

OTONOMİ

"Otomobil Tutkusu Birleştirir"



LEXUS RX
**"EN İYİ PREMIUM
HİBRİT"** Seçildi...

SEKTÖR RAPORU

Salgın, alışılmışın dışında gelişirken
üretimden ihracata 2.elden sıfır araca
tüm sektörün ezberini bozdu...

**"ULUSLARARASI
DOĞRUDAN YATIRIMLARIN
GELECEĞİ"** Masaya Yatırıldı

Ekspertizlerde En Çok Rastlanan
HİLELER NELER?



Japon Efsanesi Suzuki
Yatırımları ve Dünyaya Sunduğu Ürünlerle
Bir Asrı Devirdi!



Uzman Psikolog Melek Abca:
"Koronavirüs Süreci İnsanlığa
Önemli Kazanımlar da Getirdi"



Tüdef Gen. Sek. Ergün Kılıç:
"Tüketiciler Zorunlu Olmayan Alışları
Erteleyerek İhtiyaç Mallarına Yöneltiler"

DYNOBİL GOLD CARD

157 BAYİMİZDE KULLANABİLECEĞİNİZ

İNDİRİMLİ EKSPERTİZ KARTI

555
NOKTA
EKSPERTİZ

DYNOBİL GOLD CARD

0000 1111 2222 3333

VALID
THRU 12/22

TARAFSIZ • GÜVENİLİR • KURUMSAL



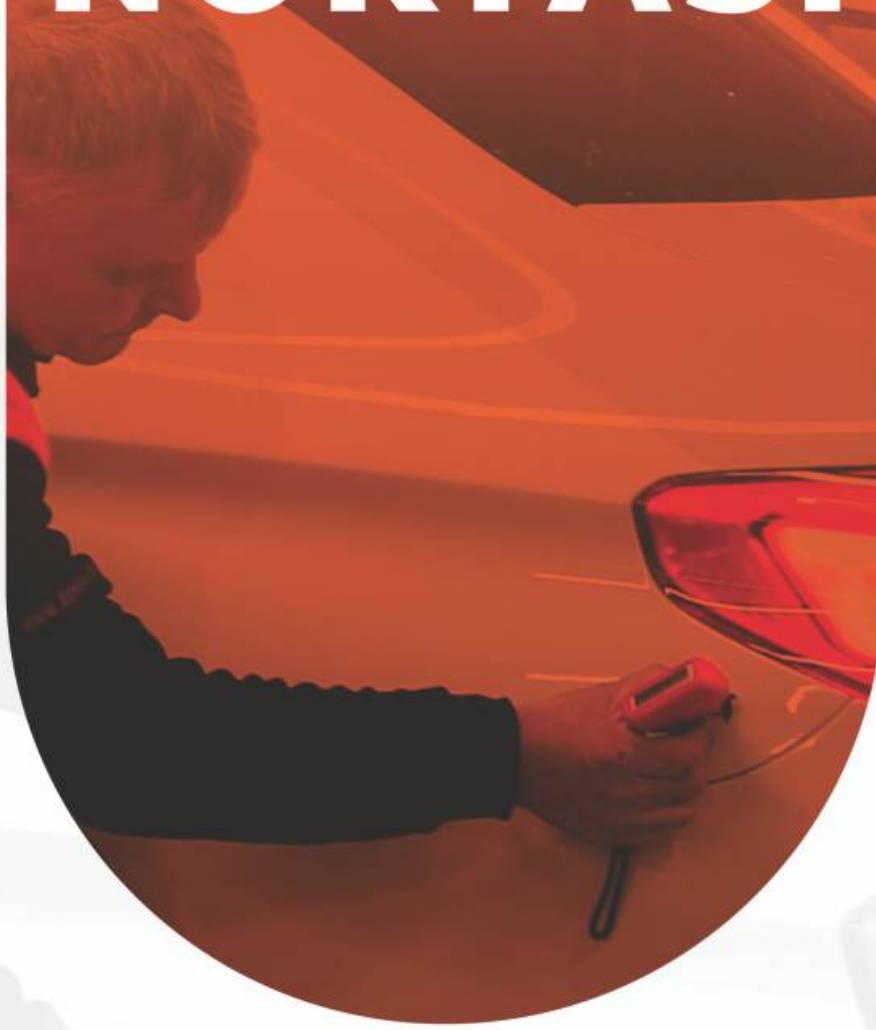
Başvuru için:

+90 (850) 840 92 92

+90 (542) 397 05 44



GÜVENİLİR EKSPERTİZ NOKTASI



555 NOKTA EKSPERTİZ
555 NOKTA EKSPERTİZ
555 NOKTA EKSPERTİZ

“Dynobil, son teknoloji ile kendi ürettiği oto ekspertiz cihazları kullanan;
kurumsal alt yapısı ve deneyimiyle kendisini sürekli geliştiren ve yenileyen
%100 yerli bir TÜRK Firmasıdır.”

Başvuru için:

+90 (850) 840 92 92

+90 (542) 397 05 44



VakıfBank, daima seninle.





Değerli Otonomi Okuyucuları,

Yeni bir yıla girdiğimiz bu günlerde en öncelikli temennimiz Covid-19 ile yaşadığımız pandeminin de sona ermesi...

Tüm dünyada sağlıkla birlikte ağır ekonomik hasarlara da yol açan pandemi ne yazık ki ülkemizde de etkilerini göstermekte.

İlk dönemde toplum daha iyimserdi ancak sonbaharda ve kışa girerken artan vaka sayıları ile alınan tedbir ve kısıtlamalar beklentileri de olumsuz etkiledi. Bu da ekonominin bütün kanallarına yansdı; tüketici davranışları da yatırım kararları da değişim gösterdi...

Sürecin etkilerini sektörümüzde de görüyoruz elbette; geçtiğimiz yıl sıfır araçlarda üretimdeki kısıtlamalarla birlikte sıfır araçlarda yaşanan tedarik sorunu ikinci ele de yansdı ve araç

bulmakta zorluklar yaşandı. Salgın dolayısıyla ekonomide yaşanan sıkıntılara rağmen ikinci el araç sektöründe yıl boyunca artış yaşandı. Bu artış fiyatlarda spekülasyon artışları da beraberinde getirmişti, fiyatların normal seviyeye gelmesi yıl sonunu buldu; ne var ki bu yıl için de belirsizlik sürmekle birlikte bir öngöründe bulunmak da çok zor. Pandemi etkisiyle bu yıl da üretim ve tedarikte yaşanabilecek olası sıkıntılar belirleyici olacak, ikinci el araç fiyatlarında da değişkenlik görülebilecektir.

Başta da değindiğim gibi bu zor dönemi bir an önce geride bırakmayı diliyoruz. Aşı çalışmalarının başlaması ve azami dikkat ile bu dönemi de en kısa zamanda atlatacağımıza inancımız tam... Yaşanan ekonomik buhranın yaralarını da hep beraber saracağız.

Aydın Erkoç
MASFED Genel Başkanı

Çek Fişi Bitir İşi

21 Ekim 2020 - 18 Nisan 2021
tarihleri arasında tek seferde
300 TL ve katları alışveriş yap,
çekilişe katılma şansı yakala!

**Yeni BMW
216d Gran Coupé**



**Hız
Kazandıran
Alışveriş**



Detaylar **ANKA**mall.com'da



OTONOMİ
"Otomobil Türküsü Birleşir"

MASFED Adına İmtiyaz Sahibi: **Aydın Erkoç**

Genel Yayın Yönetmeni: **Dilek Kesici**

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: **Mahmut Ulucan**

Haber Merkezi: **Yeşim Çelikten ,Dilek Kesici, Gökberk Bozdemir, Ahmet Bülent, Hanife Melek, Ekin Bakır**

Reklam ve Halkla İlişkiler Müdürü: **Sevim Dilan Boran**

E-mail: **sdilanboran@gmail.com**

Hukuk Danışmanı: **Av. Hüseyin Çakmak**

Yayın-Tasarım: **Next Medya**

Basım Yeri: **Desen Ofset A.Ş. Birlik Mah. 448. cad. 476. Sk. No: 2 Çankaya/Ankara**

Tel: **0312 496 43 43**

Baskı Tarihi: **15.01.2021**

Yönetim Merkezi: **Saracalar Mah. Turgut Özal Blv. No.: 351 Akyurt / Ankara**

www.otonomidergisi.com

İletişim: **0554 595 58 95**

Yayın Türü: **Yaygın Süreli Yayın**

ISSN: **2459-0088**

2 ayda bir yayınlanır. Ocak - Şubat 2021

Dergimizde yayınlanan yazılardan kaynak belirtmeksizin tamamen veya kısmen alıntı yapılamaz.

Yayımcı : Next Medya ve İletişim H. Dilek Kesici

Dergimiz Basın-Yayın ilkelerine uymayı taahhüt eder. Dergimizde yayınlanan reklam ve yazıların doğruluğu, sorumluluğu reklam veren ve yazarlarına aittir.

Bu yayının prodüksiyonu, Motorlu Araç Satıcıları Federasyonu (MASFED) tarafından Next Medya'ya hazırlanmıştır.



Değerli Okurlar,

Yeni yılda yeni sayımızla sizlerle buluşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Öncelikle sağlık, huzur ve mutlulukla gelen bir yıl olmasını temenni ediyoruz. Neredeyse bir yıldır yaşadığımız pandeminin bir an önce hayatımızdan çıkmasını diliyor ve gerçek anlamda normalleşmenin yaşanacağı günleri de iple çekiyoruz.

Yeni sayımız yine dopdolu...

Hayatımızı tehdit eden, sağlığımızı, ekonomimizi, yaşam şeklimizi derinden etkileyen salgın, toplum psikolojisinde de derin yaralar açmaya devam ediyor. Farklı bakış açıları sunmak ve bir nebze moral olmak için Psikolog Melek Abca'yı bu sayımıza konuk ettik ve pandemi sürecinin getirdiği psikolojik etkileri konuştuk. Tüm dünyada yaşanan bu küresel salgının dezavantajlarına odaklanırken, sağladığı kazanımları göz ardı ettiğimizi ifade eden Abca, bu durumla başa çıkmak için yapılması gerekenleri anlattı. Bu dönemin aslında bir farkındalık oluşturduğunu, bireylerin kendisi ve içinde bulunduğu dünya hakkında düşünmek, fark etmek için zaman bulduğunu söyleyen ünlü psikolog, "An' da yaşamayı öğrenmek, ertelemeyi bırakmak, çözüm bekleyen meseleleri halletmek, kendimizi geliştirmek gibi unutulmuş değerleri yeniden hatırladık... Evlerde ekmekler yapmaya, eskiden olduğu gibi var olan şartlarda bir şekilde mutlu olmanın yollarını aramaya başladık. Evde kalma dönemlerinde

hijyen, meditasyon, spor, kitap okuma alışkanlıklarını geliştirdik..." diye anlatıyor bazı kazanımları... Bizim çok keyifle gerçekleştirdiğimiz bu söyleşiyi siz de ilgiyle okuyacaksınız...

Pandemi ile birlikte tüketici davranışları ne yönde bir değişim gösterdi? Bunun ekonomik yansımaları nasıl oldu? Tüketicinin korunması gibi pek çok konuya da değindik ve tüketicilerin dikkat etmesi gereken hususları da Tüketici Dernekleri Federasyonu Genel Sekreteri Ergün Kılıç'a sorduk. Bu söyleşimiz de pek çok konuya ışık tutacak diye düşünüyoruz.

Otomotiv sektöründe neler oluyor? EBS Danışmanlık analizleri ve Erol Şahin'in yorumuyla "Sektör Raporu" sayfalarımızda...

Otomobil markaları geçtiğimiz yılı nasıl geçirdi, 2021 hedefleri ve planlamaları neler... En yeni otomobiller, otonom araçlar, sağlık, seyahat, sanat, araştırma sayfalarımız ve uzman konuklarımızın köşe yazıları ile özel haberler yine sayfalarımızda... Keyifle okumanız dileğiyle...

Yeni sayıda görüşmek üzere, sağlıklı kalın...

Dilek Kesici
Gen. Yay. Yön.



LEXUS'UN SPORTİF TARZA SAHİP RX BLACK LINE MODELİ TÜRKİYE'DE

Premium otomobil üreticisi Lexus, lüks SUV modeli RX'in Black Line versiyonunu satışa sundu. Farklı ve sportif bir tarza sahip olan RX Black Line, Aralık ayıyla birlikte 1 milyon 275 bin TL fiyat ile Lexus Türkiye Showroomları'ndaki yerini aldı.

Sportif dokunuşlarla dikkat çeken Executive donanımlı yeni Black Line versiyonu; Lexus'un kendine has ön panjuru, siyah renk ve krom çerçeveyle ön plana çıkıyor. Bununla birlikte beş kollu koyu bronz 20 inç alaşım jantlar ve lake siyah aynalar gibi farklılıklara sahip RX Black Line, Lexus'un detaylara verdiği önemi bir kez daha vurguluyor.

RX Black Line, aracın güçlü duruşunun altını çizerek şekilde daha sportif bir tarzla sunuluyor. Lexus RX Black Line'in kabininde de Executive donanımına özel,

yüksek kalitedeki Smooth deri döşemeler şıklığı tamamlıyor.

Lexus'un en çok tercih edilen modeli olan RX dünya çapında 3.1 milyon adetlik satışa ulaştı. Lexus, global lüks SUV segmentinin yaratıcısı olan RX'i, her geçen nesil geliştirmeye ve çarpıcı tasarımlarla güçlendirmeye devam ediyor.

Lexus RX Black Line versiyonu 238 HP güce sahip 2.0 litre turbo motorla satışa sunulacak ve bu özel seri sadece 1 yıl boyunca üretilecek.





Lexus RX “En İyi Premium Hibrit” Seçildi

Premium otomobil üreticisi Lexus, yeni bir ödülün daha sahibi oldu. Lexus, otomobillerinin güvenilirliği ve sorunsuzluğunun yanı sıra konfor özellikleriyle de öne çıkmaya devam ediyor.

Son olarak İngiltere'nin en önde gelen tüketici araştırmalarından biri olan Driving Electric Ödülleri'nde “En İyi Premium Hibrit Otomobil” unvanı, Lexus RX450h SUV modeline verildi.

OTONOMİ
E-FATURA
KAMPANYASI!



2.EL ARAÇ
SATIŞ
FATURASI KESMEK

ÇOK KOLAY!

500 ADET KONTÖR

1 KREDİ
0,55 ₺

10 YIL
SAKLAMA
DAHİL

275 ₺

1000 ADET KONTÖR

1 KREDİ
0,50 ₺

10 YIL
SAKLAMA
DAHİL

500 ₺



0850 304 4692



@ercsoft



altyapısı ile hizmet verilmektedir.



**TÜV SÜD D-Expert
Garanti**



D-Expert



DYNO Test



OBD (Diagnoz) Test



Yanal Kayma Test



Tramer Sorgulama



Fren Testi



**Kaporta - Boya
Kontrolü**



UZMAN BAKIŞ, KESİN SONUÇ!

Uluslararası tecrübesi ile bağımsız, tarafsız ve profesyonel ikinci el araç ekspertiz hizmeti veren TÜV SÜD D-Expert, alanındaki en iyi uzmanları kadrosunda bulunduruyor. Son teknolojiye sahip ekipmanlar kullanılarak hazırlanan "TÜV SÜD D-Expert İkinci El Araç Ekspertiz Raporu" ile kurumsal firmalara ve son tüketicilere araç durumu ile ilgili güven tesis edip, ilişkiye değer katıyor. İkinci el araç alım satımında, TÜV SÜD D-Expert uzmanlığıyla her iki taraf da objektif ve güvenilir bilgilendirme sayesinde rahat ediyor.

- Adana Şakirpaşa • Ankara Şaşmaz • Antalya Kepez • Bursa Nilüfer • Bursa Osmangazi • Denizli Merkezefendi
- Diyarbakır Gözeli • Gaziantep Şehitkamil • İstanbul Ataşehir • İstanbul Maslak • İstanbul Sancaktepe • İstanbul Starcity
- İzmir Gaziemir • Kocaeli İzmit • Konya Karatay • Şanlıurfa Haliliye • Trabzon Değirmendere



0850 223 56 00

www.d-expert.com.tr

TÜV SÜD DOĞUŞ EKSPERTİZ VE DANIŞMANLIK HİZMETLERİ LTD. ŞTİ.

TÜV®

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM STRATEJİSİ

2021'in Başında Kamuoyu İle Paylaşılacak

Uluslararası şirketlerin Türkiye'deki verimliliğini ve ülkenin yatırım cazibesini artırmak için 1980 yılında kurulan Uluslararası Yatırımcılar Derneği'nin (YASED) düzenlediği Uluslararası Yatırım Zirvesi önemli konuşmacı ve katılımcılarla gerçekleşti.

Uluslararası Yatırımcılar Derneği'nin (YASED) SOCAR Türkiye'nin ana sponsorluğunda düzenlediği Uluslararası Yatırım Zirvesi'nde uluslararası yatırımların gelecek dönemdeki seyrine dair güçlü öngörüler paylaşıldı. Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, Hazine ve Maliye Bakanı Lütfi Elvan, Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkanı A. Burak Dağlıoğlu, YASED Başkanı Ayşem Sargın, YASED Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve SOCAR Türkiye CEO'su Zaur Gahramnov, YASED Genel Sekreteri Serkan Valandova, EurasiaGroup Başkanı Ian Bremmer, Uluslararası Finans Kurumu (IFC) Avrupa ve Orta Asya Direktörü Wiebke Schloemer, Dünya Bankası Ticaret ve Yatırım Küresel Direktörü Caroline Freund, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) Yatırım ve Girişimler Direktörü James Zhan önemli açıklamalar yaptı.

Türkiye'ye gelen doğrudan uluslararası yatırımların yüzde 85'ini temsil eden, 30 ülkeden ve 15 sektörden gelen üyeleri olan YASED, 40'ıncı yılında dünyanın önde gelen uluslararası yatırımcılarını ilk defa düzenlediği Uluslararası Yatırım Zirvesi'nde bir araya getirdi. SOCAR Türkiye'nin ana sponsorluğunda SAP, Boeing, Fiat, Kale Grubu, OYAK Renault Otomobil Fabrikaları ve PepsiCo'nun sponsorluğunda gerçekleşen Uluslararası Yatırım Zirvesi, küresel yatırım ortamının tanınmış isimlerinin katıldığı panel ve konuşmalar ile alanında gerçekleşen en önemli zirvelerinden biri oldu.

3 BAKANLIK TÜM GÜÇLERİNİ BİRLEŞTİRDİ

Zirvede YASED Başkanı Ayşem Sargın'ın moderatörlüğünde düzenlenen

"Uluslararası Doğrudan Yatırımların Geleceği" başlıklı panelin panelistleri Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank ve Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan oldu. Hazine ve Maliye Bakanı Lütfi Elvan da bir video ile panele katıldı.

Bakan Varank: "Önümüzde çok büyük fırsatlar var"

Türkiye'ye yıllık bazda 22 milyar dolara ulaşan uluslararası doğrudan yatırım girişleri olduğunu hatırlatan Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, ancak son yıllardaki performansın arzulanan seviyelerde olmadığını vurguladı. Pandeminin de etkisiyle bu yıl tüm

**Sanayi ve Teknoloji
Bakanı Mustafa
Varank,
Cumhurbaşkanlığı
Yatırım Ofisi ile
birlikte yüksek katma
değerli yatırımları
çekmek için
Türkiye'nin ilk ulusal
'Doğrudan Yabancı
Yatırım Stratejisi'ni
hazırladıklarını
söyleyerek stratejinin
2021'in başında
kamuoyu ile
paylaşmayı
planladıklarını
anlattı.**

dünyada uluslararası doğrudan yatırımların yüzde 40 azalacağını tahmin edildiğine dikkat çeken Varank, "Küresel yatırımlar cephesinde ertelenmiş bir talep söz konusu. Küresel markalar bir taraftan üretim merkezlerini çeşitlendirmenin hesaplarını yaparken diğer taraftan rekabet güçlerini artıracak ve uyum içinde çalışacakları yeni ortaklar arıyor. Önümüzde çok büyük fırsatlar olduğunu görebiliyoruz. Ülkemize daha katma değerli yatırımları kazandırmak için Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi ile birlikte ülkemizin ilk ulusal 'Doğrudan Yabancı Yatırım Stratejisi'ni hazırlamaya başladık. Strateji hazırlanırken tüm istişare mekanizmalarını açık tutuyoruz. Son aşamaya gelmiş durumdayız. Çalışmamızı 2021'in başında kamuoyu ile paylaşmayı planlıyoruz" dedi.

