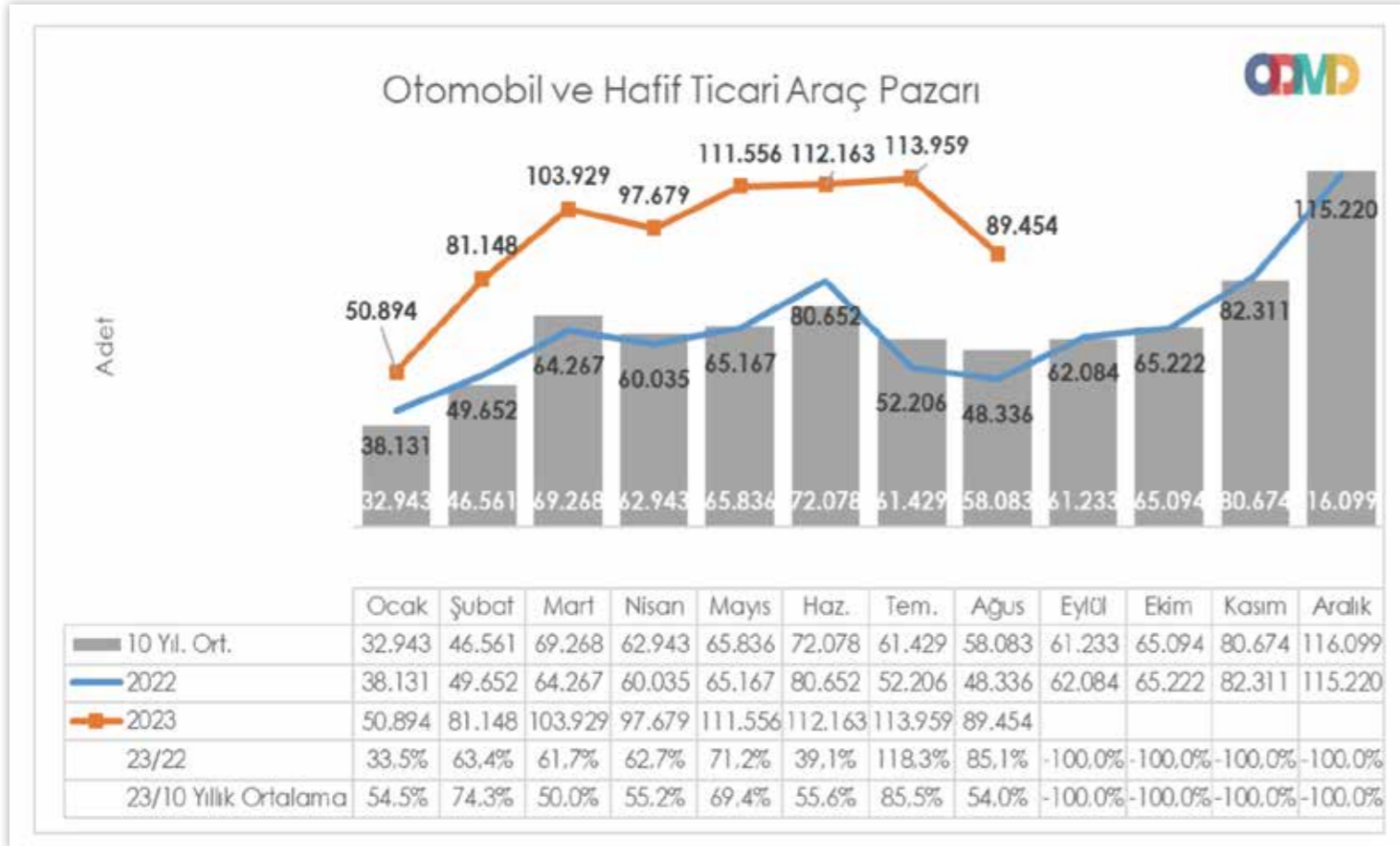
EK 9:

Hafif Ticari Araç Gövde Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

EKLER

EK 1:

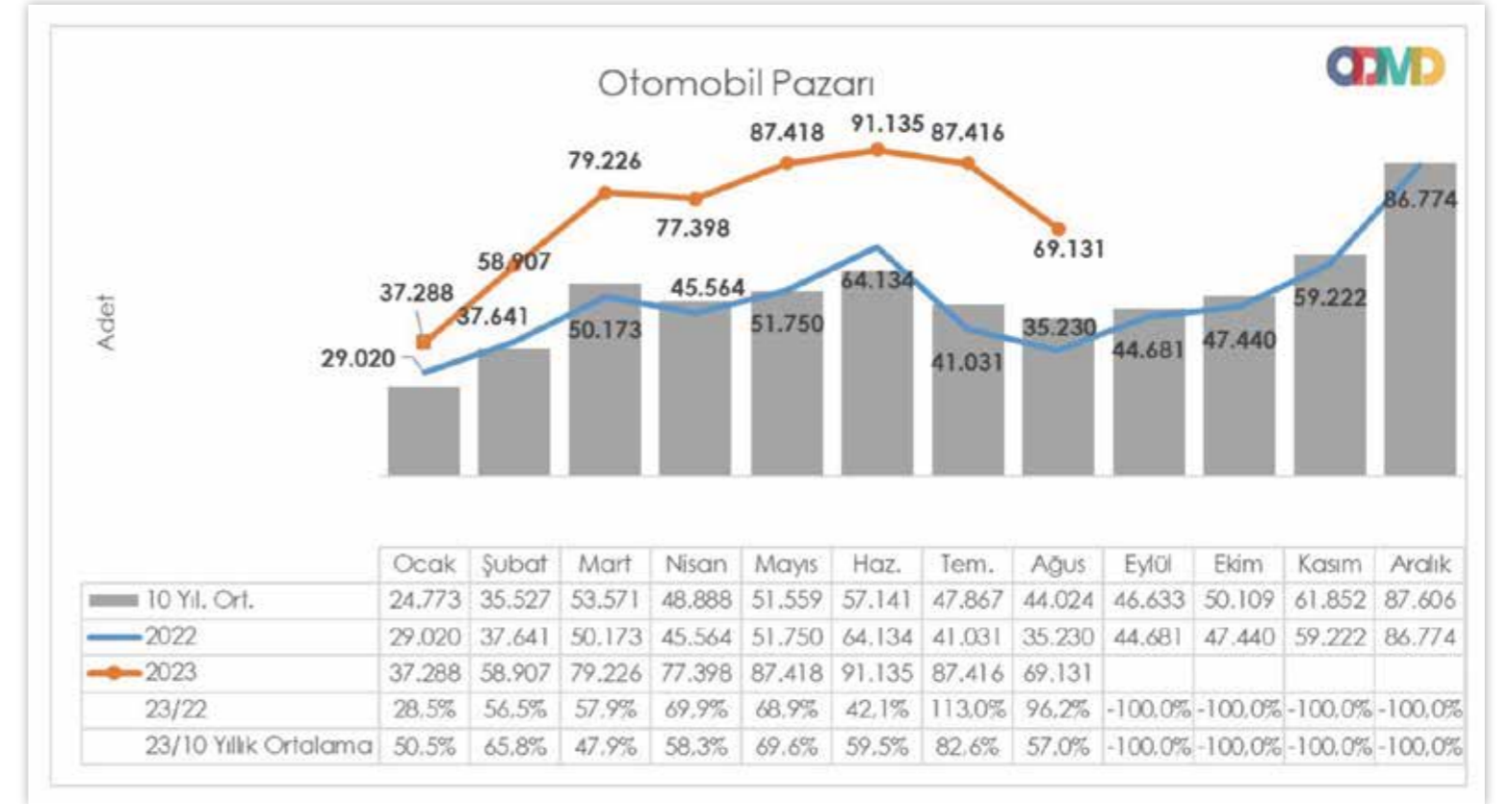
Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı, 10 Yıllık Ortalama ile Yıllara Göre Gelişim Grafiği ve Tablosu



YIL	Ocak	Şubat	Març	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam
2010	20.095	31.172	51.769	54.946	59.377	60.896	61.345	61.764	63.814	73.404	73.962	148.369	760.913
2011	44.892	58.663	78.403	77.695	80.646	81.573	63.044	58.406	60.129	69.421	63.657	127.910	864.439
2012	29.545	41.324	64.884	62.949	70.863	71.067	62.304	58.148	69.629	59.938	71.710	115.400	777.761
2013	35.523	48.307	68.774	73.575	81.468	74.096	71.596	65.043	67.963	58.014	79.301	129.718	853.378
2014	32.670	35.021	47.581	53.305	58.121	60.163	59.907	60.199	66.531	66.573	80.621	146.989	767.681
2015	34.615	55.331	83.302	91.602	81.542	86.158	83.836	82.577	64.025	64.255	84.601	156.173	968.017
2016	32.713	52.825	82.948	84.887	93.904	91.540	58.533	71.556	67.593	83.000	122.309	141.912	983.720
2017	35.323	46.965	73.802	75.988	85.422	83.658	82.297	72.536	71.352	91.752	100.859	136.240	956.194
2018	35.076	47.009	76.345	71.126	72.755	51.037	52.734	34.346	23.028	21.571	58.204	77.706	620.937
2019	14.373	24.875	49.221	30.971	33.016	42.688	17.927	26.246	41.992	49.075	58.176	90.500	479.060
2020	27.273	47.122	50.008	26.457	32.235	70.973	87.401	61.533	90.619	94.733	80.141	104.293	772.788
2021	43.728	58.504	96.428	61.488	54.734	79.819	47.849	58.454	57.141	56.746	60.216	62.243	737.350
2022	38.131	49.652	64.267	60.035	65.167	80.652	52.206	48.336	62.084	65.222	82.311	115.220	783.283
2023	50.894	81.148	103.929	97.679	111.556	112.163	113.959	89.454					760.782
10 Yıllık Ort.	32.943	46.561	69.268	62.943	65.836	72.078	61.429	58.083	61.233	65.094	80.674	116.099	792.241
%	54.5%	74.3%	50.0%	55.2%	69.4%	55.6%	85.5%	54.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	