Varank, ekonomi yönetiminde yeni bir döneme geçildiğini belirterek, Hazine ve Maliye Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın tüm güçlerini birleştirdiğini ifade etti.

Bakan Pekcan: "Yatırım ortamının iyileştirilmesine özen ve önem gösteriyoruz"

Doğrudan yabancı yatırımların artmasını çok önemsediklerini vurgulayan Bakan Pekcan, "Şüphesiz Türkiye her zaman uluslararası doğrudan yatırımcıların cazibe merkezi olmuştur. Uluslararası doğrudan yatırımlar 1984- 2002 döneminde 14,6 milyar dolarken, 2003- 2020 arasında 222,5 milyar dolar olduğunu görüyoruz. Türkiye ayrıca Dünya Ticaret Örgütü ile yatırımın kolaylaştırılması çalışma grubunda yer alıyor. Burada da yatırımcının hukuki öngörülebilirliği, şeffaflığı ve kamu hizmetlerine kolay ulaşımı anlamında yapılacak çalışmalarda aktif olarak yer alıyoruz. Sayın Cumhurbaşkanımızın da altını çizdikleri üzere yatırım ortamının iyileştirilmesine özen ve önem gösteriyoruz" dedi.

Bakanlık olarak en son "81 İlde İhracata İlk Adım Projesi'ni başlattıklarını anımsatan Pekcan, şöyle devam etti: "70 ilde yaptığımız çalışma 11 bin 444 firmamızın potansiyel olarak ihracatçı olabileceği halde, olmadığını ortaya koydu. Bu da 81 ilimizin uluslararası doğrudan yatırımcı için esasında potansiyel yatırım alanı olduğunu gösteriyor. Yani sadece belli merkezlerde

değil, tüm ülke genelinde böyle bir üretim, yatırım ve ihracat potansiyeli var. Biz önümüzdeki dönemde bu yaptığımız çalışmalarla tüm bu firmalarımıza bire bir mentorluk desteği vereceğiz. Beş pilot il belirledik ve bu projeyi geliştirmeye devam ediyoruz."

Bakan Elvan: "Yatırımcılar için kredibilitiyi en üst seviyelere çekebilecek politikalar uygulayacağız"

Pandemi sonrası dönemin birçok fırsatı da beraberinde getireceğini anlatan Hazine ve Maliye Bakanı Lütfi Elvan, şunları anlattı: "Bu noktada 2 konunun altını çizmek istiyorum. İlki küresel değer zincirlerinde başlayan dönüşüm. Pandemi ile birlikte çok uluslu şirketler üretimde tek bir tedarikçiye bağlı kalmanın dezavantajlarını bizzat yaşayıp, acı bir şekilde tecrübe ettiler. Önümüzdeki dönemde küresel ekonomide muhtemelen yeni üretim lokasyonları ortaya çıkacak ve üretimin ağırlık merkezi dünya geneline daha dengeli yayılacak. Bu fırsatı en iyi şekilde değerlendirebilen ülkeler de yeni dönemin kazananları olacak. İkinci nokta ise hem tüketim hem de yatırım cephesinde ertelenmiş bir talep olduğu gerçeğidir. Piyasalar normale döndüğü an bu talebi karşılayabilecek kapasite ve donanım

sahip ülkeler rakiplerini geride bırakma şansına erişecekler ve ekonomilerini hızla büyütebilecekler. Böylesine bir konjonktürde Türkiye kendilerine yeni ve güvenilir limanlar arayan yatırımcılar için çok cazip imkanlar sunuyor. Türkiye eşsiz bir potansiyel taşıyor. Bu potansiyeli daha ileri götürmek ve Türkiye'yi yatırımlarda cazibe merkezi yapmak adına ekonomi ve hukuk alanında yeni bir seferberlik başlattık. İç ve dış yatırımcılar için kredibilitiyi en üst seviyelere çekebilecek politikalar uygulayacağız. Kimenin aklında soru işareti kalmayacak. Merkez Bankamız her türlü araç bağımsızlığına sahip. Uluslararası Doğrudan Yatırımların taşıdığı önemin ve ekonomi üstündeki dönüştürücü gücün fazlasıyla farkındayız. Ülkemizdeki mevcut doğrudan yatırımların kapasite artışına gitmesini arzuluyoruz. Firmalar üretim tesislerini genişletebileceği gibi Ar- Ge faaliyetlerini de ülkemize taşıyabilir. Daha önce Türkiye'de yatırım fırsatlarını hiçbir şekilde değerlendirmemiş küresel markaları da ülkemize davet ediyorum."

YASED Genel Sekreteri Serkan Valandova'nın moderatörlüğünde gerçekleşen oturumun panelistleri Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkanı A. Burak Dağlıoğlu ile YASED Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve SOCAR Türkiye CEO'su Zaur Gahramnov oldu.

Dağlıoğlu: "Hedefimiz doğrudan şirketlerin gündeminde yer almak"

Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi Başkanı A. Burak Dağlıoğlu, aşılama sürecinin tamamlanmasına kadar dünyadaki mevcut belirsizliğin devam edeceğinin öngörüldüğünü söyledi. Yatırım kararı verilmiş ve ileri safhalara ulaşmış yatırımlarda süreçlerin devam ettiğini kaydeden Dağlıoğlu, şöyle devam etti: "Salgın sonrasına hazırlık yapmak isteyen firmaların yatırımlarına devam ettiğini gördük. Türkiye'nin bu dönemdeki yatırım performansının rakiplerine göre ayrıştığını da söyleyebiliriz. Fintech'ten oyuna kadar birçok sektörde uluslararası yatırımcılar Türkiye'den şirket satın almasına devam ettiler, birleşmeler yaptıklarını gördük. Yatırım kararlarını şirketlerin verdiğini düşündüğümüzde bizim hedefimiz doğrudan şirketlerin gündeminde yer almak. Hedeflenen sektörler ve yatırımcılarla Türkiye'yi tanıtmaya devam ediyoruz. Yeni yatırımcıları ülkemize kazandırmak bizim için vazgeçilmez bir öncelik. YASED de dahil paydaşlarımız ile birlikte yeni bir 'Uluslararası Yatırım Stratejisi' üstünde çalışıyoruz. Bu, tüm kurumlarımıza uluslararası yatırımların desteklenmesi noktasında yol haritası olacak."



TAMAMEN ELEKTRİKLİ YENİ MERCEDES-BENZ EQC TÜRKİYE'DE

Mercedes-Benz'in duygusal zekâya gönderme yaparak, müşteri odaklı ve akıllı elektrikli mobiliteye vurgu yaptığı yeni markası EQ altında tanıtılan ilk otomobili EQC, Türkiye'de satışa sunulmaya başladı.

Mercedes-Benz elektromobiliteye yönelik yeni ürün ve teknolojilerini sunduğu yeni EQ markasını, ilk kez 2016 Paris Otomobil Fuarı'nda tanıtmıştı. Kesintisiz, net ve renkli vurgulara sahip tasarımıyla öne çıkan marka, 'ilerici lüks' (Progressive Luxury) tasarım dilini kullanırken yenilikçi elektrikli otomobil görünümünün de öncülüğünü yapıyor.

Mercedes-Benz Otomobil Grubu Başkanı Şükrü Bekdikhan, "Binek otomobil pazarına yönelik elektrikli araç atağımızı, yeni teknoloji ve ürün markamız olan EQ altında topluyoruz. Bu yeni ürün ve teknoloji markamız EQ altında satışa sunduğumuz ilk Mercedes-Benz modeli olan EQC, gerek iç mekânda gerekse de genel tasarımında 'ilerici lüks' tasarım dilini kullanıyor. Bu yeni dil ile birbirine zıt, dijital ve analog

öğelerin bir arada kullanılmasıyla duyguları harekete geçiren çarpıcı bir tasarım ortaya çıkıyor. EQC, pazardaki ilk elektrikli araç değil ancak elektrikli bir Mercedes olduğu için güçlü bir rakip." dedi.

Elektrikli binek otomobil planlarına dair açıklamalarda da bulunan Şükrü Bekdikhan, "Elektrikli mobilitayı, diğer üreticilerden farklılaştırarak benzersiz alternatiflerle sunmayı hedefliyoruz. Bildiğiniz tüm Mercedes-Benz otomobil modelleri yakın zamanda ya tamamen elektrikli motorlu bir versiyon ya da elektrik destekli motor seçenekleriyle donatılacak. 2022 yılına kadar Mercedes-Benz otomobil portföyünün tamamında elektrikli motor alternatiflerini de sunmaya başlayacağız.

Bu, kompakt modellerimizden SUV'ye kadar tüm portföyümüzü kapsayacak." diye konuştu.

"ilerici Lüks" Tasarım Diline Sahip Elektrikli SUV

Yeni EQC, bünyesinde barındırdığı kaslı ve gösterişli gövde orantıları ile crossover-SUV olarak sınıflandırılıyor. Geniş tavan çizgisi, yüksek omuz çizgisine sahip dar yan camlar ve arkaya doğru eğimli tavan çizgisinin ortaya çıkarttığı coupé benzeri arka kısmıyla görsel olarak SUV ile SUV Coupé arasında bir görünüm sunuyor.

Electric Art Donanımıyla Üst Düzey Teknolojiler

Standart olarak EQ'ya özel Electric Art iç Mekân Tasarım Konsepti ile sunulan otomobile, arzu edilirse AMG iç ve dış mekan tasarım konseptleri ile de sahip olunabiliyor.



Dinamik Performans, Verimlilikle Buluşuyor

Yeni ürün ve teknoloji markası EQ altında satışa sunulacak olan ilk Mercedes-Benz modeli EQC 400 4MATIC'te tamamen yenilikçi bir değişken dört tekerlekten çekiş sistemi devreye giriyor. Sistem her bir aksta birer adet olmak üzere iki adet kompakt elektromotordan oluşuyor. EQC böylece dört tekerlekten çekişli bir aracın sürüş karakteristiğini sunabiliyor.

Şarj: Kolay ve Hızlı

EQC'nin bataryası, alternatif akımı doğru akıma çeviren su soğutmalı bir dahili dönüştürücü sayesinde ev tipi prizden veya halka açık alanlarda şarj edilebiliyor. Wallbox ve kamuya açık şarj istasyonlarında saatte 7,4 kW'a kadar şarj imkanı sunan dahili dönüştürücünün kapasitesinin, 2021 yılı içerisinde ise 11 kW'a yükselmesi planlanıyor. Bir Mercedes-Benz Wallbox kullanarak şarj etmek, şarj süresini yerel güç kaynağına oranla üç kat hızlandırıyor. DC şarj istasyonlarında ise CCS ile şarj süresi daha da kısalıyor. EQC, şarj çıkışına bağlı olarak hızlı şarj istasyonlarında 110 kW'a kadar şarj edilebiliyor. Batarya yüzde 10'dan yüzde 80'e sadece 40 dakikada doluyor.

Elektrikli Mobilitede Başından Sonuna Kadar Güvenli Bir Yolculuk

EQC ayrıca pasif güvenlik açısından da en yüksek gereksinimleri karşılıyor. Mercedes-Benz, her zamanki kapsamlı çarpışma test programına ek olarak, akü ve elektrik akımı taşıyan tüm bileşen parçalarına son derece katı güvenlik standartları uyguluyor ve söz konusu standartlar yasal gereklerin de ötesine geçiyor. Elektrikli bileşenlerin ve akünün özel gereksinimlerine uyacak şekilde ayarlanan EQC, yüksek güvenlik seviyesine ulaşacak şekilde yapılandırıldı. Örneğin, ek bir alt şasi ön kısmında bulunan yürüyen aksam bileşenlerini çevreliyor ve bu bölüm normal montaj noktaları tarafından destekleniyor.

Yüksek Voltajlı Sistemin Elektriksel Güvenliği

Mercedes-Benz'in yüksek voltajlı sürüş sistemleri ile edindiği kapsamlı tecrübe, bir kaza durumunda devreye giren çok aşamalı bir güvenlik konseptinin hayata geçirilmesini sağladı. Yüksek voltajlı sistem, kazanın şiddetine göre otomatik olarak kısmen veya tamamen kapanıyor. Ayrıca acil durum ekiplerinin yüksek voltajlı sistemi manuel olarak devre dışı bırakabileceği kapatma noktaları da bulunuyor.

EQC'ye Özel Fonksiyonlarıyla MBUX Multimedya Sistemi

EQC; menzil, şarj durumu ve enerji akışı olmak üzere EQ'ya özel bazı bilgileri de gösteren yenilikçi multimedya sistemi MBUX - Mercedes-Benz Kullanıcı Deneyimi ile donatılıyor. EQ için optimize edilmiş olan navigasyon, sürüş modları ve şarj süresi gibi bilgiler de yine MBUX üzerinden kontrol edilebiliyor ve ayarlanabiliyor.

Sezgisel Kullanımlı Mercedes-Benz Kullanıcı Deneyimi

Bilgi ve eğlence sistemine verilen MBUX - Mercedes-Benz Kullanıcı Deneyimi ismi, sisteminin kullanıcı öncelikli olduğunu açık bir şekilde gözler önüne seriyor. Yapay zekâ sayesinde sunulan öğrenme yeteneği bu sistemi daha da özel kılıyor. MBUX, öngörü özelliği ile kullanıcının hangi zamanda ne isteyeceğini tahmin edebiliyor. Örneğin; sürücü her hafta Salı günü annesini arıyorsa artık Salı günlerinde annesinin telefon numarası otomatik olarak ekranda gösteriliyor.

Mercedes-Benz Otomobil Grubu Başkanı Şükrü Bekdikhan: "Yeni ürün ve teknoloji markamız EQ altında satışa sunduğumuz ilk Mercedes-Benz modeli olan EQC, gerek iç mekânda, gerekse de genel tasarımında 'ilerici lüks' tasarım dilini kullanıyor."



"Hey Mercedes" Diye Seslenmek Yeterli

MBUX'un en güçlü yönlerinden biri, "Hey Mercedes" anahtar kelimesi ile etkinleşen doğal konuşmayı anlama yeteneğine sahip akıllı sesli komut sistemi. Sistem, navigasyon hedef girişi, telefon aramaları ve müzik seçimi de dahil birçok bilgi ve eğlence fonksiyonunun yanı sıra iklimlendirme veya aydınlatma gibi sayısız fonksiyona da kumanda edebiliyor.

Servis Paketi, Batarya Garantisi ve Şarj Ünitesi

Otomobilin fiyatına dahil olan Servis Paketi sayesinde 90.000 km'lik 6 adet rutin bakım için ilave ücret talep edilmiyor. Aynı zamanda fren diskleri, balataları ve silecek lastikleri birer kez bu paket dahilinde değiştiriliyor.

Neredeyse tamamen sessiz ve sıfır CO2 emisyonu ile doğa dostu bir sürüş imkânı sağlayan yeni EQC, Electric Art donanım paketiyle öne çıkıyor.



Erol Şahin
EBS Danışmanlık

SEKTÖR RAPORU

"Salgın alışılmışın dışında gelişirken aynı zamanda üretimden ihracata, 2.elden sıfır araca tüm sektörün ezberini bozdu..."

Geride bıraktığımız 2020 yılı ne yazık ki ülkemiz ve dünyamız için güzel hatıralar bırakmadı. Yılın başında uzak doğudan başlayarak tüm dünyayı etkisi altına alan ve hala aynı şiddette devam eden Covid-19 salgını, sonrasında yaşanan İzmir depremi ile ülkemiz adına zor dönemlerden geçmekteyiz.

Yıla iyimser bir beklenti ile giren otomotiv sektörü ocak-şubat ayları normalleşme adına geçilirken mart ayı ile birlikte alışılmanın dışında seyretmeye başladı... Önce keskin bir duruş sonrasında ise tüm dünyanın tersine rekor büyümeler yaşandı...

Bunda 2 temel etken bulunuyordu, ilki salgından kaynaklı toplu taşımadan kaçış ve özel araç alım isteği, diğeri ise Türkiye'nin temel büyüme desteği olan uygun faizli krediler...

Salgın alışılmışın dışında gelişirken aynı zamanda üretimden, ihracata, 2.elden sıfır araca tüm sektörün ezberini bozdu...

Düşen üretim adetleri araç arzını azaltırken düşük faiz ve salgın etkisindeki talep araç bulmakta zorluk yaşadı. Bu zorluk aynı zamanda beklenmedik şekilde fiyatları yukarı itmelendirdi. Özellikle mayıs-kasım döneminde yaşanan bu şiddetli dalgalanma sektör açısından ciddi belirsizlikleri de beraberinde getirdi.

Gelmiş olduğumuz 2021 yılına daha umutlu bakmak istesek de ne yazık ki yükselen faizler, artan kur ve yaşanan ekonomik daralma etkisini sert hissettirecek görünmekte. Üstelik Dünya Sağlık Örgütü'nün duyurmuş olduğu virüsün mutasyon geçirdiği bilgisi belki de

tüm planların yeniden yapılmasına neden olacak.

Yeni araç pazarında daralma beklenen bu yılda 2.el pazarı görece daha hareketli olacaktır. 2.elde yaşanan en büyük sıkıntı ise 2020 yılında yaşanan aşırı fiyat dalgalanması ve bunun etkisinde ki tüketici güveninde yaşanan olumsuzluk olacak...

Üretim

2020 Yılı otomotiv sektöründe üretim açısından salgın etkisi ile ilk 11 aylık dönemde düşüş yaşadı. Otomobil üretimi %14,07 toplam üretim ise %13,37 oranında düştü...

Avrupa'nın ticari araç üssü konumunda olan Türkiye'de 2020 yılı Ocak-Kasım döneminde ticari araç üretimi %11,95 oranında düşerek 385 bin adete geriledi...

Aynı dönemde üretimin başını çeken otomobil üretimimiz ise %14,07 daralma ile 762 bin adete geriledi.

Bu aynı zamanda piyasada yaşanan araç arzının da temel nedenlerinden biri olarak kayda geçti.

Unutulmamalı ki 2021 yılının ilk çeyreğinde de Türkiye ve Avrupa'da kısmi duruşlar yaşanması riski hala bulunuyor. Bu risk aynı zamanda tedarik sıkıntısının daralan pazara rağmen yeniden olabileceğini de gösteriyor.

Ihracat

Türkiye otomotiv üretimini %85 oranını Avrupa ülkelerine yapmakta. Covid-19

salgınında en ciddi etkilenen bölgelerin başında ise Avrupa ülkeleri gelmekte. Hali ile ihracat yaptığımız bu ülkelerde yaşanan kapanma ve panik ortamı Türk otomotiv ihracatını da olumsuz yönde etkiledi. Avrupa otomotiv pazarı yılın 11 aylık döneminde %26 seviyesinde daraldı.

Aynı dönemde otomobil ihracatımız %28,37 oranında azalarak 542 bin adete, toplam ihracatımız ise %28,3 daralma sonucunda 821 bin adete geriledi...

Avrupa pazarında başlayan aşırı çalışmalarının da etkisi ile 2021 yılı birinci çeyrek sonunda normalleşmenin başlayacağı öngörülmekte.

Yeni Araç Pazarı

Krizle geçilen 2018 yılı 2.yarı ve 2019 yılının ardından büyük umutlarla 2020 yılına girilmiş ve ilk ay normal seyrinde umut vermişti... Sonrasında tüm dünyayı kasıp kavuran Covid-19 salgını ülkemizde de düzeni tepe taklak etti. Eyvah her şey bitti derken mayıs ayı ile birlikte düşük faiz ve salgında toplu taşımadan kaçış pazarı umulmadık seviyede yukarılara taşıdı... Öyle ki Türkiye otomotiv pazarı neredeyse dünyada salgına rağmen büyümeyi başaran birkaç ülkeden biri oldu, hatta en fazla büyüyen ülke oldu...

Yıl boyunca en çok konuşulan konu fiyat artışı, bulunamayan araçlar, üretimin durması ve ara vermesi sonucunda doğan arz sıkıntısı olurken, temmuz-eylül ve ekim aylarında pazarda satış rekorları kırıldı...

Ancak yaşanan ekonomik daralma faizlerin düşük seviyede kalmasına izin vermedi ve faizler yükselmeye başladıkça Pazar da

2.EL OTOMOBİL PAZARINDA GERÇEKLER

EBS Danışmanlık
Otomotive dair her şey...



soğumaya başladı. Kasım ayı beklentilerin bir çit altında geçilirken, aralık ayı son 10 yıl ortalamasının dahi altında beklenmeye başladı...

2021 Yılı sıfır araç pazarında tam bir bilinmezlik hakim; bir tarafta yaptırım haberleri, bir tarafta sürekli oynayan kur ve diğer tarafta sektörün ana belirleyicisi olan faiz oranları...

2.El Pazarı

2.El araç pazarı 2020 yılının en çok konuşulan sektörü oldu... Hem özellikle tedarikte sıkıntı yaşanan 0-1 yaş grubu

araçlar hem de %50 üstü artan 2.el araç alım satım fiyatları sektörü zirveye taşıdı. Bir taraftan da sektörde düzeni sağlamak adına getirildiği söylenen yetki belgesi ve işyeri açma yönetmeliği sektörünün gündemini sürekli meşgul etti.

Yıla 2.el araç pazarı açısından bir tablo ile bakalım, bu tablolar ve yazımızın genelinde bahsettiğimiz üzere bilinmezlerle dolu 2021 yılında her şeye rağmen en hareketli pazar olmasını beklediğimizi belirtelim.

2020 yılı pazarında talep gören model yılları ve aralıkları tablolarda net bir şekilde görülmekte... Özellikle kurumsal

oyuncuların dahil olduğu ve her geçen gün büyüdüğü 2.el pazarında doğru gruplara yatırım yapmak, minimum stok süresinde kalmak hayati derecede önem kazanmakta...

Unutulmamalıdır ki;

"Üretim, dolayısıyla ihracat düşüşü, cari açık, bütçe açığındaki artış, enflasyondaki yükseliş, kurdaki oynaklık, istihdamdaki daralma, işsizlik bir zincirin halkaları gibi birbirini izler"

Bu nedenle bilinmezi çok bir yıla girdiğimiz unutulmamalıdır...

MODEL YAŞLARA GÖRE 2.EL OTOMOBİL PAZARI									
Yaş Grubu	Model Yılı	Dönem	Satış	Payı	Yaş Grubu	Model Yılı	Dönem	Satış	Payı
PAZAR	Toplam	2020	5.671.444	100,00%	5 Yaş	2015 Model	2020	362.454	6,39%
	Toplam	2019	4.798.611	100,00%		2014 Model	2019	230.695	4,81%
1 Yaş Altı	2020 Model	2020	101.159	1,78%	6 Yaş	2014 Model	2020	280.777	4,95%
	2019 Model	2019	18.291	0,38%		2013 Model	2019	252.372	5,24%
1 Yaş	2020 Model	2020	131.505	2,32%	7 Yaş	2013 Model	2020	303.434	5,35%
	2019 Model	2019	131.382	2,73%		2012 Model	2019	295.132	5,75%
2 Yaş	2020 Model	2020	183.948	3,24%	8 Yaş	2012 Model	2020	353.807	6,24%
	2019 Model	2019	238.538	4,97%		2011 Model	2019	282.489	5,47%
3 Yaş	2020 Model	2020	332.486	5,86%	9 Yaş	2011 Model	2020	311.303	5,49%
	2019 Model	2019	308.874	6,44%		2010 Model	2019	160.563	2,93%
4 Yaş	2020 Model	2020	381.364	6,72%	10 Yaş ve Üzeri	2010 Model ve Altı	2020	2.929.287	51,65%
	2019 Model	2019	318.371	6,63%		2009 Model ve Altı	2019	2.602.126	54,23%
Değişim					Değişim				
18,19%					12,57%				

*Otomotivanaliz.com

OTOMOTİV PAZARINDA DEĞİŞİMLER							
KASIM							
CİNS	2020	2019	2018	2017	20/19 Değişim	20/18 Değişim	20/17 Değişim
OTOMOBİL	64.357	47.803	46.204	75.956	34,63%	39,29%	-15,27%
HAFİF TİCARİ ARAÇ	15.784	10.373	12.000	24.903	52,16%	31,53%	-36,62%
TOPLAM	80.141	58.176	58.204	100.859	37,76%	37,69%	-20,54%
OCAK-KASIM							
CİNS	2020	2019	2018	2017	20/19 Değişim	20/18 Değişim	20/17 Değişim
OTOMOBİL	529.388	316.427	425.478	623.065	67,30%	24,42%	-15,03%
HAFİF TİCARİ ARAÇ	139.137	72.133	117.753	196.889	92,89%	18,16%	-29,33%
TOPLAM	668.525	388.560	543.231	819.954	72,05%	23,06%	-18,47%

*000 Verilerinden yararlanılmıştır

MARKALAR TOPLAM ARAÇ ÜRETİM / İHRACAT						
OCAK-KASIM						
	2019	2020	DEĞİŞİM	2019	2020	DEĞİŞİM
TOPLAM	1.146.237	821.900	-28,30%	1.125.469	1.148.238	-13,37%
FORD OTOSAN	303.786	221.585	-27,06%	335.836	285.821	-14,89%
OTAK RENAULT	268.415	194.371	-27,59%	310.033	275.718	-11,07%
TOYOTA	206.033	160.426	-22,14%	230.014	192.878	-16,15%
TOFAŞ	183.479	107.025	-41,67%	239.741	221.117	-7,77%
HYUNDAI	153.407	117.588	-23,35%	159.443	124.287	-22,05%
MERCEDES BENZ TÜRK	15.943	10.319	-35,28%	16.025	15.302	-4,51%
HONDA	7.367	6.225	-15,50%	21.740	23.028	5,92%
MAN TÜRKİYE	2.657	2.463	-7,30%	2.688	2.578	-4,09%
KARSAN	2.384	553	-74,68%	4.273	2.768	-35,22%
ANADOLU ISUZU	1.306	448	-65,70%	2.944	2.520	-14,40%
OTOKAR	1.071	684	-36,13%	1.503	1.560	3,79%
TEMSA	589	213	-63,84%	1.229	661	-46,22%

*000 Verilerinden yararlanılmıştır

TÜRKİYE 2.EL OTOMOTİV PAZARI				
OTOMOBİL				
DÖNEM	EKİM	OCAK-EKİM	2.EL / SIFIR ORANI	
2020	583.981	5.671.444	11,98	
2019	674.379	4.798.611	16,27	
2018	432.074	4.580.621	9,54	
19/20 Değişim	-13,40%	18,19%	-26,35%	
HAFİF TİCARİ ARAÇ				
DÖNEM	EKİM	OCAK-EKİM	2.EL / SIFIR ORANI	
2020	149.829	1.434.484	11,82	
2019	158.774	1.218.933	18,06	
2018	123.846	1.183.943	8,77	
19/20 Değişim	-5,63%	17,68%	-34,55%	
TOPLAM				
DÖNEM	EKİM	OCAK-EKİM	2.EL / SIFIR ORANI	
2020	733.810	7.105.928	11,95	
2019	833.153	6.017.544	16,60	
2018	555.920	5.764.564	9,37	
19/20 Değişim	-11,92%	18,09%	-28,03%	

Suzuki!

100 Yaşında!



Japon efsanesi Suzuki yatırımları ve dünyaya sunduğu ürünlerle bir asrı devirdi!

Türkiye'de Doğan Holding çatısı altında faaliyet gösteren Doğan Trend Otomotiv tarafından temsil edilen dünyanın dev markası Suzuki, bu yıl 100. yaşını kutluyor. Tarihi boyunca otomobilden motosiklete, deniz motorlarından ATV araçlarına kadar taşıt endüstrisinin pek çok kolunda ürünler veren Suzuki, geride bıraktığı 100 yıldaki birikimlerini geleceğe aktarmak üzere faaliyetlerine devam ediyor. İnsan hayatını kolaylaştıran ve teknolojiye yön veren birçok yeniliğe imza atmayı sürdüren Suzuki, bu özel yıldönümü için oluşturduğu Suzuki'nin en önemli kilometre taşlarının yer aldığı web sitesinde ise hayranlarını asırlık bir yolculuğa çıkarıyor.

Dokuma Tezgahlarından Otomobil Üretimine

Suzuki'in Japon Michio Suzuki tarafından kurularak ilk etapta dokuma tezgahlarıyla başlayan serüveni, hızlı bir büyüme gösterdi. Motorlu araç faaliyetine 1952 yılında iki zamanlı Power Free 36 cc motosiklet ile adım atan Suzuki, 1954 yılında Suzuki Motor Co. Ltd olarak şirket



30 milyon otomobil satışı gerçekleştiren Suzuki, 2003'te Fiat ile ortaklık imzaladı.

2010'lu yıllar ise Toyota ile yapılan ve giderek kapsamı genişleyen işbirliklerine şahitlik etti. 2016 yılında başlayan bu ortak hareket, Suzuki'nin Hindistan'daki Gujarat fabrikasını açması ve Toyota ile geleceğe yönelik iş ortaklığı mutabakatın imzalanmasıyla devam etti. 2018 yılında her iki şirket, Hindistan'da hibrit ve diğer araçların karşılıklı tedariki için anlaştı. Bir yıl sonra ise sermaye ortaklığı anlaşması imzalandı. Suzuki öncü motosikletlerle motosiklet yelpazesini genişletirken deniz motorları pazarının da dinamosu olmayı sürdürüyor.



unvanını değiştirdi ve bir yıl sonra seri üretime geçtiği iki zamanlı Suzulight 360 cc ile Japonya'da mini araç dönemini başlattı. Günümüzün hafızalara kazınan Suzuki logosunun 1958 yılında tescil edilmesinden 2 sene sonra otomobil üretim tesisini de tamamlayan Suzuki, ilk ihracatını ve kamyonet üretim tesisini de bu dönemde tamamladı. Suzuki'nin ilk hafif ticari aracı 1961'de üretilmeye başlanan Suzulight Carry oldu. 1979'da üretilen küçük sınıf model Alto ise markanın büyüme hızına katkı sağlayan modeller arasında yer aldı.

Küresel Entegrasyon Dönemi

1980'li yıllarda Suzuki, küresel çaptaki ortaklıklarını artırdı. İlk olarak GM, Isuzu ve Suzuki arasında otomobil üretimi için bir ortaklık kuruldu. Suzuki'nin efsane modeli Swift'in 1983'te 3 kapılı olarak üretilmeye başlanmasının ardından 5 kapı seçeneği de eklendi. Markanın küçük SUV'daki öncü modeli Vitara ise 1988'de Escudo adıyla 1,6 litrelik motoru ve 4x4 çekişli olarak Japonya'da tanıtıldı. 1990'a gelindiğinde Suzuki Motor Corporation yılları başladı. 2002'de dünya genelinde



EKSPERTİZLERDE EN ÇOK RASTLANAN HİLELER

TÜV SÜD D-EXPERT Genel Müdür Yardımcısı Ozan Ayözger, "Ekspertizlerde en çok rastlanan hileler neler, İkinci el araçlarda en çok hangi dolandırıcılık vakaları ile karşılaşılıyor, vatandaşlar nelere dikkat etmeli" gibi pek çok soruya ışık tuttu...



İkinci el araçlarda en çok hangi dolandırıcılık vakaları ile karşılaşılıyorsunuz?

Dolandırıcılık yerine, eksik veya hatalı bilgi verilmesi sonucunda sorun yaşayarak şubelerimize gelen araç alıcılarıyla fazlasıyla karşılaşırız. Bu durum genelde araçların hasar geçmişleri ile alakalı oluyor. Örnek verecek olursak; boyasız olarak satışa sunulan bir araçta bir ya da birkaç parçada boya çıkma durumu veya satıcı tarafından boyalı olarak bildirilen parçaların değişmiş olduğunun tespit edilmesi gibi durumlarla oldukça sık karşılaşırız. Özetleyecek

olursak; araca talip olan kişiye araç sahibitarafından verilen bilgilerle, bizim kontrollerimiz sırasındaki tespitlerimiz arasındabüyük farklar oluşabiliyor.

Araçların geçmişte airbag açtığı nasıl anlaşılabilir? Bunu nasıl tespit ediyorsunuz? Her ekspertiz şirketi bu kontrolü gerçekleştirebiliyor mu?

Araçların karıştığı ciddi kazalarda airbagler açılıp emniyet kemerleri aktif gergi moduna geçiyor. İlgili araç, yetkili bir onarım servisi tarafından orijinal yedek parçalar ile onarıldığında herhangi bir problem yaşanmıyor. Parçalar eğitimli

uzmanlarca orjinalleriyle değiştirildiği için aracın servis geçmişi ve detaylı tramer dökümünü incelediğiniz takdirde burada hangi parçaların değiştiği görülebiliyor. Fakat bu parçaların değiştirilmeyip onarım yoluna gidilmesi durumunda tespit biraz daha zorlaşıyor. Ön torpido ve direksiyon bölümüçok titizlikle incelendiğinde onarımların tespiti kısmen de olsa mümkün oluyor. TÜV SÜD D-Expert olarak ekspertiz süreçlerinde sökme takma işlemi yapmadan, son teknoloji cihazlarla operasyonumuzu gerçekleştiriyoruz. Airbag kontrolünün sökme takma işlemi yapmadan tamamlanması mümkün olmuyor. Bu konuda yetkili servisler dışında yapılacak en küçük yanlış müdahalenin ölümcül sonuçlara neden olacağını bilmemiz sebebiyle OBD taraması esnasında ve görsel kontrollerimizde şüphe edilen bir bulguya rastlamamız durumunda müşterilerimize bilgi vererek yetkili servis kontrolü yapılmasını öneriyoruz.

Bir aracın iki araçtan birleştirildiğinden nasıl şüphelenebiliriz?

Hasarlı araçların onarım süreçleri ve yüksek onarım maliyetleri sebebiyle başvuru bu yöntemle birleştirilen araçlarla son dönemde şubelerimizde sıklıkla karşılaşırız. Ekspertiz süreçlerimizde bulunan araç iç direklerinin, marş biyelerinin ve alt taban sacının kontrolü esnasında araca uygulanan işlemi rahatlıkla tespit edebiliyoruz.





En sık karşılaştığınız vakaları paylaşır mısınız?

İkinci el araç satış değerini doğrudan etkileyen boyanan veya değişen parça konusunun bertaraf edilmesi amacıyla, kaza yapan araca aynı renkte çıkma parçaların takılarak alıcıya orijinal iddiasıyla satılmaya çalışılması en sık karşılaştığımız vakaların başında yer almaktadır.

Ekspertizlerde en çok rastlanan hileler nelerdir? (Kilometre düşürme, motor değişimi, parça birleştirme vb.)

Km düşürme maalesef hala en çok başvurulan yöntemlerin başında yer alıyor. Ekspertiz esnasında tespit edilemeyeceği düşünülerek, ekspertiz öncesinde araca katkı yapılarak motor arızalarının gizlenmeye çalışması ve ciddi soruna sebep olabilecek durumların küçük onarımlar yapılarak aracın satılmaya çalışılmasında karşılaştığımız diğer önemli konular olarak öne çıkıyor.



Vatandaşların nelere dikkat etmesi lazım?

Ekspertiz hizmeti alacakları merkezin kurumsal, güvenilir ve TS 13805 hizmet yeri yeterlilik belgesi olan bir işletme olmasına özen göstermelerini tavsiye ediyorum.

Bu gibi hilelerin ekspertizden kaçma ihtimali var mıdır?

İnsan faktörünün olduğu her konu gibi bu da olasılıklar arasındadır. Aksamalar, hatalar yaşanabilir ancak önemli olan ekspertiz firmalarının sağlanan hizmet sonrası, müşterilerin geri dönüşlerine önem vererek ekspertiz raporlarının arkasında durmasıdır. Müşterilerimizin geri dönüşlerine önem vererek hem markamıza, hem de sektörümüze değer katma hedefimizi büyütüyoruz. Tüketicinin mağdur edilmemesi gerektiğine olan inancımız sayesinde, menfi geri bildirimleri hassasiyetle değerlendirip olası mağduriyetlerde tarafımıza düşen sorumlulukları yerine getirmekteyiz.



Garantili ekspertizlerde sonradan çıkan sorunlar için vatandaşlar hangi yolu izlemeli?

Ekspertiz hizmeti aracın mevcut durumunun tespitini içerir ve anlık sonuçlar ortaya koyar. Ekspertiz



esnasında bulunmayan ve sonradan ortaya çıkan arızalar için ekspertiz firmaları garanti veremez. Ekspertiz esnasında tespit edilemeyen ve araçta mevcut olan arıza ve hasarlar konusunda tüketicilerin karşılarında muhatap bulabilmeleri gerekliliği yadsınamaz bir gerçektir. Konu hakkında detaylı inceleme yapıp ekspertiz merkezi kaynaklı bir mağduriyetin tespit edilmesi halinde bunun yükümlülüklerinin ekspertiz merkezi tarafından yerine getirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin mağduriyetlerinin devam etmesi halinde tüketici mahkeme heyetlerine başvurmalarını önerebilirim. Sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların konu hakkındaki prosedürleri hakkında bilgi sahibi olmamakla birlikte, TÜV SÜD D-Expert olarak ekspertiz raporlarımızın her zaman arkasında duruyoruz. Mağduriyet halinde üzerimize düşen sorumlulukları yerine getirerek müşteri memnuniyetimizi en üst seviyede tutmayı hedefliyoruz. Ayrıca müşterilerimize sunduğumuz 3 ay, 6 ay ve 12 aylık Garanti Ürünlerimiz ile ekspertiz hizmetiz sonrasında oluşabilecek arızaları garanti altına alıyoruz.



Ekspertiz merkezi kaynaklı bir mağduriyetin tespit edilmesi halinde bunun yükümlülüklerinin ekspertiz merkezi tarafından yerine getirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin mağduriyetlerinin devam etmesi halinde tüketici mahkeme heyetlerine başvurmaları gerekir.



HİBRİTLER TOYOTA'NIN İTİCİ GÜCÜ OLACAK

Toyota Türkiye Pazarlama ve Satış A.Ş. CEO'su Ali Haydar Bozkurt, OTONOMİ okurları için sektörü değerlendirdi. "2021 yılında faizler ve kurun geldiği seviyeyle birlikte pazarın en iyi ihtimalle 700 binler seviyesini görebileceğini düşünüyorum" diyen Bozkurt, yeni yıl hedeflerini de anlattı...

Otomotiv sektöründe 2020 yılını 3 bölümde değerlendirmek gerekiyor. Bunlar; pandemi öncesi dönem, pandemi kısıtlama ve önlemlerinin yoğun olarak hayata geçirildiği dönem ve mayıs sonu haziran başında başlayan ve yeni normal olarak adlandırılan dönem.

Pandemi ilanı öncesine baktığımızda yılın ilk aylarındaki satış grafikleri, yılın 550-600 bin adetler seviyesinde tamamlanacağını ve 2019'un üzerinde satış gerçekleşeceğini ilk sinyallerini vermişti. Talepler ve satışlar da bunu doğrular nitelikteydi.

Pandeminin seyrine bağlı olarak ne tür kısıtlamalar gelebilir, üretim bundan nasıl etkilenir; bu çok önemli. Fabrikamızda üretim kontrollü bir şekilde devam ediyor. Önümüzdeki günlerde salgının ne düzeyde ilerleyeceği belirsiz. 2-3 ay bekleme süresi halen devam ediyor.

Pandemi sürecinin ilk aylarına [Mart-Haziran] gelindiğinde ise bu durumdan en çok etkilenen sektörlerin başında otomotiv sektörü geldi. Fabrikalar kapanmış, tedarik sorunu başlamış ve artan bir talep olmasına rağmen bu talebe cevap verecek sayıda ürün bulunamaz durumdaydı. Ayrıca showroom ziyaretleri minimumum seviye inmişti.

Mayıs sonu - Haziran başından itibaren normalleşme sürecinin başlamasıyla birlikte otomotiv sektöründe ivmelenmenin de başladığını gördük. Pandemi dönemiyle birlikte insanlar toplu ulaşım yerine kişisel araçlara yönelmeye başladılar. Daha önce ertelenen taleplerin de devreye girmesiyle sektörde bir talep patlaması yaşandı. Pazar rakamları da bunu doğrular nitelikte oldu. Pandeminin etkisiyle sektörümüzde satışlar açısından en belirleyici unsur kısmen de olsa devam eden tedarik ve araç stoğu sorunu oldu.

Toyota özelinde baktığımızda ise sene başında 52 bin adetlik bir hedefimiz vardı. Haziran ayından itibaren üretim buna

kısmen de olsa cevap vermeye başladı. Ancak hala istediğimiz araçların tamamını alamıyoruz. Bu nedenle satış hedeflerini öngörmek çok zor. Pandeminin seyrine bağlı olarak ne tür kısıtlamalar gelebilir, üretim bundan nasıl etkilenir; bu çok önemli. Fabrikamızda üretim kontrollü bir şekilde devam ediyor. Önümüzdeki günlerde salgının ne düzeyde ilerleyeceği belirsiz. 2-3 ay bekleme süresi halen devam ediyor.