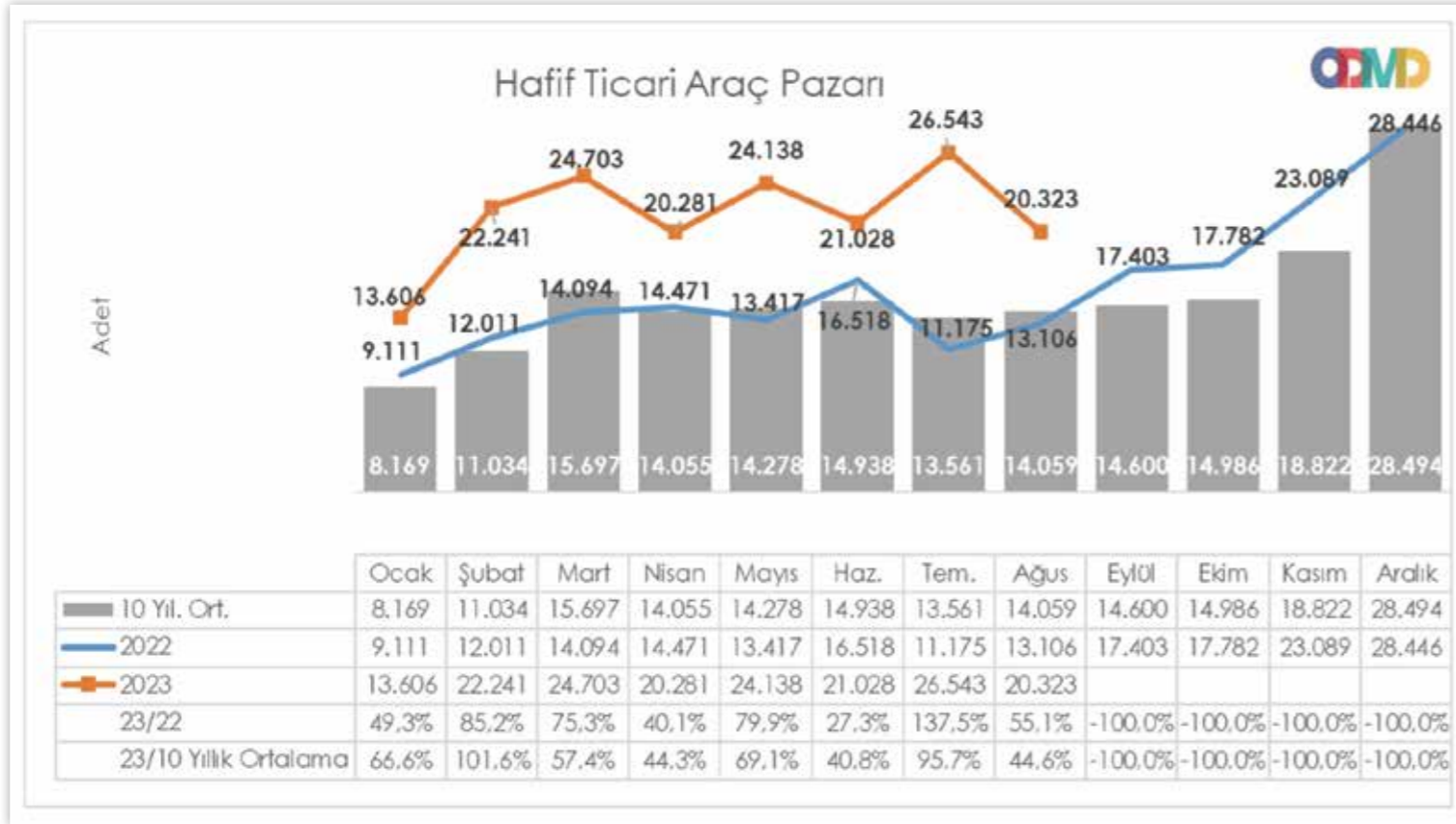
EK 2:

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



YIL	Ocak	Şubat	Març	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam
2010	12.594	20.651	33.958	36.549	40.467	42.086	41.399	42.222	42.477	47.859	50.061	99.461	509.784
2011	29.868	39.004	54.023	53.835	56.302	56.714	43.518	38.875	39.964	47.508	44.951	88.957	593.519
2012	21.077	29.189	47.270	45.645	50.460	50.849	44.531	41.236	49.360	43.440	52.297	80.926	556.280
2013	25.835	36.814	51.785	56.999	62.383	58.290	55.712	51.611	52.925	46.985	64.117	101.199	664.655
2014	24.368	27.167	37.812	42.769	46.379	47.278	46.602	45.131	49.262	50.814	59.695	110.054	587.331
2015	24.498	40.817	61.676	70.211	62.878	67.766	64.218	61.753	47.088	47.954	62.397	114.340	725.596
2016	23.358	40.588	63.975	65.618	73.832	71.111	45.566	53.977	51.340	63.746	95.783	108.044	756.938
2017	25.689	34.658	55.616	57.998	65.799	66.164	62.384	54.890	53.423	70.488	75.956	99.694	722.759
2018	26.611	35.901	59.798	55.108	57.227	41.225	42.024	26.976	17.595	16.809	46.204	60.843	486.321
2019	10.979	19.205	38.628	24.416	27.126	36.024	15.398	21.544	35.308	39.996	47.803	70.829	387.256
2020	22.016	37.727	39.887	21.825	25.073	57.067	69.427	44.372	71.296	76.341	64.357	80.721	610.109
2021	35.358	44.749	76.357	48.375	43.138	62.348	36.311	44.756	43.408	40.512	42.982	43.559	561.853
2022	29.020	37.641	50.173	45.564	51.750	64.134	41.031	35.230	44.681	47.440	59.222	86.774	592.660
2023	37.288	58.907	79.226	77.398	87.418	91.135	87.416	69.131					587.919
10 Yıllık Ort.	24.773	35.527	53.571	48.888	51.559	57.141	47.867	44.024	46.633	50.109	61.852	87.606	609.548
%	50.5%	65.8%	47.9%	58.3%	69.6%	59.5%	82.6%	57.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	-100.0%	