2021'de Pazar Düşüşü Geçebilir

2021 yılında üretimle ilgili sıkıntı yaşanmasa dahi pazarın 2020 yılından biraz daha düşük olmasını bekliyorum. 2018'den beri filo ve perakendede ötelenmiş talep vardı. Ayrıca pandemi döneminde insanların özel araç kullanma isteği ve ikinci el araç fiyatlarının artmasıyla birlikte elindeki ikinci el aracını yenisiyle değiştirmek isteyenlerin fazla olması, bu talep patlamasına yol açtı. Ancak gelecek yıl faizler ve kurun geldiği seviyeyle birlikte pazarın en iyi ihtimalle 700 binler seviyesini görebileceğini düşünüyorum.



Hibritler Toyota'nın İtici Gücü Olacaktır

Avrupa tarihinde ilk kez hibrit, şarjlı hibrit ve elektrik motorlu araç satışları dizeli geçmiş durumda. Avrupa'da dizelin payı yüzde 27'ye gerilerken, ülkemizde bu oran yüzde 75'lerden yüzde 40'lara indi. Bu nedenle; 2021 yılı satışlarımız arasında hibrit modellerimiz de çok önemli bir yer tutacaktır. Toyota olarak önümüzdeki süreçte ülkemizde sunulacak araçların Avrupa emisyon normlarına uygun olması nedeniyle avantajlı bir konumda olacağız. Bunu destekleyecek veriler de elimizde. Gelecek sene için bugünden sadece filo için 28 bin sipariş aldık. İşte bu nedenle gelecek yıl düşmesini beklediğimiz pazara

rağmen Toyota olarak pazar payımızı artıracığımızı ve daha fazla araç satacağımızı öngörüyorum.

Artık insanlarımızın hem yakıt tasarruflı hem de çevreye zararsız yeni teknoloji ürünü araçları kullanmayı fazlasıyla hak ettiğini düşünüyorum. Yeni bir vergi düzenlemesi motor hacmi yerine çevrecilik özellikleri ön plana çıkaran bir yapıda olabilir. Avrupa'da, Amerika'da uygulanan sistemler incelenip; günümüzün teknolojilerini teşvik eden, bu teknolojilerin önünü açacak, bizi motor hacimleriyle kısıtlamayacak yeni bir vergi yapısına ulaşılabilir.

2021 yılı satışlarımız arasında hibrit modellerimiz de çok önemli bir yer tutacaktır. Toyota olarak önümüzdeki süreçte ülkemizde sunulacak araçların Avrupa emisyon normlarına uygun olması nedeniyle avantajlı bir konumda olacağız.



PANDEMİ İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN DAVRANIŞLAR, ÖNÜMÜZDEKİ DÖNEMİ NASIL ETKİLEYECEK?



Ford 2021 Yılı Trend Raporu'nu açıkladı... Rapor, insanların dünya çapında sorunlarla başa çıkma yöntemlerini ve değişime ayak uydurma güçlerini öne çıkarıyor. 14 ülkeyi kapsayan anket, ailelerin ve bireylerin işyerinde, aile yaşamlarında, sosyal çevrelerinde ve ayrıca, ürün ve hizmet tüketiminde kuralları nasıl yeniden yazdıklarını ortaya koyuyor.

2020, hiç kimsenin öngöremediği bir yıl oldu. Ekonomik, politik ve duygusal kaosa yol açan COVID-19, bireylerin, ailelerin, sağlık sistemlerinin ve toplumdaki her sektörün sınırlarını test etti. Bununla birlikte pandemi, insanların başa çıkma ve uyum sağlama yolları bulma konusunda ne kadar başarılı olabileceğini de gösterdi.

Ford, bu yıl dokuzuncusunu yayınladığı '2021 Geleceğe Bakış' trend raporunda, pandemi süreciyle yaşanan değişikliklerin 2021'de ve sonrasında dünyamızı nasıl etkileyebileceğini anlamak için tüketici davranışlarındaki ve tutumlarındaki değişiklikleri analiz ediyor.

Amerika, Asya, Avrupa ve Orta Doğu'da 14 ülkeyi kapsayan global araştırmada öne çıkan tüketici trendleri şöyle:

• **Basınç Noktaları:** Covid-19'a yakalanma korkusu ve pandeminin eğitim, istihdam ve diğer alanları nasıl etkileyeceğine dair kaygılar sebebiyle dünya çapında endişe oldukça yüksek.

Rapora göre, pandemi döneminde küresel ölçekte tüketicilerin %69'u dünyada yaşanan değişiklikler karşısında kendisini bunalmış hissettiğini belirtirken, pandemi sırasındaki değişikliklere ise ne kadar iyi adapte oldukları sorulduğu zaman,%47'si bunun 'hayal ettiklerinden daha kolay' olduğunu söylüyor.

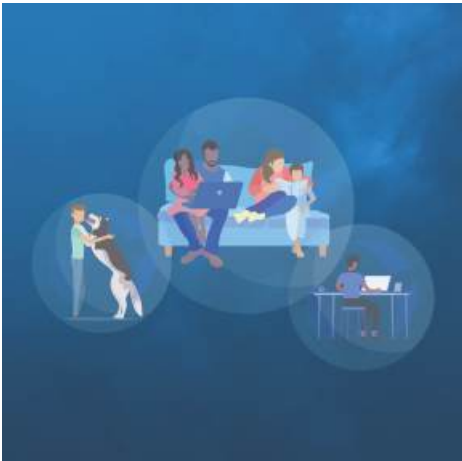
Yetişkinlerin %63'ü bir yıl öncesine kıyasla daha stresli hissettiklerini, 5 kişiden 4'ü duygusal sağlık durumlarıyla daha çok ilgilenmeleri gerektiğini söylüyor. Salgının ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin son derece farkında olan insanlar, bu durumla başa çıkmak ve bağlantı kurmak için yenilikçi yollar buluyor.



• **Kaçış Aracı:** İş ve özel hayat arasındaki sınırlar kaybolmaya başladıkça “Bugün günlerden ne?” herkesin sorduğu ortak bir soru haline geldi. Tüketiciler, pandeminin ve evde kapalı kalmanın tekdüzeliğini aşmak için yeni kaçış yolları ararken pek çoğu kaçış için araçlarına sığınıyor. Küresel ölçekte aracı olan her 4 yetişkinden 1’den fazlası aracını rahatlamak için kullandığını söylüyor. Her 5 kişiden yaklaşık 1’i aracını yalnız kalmak, %17’si ise çalışmak için kullandığını ifade ediyor.



• **Yalnızlık:** Pandemi, tüketicilerin arkadaşlığa duydukları ihtiyacı öne çıkarırken aile olma hissini de yeniden şekillendirdi. Yalnızlık, dünya çapında çok yaygın, her iki kişiden biri düzenli olarak kendisini yalnız hissettiğini söylüyor. Bunu en yoğun hissedenler ise genç kuşaklar. Kendisini düzenli olarak yalnız hissettiğini söyleyen Z kuşağının oranı Boomer kuşağının yaklaşık 2 katı [%64 ve %34]. Sonuç olarak, pek çoğu nerede yaşayacağını yeniden düşünüyor, ailesine yakınlaşıyor ve çevrimiçi ya da çevrimdışı



olsun arkadaş edinmenin yeni yollarını buluyor.

• **Farkındalık:** Pandeminin özellikle az gelirli topluluklar, etnik azınlıklar ve kadınlar üzerindeki orantısız olumsuz etkisi ile dünya genelindeki eşitsizliklerde ve dengesizliklerde uçurumlar büyüyor. Tüketicilerin bu uçuruma karşı farkındalığı arttıkça markalar aktivist ve girişimci duruşlarını ön plana çıkarıyor. Küresel ölçekte yetişkinlerin %76’sı markaların sosyal konularda bir duruş sergilemesini beklediklerini, %75’i ise markaların



günümüzde doğru şekilde hareket etmeye çalıştıklarını düşünüyor.

• **Yeni normal:** Neyi nasıl satın aldığımız pandemi döneminde ciddi bir dönüşüm geçirdi. Büyük veya küçük ölçekli olsun, şirketler başdöndürücü bir hızla bu dönüşüme uyum sağlarken pek çok tüketici yeni normali benimsiyor ve keyfini çıkarıyor. Küresel ölçekte yetişkinlerin %75’i pandemi başladığından beri şirketlerin alışveriş deneyiminde yaptıkları iyileştirmeleri beğendiğini,

%41’i ise pandemi öncesindeki alışveriş yöntemlerine geri dönmek istemediklerini söylüyor.

• **Trafikte Dönüşüm:** Pandemi eve sıkışıp kalmış gibi hissettirmiş olsa da aslında yerimizde durmadık. Pandemiyle birlikte bireysel ulaşım da geliyor. Bisiklet satışları sıçrama yaparken şehirler bisikletçilere yer açmak için sokakları kapatıyor. İnsanlar kendi ortamlarını kontrol edebildikleri için otomobil alımına yöneliyor. Akıllı kent planlamalarıyla otonom sürüşün daha kapsamlı uygulanması ivme kazanıyor. Dünya çapında yetişkinlerin %67’si “otonom araçların geleceği konusunda umutlu” olduklarını söylerken ebeveynlerin %68’i çocuklarını bir yabancı yerine sürücüsüz bir otomobile emanet etmeyi tercih ettiklerini ifade ediyor.

Pandemi dönemindeki değişime direnç ve uyum sağlama konusunda kuşaklar arasında şaşırtıcı farklılıklar olduğu görülüyor. Z Kuşağı katılımcıların %63’ü uyum sağlamanın düşündüklerinden daha zor olduğunu söylerken Boomer kuşağında bu oran %42.

• **Sürdürülebilirlik:** Pandeminin ilk günlerinde dünya çapında sokağa çıkma kısıtlamaları uygulanırken hava kalitesindeki iyileşme “sürecin olumlu yanı” olarak kendini gösterdi. Ancak, plastik ve diğer tek kullanımlık malzeme tüketimi arttıkça bu iyimserlik hızla azaldı ve sürdürülebilir olmanın ve sürdürülebilir kalmanın her zaman eş zamanlı ilerlemediği görüldü. Özellikle genç kuşaklar bu durumdan kaygı duyuyor. Küresel ölçekte Z kuşağı çalışanların %46’sı pandeminin bizi daha savurgan hale getirdiğini, %47’si ise pandeminin uzun vadede çevreyi olumsuz etkileyeceğini söylüyor.





YENİ RENAULT ZOE TÜRKİYE'DE

Avrupa'nın en çok tercih edilen elektrikli otomobili unvanını taşıyan yeni Renault ZOE'nin, daha uzun menzil, daha fazla sürüş konforu, birinci sınıf enerji verimliliği ve şarj çeşitliliği sunan üçüncü nesli Türkiye yollarına çıkıyor.

Elektrikli araç teknolojisinin öncüsü Renault'nun, bu alandaki amiral gemisi ZOE'nin üçüncü nesli Türkiye yollarına çıkıyor. İlk kez 2012 yılında Paris Otomobil Fuarı'nda tanıtılan ZOE, Avrupa çapındaki 60'tan fazla ödül ile markanın elektrikli araç geliştirme stratejisi için önemli bir

kilometre taşı niteliği taşıyor. Her bir AC [alternatif akım] terminalinden 22 kW'a kadar güç beslemesi alabilen ZOE, ilk neslinin lansmanından bu yana halka açık alanlardaki şarj noktalarında en hızlı şarj edilen elektrikli araç olma özelliği taşıyor.

Mühendisliğinden montaj ve satış ağlarına kadar 30 binden fazla insanın emeğinin ürünü olan Yeni ZOE, WLTP [Küresel Uyumlu Hafif Araç Test Prosedürü] döngüsünde 395 kilometreye kadar menzil ve doğru akımla [DC] şarj edilebilen 52 kWh batarya sayesinde daha kısa şarj süresi sunuyor. Elektrikli mobilite alanında Renault Grubu'nun 10 yılı aşkın deneyiminin bir ürünü olan otomobil 80 kW motoruyla sürüş keyfini artırırken; Mod B, e-shifter, auto-hold fonksiyonlu elektrikli park freni, kablosuz şarj ünitesi gibi yenilikleri de bünyesinde bulunduruyor. Sürücünün fren pedalı kullanmasına neredeyse hiç ihtiyaç bırakmayan Mod B sürücünün gaz pedalından ayağını çektiğinde aracın yavaşlamasını sağlarken, farklı sürüş modları için mekanik vites kolunun yerini e-shifter alıyor. Bünyesinde bulundurduğu tüm yeniliklerle birlikte artırılmış güvenliği de kullanıcılarına sunan Yeni ZOE, birçok İleri Sürüş estek Sistemini de [ADAS] sahip.



%100 elektrikli motorunun yanında çevre dostu malzemelerden üretilen Yeni ZOE'de, yolcu bölmesindeki görünür parçalar dahil %100 geri dönüştürülmüş sentetik malzemeler kullanıldı. Sınıfının en geniş arka koltuk alanına sahip otomobil, 338 litrelik geniş bir bagaj hacmini de kullanıcısıyla buluşturuyor.



%100 elektrikli motorunun yanında çevre dostu malzemelerden üretilen Yeni ZOE'de, yolcu bölmesindeki görünür parçalar dahil %100 geri dönüştürülmüş sentetik malzemeler kullanıldı. Sınıfının en geniş arka koltuk alanına sahip otomobil, 338 litrelik geniş bir bagaj hacmini de kullanıcısıyla buluşturuyor.

“Yeni ZOE büyüyen elektrikli araç pazarında bize güç katacak”

Renault Grubu'nun elektrikli araç alanında öncü konumunu sürdürdüğünü vurgulayan Renault MAİS Genel Müdürü Berk Çağdaş, şunları kaydetti:

“Elektrikli araç pazarında referans noktası olan ZOE, Ocak-Kasım döneminde 84 binden fazla adetle Avrupa'da en çok satan elektrikli otomobil unvanını elinde bulunduruyor. Ülkemizde de elektrikli otomobil dendiğinde akıllara ilk gelen modellerden olan ZOE'nin yeni neslini Türk tüketicisiyle buluşturmaktan dolayı mutluluk duyuyoruz. Üçüncü nesil ZOE, daha modern ve çekici yeni yüz, artan menzil, sürüş güvenliği ve konforunu artıran teknolojiler, rakipsiz şarj çeşitliliği, birinci sınıf enerji verimliliği, kalite ve geri dönüşüm odaklı iç tasarım gibi özellikleriyle çitayı daha da ileriye taşıyor.

Yeni ZOE gibi tüketicinin bir otomobilden beklediği her şeyi sunan elektrikli otomobillerin giderek büyüyen pazarda gücümüze güç katacağını umuyoruz.”



"TEK ÇÖZÜM, SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR GIDA SİSTEMİ"

Barilla Gıda ve Beslenme Vakfı (BCFN) ve Food Tank, gıda sektörü paydaşlarının katılımıyla önemli bir konferansa imza attı. Sektör uzmanlarının, sürdürülebilir değişim için küresel taahhüt çağrısında bulunduğu konferansta gıda sektöründe güncel sorunlar tartışıldı ve gıda sisteminin tarladan çatala yeniden yapılandırılması adına beş temel hedef belirlendi.



Barilla Gıda ve Beslenme Vakfı (BCFN), gıda sistemini iyileştirme amacıyla çalışan bir sivil toplum kuruluşu olan Food Tank iş birliğiyle önemli bir konferansa imza attı. Pandemi nedeniyle online olarak gerçekleştirilen "Gıda Sisteminin Tarladan Çatala Yeniden Yapılandırılması: 2021 Birleşmiş Milletler [BM] Gıda Sistemleri Zirvesi'ne Doğru" adlı konferansta gıda sektörü liderleri, akademisyenler, karar vericiler, aşçıları ve üreticiler bir araya geldi. Konferansa konuşmacı olarak katılan uzmanlar, gıda sistemini dönüştürme ve pandeminin üstesinden gelmenin yanı sıra iklim değişikliği ve sürdürülebilir iş modellerinin uygulanabilmesi için küresel taahhüt çağrısında bulundu.



Dünyanın Dört Bir Yanından 10 Bini Aşkın Kişi Katıldı

Gıda sektöründeki güncel sorunların farklı perspektiflerden değerlendirildiği etkinliğe dünyanın dört bir yanından 10 bini aşkın kişi katıldı. Konferansta katılımcıları arasında İtalya Başbakanı Guiseppe Conte de yer aldı. Kamu refahının gelişiminde gıdanın önemli rol oynadığını vurgulayan Conte, "Sürdürülebilir tedarik zinciri, kaliteli üretim ve Akdeniz diyeti, gıda sektöründe iyileşmenin anahtarıdır. Yeterli beslenme bir ayrıcalık değil, herkes için bir haktır" ifadelerini kullandı.

"Sürdürülebilir Değişim İçin Gereken Cesarete Sahip Olmalıyız"

Konferansın açılış konuşmasını gerçekleştiren Barilla Grup ve BCFN Yönetim Kurulu Başkanı Guido Barilla, "Gıda sektörünün aktörleri olarak değişim için gereken cesarete sahip olmalıyız çünkü sürdürülebilirliğe alternatif olabilecek başka bir çözüm yolumuz yok. Gıda sisteminin yeniden yapılandırılması hem insanların hem de gezegenin sağlığını iyileştirmenin ve 2030 yılına kadar Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşmanın en etkili yollarından biri. Gıdanın geleceği bizim elimizde; o zaman haydi, bu geleceği şekillendirmeye başlayalım" dedi.

"Gıda Sistemlerinin Yeterli Beslenme İmkânı Sunması Tek Başına Yeterli Değil"

Pandemiyle birlikte gıda sisteminin iyileştirilmesine yönelik beklentinin arttığını vurgulayan Food Tank Başkanı ve BCFN Danışma Kurulu Üyesi Danielle Nierenberg, gıda sistemlerinin tüm vatandaşlara yeterli beslenme imkânı sunması gerektiğini ancak, bunun tek başına yeterli olmadığını, sistemin aynı zamanda çevreyi koruyarak, iklim değişikliğini gözetmesi ve insanların yaşamını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmesine yönelik ihtiyaçlarını da karşılaması gerektiğinin altını çizerek şunu ekledi: "Gıda sisteminde değişimi sağlamak ve bu alanda politikalar



oluşturmak için tarımsal gıda sistemleri ve sürdürülebilirliğe yönelik nesnel, bilime dayalı çalışmaları destekleyecek hükümetler arası bir organın kurulması bizce şart".

Yeniden Yapılandırma İçin Beş Temel Hedef Belirlendi

38 konuşmacının katılımıyla gerçekleşen üç saatlik konferansın sonunda gıda sisteminin tarladan çatala yeniden yapılandırılması adına beş temel hedef belirlendi:

- Üreticiler, küresel gıda sisteminde değişimi teşvik etmede önemli bir rol oynamalıdır.



- Teknolojilerdeki yenilik, finansal teşvikler ve kamu politikaları, tarım-gıda sistemlerinin eşitlik, esneklik, sağlık ve sürdürülebilirliğe geçişini hızlandırmalıdır.

- Sürdürülebilir ve besin değeri yüksek gıdalar, herkes için erişilebilir olmalı ve uygun fiyatlarla satılmalıdır.

- Dünyanın dört bir yanındaki gıda firmaları, stratejilerini ve operasyonlarını acilen yeniden düşünmeli; Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ve Paris İklim Değişikliği Anlaşması ile uyumlu hale getirmelidir.

- Şefler, hizmet sektörü, üreticiler ve tüketiciler arasında ittifaklar kurularak, sorumlu tüketici alışkanlıklarını yaygınlaştırmak, bölgesel gıda sistemlerini geliştirmek ve gerçek gıda maliyetlerini ortaya çıkarmak hayati önem taşımaktadır.

Etkinliğin sonunda, belirlenen bu temel hedefleri yaşama geçirebilmek adına, BM tarafından 2021 yılında gerçekleştirilecek Gıda Sistemleri Zirvesi'nin BM Genel Sekreteri tarafından atanmış Özel Elçisi'ne gıda sisteminin iyileştirilmesine yönelik üç öneri doğrudan aktarıldı:

- Tüm paydaşların sağlıklı, kapsayıcı, sürdürülebilir ve esnek bir gıda sistemi için ortak bir amaç duygusu etrafında bir araya getirilmesi;
- Gıda sektörü aktörlerinin kolektif olarak harekete geçmeye davet edilmesi;
- Bilimsel temelli, eylem odaklı bir kamuoyu tartışmasını körükleyerek farkındalığın artırılması ve vatandaşların bir tüketici olarak sürdürülebilir tercihler yapmaya teşvik edilmesi.