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



YIL	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Toplam
2010	7.501	10.521	17.811	18.397	18.910	18.810	19.946	19.542	21.337	25.545	23.901	48.908	251.129
2011	15.024	19.659	24.380	23.860	24.344	24.859	19.526	19.531	20.165	21.913	18.706	38.953	270.920
2012	8.468	12.135	17.614	17.304	20.403	20.218	17.773	16.912	20.269	16.498	19.413	34.474	221.481
2013	9.688	11.493	16.989	16.576	19.085	15.806	15.884	13.432	15.038	11.029	15.184	28.519	188.723
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	180.350
2015	10.117	14.514	21.626	21.391	18.664	18.392	19.618	20.824	16.937	16.301	22.204	41.833	242.421
2016	9.355	12.237	18.973	19.269	20.072	20.429	12.967	17.579	16.253	19.254	26.526	33.868	226.782
2017	9.634	12.307	18.186	17.990	19.623	17.494	19.913	17.646	17.929	21.264	24.903	36.546	233.435
2018	8.465	11.108	16.547	16.018	15.528	9.812	10.710	7.370	5.433	4.762	12.000	16.863	134.616
2019	3.394	5.670	10.593	6.555	5.890	6.664	2.529	4.702	6.684	9.079	10.373	19.671	91.804
2020	5.257	9.395	10.121	4.632	7.162	13.906	17.974	17.161	19.323	18.392	15.784	23.572	162.679
2021	8.370	13.755	20.071	13.113	11.596	17.471	11.538	13.698	13.733	16.234	17.234	18.684	175.497
2022	9.111	12.011	14.094	14.471	13.417	16.518	11.175	13.106	17.403	17.782	23.089	28.446	190.623
2023	13.606	22.241	24.703	20.281	24.138	21.028	26.543	20.323					172.863
10 Yıllık Ort.	8.169	11.034	15.697	14.055	14.278	14.938	13.561	14.059	14.600	14.986	18.822	28.494	182.693
%	66,6%	101,6%	57,4%	44,3%	69,1%	40,8%	95,7%	44,6%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	

AĞUSTOS 2023 VERİLERİ

EK 4:
Segment ve Gövde Tipine Göre Dağılım Tablosu

Ağustos 2023	1	2	3	4	5	6	7		
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV	Toplam	Pay
A (Mini)	0	575	0	0	0	60	148	783	1,1%
B (Entry)	1.637	7.620	0	0	261	29	9.873	19.420	28,1%
C (Compact)	9.132	4.012	76	296	0	457	24.421	38.394	55,5%
D (Medium)	2.469	65	304	0	0	124	4.498	7.460	10,8%
E (Luxury)	1.694	0	1	3	0	35	775	2.508	3,6%
F (Upper Luxury)	148	0	0	0	0	101	317	566	0,8%
Toplam	15.080	12.272	381	299	261	806	40.032	69.131	
Pay	21,8%	17,8%	0,6%	0,4%	0,4%	1,2%	57,9%	100,00	

Ağustos 2022	1	2	3	4	5	6	7		
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV	Toplam	Pay
A (Mini)	0	35	0	0	0	0	0	35	0,1%
B (Entry)	1.665	3.310	0	1	193	7	5.344	10.520	29,9%
C (Compact)	7.989	1.261	13	58	0	238	9.021	18.580	52,7%
D (Medium)	2.709	62	67	0	0	72	787	3.697	10,5%
E (Luxury)	1.072	0	19	5	0	40	992	2.128	6,0%
F (Upper Luxury)	149	0	0	0	0	49	72	270	0,8%
Toplam	13.584	4.668	99	64	193	406	16.216	35.230	
Pay	38,6%	13,3%	0,3%	0,2%	0,5%	1,2%	46,0%	100,00	

Değişim	1	2	3	4	5	6	7		
Segment	S/D	H/B	S/W	MPV	CDV	Spor	SUV	Toplam	
A (Mini)		1542,9%						2137,1%	
B (Entry)	-1,7%	130,2%		-100,0%	35,2%	314,3%	84,7%	84,6%	
C (Compact)	14,3%	218,2%	484,6%	410,3%		92,0%	170,7%	106,6%	
D (Medium)	-8,9%	4,8%	353,7%			72,2%	471,5%	101,8%	
E (Luxury)	58,0%		-94,7%			-12,5%	-21,9%	17,9%	
F (Upper Luxury)	-0,7%					106,1%	340,3%	109,6%	
Toplam	11,0%	162,9%	284,8%	367,2%	35,2%	98,5%	146,9%	96,2%	

S/D: Sedan,
H/B: Hatchback,
S/W: Station Wagon,
MPV: Multi Purpose Vehicle-Çok Amaçlı Araçlar,
CDV: Car Derived Van-Binek Tipli Küçük Vanlar,
SUV: Sport Utility Vehicle-Arazi Araçlar

EK 5:

Motor Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

MOTOR TİPİ	Ağustos 2022		Ağustos 2023		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
Benzin	24.246	68,8%	45.191	65,4%	86,4%
Dizel	5.664	16,1%	7.156	10,4%	26,3%
Otogaz	611	1,7%	760	1,1%	24,4%
Hibrit	3.958	11,2%	7.440	10,8%	88,0%
Hibrit	769	2,2%	2.160	3,1%	180,9%
Plug-In Hibrit	116	0,3%	212	0,3%	82,8%
Mild Hibrit	3.073	8,7%	5.068	7,3%	64,9%
Elektrik	751	2,1%	8.584	12,4%	1043,0%
Saf Elektrik	751	2,1%	8.174	11,8%	988,4%
Uzatılmış Menzil	0	0,0%	410	0,6%	
Toplam	35.230	100%	69.131	100%	96,2%

EK 6:

Motor Hacmine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

MOTOR HACMI	MOTOR CİNSİ	Ağustos 2022		Ağustos 2023		Değişim
		Adet	Pay	Adet	Pay	
≤ 1600cc	B/D	30.049	85,3%	52.236	75,6%	73,8%
1601cc - ≤ 2000cc	B/D	339	1,0%	577	0,8%	70,2%
≥ 2001cc	B/D	133	0,4%	294	0,4%	121,1%
B/D Ara Toplam		30.521	86,6%	53.107	76,8%	74,0%
≤ 1600cc	HİBRİT	2.333	6,6%	4.777	6,9%	104,8%
1601cc - ≤ 1800cc (≤ 50KW)	HİBRİT	0	0,0%	0	0,0%	
1601cc - ≤ 1800cc (> 50KW)	HİBRİT	394	1,1%	1.253	1,8%	218,0%
1801cc - ≤ 2000cc	HİBRİT	1.182	3,4%	1.312	1,9%	11,0%
2001cc - ≤ 2500cc (≤ 100KW)	HİBRİT	26	0,1%	22	0,0%	-15,4%
2001cc - ≤ 2500cc (> 100KW)	HİBRİT	2	0,0%	13	0,0%	550,0%
> 2500cc	HİBRİT	21	0,1%	63	0,1%	200,0%
Hibrit Ara Toplam		3.958	11,2%	7.440	10,8%	88,0%
≤ 160 kW	ELEKTRİK	327	0,9%	5.066	7,3%	1449,2%
> 160 kW	ELEKTRİK	424	1,2%	3.518	5,1%	729,7%
Elektrik Ara Toplam		751	2,1%	8.584	12,4%	1043,0%
Toplam		35.230	100,0%	69.131	100,0%	96,2%

EK 7:

Emisyon Değerlerine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

CO2 ORTALAMA EMİSYON DEĞERLERİ (gr/km)	Ağustos 2022		Ağustos 2023		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
< 100	1.507	4,3%	11.051	16,0%	633%
≥ 100 - < 120	10.522	29,9%	19.796	28,6%	88%
≥ 120 - < 140	11.961	34,0%	15.291	22,1%	28%
≥ 140 - < 160	8.836	25,1%	12.709	18,4%	44%
≥ 160	2.404	6,8%	10.284	14,9%	328%
Toplam	35.230	100,0%	69.131	100,0%	96,2%

EK 8:

Otomatik Şanzıman Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

OTOMATİK ŞANZIMAN	Ağustos 2022		Ağustos 2023		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
A (Mini)	32	91,4%	768	98,1%	2300,0%
B (Entry)	9.082	86,3%	16.198	83,4%	78,4%
C (Compact)	13.888	74,7%	33.904	88,3%	144,1%
D (Medium)	3.697	100,0%	7.460	100,0%	101,8%
E (Luxury)	2.128	100,0%	2.508	100,0%	17,9%
F (Upper Luxury)	270	100,0%	566	100,0%	109,6%
Toplam	29.097	82,6%	61.404	88,8%	111,0%

EK 9:

Hafif Ticari Araç Gövde Tipine Göre Adetler, Paylar ve Değişimler Tablosu

HAFİF TİCARİ ARAÇ GÖVDE TİPİ ANALİZİ	Ağustos 2022		Ağustos 2023		Değişim
	Adet	Pay	Adet	Pay	
Van	9.456	72,2%	14.533	71,5%	53,7%
Kamyonet	1.743	13,3%	2.396	11,8%	37,5%
Minibüs	898	6,9%	2.309	11,4%	157,1%
Pickup	1.009	7,7%	1.073	5,3%	6,3%
Karavan	0	0,0%	12	0,1%	
Toplam	13.106	100,0%	20.323	99,9%	55,1%