NISSAN QASHQAI MIDNIGHT EDITION YOLLARDA!

Nissan, tasarım değişiklikleri ve ek donanımlarıyla dikkat çeken Qashqai Midnight Edition versiyonunu tanıttı. 10 yıldan uzun süredir segmentinde güçlü imajıyla ve performansı ile yer alan Nissan Qashqai, yeni tasarımıyla beğenileri topladı.

Nissan, dünyanın ilk crossover'ı olan Qashqai modelinde bir dizi tasarım değişikliği ve ek donanımlarıyla dikkat çeken Qashqai Midnight Edition versiyonunu tanıttı. Kompakt SUV sınıfının yaratıcısı olan ve hem bireysel hem de aile kullanımına da uygunluğuyla beğeni toplayan Qashqai, Midnight Edition tasarımıyla dikkatleri üzerine çekmeyi başardı.

Nissan Qashqai Midnight Edition hakkında bilgi veren Nissan Türkiye, Kuzey Afrika ve BDT Genel Müdürü Emre Doğueri, "Nissan

Qashqai her zaman en beğenilen modellerimizden biri oldu, şimdi de siyah detaylarla zenginleştirdiğimiz Midnight Edition versiyonumuzu sunmaktan mutluluk duyuyoruz. Qashqai Midnight Edition, Skypack versiyonu üzerinde genel olarak tasarım değişiklikleri ve ek donanımlar ile oluşturulmuş bir versiyon. Tasarımda, siyah V-Motion ızgara, karartılmış ön farlar, 19" siyah alaşımlı jantlar, siyah tavan rayları, Alcantara koltuklar, siyah ayna kapakları öne çıkan değişiklikler arasında yer alıyor. Bu değişikliklerin yanı sıra karartılmış

stoplar, ön ve arka siyah ekler, siyah hava kanalı çerçeveleri, siyah tavan ve A sütunu döşemesi, Midnight Edition kapı basamakları da bu versiyonla sunulacak özellikler arasında bulunuyor." diye konuştu.

Nissan Qashqai Midnight Edition, akıllı çarpışma önleme sistemi, akıllı otomatik uzun far asistanı, akıllı anahtar gibi birçok Nissan Intelligent Mobility özelliğiyle de güvenli ve konforlu bir sürüş deneyimi sunmaya devam ediyor.

İKİNCİ EL OTODA GARANTİ ŞARTI MAĞDURİYETLERİN ÖNÜNE GEÇTİ!

Geçmişte birçok mağduriyetin yaşandığı ikinci el araç pazarında, artık yeni düzenleme ile birlikte 8 yaşa ve 160 bin km'ye kadar olan ve ağırlığı 3.500 kg'yi aşmayan otomobil ile hafif ticari araçlarda ekspertiz raporu zorunlu...



Pilot Garage Genel Koordinatörü Cihan Emre 1 Eylül 2020 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren yeni ikinci el araç alım-satım düzenlemesi ile ilgili açıklamalar yaptı. Geçmişte birçok mağduriyetin yaşandığı ikinci el araç pazarında, artık yeni düzenleme ile birlikte 8 yaşa ve 160 bin km'ye kadar olan ve ağırlığı 3.500 kg'yi aşmayan otomobil ile hafif ticari araçlarda ekspertiz raporu zorunluluğu olduğu ifade edilirken, aynı zamanda bu araçlara yetki belgesine sahip satıcılar tarafından garanti şartı getirildiği de belirtiliyor. Emre, "Dolandırıcılığın en fazla yaşandığı sektörlerin başında gelen ikinci el araç pazarında, kurumsal ekspertiz firmaları büyük rol üstleniyor. Yeni düzenlemeyle artık yetki belgesine sahip

olan satıcılar, ekspertiz raporu alınması gereken araçlara garanti de vermek zorunda" şeklinde yorumda bulunuyor.

Araç Satıcılarının Garanti Teminatlarını Finanse Etmesi Adına İmkan Sağlanmış Oldu

"İkinci el araç alım satımında garanti şartı getirilmesi, hem tüketici nezdinde, hem de yetki belgesine sahip satıcılar nezdinde memnuniyetle karşılandı" şeklinde konuşan Emre "Aynı anda birden çok araca garanti vermek, risk yönetimini iyi hesaplamayı zorunlu kılıyor. Birden çok aracın aynı anda problemle karşılaşması ve teminatların finanse edilmesi satıcılar için büyük bir risk. Bu sebeple tamamen Pilot Garage'ın finanse ettiği garanti paketleri, hem satıcı hem de alıcılar için kolaylık sağlıyor. 3 ay/5 bin kilometreye kadar motor ve mekanik garantisi ya da 1 ay/1500 kilometreye kadar motor-mekanik garantisi verebiliyoruz" dedi.

Hatalı Ekspertize Karşı Kaporta-boya Teminat Altına Alınıyor

Sunulan garanti paketleri ile birlikte Pilot Garage, yapılan kaporta-boya ekspertizinde eksik tespit edilen ya da

hatalı bilgi verilen değişen parça/boyalı parça sebebiyle ortaya çıkan araç değer kaybını da teminat altına alıyor. Motor-mekanik garantisi ile silindir kapağı, supaplar, triger kayışı, eksantrik mili, pistonlar, segmanlar, yağ pompası, krank mili, volan, ana yatak ve kol yatakları, şanzıman dişlileri, diferansiyel aksamı, marş motoru, alternatör gibi hayati parçalar teminat altına alınıyor.





KORONAVİRÜS SÜRECİ İNSANLIĞA ÖNEMLİ KAZANIMLAR DA GETİRDİ

Pandemi ile Unuttuğumuz, İyilik, Yardımlaşma ve Dayanışma Duygularını Hatırladık.

Memorial Ankara Hastanesi'nin başarılı doktorlarından Uzman Psikolog Melek Abca ile pandemi sürecinin getirdiği psikolojik etkileri konuştuk. Tüm dünyada yaşanan bu küresel salgının dezavantajlarına odaklanırken, sağladığı kazanımları göz ardı ettiğimizi ifade eden Abca, bu durumla başa çıkmak için yapılması gerekenleri anlattı. Keyifle okumanız dileğiyle...

2020, COVID-19 salgını, pandemi, evde kalma dönemi ve maskeli+mesafeli yaşama geçmeyle tüm dünya için sıradışı bir yıl oldu. Bu zor yılı geride bırakırken toplum psikolojisindeki yansımaları hakkında neler söylersiniz?

Kovid ile tanışalı 1 seneye yakın oldu, dünyada ve birey olarak hepimizde çok büyük değişiklikler meydana getirdi. Aslında kendimize doğru bir yolculuğa çıkardı. En büyük yansımaları, kendimizi izole etmek ve yalnızlık gibi görsek de aslında çok fazla kazançları da oldu. Bu süreçte danışanlarımla görüşmelerden

edindiğim geri bildirimlere göre, birçok kişi bu sürecin geçmesini beklerken, belirsizliğe karşı korku, kaygı, panik atak gibi duygularını ve semptomlarını patolojik boyutta yaşarken, birçok kişi de bu süreçte kendilerinden kaçmayı bırakıp kendileriyle, bağımlılıklarıyla, kaygılarıyla yüzleşmeyi ve çözüm bulmayı seçti. Kendisi hakkında, ilişkileri hakkında, içinde bulunduğu dünya hakkında düşünmek ve fark etmek için zaman buldu. Karşılaştığı tehlikeyi kayıplara değil fırsatlara çevirdi. "An" da yaşamayı öğrenmek, ertelemeyi bırakmak, çözüm bekleyen meseleleri halletmek, kendilerini

geliştirmek gibi... Unutulan değerleri yeniden hatırladık... Evlerde ekmekler yapmaya, eskiden olduğu gibi var olan şartlarda bir şekilde mutlu olmanın yollarını aramaya başladık. Evde kalma dönemlerinde hijyen, meditasyon, spor, kitap okuma alışkanlıklarını geliştirdik.

Ancak aniden gelen, bilinmeyen, beklenmeyen kriz durumlarında genelde insanlarda beş aşamalı duygusal reaksiyon olur, Kovid sürecinde de bunu yaşadık. Birincisi şok, ikincisi inkar, üçüncüsü öfke ve pazarlık, dördüncüsü depresyon, beşinci aşama ise

kabullenmektir. Dünya Sağlık Örgütü'nün Pandemi diye ilan ettiği koronavirüs ilk ortaya çıktığında şok olduk, tüm ülke bize gelir mi gelmez mi diye bekledi, ilk yaşadığımız duygu şoktu. O şok hali geçtikten sonra inkar süreci başladı. Hatırlarsanız Nisan aylarında herkes balkonlarda, pencerelerde şarkılar söylemeye başladı, çünkü insanoğlunun baş etme mekanizmasıdır bu... Eğer bir olayla tanışmaya hazır değilsek, beyin önce inkar eder. Bu sağlıklı bir süreçtir aslında. Çünkü bir durumdan başka bir duruma geçişte inkar bizi ona hazırlar. O yüzden inkar sürecinde tüm dünyada da gördüğümüz gibi şarkılar söyleyip evlerden konserler vermeye başladık. Tabiri caizse virüsü yok saymaya çalıştık. Yok sayalım, bir an önce geçsin gitsin diye beklerken inkar süreci bir süre bizimle beraber devam etti. Üçüncü aşama olan öfke ve pazarlık aşamasında Kovid'in bizimle beraber kaldığını gördük, ne kadar süre kalacağını bilmediğimiz için öfke, kaygı, panik duyguları, ama bir o kadar da pazarlık duyguları başladı. Kendimizle manevi pazarlıklar yapmaya başladık; meditasyonlar, kendimiz için, dünya için dua etmek, en iyisini istemek, dayanışma duyguları... Bu sürece kadar hiç olmadığı kadar şunu duydum: "Sulamayı unuttuğum bitkilerden, kaplarına mama bırakmayı unuttuğum hayvanlardan özür diledim." Yani aslında bu süreç bizi dünya ile barışma, pazarlık aşamalarına götürdü. Bunlar daha içgüdüsel şeyler, insan birine bir iyilik yaptığında, bir katkıda bulunduğunda bir şeyden korunmuş olduğunu düşünür. Bizi tekrar o dayanışma, birlik beraberlik duygularına götürdü. Bence hala o süreci kısmen yaşıyoruz ancak depresyonlar da görülmeye başladı. Bu depresyonlar sağlıklı depresyonlar değil. Depresyon her zaman sağlıklı değildir, ben onlara 'psikolojik takılmalar' diyorum. Şu an yaşanan depresyon uzun yolda giderken arabayı cebe çekip beklemek gibi. Şu an cebe çekildik; yolculuk devam ederken kısa süreli bir mola... Orada araba dinleniyor, biz biraz uyuyoruz, yemek yiyoruz, sonra yola tekrar devam edeceğiz. Tabii ki bunlar bu sürecin tamamlanması için gerekli olan şeyler, sağlıklı bir süreç yaşıyoruz.

Şu an öfke, pazarlık ve depresyon arasında gidip geliyoruz. Bunun sonucunda elbette kabullenme gelecek. Yavaşça bu aşamaya doğru geçiyoruz.

Evet, bu virüs var, dünyayı, ekolojik dengeyi yerine getirmek için var, kabul ediyoruz; şimdi ne yapmamız gerektiği kısmına geçeceğiz. Artık günlük yaşama adapte olmaya ihtiyacımız var. Kovid'in bize kazandırdığı davranışları, o birlik ve dayanışmayı, duyarlılığı, hijyen tutumlarını sürdürbilmemiz lazım, umarım böyle olur. Çünkü bunları öğrenmemiz gerekiyordu, öğrendik. Eğer sürdürbilirsek geleceğe daha büyük katkılarda bulunabileceğiz.

Bu kabullenme süreci bazılarımızda yeni kararlar aldırırken, bazı kişileri psikolojik olarak hastalıklara, zihinsel dengelerimizi alt üst etmeye götürdü. Tabii ki birçok etkinliğin, seyahatin ertelenmesi, özgürlüğün kısıtlanması, en temel ihtiyaçlarımızdan biri olan sevdiklerimize sarılamamak gibi durumlar, engellenme hissi bizi olumsuz etkiledi. İnsanoğlu için koronavirüsten daha hızla yayılabilen bulaşıcı bir durum var ki, o da aşırı korku kaygı ve panik... Korku ve kaygının şiddeti az olduğunda, olumlu etkisi bile olabilir. Önlem almamıza, tedbirli olmamıza yarar. Sağlıklı beslenme ve yaşam alışkanlıkları edindirir. Ancak patolojik olduğunda bulaşıcı bir durum oluşturur. Obsesif kompulsif semptomlar göstermeye sebep olur.

Yaşam alışkanlıkları büyük oranda değişim gösterdi. Yeni yaşam trendleri oluştu. Pastoral yaşama dönüş, doğaya yakınlaşma gibi... Nasıl trendler oluştu?

Bence doğa da bizi özledi, biz de doğayı özledik. Çünkü biz doğaya yalnızca özlem duyuyorduk, doğayı yaşamıyorduk. Ayrıca onun dengesini de bozmaya başlamıştık. Doğa bizim için var, kainat bizim için var. Her bir yaprağın, her bir hücrenin bu dünyada önemli bir yeri var. Gözlemediğim kadarıyla insanlar her bir halkanın önemini anlamaya başladı. O yüzden Kovid'in kazandırdığı en önemli şeylerden biri de duyarlılık oldu. Şu anda birçok insan evinde evcil hayvan besliyor, barınaklardan hayvanlar alıyor, sokak hayvanlarını besliyor; doğanın dengesine daha duyarlı olmaya başlıyor. İlgi alanlarımız genişlerken, ayırdığımız zaman dilimi de artıyor. Ben şu anda doğa ve tarih belgeselleri izleyen çok kişi duyuyorum. Tarihimizden haberdar oluyoruz. Belki zaman bulamıyorduk, 'vakit kalırsa izlerim' diyorduk; şimdi artık sıkılma adı altında izliyoruz. Sıkılmalar da gerekiyordu, denizlerin tekrar temizlenmesi gerekiyordu. Kainatın o

kadar güzel bir dengesi var ki... Ozon tabakası kendini hala koruyor mesela, hatta bizi korumaya çalışıyor. Güzel olan taraf, sanırım bundan sonra böyle olacak; daha fazla doğa tatilleri, daha fazla ekolojik dengeleri sağlayacak yaşam biçimleri önem kazanacak. Gördüğüm kadarıyla doğadaki yaşam tarzına uygun evler yapılmaya başladı ve insanlar bunlara rağbet ediyor. Balkonlarda sebze yetiştiriyoruz, evde ekmekler yapıyoruz. Bu süreç bir süre için bizi eve kapattı ama yeniden doğa bizi istiyor. Aslında Kovid'in hep yıkıcı etkilerinden bahsediyoruz ama gördüğüm kadarıyla birçok kişide fırsatlara dönüşümler de olmuş. Çin alfabetinde deyimleriyle beraber tehlikenin şöyle bir denklemi var, krizi şu şekilde açıklıyorlar: Tehlike +Fırsat=Kriz Ben 20 sene boyunca kanser çalıştım; kanser deneyimlerinde veya kronik rahatsızlıklarda ya da uzun süre yaşanmış durumlarda her zaman tehlike olarak gördüğümüz şeylerin fırsata dönüştüğüne de şahit oldum. Mesela kendimiz için risk almaya başladık, cesaret etmeye başladık, yeni kararlar almaya başladık. Sevdığımız insanlarla daha fazla beraber olmaya başladık, anı yaşamaya başladık. Bu süreç kontrolü bırakmak konusunda pek çok şey kazandırdı insanlara. Baktık ki her şey kontrol ettiğimiz gibi olmuyor, kontrolden çıkabiliyor. Zaten hayatın ana şifrelerinden birisi de anı yaşamaktır. İnsanın hayatını çalan iki tane hırsız var; biri geçmiş, biri gelecek... Geçmiş pişmanlıklar, gelecek kaygıları... Kovid için de aynı şeyi söyleyebiliriz; hayatın provası yok. O yüzden belki anı yaşama bilincine sahip olmamız gerekiyor.

Anı yaşamak için doğa çok güzel bir ortam. Evrimsel düzeyde gidersek atalarımız doğada, toprakta işler yaparak, elleriyle, ayaklarıyla ağaçlara tırmanarak, akan sulara yüzerek yaşadı. Sonra evlere kapandık, güneş görmeyen, yağmurdan kaçan, ağaçlara bile dokunmadan yetişen çocuklar olmaya başladı. Onun için doğa bizi çağırıyor diye düşünüyorum. Tahta, su ve toprak kullanmıyoruz artık, bunlar bizi nötrleyen şeylerdi. Keza su da öyle, şu an bol bol kullanıyoruz. Hatta herhangi bir sorun yaşarken de, bir değişim sürecindeyken de bol su için derim. Çünkü nehir gibi yıkanmak lazım. Toprak da çok nötrleyen bir şeydir, depresyonda çok önerilir. Toprağın kendi içerisinde özümseyen bir yapısı var. Yani kısacası yeni trendde doğa bizi çağırıyor.



Pandemi psikolojisi ile birlikte tüketim alışkanlıkları da değişti... Ne yönde bir değişim yaşandı?

Özellikle belli şeylerde geçen yıllara oranla hiç olmadığı kadar tüketim söz konusu... Özellikle temizlik ürünlerinde, sosyal medya için gerekli olan teknolojik ürünlerin satışında patlamalar yaşandı. Ne yazık ki ihtiyaç fazlası almaya başladık. Aç kalmak fiziksel dürtülerden bir tanesi... Temel ihtiyaçlarımız yemek, içmek, barınmak... Dolayısıyla içgüdüsel bir tavırla insanlarda aç kalırım duygusu başlıyor. İlk genetik kodlardan başlayarak aç kalmama dürtüsüyle ihtiyaç fazlası alışveriş yapıyoruz. İnsanlar bir stresle baş edemediği zaman alışverişe gider, stresi yok sayıp başka bir şekilde doyum sağlamaya çalışır.

Bir grup insanda da duyarlılık arttı. Bu süreci tüm dünya yaşıyor ve dünyanın bir ucundaki insanların aç kalma veya barınamama duyguları insanları 'biz' bilincine götürerek ihtiyacı olduğu kadarını almaya ve israftan kaçınmaya götürdü. Her zaman terazinin bir ucu yaşanırken diğer ucu da yaşanıyor. Sanıyorum bu süreç uzun sürdüğü için kalıcı değişiklikler de olacaktır. Bu süreçte tüketim her zaman kötü yönde olmadı; mesela kitap ve film satışları da arttı. Okuma alışkanlığımız tekrar zenginleşti.

Mesela hayvanlar için her kış zor geçiyordu ama bu yıl gözlemlediğim kadarıyla her yere sokak hayvanları için besin koyan, karton kutulardan sığınaklar yapan insanlar gördüm. Ne kadar kolay bir şeymiş aslında, masraf da gerektirmiyor.

Ben her zaman şu soruyu soruyorum, şu anda Kovid olmasaydı ne yapıyor olacaktınız? Tekrar ihtiyaçlarımızı görmezden gelip, gelecek kaygısı için koşturmaya devam edecektik. Gelecek kaygısı yaşamak ütöpik bir şey...

Uzaktan çalışma, getirilen kısıtlamalar ve evde yaşam sosyal yaşam olgusunu da tamamen değiştirdi. Bunun etkilerinden de biraz bahseder misiniz?

Bu durum hem uyku düzenimizi hem yeme düzenimizi değiştirdi, dengelerimiz bozuldu. Özel yaşam ile profesyonel yaşam arasındaki denge bozuldu, özel yaşam mahremiyetimiz kalmadı. İş görüşmeleri evlerden yapılıyor, ev bizim özel alanımızdır. Bu tabii ki zorunlu bir şey... Ama eğer mümkünse evin her alanında bilgisayar ile gezmek yerine tek bir yeri düzenleyip orayı iş enerjisine çevirmek, diğer alanları kişisel alanımız olarak tutmak daha doğru olacaktır. Burada mesai anlayışının olmaması da büyük sıkıntı... Sürekli tetikte yaşıyor

insanlar. Normalde iş enerjisinden çıkıp eve gelirsiniz. Ama burada işverenlere de büyük iş düşüyor, çalışanlarının psikolojik sağlığını korumak için gerekirse online eğitimler, motivasyon paylaşımları yapılması gerekiyor. Motivasyon olmadıkça çalışmadan verim alamazsınız. Eğer acil bir şey yoksa mesai saatinden sonra iş verilmemesi gerekiyor. Bunun aksi olduğunda uyku düzeni bile kalmıyor. Eşinizle, çocuklarınızla özel alanınız, yemek düzeniniz kalmıyor. Bir de bu süreçte evdeyken ev kıyafetlerini giyip, hatta uyku kıyafetleriyle tüm günü geçiren kişiler var. Beyin öyle bir şey ki her duruma adapte oluyor. Mesela omuzlar düşük durmaya başlarsanız beyin bunu depresif algılıyor. Ama daha dik duruşlu olursanız beyin onu daha sağlıklı olarak algılıyor ve mutluluk hormonu salgılamaya başlıyor. Evdeyken de öyle, yataktan kalktığımız an sanki güncel yaşam başlıyormuş gibi hazırlanmamız gerekiyor.

Krizi yönetebilen ve yönetemeyenler var. Genel durum hakkında neler söylersiniz ve bireyler, aileler bazında bu krizi nasıl yönetmeliyiz?

Genel olarak bakarsak insanlar bundan üç türlü etkileniyor. Korku, kaygı ve çaresizlik duyguları içerisinde depresyona girip hala

yaşanan durumdan farkındalığını kazanmak yerine korku ve kaygının artmasına izin verenler, bu süreci yok sayanlar ya da bu süreci dengeli götürenler...

Korku ve kaygı da kötü bir şey değil; korku, kaygı ve stresin biraz bulunması iyidir, işlevseldir. Bunlar olmasa tedbir almayız mesela... Ama sorun patolojik boyutta olduğunda başlıyor; bu durumda bazen yapmamız gerekenleri de yapmıyoruz. Ya bana bir şey olmaz düşüncesiyle kaçmayı, önlem almadan hayatını sürdürmeyi tercih edenler, ya korku ve kaygıya kendini kaptırıp Koronavirüs'ten daha hızlı yayılan bir sürece dahil olanlar... Hem kendilerini korku ve panikle yok ediyorlar, hem de çevresindeki insanlara bu duyguları yayıyorlar. Çünkü bu duygular çok bulaşıcıdır. Hatta bununla ilgili beynin manyetik dalgalarıyla çok hızlı bir ivmeyle dış dünyaya yayın gönderdiğini söyleyen çok ciddi araştırmalar var. Onun için korktuğumuz şey başımıza daha çabuk geliyor. Peki, istediğimiz olumlu şeyler neden bu kadar çabuk gerçekleşmiyor? Çünkü onun manyetik dalgası daha su dalgası gibi; yavaş ve ahenkli...

Eğer insanlar bu süreçten bir farkındalık elde edip mesajlar alamıyorsa bu mesajlar çeşitli şekillerde, objeler ve nesneler değişerek tekrar tekrar gelecektir. Onun için yaşanan süreçlerden farkındalık kazanıp çıkmak her zaman avantajdır.

Bir gerçek var, bu gerçeği yok sayamayız. Ama bunun için önlem alıp, umut etmeli, motive olmalıyız. Şu an herkesin umuda, motivasyona ve güvene ihtiyacı var. Belli bir dozun üzerinde felaket senaryoları duymak istemiyoruz. Dünyada ne olup bittiği, birbirimizden haber almak hepimiz için çok önemli... Tabii ki kimin neye ihtiyacı olduğu konusunda hepimiz duyarlı olacağız. Ama 24 saat bununla meşgul olmak, günlük hayatı aksatmak artık içinden çıkılmaz bir duruma götürmeye başlar. Daha önceden psikiyatrik bir rahatsızlık yaşayanlar varsa, zaten baş etme mekanizmaları zayıfsa bunu yaşama ihtimali daha yüksek oluyor.

Birbirimizi motive edecek, birbirimizi iyi hissettirecek paylaşımlar yapmak, sakin ve dingin kalmaya çalışmak gerekiyor. Konuşulduğu kadar kolay olmadığını

biliyorum, ama bunun bulaşıcı bir şey olduğunu fark etmek gerekiyor.

Bu dönemde özellikle çocuklar ve gençler çok olumsuz etkilendi. Ailelere neler söylersiniz? Bundan sonraki yaşantımızda neye dikkat etmeliyiz, pandemi süreci devamında ve sonrasında...

İlk oluşum anlarından itibaren insanlar hep yaşadığı durumlarla, bireysel yaşanan travmalarla aslında bağışıklık sistemlerini, psikolojik ve zihinsel sağlık sistemlerini daha dirençli tutmaya başladılar. Psikolojik sistemimiz, bağışıklığımız daha da güçleniyor. Bu doğanın dengesi... Her yaşanan sorun, travma insanı zayıf düşürmüyor. Hatta daha sonra yaşanacak olumsuzluklara hazırlıyor. Psikolojik iyilik hali insanı aslında gelecekte yaşanabilecek durumlara karşı daha güçlü kılıyor. Ben eminim ki şu an yaşanan süreç sayesinde çocuklarımız ve gelecek nesiller daha dayanıklı olacaklar. Çünkü onların kayıtlarına geçecek bu... Aynı zamanda biz psikolojik ve ruhsal olarak güçlendikçe gelecek nesillere de akacaktır. Bu durum dünyanın da geleceği için güzel bir şey...

Çocuklar ve gençler çok önemli... Onlara bir yetişkin ihtiyacıymış gibi davranmamamız gerekiyor. Sürekli dünyadaki gidişattan, haberlerden bahsedip, olası tedbirleri alma pahasına da olsa korku ve kaygı tohumları ile konuşursak evde 0-6 yaş grubunun bilinçaltı kayıtları hızlı işlediği için travmalar oluşturabilir. Bu yaş grubunda özellikle hayatın ya da insanların güvenli olup olmadığı konularında, sevgi konularında temel çıpalar atılıyor. Bu yaş grubunun temel ihtiyacı güven ve sevgi... Onun için "Yapmazsan gelecekte bu olur" konuşmaları çocuklar için çok anlamlı değil. Dünyaya sağlıklı nesiller bırakacak 0-6 yaş çocuklardan ve gençlerden sorumluyuz. Zaten çocuklarda korku, kaygı, panik atak problemleri olduğunda ben çoğunlukla ailelerle çalışıyorum. İnsanlar davranışları daha çok kopyalayan varlıklardır. Onun için davranışlar kopyalanıyor. Çocukların karşısında sorun çözemeyen bir şekilde durduğumuzda, kaygılarımızı dengeleyemediğimizde onların yapmasını beklemek anlamlı olmuyor, çünkü davranışları taklit ediyorlar. Mümkünse daha sakin, daha dingin, daha güven verici konuşmalar yapmak gerekiyor.

0-2 yaşına kadar görsel medyayı kullanmayın, 4 yaşına kadar mümkünse daha sınırlı bir şekilde kullanmalarını söyleriz. Ama bu düzen şu an için tamamen bozuldu. Ama yine de mümkün olduğu kadar gerekli durumlarda açıp, onların da izleyebileceği programları seçerek izletmek gerekiyor. Şu an korku, kaygı ve panik hallerini çocuklarda da en az yetişkinler kadar fazla görüyorum.

Çocukluk ile yetişkinlik dönemi arasındaki dönem olarak adlandırdığımız adolesan döneminde ruhsal ve zihinsel gelişim devam ediyor. Çocukların beyin gelişimi için etkili olan hormonlar 00.00 ile 03.00 arasında aktif çalışır. Uyku düzenine dikkat etmek gerekir. Şu dönem itibarıyla çocuklarımıza ve gençlerimize daha toleranslı davranmamız gerekiyor. Eskiden telefonu kısıtlayın, internet saatini kısıtlı koyun diye önerilerde bulunuyorduk. Ama şu an 16-25 yaş grubu dış dünyaya açılma gereksinimi de beraberinde getirdiği için dış dünyadan kopuk olmak onları daha çok etkiliyor, daha hırçın olmalarını sağlıyor. O yüzden bu süreçte onlara karşı daha toleranslı davranacağız, hayata karşı motive olmalarını sağlayacağız.

Çocuk veya yetişkinlerde alınan önlemlere rağmen zihinsel bedensel ve psikolojik dengeyi korumakta zorlanıyorsak uzman desteği önerilebilir.



İŞ DÜNYASI BÜYÜME PLANLARI İÇİN SEKTÖR DÜZENE GİRECEK

Türkiye'deki şirketlerin %68'i önümüzdeki yıl gelirlerinde artış öngörüyor. Yeni pazarlara açılma, maliyetlerin azaltılması ve nakit akışının iyileştirilmesi ise şirketlerin ana gündeminde yer alıyor.

HSBC Grubu'nun hazırladığı 'Navigator Raporu', iş dünyası liderlerinin Covid-19 pandemisi ile birlikte kısa ve orta vadede iş görünümüne ve uluslararası ticarete ilişkin görüş ve beklentilerini ortaya koyuyor. Türkiye dahil olmak üzere 39 ülkede 10 binden fazla şirketin görüşleriyle oluşturulan rapora göre; Türkiye'deki şirketlerin %68'i 2021 yılında gelirlerinde artış kaydedeceklerini öngörürken, yarısı gelirlerindeki bu artışın %5'ten fazla olmasını bekliyor. Bununla birlikte; şirketlerin büyüme fırsatlarını yakalamak ve potansiyel güçlüklerin üstesinden gelmek için kullanacakları en önemli stratejiler arasında yeni pazarlara açılma, maliyetlerin azaltılması ve nakit akışının iyileştirilmesi yer alıyor.

Türkiye'deki şirketlerin %68'i 2021 yılında gelirlerinde artış kaydedeceklerini öngörürken, yarısı gelirlerindeki bu artışın %5'ten fazla olmasını bekliyor.

HSBC Türkiye Genel Müdürü Selim Kervancı, HSBC Grubu'nun küresel çapta hazırladığı rapor ile ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "Türkiye iş dünyası pandeminin getirdiği zorlukların aşılmasında güçlü bir direnç gösterdi. Şirketler, bu dönemde potansiyellerini en üst düzeye çıkaracak, yeni ortama uyum sağlamalarını, büyümelerini ve beklenmedik durumlara karşı hazırlıklı olmalarını destekleyecek sürdürülebilir çözümlere odaklanıyorlar."

Uluslararası Ticarete Rota Avrupa ve Asya Pasifik

Rapora göre; Türkiye'deki şirketlerin %73'ü uluslararası ticaretin son dönemde zorlaştığını ve 2021'de de yeni güçlüklerle karşılaşılacağını düşünse de, %66'sı gelecek 1-2 yıllık dönemde uluslararası ticaret görünümünün olumlu olmasını bekliyor.

Gelecek dönemde Avrupa ve ardından Asya-Pasifik Bölgesi, yurt dışına açılmayı hedefleyen Türkiye şirketleri için en çekici pazarlar olmayı sürdürecektir. Şirketlerin;

Şirketlerin büyüme fırsatlarını yakalamak ve potansiyel güçlüklerin üstesinden gelmek için kullanacakları en önemli stratejiler arasında yeni pazarlara açılma, maliyetlerin azaltılması ve nakit akışının iyileştirilmesi yer alıyor.

%60'i artan tüketici talebinin, %52'si yeni tedarikçi ve iş ortaklarına erişimin, %47'si ise ürün ve hizmetlerinin bu pazarlardaki mevcut ürün ve hizmetlere göre daha rekabetçi olmasının ve bu pazarların inovasyon merkezi özelliği taşımasının Avrupa ve Asya-Pasifik'le ticareti genişletmeyi hedeflemelerinde etkili olduğunu ifade ediyor.

Şirketlerin Ortak Endişe Kaynağı Tedarik Zinciri

Rapor, tedarik zincirinin Türkiye şirketleri için ortak bir endişe kaynağı olduğuna



işaret ediyor. Türkiye'deki şirketlerin %97'si 2020 yılında maliyetlerdeki artış, tedarik zinciri istikrarı ve tedarikçilerin hedef tüketici veya kendi işletmelerinden uzak olması ile ilgili sorunları gidermek için çeşitli aksiyonlar aldıklarını belirtiyorlar.

Rapor, Türkiye şirketlerinin tedarik zincirini güçlendirmek için 2021 yılında şu alanlara öncelik vereceklerini gösteriyor;

- Teknolojinin etkin kullanımı
- Tedarikçilerin olası yeni pandemilerle mücadele için etkili mekanizmalara sahip pazarlardan seçilmesi
- Tedarikçilerin operasyonel direnç ve hızlı teslimat yetkinliklerine göre seçilmesi

Şirketler tedarik zincirlerindeki bu değişimlerle maliyetlerin azaltılması,

pazar bağımlılığının azaltılarak risklerin dağıtılması, pazar erişiminin hızlandırılması ve güvenliğin artırılmasını hedefliyor.

Sürdürülebilirlik, Satışları Destekliyor

Rapora göre; Türkiye şirketlerinin %86'sı sürdürülebilirliğe daha fazla odaklanılmasının 2021 yılında satışlarda artışı destekleyeceğini düşünüyor. Türkiye'deki şirketlerin %70'den fazlası çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) alanlarında kapsamlı hedefler belirlediklerini belirtiyor. Bununla birlikte sürdürülebilirliğin kurumsal itibarın güçlendirilmesi, yeni çalışma şekillerinin benimsenmesi ve devlet desteklerinden yararlanmaya hak kazanma gibi çeşitli fırsatlar barındırdığını ifade ediyorlar.

Türkiye şirketlerinin %86'sı sürdürülebilirliğe daha fazla odaklanılmasının 2021 yılında satışlarda artışı destekleyeceğini düşünüyor; %70'den fazlası çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) alanlarında kapsamlı hedefler belirlediklerini belirtiyor. Bununla birlikte sürdürülebilirliğin kurumsal itibarın güçlendirilmesi, yeni çalışma şekillerinin benimsenmesi ve devlet desteklerinden yararlanmaya hak kazanma gibi çeşitli fırsatlar barındırdığını ifade ediyorlar.



OTONOM ARAÇLAR TRAFİĞİ DE YÖNETECEK



Boğaziçi Üniversitesi İnşaat Mühendisliği Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Ilgın Gökaşar, otonom araçlarla trafik yönetimi yaparak trafik sıkışıklığına çare olabilecek bir sistem geliştirdi. 5G ve V2X gibi bağlantı teknolojilerini kullanan sürücüsüz bağlı araçlar, bir kaza olduğunda birbirlerinden bilgi alabiliyor ve rotalarını minimum zaman kaybı olacak şekilde değiştirebiliyor.

Sürücüsüz bağlı araçların gelecekte hayatımızın mutlak bir parçası olacağını vurgulayan Doç. Dr. Ilgın Gökaşar'a göre sürücüsüz araçlara geçiş birdenbire olmayacak: "Geçiş sürecinde trafikte sürücülü ve sürücüsüz araçlar birlikte yer alacak. Bu nedenle İstanbul gibi trafik sıkışıklığının yoğun olduğu bir şehirde bu araçların trafiği nasıl etkileyeceğini bulmak ve bir düzen içinde trafikte yer almalarını sağlamak çok önemli. Ayrıca normalde araç kullanamayan insanlar da otonom araçlarla seyahat edebilecek, örneğin ehliyeti olmayan biri de bu araçları kullanabilecek. Bu nedenle trafikteki araç sayısının artması söz konusu olabilir."

Çözüm Trafik Yönetiminde

Doç. Dr. Ilgın Gökaşar'a göre bu sorunun çözümü sürücüsüz bağlı araçları kullanarak trafik yönetiminden geçiyor: "Bu araçlar bireylere hareket özgürlüğü ve daha güvenli yolculuk deneyimi gibi bireysel faydaların yanında yol ağındaki trafik koşullarının iyileştirilmesinde

kullanılarak daha kolektif faydalar da sağlayabilirler, bu nedenle trafik yönetiminde yer almalılar."

Kazalardan Sonra Oluşan Uzun Kuyruklar Azalacak

2018 yılında başlayan ve Boğaziçi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Fonu [BAP] tarafından desteklenen çok disiplinli projesinde, bağlı sürücüsüz araçlar yoluyla trafikte ne gibi iyileştirmeler elde edilebileceğini gösteren Gökaşar, bu çalışmasını şöyle açıklıyor: "Gerçek ve sentetik veriler kullanarak benzetim ortamında ve kesintisiz karma trafik akımı koşullarında araçlara ne tür komutlar vererek trafikte iyileştirmeler yapabileceğimizi araştırdık ve gördük ki test ettiğimiz yöntemleri bağlı sürücüsüz araçlarla birleştirdiğimizde trafik sıkışıklığı sonucu oluşan uzun kuyruklar azalmakta. Ayrıca o bölgedeki ortalama hız ve akım değerlerini daha homojen yapıp trafik koşullarını daha stabil ve güvenli hale getirebiliyoruz."

"Trafik yönetimi toplu taşıma için de iyileştirme sağlayacak"

Trafik sıkışıklığı tartışmalarında insanlar çoğunlukla toplu taşımaya yönlendirilse de Doç. Dr. Gökaşar kalıcı bir çözümün ancak "yolculuk talebi yönetimi" [traveldemandmanagement] ile mümkün olacağını söylüyor: "Trafik sıkışıklığının çözümü için insanların işlerine ya da okullarına gitmek için araç kullanmaya minimum ihtiyaç duyacağı, bisikletle ya da yürüyerek istedikleri yerlere erişebilecekleri şehirler tasarlamak gerekli. Daha önce toplu taşıma üzerine de pek çok araştırma yürüttüm. İnsanları toplu taşımaya yönlendirmek için toplu taşımanın kaliteli olması gerekir, eğer toplu taşıma kullandığınızda duraklarda uzun süre duracak ya da daha çok trafik sıkışıklığına maruz kalırsanız kendi aracınızı seçersiniz. Çalışmalarımın nihai amacı insanların daha sağlıklı, güvenli ve hızlı bir şekilde seyahat edebilmelerini sağlamak. Otonom araçlarla trafiği yönetmek toplu taşıma için de iyileştirme sağlayacak."



VOLVO CAR TURKEY'İN 2021 VİZYONUNDA ÇEVRE ODAKLI YAKLAŞIM

Volvo Car Turkey Yeni Genel Müdürü Magnus Boma: "Hepimizin önceliğinin sağlık ve güvenlik olduğu bu yıl, otomotiv sektörün ikinci yarıyılı beklenenin ötesinde rakamlara ulaştı. Önümüzdeki dönemde boyut değiştirecek olan sektörde; elektrifikasyon, karbon salınımı ve iklim nötr bir üretim anlayışından daha çok bahsedeceğiz"



Türkiye'de Şubat 2021'de teslimatları başlayacak olan yeni S60; panoramik açılır cam tavan, anahtarsız kullanım ve temassız açılır bagaj kapağı, gerçek deri döşemeler, elektrikli ve hafızalı sürücü koltuğu, elektrikli yolcu koltuğu, 18" alaşım jantlar, LED farlar, arka kamera, kristal vites topuzu, çarpışma önleme destek sistemleri, şerit koruma asistanı gibi özelliklere sahip. Amerika'dan sonra Çin'de de üretilmeye başlayan ve Türkiye'ye Çin'den gelecek olan S60'ların tavsiye edilen başlangıç anahtar teslim fiyatı 783 bin TL.

Volvo Car Turkey Genel Müdürü olarak geçtiğimiz aylarda görevine başlayan Magnus Boman, otomotiv sektörünü bekleyen yeni dönemi ve Volvo Cars'ın önümüzdeki dönem vizyonunu paylaştı. Magnus Boman Türkiye'de Aralık ayında ön satışlarına başlanacak olan S60'la ilgili de açıklamalarda bulundu.