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: AĞUSTOS 2023

MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO		145	145			0	0	145	145
ASTON MARTIN		1	1			0	0	1	1
AUDI		1.675	1.675			0	0	1.675	1.675
BENTLEY		3	3			0	0	3	3
BMW		1.995	1.995			0	0	1.995	1.995
CHERY		6.100	6.100			0	0	6.100	6.100
CITROEN		3.168	3.168		1.482	1.482	0	4.650	4.650
CUPRA		955	955			0	0	955	955
DACIA		2.666	2.666			0	0	2.666	2.666
DS		131	131			0	0	131	131
FERRARI		2	2			0	0	2	2
FIAT	3.423	136	3.559	1.222	2.224	3.446	4.645	2.360	7.005
FORD	261	2.263	2.524	5.514	266	5.780	5.775	2.529	8.304
HONDA		1.659	1.659			0	0	1.659	1.659
HYUNDAI	2.313	1.420	3.733		672	672	2.313	2.092	4.405
ISUZU			0	34	110	144	34	110	144
IVECO			0		276	276	0	276	276
JAGUAR		6	6			0	0	6	6
JEEP		224	224			0	0	224	224
KARSAN			0	7		7	7	0	7
KIA		1.757	1.757		306	306	0	2.063	2.063
LAMBORGHINI		1	1			0	0	1	1
LAND ROVER		272	272		148	148	0	420	420
LEAPMOTOR		30	30			0	0	30	30
LEXUS		15	15			0	0	15	15
MASERATI		37	37			0	0	37	37
MAZDA		20	20			0	0	20	20
MERCEDES-BENZ		2.835	2.835		908	908	0	3.743	3.743
MG		1.175	1.175			0	0	1.175	1.175
MINI		304	304			0	0	304	304
MITSUBISHI		14	14		0	0	0	14	14
NISSAN		968	968		0	0	0	968	968
OPEL		3.986	3.986		1.072	1.072	0	5.058	5.058
PEUGEOT		3.353	3.353		1.649	1.649	0	5.002	5.002
PORSCHE		129	129			0	0	129	129
RENAULT	5.319	3.455	8.774		2.049	2.049	5.319	5.504	10.823
SEAT		839	839			0	0	839	839
SERES		5	5			0	0	5	5
SKODA		2.086	2.086			0	0	2.086	2.086
SKYWELL		50	50			0	0	50	50
SMART			0			0	0	0	0
SSANGYONG		168	168		85	0	0	253	253
SUBARU		30	30			85	0	30	30
SUZUKI		459	459			0	0	459	459
TESLA		3.000	3.000			0	0	3.000	3.000
TOGG	1.965		1.965			0	1.965	0	1.965
TOYOTA	1.205	1.171	2.376		1.171	0	1.205	2.342	3.547
VOLKSWAGEN		5.186	5.186		1.128	1.171	0	6.314	6.314
VOLVO		751	751			1.128	0	751	751
						0	0	0	0
TOPLAM:	14.486	54.645	69.131	6.777	13.546	20.323	21.263	68.191	89.454

*Tesla markasına ait veriler, kamuoyuna yapılan açıklamalar ışığında tahmini olarak belirlenmiştir.

ODMD, verilerinde yer alan bilgilerin doğruluğuna azami ölçüde hassasiyet göstermekle birlikte; bu verilerdeki hata, eksiklik veya yorum farklılıklarından ve/veya ticari amaçlı kullanımdan doğabilecek zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir. ODMD verilerinde; marka ve model bazında yer alan sayısal satış bilgileri ilgili kuruluşların ODMD'ye yaptığı bildirimlerden oluşmaktadır. Bilgiler haksız rekabete yol açacak şekilde kullanılamaz. ODMD'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. ODMD Raporlarının telif hakkı ODMD'ye aittir. ODMD kaynak gösterilmeksizin raporun bir bölümü veya tamamı çoğaltılamaz, paylaşılamaz, yayımlanamaz veya dağıtılamaz. Aksi durumda ODMD'nin her türlü maddi ve manevi tazminat talep hakkı saklıdır.

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: 2023

MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
ALFA ROMEO		145	145			0	0	145	145
ASTON MARTIN		1	1			0	0	1	1
AUDI		1.675	1.675			0	0	1.675	1.675
BENTLEY		3	3			0	0	3	3
BMW		1.995	1.995			0	0	1.995	1.995
CHERY		6.100	6.100			0	0	6.100	6.100
CITROEN		3.168	3.168		1.482	1.482	0	4.650	4.650
CUPRA		955	955			0	0	955	955
DACIA		2.666	2.666			0	0	2.666	2.666
DS		131	131			0	0	131	131
FERRARI		2	2			0	0	2	2
FIAT	3.423	136	3.559	1.222	2.224	3.446	4.645	2.360	7.005
FORD	261	2.263	2.524	5.514	266	5.780	5.775	2.529	8.304
HONDA		1.659	1.659			0	0	1.659	1.659
HYUNDAI	2.313	1.420	3.733		672	672	2.313	2.092	4.405
ISUZU			0	34	110	144	34	110	144
IVECO			0		276	276	0	276	276
JAGUAR		6	6			0	0	6	6
JEEP		224	224			0	0	224	224
KARSAN			0	7		7	7	0	7
KIA		1.757	1.757		306	306	0	2.063	2.063
LAMBORGHINI		1	1			0	0	1	1
LAND ROVER		272	272		148	148	0	420	420
LEAPMOTOR		30	30			0	0	30	30
LEXUS		15	15			0	0	15	15
MASERATI		37	37			0	0	37	37
MAZDA		20	20			0	0	20	20
MERCEDES-BENZ		2.835	2.835		908	908	0	3.743	3.743
MG		1.175	1.175			0	0	1.175	1.175
MINI		304	304			0	0	304	304
MITSUBISHI		14	14		0	0	0	14	14
NISSAN		968	968		0	0	0	968	968
OPEL		3.986	3.986		1.072	1.072	0	5.058	5.058
PEUGEOT		3.353	3.353		1.649	1.649	0	5.002	5.002
PORSCHE		129	129			0	0	129	129
RENAULT	5.319	3.455	8.774		2.049	2.049	5.319	5.504	10.823
SEAT		839	839			0	0	839	839
SERES		5	5			0	0	5	5
SKODA		2.086	2.086			0	0	2.086	2.086
SKYWELL		50	50			0	0	50	50
SMART			0			0	0	0	0
SSANGYONG		168	168		85	0	0	253	253
SUBARU		30	30			85	0	30	30
SUZUKI		459	459			0	0	459	459
TESLA		3.000	3.000			0	0	3.000	3.000
TOGG	1.965		1.965			0	1.965	0	1.965
TOYOTA	1.205	1.171	2.376		1.171	0	1.205	2.342	3.547
VOLKSWAGEN		5.186	5.186		1.128	1.171	0	6.314	6.314
VOLVO		751	751			1.128	0	751	751
						0	0	0	0
TOPLAM:	14.486	54.645	69.131	6.777	13.546	20.323	21.263	68.191	89.454