Volvo Cars'ın uzun süredir gündeminde olan küresel ayak izini en aza indirmeye ve geri dönüşüme üretimde daha çok yer verme konularının gelecek yılın önemli konu başlıklarından biri olacağını söyleyen Magnus Boman, "2019'dan itibaren ürettiğimiz tüm yeni Volvo otomobillerinde mutlaka elektrikli bir motor [mildhybrid, plug-in hybrid, tamamen elektrikli] olacağını duyurmuştuk. 2025 yılında satışlarımızın en az yüzde 50'si tamamen elektrikli olacak ve dijital etkileşimle ulaştığımız kullanıcı sayısı 5 milyonu bulacak. Dünyanın daha iyi bir yer olması için sektörümüze düşen sorumluluk çok büyük. Bugün sağladığımız kadar gelecek kuşakların dünyasını düşünerek de önlemler almalıyız. Bu sorumluluk bilinciyle İsveç'in Skövde kentinde yer alan motor fabrikamız, ilk karbon nötr tesisimiz oldu. Son 10 yılda, egzozdan çıkan CO2 salınımını yüzde 27 azalttık. 2025 yılına geldiğimizde Volvo otomobillerinde karbon emisyonlarını 2018'e göre yüzde 40 daha azaltılmasını hedefliyoruz. Dönüştürülmüş malzeme kullanımı toplam satışlarımızın yüzde 25'inde yer alacak. 2040 yılında ise bütün operasyonlarımız ile iklim nötr bir marka olacağız. Volvo Cars'ın çevre vizyonunu yansıtan Omtanke yaklaşımıyla gezegenimiz için özen gösteriyor, üretimden satışa kadar her noktada adımlarımızı bu yönde atıyoruz" dedi.

Premium Segmentte Yükselen Grafik

Otomotiv sektöründe Volvo Car Turkey Kasım 2020 tarihi itibarıyla 6 bin 865 adet ile satışlarını geçen seneye göre yüzde 89 arttırdı. Toplam pazarın bir önceki yıla göre yüzde 67 premium segmentin ise yaklaşık yüzde 42 büyüdüğü bir senede, en çok büyüyen premium markalardan biri oldu.

Durdurulamaz Güç



DURDURULAMAZ GÜÇ ÖDÜLÜ YENİ LAND ROVER DEFENDER'IN

Borusan Otomotiv'in Türkiye distribütörü olduğu Land Rover'ın bugüne kadar ürettiği en yetenekli 4x4 modeli Yeni Land Rover Defender, dünyanın en prestijli otomotiv dergilerinden TopGear'ın "Yılın Otomobili" (Car of The Year) ve "Durdurulamaz Güç" (Unstoppable Force) ödülleri kazandı.



İkonik Defender efsanesini daha da ileriye taşıyarak modern çağın dinamiklerine uyum sağlayan Yeni Land Rover Defender, Top Gear dergisi editörleri tarafından Namibya Çölü ve Londra şehir trafiği olmak üzere farklı yol koşullarında test edildi. Üstün arazi yeteneklerinin yanında şehirde sunduğu konforlu, pratik ve güvenli sürüş özellikleriyle en yüksek notları toplayan Yeni Land Rover Defender ayrıca derginin "Durdurulamaz Güç" ödülüne de layık görüldü.

Top Gear ile Land Rover "Durdurulamaz Güç" ve "Yılın Otomobili" ödüllerini kutlamak için sıra dışı bir etkinlik organize ettiler. 3 Yeni Land Rover Defender, çekme demirlerinden vince asılarak 60 metre yükseklikte 8 tondan fazla bir çekim gücüne karşı koydu. Yeni D7x alüminyum platformunun mukavemet gücünü bir kez daha kanıtlayan Yeni Land Rover Defender her yönüyle 21. yüzyılın aracı olduğunu göstermiş oldu.

Yeni Land Rover Defender 2020 yılında, aralarında "Motortrend SUV of The Year", "Autocar Best SUV 2020" ve "Parker's Best Off-roader" gibi otomotiv dünyasının en önemli değerlendirmelerinin yer aldığı 30'dan fazla küresel ödüle layık görüldü.



"TÜKETİCİLER ZORUNLU OLMAYAN ALIŞLARI ERTELEDİLER"



2021'in ilk sayısında Tüketici Dernekleri Federasyonu (TÜDEF) Genel Sekreteri Ergün Kılıç'ı sayfalarımızda ağırladık. Kılıç, pandemi sürecinde değişen tüketici alışkanlıklarından, pandemi ile daha fazla önem kazanan e-ticaret alışverişinde alınması gereken önlemlere kadar birçok konuya değindi...

Öncelikle kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

Sivas'ın Gemerek ilçesinde doğdum. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi'nden mezun oldum. İş deneyimime turizm sektöründe başladım, gıda sektöründe devam ettim. Sonrasında Çankaya Belediyesi'nde memur olarak işe başladım. Protokol Müdürlüğü ve çeşitli kademelerde görev aldım. Birden çok demokratik kitle örgütünün kuruculuğu ve yönetim kurulu üyeliklerinde bulundum. Anadolu Belediyeleri Zabıta Vakfı, Çankaya Yardımlaşma ve Ekonomik Dayanışma Derneği, Şiddetsiz Toplum Derneği kurucu üyeliği görevini üstlendim. Tüketici Hakları Derneği Genel Başkan Yardımcılığı Ulusal Kırmızı Et Konseyi Yönetim Kurulu üyeliği ve Tüketici Dernekleri Federasyonu Genel Sekreterliği görevlerine de devam etmekteyim.

TÜDEF olarak çok kıymetli çalışmalar yapıyorsunuz, bunlardan bahsedermisiniz?

Öncelikle Tüketici Dernekleri Federasyonu [TÜDEF] hakkında bilgi vermek istiyorum. Federasyonu kuran dernekler: İstanbul merkezli Tüketicileri Koruma Derneği [TÜKODER], Ankara merkezli Tüketici Hakları Derneği [THD], Bursa merkezli Bursa Tüketiciler Derneği [BTD] ve Bursa

Tüketici Koruma Derneği, Eskişehir Tüketicileri Koruma ve Dayanışma Derneği [ESTÜKDER], Adana ve Burdur merkezli kamu yararına faaliyet gösteren tüketici derneklerinden oluşmaktadır. TÜDEF ülkemizin en büyük tüketici üst örgütüdür.

TÜDEF aynı zamanda; Birleşmiş Milletler İklim Komitesi gözlemci üyesidir, AB'de standardizasyon sesi olarak bilinen ANEC'in Gözetim Denetim Koordinasyon Kuruluna gözlemci olarak katılmakta, Et ve Süt Konseyinde temsil edilmektedir. Kamu yararına Dünya Tüketiciler Birliği üyesi olan iki dernek de federasyonumuzun üyesi olarak çalışmalarına devam etmektedir. Bakanlık nezdinde toplanan Tüketici Konseyinde en çok üye ile temsil edilmekte olup 1996 yılından beri konseye katılarak alınan kararlara önemli katkılarda bulunmaktadır. Türkiye genelinde faaliyet gösteren Tüketici Hakem Heyetlerinde tüketicileri temsil etmektedir.

Tüketicilerin piyasaya olan güveni olumsuz yönde etkilendiği için zorunlu olmayan alışları ertelemek durumunda kalarak ihtiyaç mallarına yönelmiş durumdadır.

Federasyon olarak ülkemizde Evrensel Tüketici Haklarının yaşam bulması, tüketici bilincinin geliştirilmesi için tüketicileri örgütleyerek baskı grupları oluşturmaya çalışıyoruz. Ayrıca federasyonumuza üye dernekler aracılığıyla mal ve hizmet üretiminde bulunan kamu ve özel kuruluşların tüketici haklarına ilişkin doğrudan ve dolaylı tüm mevzuata uymaları için gerekli girişimlerde bulunuyoruz.

Pandemi sürecinde tüketici davranışları yaşam tarzı açısından nasıl bir değişim/eğilim gösteriyor?

Pandemi sürecinin tüketiciler açısından iki durumda incelenmesi gerekli diye düşünüyorum. Bunlardan ilki pandemi öncesi satıcı sağlayıcılar ile tüketiciler arasında yapılan tüketici işlemlerinden kaynaklı uyumsuzluklar olup bir diğeri pandemi sonrası tüketici işlemlerinden kaynaklanan uyumsuzluklardır. Eğitim, turizm, mobilya, otomobil sektörü vb. gibi başka sektörler mücbir sebepten dolayı hizmet veremez duruma düşmüştür. İşletmeler yaşam mücadelesi vermeye çalışırken tüketiciler de nedeni olmadığı salgın hastalığın yaşandığı zor günlerde almadıkları hizmetin bedelini ödemek istemiyor. Bu durum tüketicilerle sektör temsilcilerini karşı karşıya getirmiş

Özellikler sıfır araçlardan alınan ÖTV oranı artırılınca tüketicilerin satın alma maliyeti çok yükseldi ve tüketici ikinci el araçlara yöneldi. Artan talep karşısında satıcılar fiyat artışına gitse de inanıyorum ki önümüzdeki günlerde pandeminin de etkisini yitirmesiyle araç piyasasındaki fiyat dengesizliği ortadan kalkacaktır.

durumda olup yüzlerce işlem dava konusu olmuştur. Tüketici Dernekleri Federasyonu olarak ilgili kurumlar nezdinde girişimlerde bulunarak sorunların idari yünden çözülmesi için uğraş vermekteyiz. Tüketicilerin piyasaya olan güveni olumsuz yönde etkilendiği için zorunlu olmayan alışları ertelemek durumunda kalarak ihtiyaç mallarına yönelmiş durumdadır.

Sürekli artış eğiliminde olan e-ticaret alışverişi pandemi süreci ile birlikte daha büyük önem kazandı. Tüketici internetten alışverişi yaparken nelere dikkat etmeli?

E-ticarete satıcı veya sağlayıcı firmaların tüketicilere ön bilgilendirme yapması Tüketicinin Korunması Hakkında Kanuna göre zorunludur ve yasa emredici hüküm içermektedir.

Firmalar ön bilgilendirme yaparken mal veya hizmetin temel nitelikleri; firmanın adı, unvanı, varsa MERSİS numarası ve iletişim bilgisi; mal veya hizmetin tüm vergiler dahil toplam fiyatı, nakliye varsa ek masraflar, ödeme teslimat ifaya ilişkin bilgiler ve taahhütleri, cayma hakkı kullanımına ilişkin şartlar, süresi ve usulü, cayma bildiriminin yapılacağı adres, faks numarası veya elektronik adres bilgisi, ödemesi gereken depozitolar ya da diğer mali teminatlar ile bunlara ilişkin şartlar, uyumsuzluk durumunda tüketici mahkemesine veya tüketici hakem heyetine başvuru yapacağına dair bilgi vermek durumundadır. Tüketiciler yukarıda sıraladığımız bilgilere ulaşamıyor ise e-ticaret yapan firmanın sitesine kuşkuyla yaklaşmalıdır. E-ticarete tüketiciler 14 gün içerisinde herhangi bir koşul öne sürmeden cayma hakkına sahiptir.

Pandemi ile birlikte bazı alanlarda fırsatçıların da ortaya çıktığını duyuyoruz. Tüketicileri uyarmak için neler söylemek istersiniz?

Dolandırıcılığın her dönemin koşullarına göre kendini yenileyen profesyoneller tarafından yapıldığını düşünüyorum. Terör örgütleri ile mücadele ediyoruz diyerek kendilerini polis, savcı olarak tanıtanlar; deprem, sel gibi doğal afetlerin yaşandığı dönemlerde kendilerini bir yardım kuruluşunun çalışanları olarak tanıtanlar, bankalarda alacağını var diyerek tüketicilerin banka hesaplarını boşaltan dolandırıcılar gibi artırılabilir. Tüketiciler kendileri tarafından talep edilmeyen iş ve işlemlerde dikkatli olmalıdır. Gizli olması gereken bilgileri kimseyle paylaşmamalıdır. Yardımda bulunacaklar ise kendileri araştırarak yardım yapacağı kuruluş yetkililerine ulaşır yardımda bulunmalıdırlar.



Kısıtlama dönemlerinde evlerinde stok yapan tüketiciler ortaya çıktı. Önümüzdeki dönemin belirsizliğini de düşünürsek tüketicilere ne gibi bir öneriniz olur?

Bu tarz davranışları tüketicilerin beklenmedik olaylar karşısında kendilerini güvenceye alma çabası olarak görüyorum. Bu durum biraz abartıldı. Burada kamu otoritesi açıklamalarla tüketicilerin alışlarına yön vermelidir. Stoklar bir başka tüketicinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetin erişimini zorlaştıracaktır. Bilinçli tüketici ihtiyaç planlaması yaparak alışveriş yapmalıdır. İhtiyacından fazla olan malları almamalıdır. İhtiyaç fazlası alınan malların bir başka tüketici için zorunlu olduğunda yaşamını dahi etkileyeceğini unutmamak gerekir.

Ülkemizde tüketiciyi korumaya yönelik uygulanan yaptırımlar yeterli mi?

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ilk olarak 1995 yılında yayımlanarak yürürlüğe

girdi. Değişik tarihlerde düzenlemeye gidildi. Günümüzde 6502 Sayılı TKHK yürürlükte bulunmaktadır. Gerek kanunun oluşumunda gerekse yönetmeliklerin düzenlenmesinde Federasyon olarak öneri ve itirazlarımızı TBMM'ye ve ilgili bakanlıklara bildirdik. AB sürecine uyum yasaları niteliği taşımakta olan Tüketici Kanununu uygulamada birtakım sıkıntılar yaşansa da tüketiciler açısından olumlu yönü çoğunluktadır.

Federasyon olarak çok hangi sektörlerden şikayet alıyorsunuz?

Salgından sonra eğitim sektörü, e-ticaret firmaları, kargo taşımacılığı abonelik sözleşmeleri, mobilya sektörü gibi çok çeşitli mal ve hizmet sektörlerinden şikayet almaktadır.

Son dönemde özellikle ikinci el otomobil satışlarında da hızlı bir fiyat artışı yaşandı. Bu da beraberinde fiyat dengesizliğini getirdi. Bu konuda neler söylemek istersiniz, tüketiciler neye dikkat etmelidirler?

Pandemi nedeniyle hem üretimin azalması ve araç bulunamaması hem de belli sıfır araçlarda yapılan ÖTV artışı nedeniyle talep ikinci el araçlara yöneldi. İkinci el otomobil fiyatlarının artmasına neden olan etkenlerden birisi uygulanan ÖTV oranlarıdır. Otomobillerde KDV oranı ÖTV de eklendikten sonra %18 olarak uygulanması tüketiciye maliyetinin artmasına neden olmaktadır.

Özellikler sıfır araçlardan alınan ÖTV oranı artırılınca tüketicilerin satın alma maliyeti çok yükseldi ve tüketici ikinci el araçlara yöneldi. Artan talep karşısında satıcılar fiyat artışına gitse de inanıyorum ki önümüzdeki günlerde pandeminin de etkisini yitirmesiyle araç piyasasındaki fiyat dengesizliği ortadan kalkacaktır.



ÖZKAYALAR OTOMOTİV GENÇ KUŞAKLARA EMANET

22 yıllık tecrübesi ile ikinci el araç ticaretinin ve filo kiralamanın öncü isimlerinden Özkayalar Otomotiv, ikinci nesil aile bireyleri ile hızlı büyümesini sürdürüyor.

1998 yılında Gaziantep merkezli aile şirketi olarak otomotiv sektörüne atılan, ikinci el araç ticaretinin yanı sıra 2011 yılında kurulan filo kiralama şirketi ile faaliyetlerine devam eden Özkayalar Otomotiv, ikinci nesil aile bireyleri ile hızlı büyümeyi sürdürüyor.

6 kardeş olarak bu sektöre girdiklerini, Gaziantep'ten sonra Ankara Otonomi'de yer alan firmaları ile ticarete devam ettiklerini belirten Özkayalar Otomotiv Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Özkaya "1998 yılında büyük abimin izinden giderek otomotiv sektöründe yerimizi aldık. 2011 yılında bünyemize filo kiralama firmamızı da ekledik. Şu an filo alış ve satışta Türkiye'nin en önde gelen firmalarından biri olarak, otomotiv sektöründe 22 yıllık tecrübemizle büyüme hedeflerimizi gerçekleştiriyoruz" diye konuştu.

Türkiye'nin farklı illerinde ticarete ve uzun süreli araç kiralamalarına devam ettiklerini, bu yıl pandemi sebebiyle yaşanan ekonomik zorluklara rağmen



yatırımlarını sürdürdüklerini ifade eden Özkaya şunları söyledi:

"2020 yılını yatırımlarımıza devam ederek, stoklarımızı güçlendirerek geçirdik. Bir nevi krizi fırsata çevirmeye çalıştık. Bunda aile şirketi olmamızın da büyük avantajı var. Aile şirketlerinde bir kişi geride kaldığında diğeri itici güç olur,

bir yer eksik kaldıysa muhakkak ailenin bir bireyi o eksiği tamamlar. Biz de şimdi gençlerimizi bu sektörde eğitiyoruz, teşvik etmeye çalışıyoruz. Bayrağı onlara devredeceğiz. Eminim ki onlar da işimizi daha ileri götürecekler. Yeni gelen nesil, yeni bir vizyonla emeklerimizi katlayacak ve firmamızı daha ileri taşıyacaklar."





2020'DE GAYRİMENKUL SEKTÖRÜ YENİDEN ŞEKİLLENDİ

2020 Mart'tan itibaren hayatımızın her alanına etki eden koronavirüs, gayrimenkul sektörünü de şekillendirdi. Ofislere ilgi düştü, bahçeli evlere talep fırladı. Gayrimenkul danışmanları ise hızlı gelişen dijital dönüşüme ayak uydurmaya çalıştı. Tüm krizlere rağmen en iyi yatırım aracının gayrimenkul olması ise değişmeyen tek şeydi.



Artık Öncelikler Farklı

2020'de gerçekleşen değişimleri değerlendiren Tüm Girişimci Emlak Müşavirleri Derneği (TÜGEM) Başkanı Hakan Akdoğan, "Koronavirüsün hayatımıza girmesiyle tüm düzenimiz değişti. Bu değişimde gayrimenkul sektörünün etkilenmemesi imkânsızdı. Özellikle evden çalışma modelleri ile ofis ihtiyaçlarındaki değişim ve dönüşüm yaşandı. Büyük ofisler yerine daha küçük ofislere taşınanların sayısı arttı. Bazı firmalar ise ofislerden tamamen vazgeçti.

Öte yandan evde geçirilen vaktin artması nedeniyle bahçeli, teraslı evlere ilgi arttı. Artık metrekaresi daha büyük evler tercih edilirken çalışma odası da isteniyor. Ayrıca bu durum iç göçü de etkiledi" dedi.

Dijital Dönüşüm Yaşandı

Koronavirüs sonrası yaşanan değişimlerden birinin de gayrimenkul danışmanlarının çalışma şekilleri olduğunu belirten Akdoğan, "Artık gayrimenkuller video, drone ve 360 sanal turlarla geziliyor. Görüşmeler online gerçekleştiriliyor. Hatta tapu dairelerine gidilmeden web tapu uygulamasından tapu işlemlerinin yapılabilmesi gibi uygulamalar kullanılıyor. Bu uygulamalardan hem alıcılar hem satıcılar çok memnun. Pazarlama, satış ve yönetim aşamasında dijital dönüşümler gerçekleşmeye devam ediyor" diye konuştu.

"Değişmeyen Tek Şey"

Son dönemdeki döviz ve altındaki hareketliliğe rağmen gayrimenkulün en doğru yatırım aracı olduğuna dikkat çeken Akdoğan, "Gayrimenkulde kısa vadeli getiriler görülme de özellikle bu sene enflasyon oranının çok daha üzerinde bir getiri sağladı. Bu nedenle bizler profesyonel emlak danışmanları olarak gayrimenkulü gerek yatırım gerekse kira getirisi için önermeye devam ediyoruz" ifadelerini kullandı.



"MUŞ'U, BÖLGENİN İKİNCİ EL ARAÇ TİCARETİNİN MERKEZİ HALİNE GETİRMEK İSTİYORUZ"

MAFED'e üye olan il derneklerini tanımaya ve dernek faaliyetleri hakkında bilgi vermeye devam ediyoruz. Bu sayımızda Muş'ta kurulan ve bölgedeki araç ticaretini kurumsallaştırmaya yönelik çalışmalar yapan Muş Motorlu Araç Satıcıları Derneği (MAS-DER) Başkanı Yücel Doğan konuğumuz oldu.



Bölgenizde otomotiv ticaretini kurumsallaştırmak adına çok kıymetli çalışmalar yapıyorsunuz. Öncelikle derneğin kuruluş aşamasından ve faaliyetlerinizden bahsedermisiniz?

Motorlu Araç Satıcıları Derneği (MAS-DER) fikri, ilk olarak araç ticaretini bölgemizde bir standarda kavuşturup kurumsallaştıran ve saygın, güvenilir bir mesleki faaliyet haline getirmek amacıyla ikinci el motorlu kara taşıtları mevzuatının yürürlüğe girmesi ile birlikte oluştu.