*Tesla markasına ait veriler, kamuoyuna yapılan açıklamalar ışığında tahmini olarak belirlenmiştir.

ODMD, verilerinde yer alan bilgilerin doğruluğuna azami ölçüde hassasiyet göstermekle birlikte; bu verilerdeki hata, eksiklik veya yorum farklılıklarından ve/veya ticari amaçlı kullanımdan doğabilecek zararlardan hiçbir şekilde sorumlu değildir. ODMD verilerinde; marka ve model bazında yer alan sayısal satış bilgileri ilgili kuruluşların ODMD'ye yaptığı bildirimlerden oluşmaktadır. Bilgiler haksız rekabete yol açacak şekilde kullanılamaz. ODMD'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. ODMD Raporlarının telif hakkı ODMD'ye aittir. ODMD kaynak gösterilmeksizin raporun bir bölümü veya tamamı çoğaltılamaz, paylaşılamaz, yayımlanamaz veya dağıtılamaz. Aksi durumda ODMD'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
	D V E D MOTORLU ARAÇLAR A.Ş. Yeniköy Mah. Köybaşı Cad. No:94 İSTANBUL Tel: 212 - 223 10 11
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	BORUSAN OTOMOTİV İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş. Fırızköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL Tel: 212 - 412 00 00
	CHERY OTOMOBİL SANAYİ VE TİCARET A.Ş. Merdivenköy Mah. Bora Sok. Nidakule Göztepe Blok No: 1-3 İç Kapı No: 74 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 24 79
	STELLANTIS OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş. Barbaros Mahallesi, Begonya Sok. Nidakule Ataşehir Batı Apt. No:1/2 Ataşehir/İSTANBUL Tel: 216 - 579 94 00
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİCARET A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 Çayirova/KOCAELİ Tel: 0262 - 676 90 90
	MAİS MOTORLU ARAÇLAR İMAL VE SATIŞ A.Ş. Cevizli Mah., Tugay Yolu Cad. No:10-C, OYAK Dragos Plaza Kat:2-3, 34846 Maltepe/İSTANBUL Tel: 216 - 646 66 66
	ŞAHSUVAROĞLU DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ. Zümrütevler Mah. Karayemiş Sok. No: 16/24 Maltepe/İSTANBUL Tel: 216 - 493 19 19
	STELLANTIS OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş. Barbaros Mahallesi, Begonya Sok. Nidakule Ataşehir Batı Apt. No:1/2 Ataşehir/İSTANBUL Tel: 216 - 579 94 00
	FER MAS OTO TİCARET A.Ş. Kuruçeşme Cad. No: 29 34345 Kuruçeşme/İSTANBUL Tel: 212 - 263 30 01
	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş. Büyükdere Cad. No: 145 Zincirlikuyu/İSTANBUL Tel: 212 - 275 33 90
	FORD OTOMOTİV SAN. A.Ş. İzmit Gülcük Yolu 14. Km. 41680 İhsaniye Gülcük/KOCAELİ Tel: 262 - 315 50 00
	HONDA TÜRKİYE A.Ş. Sanayi Caddesi No: 1 Aydınevler - Maltepe/İSTANBUL Tel: 850 549 10 10
	HYUNDAİ ASSAN OTOMOTİV SAN. VE TİC. A.Ş. Aydınevler Mah. Sanayi Cad. No:32 İç Kapı No:20 Maltepe/İSTANBUL Tel: 216 - 571 63 63
	IVECO ARAÇ SANAYİ VE TİC. A.Ş. Eyüp Sultan Mah. Sekmen Cad. No:12 Samandıra - Sancaktepe/İSTANBUL Tel: 216 - 561 16 05
	BORUSAN OTOMOTİV PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş. Hamidiye Mah. Selçuklu Cad., VadiPark B Blok No:10E/1 Kağıthane/İSTANBUL Tel: 0212 - 412 00 00
	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş. Büyükdere Cad. No: 145 Tofaş Han 34394 Zincirlikuyu/İSTANBUL Tel: 212 - 275 33 90
	ÇELİK MOTOR TİCARET A.Ş. Fatih Sultan Mehmet Mah. Balkan Cad. No: 58 Buyaka E Blok Tepeüstü 34771 Ümraniye/İSTANBUL Tel: 216 - 656 26 00
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş. Büyükdere Cad. No: 145 Zincirlikuyu/İSTANBUL Tel: 212 - 275 33 90
	BORUSAN OTOMOTİV PAZARLAMA VE TİCARET A.Ş. Hamidiye Mah. Selçuklu Cad., VadiPark B Blok No:10E/1 Kağıthane/İSTANBUL Tel: 0212 - 412 00 00
	TOYOTA TÜRKİYE PAZARLAMA VE SATIŞ A.Ş. Cumhuriyet Mah. E-5 Yanyol No:11 Yakacık 34876 Kartal/İSTANBUL Tel: 216 - 453 53 53
	FER MAS OTO TİCARET A.Ş. Kuruçeşme Cad. No: 29 34345 Kuruçeşme/İSTANBUL Tel: 212 - 263 30 01
	MAZDA MOTOR LOGISTICS EUROPE NV Göztepe Nida Kule Merdivenköy Mah. Bora Sokak No: 1 Kat: 1 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 216 - 430 70 00
	MERCEDES-BENZ OTOMOTİV TİCARET VE HİZMETLERİ A.Ş. Akçaburgaz Mah. Süleyman Şah Cad. No: 6 34500 Esenyurt/İSTANBUL Tel: 212 - 867 30 00

	MERCEDES-BENZ TÜRK A.Ş. Akçaburgaz Mah. Süleyman Şah Cad. No: 2 34522 Esenyurt/İSTANBUL Tel: 212 - 867 33 18
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	BORUSAN OTOMOTİV İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş. Fırızköy Bulvarı No: 21 34320 Avcılar/İSTANBUL Tel: 212 - 412 00 00
	TEMSA MOTORLU ARAÇLAR PAZARLAMA VE DAĞITIM A.Ş. Kısıklı Cad. Şehit Teğmen İsmail Moray Sok. No: 2/1 81190 Altunizade/İSTANBUL Tel: 216 - 939 50 00
	NISSAN OTOMOTİV A.Ş. Kuş Bakışı Cad. No: 11 PK: 46 34662 Altunizade/İSTANBUL Tel: 216 - 559 84 00
	STELLANTIS OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş. Barbaros Mahallesi, Begonya Sok. Nidakule Ataşehir Batı Apt. No:1/2 Ataşehir/İSTANBUL Tel: 216 - 579 94 00
	OTOKAR OTOMOTİV VE SAVUNMA SANAYİ A.Ş. Aydınevler Mah. Dumlupınar Cad. No: 24 A Blok 34855 Küçükyalı/İSTANBUL Tel: 216 - 489 29 50
	STELLANTIS OTOMOTİV PAZARLAMA A.Ş. Barbaros Mahallesi, Begonya Sok. Nidakule Ataşehir Batı Apt. No:1/2 Ataşehir/İSTANBUL Tel: 216 - 579 94 00
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	MAİS MOTORLU ARAÇLAR İMAL VE SATIŞ A.Ş. Cevizli Mah., Tugay Yolu Cad. No:10-C, OYAK Dragos Plaza Kat:2-3, 34846 Maltepe/İSTANBUL Tel: 216 - 646 66 66
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	YÜCE AUTO MOTORLU ARAÇLAR TİC. A.Ş. Cevizli Mah. Fil Yokuşu Sk. Skoda Blok No:16 34846 Maltepe/İstanbul Tel: 216 - 383 80 80
	MERCEDES-BENZ OTOMOTİV TİCARET VE HİZMETLERİ A.Ş. Akçaburgaz Mah. Süleyman Şah Cad. No: 6 34500 Esenyurt/İSTANBUL Tel: 212 - 867 30 00
	ŞAHSUVAROĞLU DIŞ TİCARET LTD. ŞTİ. Zümrütevler Mah. Karayemiş Sok. No: 16/24 Maltepe/İSTANBUL Tel: 216 - 493 19 19
	BAYTUR MOTORLU VASİTALAR TİC. A.Ş. Bayraktar Holding Boyalı Köşk Sok. No: 10 34395 Bebek/İSTANBUL Tel: 212 - 359 60 00
	SUZUKİ MOTORLU ARAÇLAR PAZARLAMA A.Ş. Acıbadem Mah. Ali Dede Cad. No: 2 34718 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 850 266 53 00
	TOYOTA TÜRKİYE PAZARLAMA VE SATIŞ A.Ş. Cumhuriyet Mah. E-5 Yanyol No:11 Yakacık 34876 Kartal/İSTANBUL Tel: 216 - 453 53 53
	DOĞUŞ OTOMOTİV SERVİS VE TİC. A.Ş. Şekerpınar Mah. Anadolu Cad. No: 22 PK: 41490 Çayirova/KOCAELİ Tel: 262 - 676 90 90
	VOLVO CAR TÜRKİYE OTOMOBİL 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
	HONDA TÜRKİYE A.Ş. Aydınevler/Maltepe/İSTANBUL Tel: 850 549 10 10
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mah. Ali Dede Sk. No: 4 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 216 - 242 08 00
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38
	DOĞAN TREND OTOMOTİV TİC. HİZMET VE TEKNOLOJİ A.Ş. Acıbadem Mahallesi Ali Dede Sokak No: 2 Kadıköy/İSTANBUL Tel: 444 70 38



**İKİNCİ EL
ARAÇ ALIP
SATARKEN
GELİN
GÜVENDE
BULUŞALIM.**



GELECEĞİN ELEKTRİKLİ DÜNYASINA BAĞLANIN

İleri teknolojiye sahip e-sivilar
karada, denizde ve uzayda.



YAĞIN ÖTESİNDE..