MAFED Genel Başkanımız Sayın Aydın Erkoç ve değerli yönetimiyle yaptığım görüşmeler ve aldığım samimi destekleri sayesinde bölgede aktif olarak ikinci el kara taşıtları ticaretiyle uğraşan esnaf ve meslektaşlarımız ile bir araya geldik. Sektörümüzle ilgili bölgemizde

daha modern, daha yenilikçi, güvenilir, saygın bir oto alım satım ticaret ortamı oluşturarak, sorunlarımızı çözüme kavuşturmak amacıyla bu işe başladık, kurucu, üye isimlerini belirledik. Esnaf ve paydaşlarımızla yaptığımız görüşmeler sonucunda çok olumlu geri dönüşler aldık. Derneğimizi kurduk, üye kayıtlarımızı almaya başladık ve kısa sürede de hedeflediğimiz dernek üyelik sayımızın üzerine çıktık.

Kurucu Başkan olarak Yönetim Kurulu Başkanı seçildikten sonra MAFED Genel Başkanımız Sayın Aydın Erkoç ve Yönetim Kurulu üyeleri ile izleyeceğimiz yol haritası hususunda destek ve fikirlerini de alarak toplantılarımızı yapmaya başladık; katılımcılarımızın önerilerini aldık, şikayetlerini dinledik. Böylelikle üyelerimizin önerileri ve bölgedeki meslektaşlarımızın görüşleri ile

sektörel sıkıntılar üzerine çalışmalarımıza başladık. Başta çevre il ve ilçeler olmak üzere esnaf ziyaretlerinde bulunduk, fikir alışverişi yaptık.

Yetkili kurumlara ikinci el kara taşıtları ticareti yönetmeliği ile ilgili galerici esnafının uygunluk belgesi sorununun çözümü, işyeri uygunluk belgesi alınabilmesi, daha güvenilir, modern ve prestijli bir hizmet alanı oluşturabilmek adına oto galericiler sitesi yapılması için gerekli şartların oluşturulması ve arsa tahsis sağlanması için ilimiz belediye başkanı, il ticaret müdürümüz ve il ticaret odası başkanımızla bir araya geldik. Tek çatı altında bir araya gelmenin, dernekleşmenin önem ve içeriğini anlatıp, yapacağımız çalışmaları dile getirdik. Başta mesleki yeterlilik sınavının ilimizde yapılması konusu vardı. Daha önce ilimizde ikinci el araç

"Muş, Bitlis ve Bingöl illerimizin bulunduğu bölgenin merkezi konumdadır. İlimizin bu konumundan faydalanarak Muş'u sektörde bölgenin ikinci el araç ticaret merkezi haline getirmek istiyoruz. Öyle ki, çevre il ve ilçelerde yapmış olduğumuz anketlerden elde ettiğimiz sonuçlar, bu yöndeki çalışmalarımızın çok olumlu ve doğru olduğunu göstermiştir."

ticaretiyle uğraşan katılımcı ve esnaf arkadaşlarımız yakın illere gidip sınava katılıyorlardı. Konuyu Federasyonumuzun da desteği ile hızlıca çözüme kavuşturduk ve MASFED MYM'nin bünyesinde Kasım ayı itibarıyla ilk sınavımızı yaptık, bölgemizde faaliyet gösteren iştirakçilerimizin kendi illerinde sınava katılmasını sağladık. Sınav başvurularımız devam ediyor, önümüzdeki süreçte hali hazır başvuru sahiplerini ve adayları belgelendirmeye devam edeceğiz. Ayrıca Derneğimizin bilinirliğini arttırmak için çalışmalarımız devam ediyor.

Önümüzdeki dönemde MASFED' in desteğiyle Bakanlık düzeyinde yapılacak çalışmalarda hedefimiz, iştirakçilerimizin çalışmalarını yasal bir zemine oturtma yönünde olacak.

Dernek olarak üyesi olduğunuz Motorlu Araç Satıcıları Federasyonu (MASFED) otomotiv sektörüne bir standart getirmek amacıyla çok yönlü çalışmalar yürütüyor. Bu kapsamda son olarak yürürlüğe giren ikinci el yönetmeliği ile ilgili ne düşünüyorsunuz? Sektörde neleri değiştirecek?

Bu hususta söylenecek, konuşulacak çok şey var... Dernek olarak üyesi olduğumuz MASFED'in otomotiv sektörünü iyileştirmek amacıyla yaptığı çalışmalar, sektörümüze ve mesleğimize sağladığı kazanımlar sıralamakla bitmez. Ancak özetleyecek olursak, MASFED'in başta dernekleşme konusunda bize destekleri ile yön göstermesi, yeni yönetmeliğin uygulanması hususundaki çalışmaları, mesleğimizin daha prestijli, daha güvenilir bir meslek olması için gösterdiği çaba kısa zamanda etkisini göstermiş, bu sayede ikinci el araç ticareti önceki yıllara oranla daha nitelikli olmaya başlamıştır. İnanıyorum ki, mesleğimiz bu çalışmalarla daha da ileri taşınacaktır. Ayrıca MASFED'in çabaları sonucu KDV oranındaki karmaşıklık, nöbetçi noter uygulaması gibi çalışmaları da büyük önem taşımakta, işimizi çok daha kolay hale gelmesini sağlamaktadır.

Bunların yanında ülkemiz genelinde hızla kurulan ya da kurulmakta olan galerici derneklerine, biz dernek başkanlarına yol gösterici, teşvik edici ve samimi destekleri de başka bir takdir konusudur. Ayrıca illerde oto ticaret merkezlerinin yapılması hususunda da gerek Hazine ve Maliye Bakanlığı, TOKİ ve Ticaret Bakanlığı'nca arsa ve teşvik sağlanması konusunda değerli Başkanımız Sayın Aydın Erkoç'un destekleri bizlerin önünü açmış ve azmimizi arttırmıştır.

İkinci el araç sektörü 2020 yılını nasıl geçirdi? Pandemi sürecini ve aşılama çalışmalarını da göz önüne alırsak 2021 yılı nasıl geçer, öngörülerinizi alabilir miyiz?

2020 yılının başlarından itibaren devam eden pandemi sebebiyle birçok sektörün olumsuz etkilenmesine rağmen, ikinci el araç ticaretinin önceki yıllara oranla çok daha hareketli bir yıl geçirdiğini söyleyebiliriz. Pandemi sürecinde insanların toplu taşıma araçlarını kullanmak yerine araç sahibi olmaya yönelmesi, tüm dünyayı etkisi altına alan küresel salgından dolayı sıfır araç üretimindeki gerileme, başta inşaat sektörü olmak üzere birçok sektörün ekonomiden kötü etkilenmesinden dolayı insanlarımızın ikinci el otomobil ticaretine yönelmesi, döviz, altın gibi yatırım araçlarında yaşanan belirsizliklerden dolayı insanların ikinci el otomobili yatırım aracı haline dönüştürmesi gibi sebeplerden dolayı ikinci el araç fiyatları hızlı bir yükseliş gösterdi. Yıl boyu hareketli geçen ikinci el otomobil ticaretinde yılın son aylarında bir durağanlık yaşandı, bu da fiyatların gerilemesine neden oldu. Tabii önümüzdeki süreçte ikinci el araç ticaretinin seyri de pandemi sürecine, hayatın normalleşmesine, diğer yatırım araçlarının seyrine ve ekonominin gidişatına göre şekillenecek. Umuyoruz ki 2021 yılının ilk aylarında ikinci eldeki hareketlilik de tekrar artacaktır.

Önümüzdeki dönem hedefleriniz nelerdir?

Dernek olarak değerli Başkanımız Sayın Aydın Erkoç, Başkan Yardımcımız Sayın Niyazi Berktaş ve yönetim kurulumuzun destekleriyle oluşturduğumuz bir çalışma takvimimiz var.

İlk hedefimiz ilimize, bölgemize hitap edecek, modern bir oto ticaret merkezi ve aynı zamanda güzel bir sosyal yaşam alanını ilimize kazandırmak istiyoruz. Derneğimizin bünyesini geliştirip, meslektaşlarımızla tek bir dernek çatısı altında birlikte hareket etmeyi sağlamak yine öncelikli hedeflerimizden... Çalışma takvimimiz kapsamında öncelikle ikinci el kara taşıtları ticaretiyle uğraşmakta olan esnafımızın ikinci el kara taşıtları yönetmeliğine uyumunu sağlamayı, vergiye tabi işyeri sahiplerinin işyerlerini yönetmeliğe uygun hale getirmek için gerekli çalışmaları yapmayı, vergiye tabi olmayıp ikinci el kara

taşıtları ticareti yapanların vergiye tabi olmalarını sağlamayı ve ikinci el kara taşıtları mesleki yeterlilik belgesi olmayanları sınav ile belge sahibi yapmayı amaçlıyoruz. Bu çalışmalar ile alıcı ve satıcı arasında daha güvenilir, daha samimi bağlar kurulmasını sağlayarak bölgemizde ikinci el araç ticaretinin kalitesini arttıracamıza inanıyorum.

Muş, Bitlis ve Bingöl illerimizin merkezi konumdadır. İlimizin bu konumundan faydalanarak Muş'u sektörde bölgenin ikinci el araç ticaretinin merkezi haline getirmek istiyoruz. Öyle ki, çevre il ve ilçelerde yapmış olduğumuz anketlerden elde ettiğimiz sonuçlar, bu yöndeki çalışmalarımızın çok olumlu ve doğru olduğunu göstermiştir.

Ekleme istedikleriniz...

Öncelikle bundan sonra yapacağımız çalışmaların ilimiz ve bölgemizde faaliyet gösteren sektör paydaşlarımıza, sektör çalışanlarına yararlı olması temenni ediyorum.

İlk günden bu yana, MASFED Başkanı ve Başkan Yardımcılarımıza samimi ve özverili çalışmalarından, çok değerli desteklerinden dolayı ve derneğimizin kuruluşu aşamasındaki teşviklerinden dolayı Akçaabat Galerici Derneği Başkanı Sayın Necati İsak'a şükran ve teşekkürlerimi sunuyorum.



"MASFED'in başta dernekleşme konusunda bize destekleri ile yön göstermesi, yeni yönetmeliğin uygulanması hususundaki çalışmaları, mesleğimizin daha prestijli, daha güvenilir bir meslek olması için gösterdiği çaba kısa zamanda etkisini göstermiş, bu sayede ikinci el araç ticareti önceki yıllara oranla daha nitelikli olmaya başlamıştır. İnanıyorum ki, mesleğimiz bu çalışmalarla daha da ileri taşınacaktır."



OTOMOTİVDE KÜRESEL TEK PAZARA VEDA

Covid-19 etkisiyle otomotiv sektöründe küresel tek pazar anlayışı geride kalıyor, yerini bölgesel ve yerel pazarları yaşatma yaklaşımı öne çıkıyor.

Uluslar arası araştırma ve danışmanlık şirketi KPMG'nin bu yıl 30 ülkeden bin 100'den fazla CEO ve yönetici, iki binden fazla tüketici görüşmesiyle yaptığı araştırma, Covid-19 krizinin otomotiv endüstrisi üzerindeki karmaşık etkilerine ışık tutuyor. Araştırma pandemi etkisiyle gerileyen küreselleşmenin sektöre nasıl yansıdığını anlatıyor. KPMG'nin Küresel Otomotiv Yöneticileri Araştırması 2020'de, sektör yöneticilerine göre Covid-19'un etkisi sekiz temel başlıkta toplanıyor:

- Covid-19'un global üretim ve satış perspektifinden değerlendirilmesi gereken bir küresel dalga hareketi olduğu kabul edilmeli.
- Tedarik zincirindeki gecikmeleri takip edebilen iş modelleri çok önemli bir ihtiyaç.
- Covid-19 krizi çok derin bir resesyona işaret eden önemli talep değişikliklerine neden oldu. Düşen satışlara aldanıp satış ekibini küçültmek doğru değil. Aksine

mevcut insan kaynağı ile müşteri ilişkilerinin yönetimine ve dijital taleplere odaklanmak gerekiyor.

- İnsanlar önümüzdeki dönemde toplu taşımadan daha da uzaklaşacak ve güvende hissetmek için daha çok para harcamayı göze alacaklar.
- Güçlü likiditeye sahip olan şirketler bu dönemi yeni iş birlikleri, birleşme ve satın almalarla avantaja çevirebilirler. Bu kriz böyle şirketlerin pazarda kendilerini yeniden tanımlamalarına fırsat verecek.

• Kültürler arasındaki ayrımı görmek şart. Örneğin Çin ve ABD'de harcamaya eğilimli bir kültür var. Almanya ve Japonya ise harcamaya istekli değil.

• E-mobilitenin geniş kapsamı uygulanabilmesi büyük ölçüde devlet desteğine bağlı olacak. Devlet desteksiz e-mobilite yalnızca büyük şehirlerde belirli bölgelerde uygulanabilecek.

• Rekabet yeniden tanımlanıyor. Yani, tedarik zincirinin dengede kalması, küresel talep azalmasının kabul edilmesi, dijital talep yönetimi yapılması gibi



konularda küresel ortak çalışmayı ve iş birliğini gerektiren bir dönem başlıyor.

Araştırmaya göre 2020'nin ikinci yarısı itibarı ile sektördeki mega trendler şöyle sıralanıyor:

Sürdürülebilirlik

• Yöneticilerin yüzde 98'si fark yaratmanın anahtarı olarak sürdürülebilirlik konusunu görüyor ancak bu oran tüketicilerde yalnızca yüzde 17.

• Otomotiv sektöründe sürdürülebilirlik hakkında topluluk düşüncesi henüz oluşmamış. Bunun nedeni, otomotiv sektöründeki bir ürünün sürdürülebilir olup olmadığı ile ilgili sınıflandırma kriterlerinin henüz net olmaması ve tüketiciler açısından kararlarını etkileyecek kadar şeffaf olmaması.

• Covid-19 etkisiyle tüketiciler bu dönemde daha çok maliyet odaklı seçimler yapıyor, öncelikleri sürdürülebilirlikten uzaklaştı.

Endüstri Politikası

• Yöneticilerin yüzde 83'ü endüstri politikalarının ve düzenleyicilerin teknoloji

ajandalarını yönlendirdiğini düşünüyor. Vergi indirimi ve devlet yardımları önemli etkenler olacak.

• Covid-19 etkisiyle ihracatta sıkıntı yaşanan dönem şirketleri zorluyor. Mesela bu yıl Çin'deki elektrikli araçlar için artırılan devlet yardımlarının Çin'in endüstri politikasında esneklik sağladığı görülüyor.

Hammadde

• Yöneticilerin yüzde 73'ü bir ülkenin sahip olduğu maden kaynaklarının o ülkenin tercih ettiği üretim teknolojilerini doğrudan etkilediği görüşünde.

• Hammadde, geleceğin otomotiv sektöründe bölgesel fark yaratma açısından çok önemli rol oynuyor. Hammadde uzun vadede sektörde tek bir küresel baskın oyuncu olmasını engelleyecek.

Bölgeler Kaymalar

• Tek ve büyük bir bölgesel kaymadan çok, farklı teknolojilere, pazarlara ve uygulamalara birden fazla yerleşmiş kaymalar bekleniyor.

Kilit Trendler

• Otomotiv sektöründeki şirketler, tüketiciler için bağımsız ve bölgesel stratejiler üretmeliler.

• Teknolojik gelişime odaklanmış otomotiv sektörü, Covid-19 nedeniyle odağını 'hayatta kalma' ve operasyona kaydirmiş durumda.

• Covid-19'un üretimi negatif etkilemesi sebebiyle, maliyet azaltma ve artan birleşme ve satın almaların görülmesi bekleniyor.

Araştırmayı değerlendiren KPMG Türkiye Otomotiv Sektör Lideri Hakan Ölekli, sektörün değişimle yol almaya ve dönüşmeye başladığını söyledi. Ölekli, "Covid-19'un otomotiv sektörüne etkisi çok yönlü. Talepteki temel değişikliği, tedarik zincirinin yeniden tanımlanmasıyla birlikte değerlendirmek gerekiyor. Pandemi nedeniyle sektörde durgunluk dalga dalga yayılırken talep ve üretimde bölgesel düşüşlere verilen tepki, otomotiv şirketleri için 'yeni normalin' parçası olacak. Rekabet anlayışının değişmesi ve iş birliği çözümleri araştırmadan çıkan bir başka önemli başlık" dedi.





Enes Kılınç
Kocaeli Üniversitesi
Otomotiv Mühendisliği

GENÇLİK ATEŞİYLE TECRÜBENİN BİRLEŞİMİ... **BMW M3 ve BMW M4..**

Tasarım? Güç? Dinamizm? Aslında akılları karıştırıp dikkati üzerine çekmek üzere üretilmiş iki otomobil: BMW M3 ve BMW M4...

Alman firma kafalardaki soru işaretlerini silmek için bu iki efsaneyi farklı bir yöntemle hayatta tutmayı amaçlıyor. Beklenmeyeni yapmak, dikkatleri üzerine çekmek... BMW M3 ve BMW M4 bu karmaşayı yaratmak için ortaya çıkan iki otomobil.

Aslında otomobiller hakkındaki çoğu bilgiyi firma tarafından sızdırılan bilgilerden edinmiştik. Devasa ön ızgaralar, 4x4 opsiyonu ve standart olarak sunulan manuel şanzıman...

Ancak bu otomobillerde en çok tartışma yaratan kısım BMW efsanesi olan ön ızgaraların boyutu idi. Kimisi tasarımı beğenirken kimisi BMW'nin efsaneyi öldürdüğünü iddia etti. Ancak BMW bunu yaparak ön ızgara efsanesinin imzasını bilindik iki model üzerine atmaya karar verdi.

Tartışmalı Tasarım...

Ön kısımdaki devasa ızgaralarla birlikte standart olarak sunulan LED farların yanı sıra, opsiyonel olarak lazer farlar sunuluyor. Devasa hava girişleri ile 480-510 beygirlik güç ünitelerini soğutmayı

amaçlayan BMW bu amacını yerine başarıyla getiriyor.

Ayrıca opsiyonel olarak sunulan Karbon Paketi ile otomobilin birçok kısmına karbon fiber detaylar ekletmek mümkün... Ön tampon eki, yeniden tasarlanmış alt





ızgara, devasa hava girişleri, karbon fiber arka kanat, devasa bir difüzör ve ağırlık merkezini mümkün olduğunca aşağıda tutmak için tasarlanmış karbon fiber tavan...

Otomobillerin yan tarafına geçildiğinde ise BMW M3 ve BMW M4 arasında en belirgin fark ortaya çıkıyor. 4 kapılı BMW M3 Sedan modeline, 2 kapılı BMW M4 Coupe eşlik ediyor. Bu farklara önlerde 19", arkalarda ise 20" inç olan BMW M Sport jantlar ekleniyor.

M4 modelinde iki kapı sayesinde arka çamurluklar daha kaslı bir yapıya sahip olurken Alman firma aynı görüntüyü M3 için de es geçmemiş. Daha geniş duran arka çamurluk sayesinde BMW M3 de en az M4 kadar güçlü görünüyor.

Renk Seçimleri İnanılmaz

Birçok kişiselleştirme seçeneği bulunan otomobillerde ise renk seçimleri kimi zaman çok agresif, kimi zaman ise çok zarif duruyor. M3 modelinde gördüğümüz

yeşil renk için Almanlar "Isle of Man Green" tabirini kullanırken BMW M4'te bulunan plastik tondaki sarı renge ise "Sao Paulo Yellow" ismini vermişler.

Bunun yanı sıra Alpine Beyazı, Toronto Kırmızısı, Safir Siyahı ve kalanı şehir temalı olmak üzere eski M3 ve M4'lere 6 adet yeni renk seçeneği ekleniyor. Otomobilin iç kısmında da birçok farklı renk seçeneği bulunuyor. Tanıtım için kullanılan renkler gayet sade ve şık duruyor.

İç Tasarımda Büyük Değişiklikler Yok

İç dizayn temelde 3 ve 4 serisi modellerle birebir aynı olsa da küçük değişiklikler ile göze hitap eden şık bir tasarım tercih edilmiş. Otomobilin standart koltuklarıyla birlikte opsiyonel olarak karşımıza çıkan M Sport karbon fiber koltuklarına oturduğumuzda ise bizleri M Sport direksiyon simidi karşılıyor. Kırmızı, mavi dikişler M Sport renklerini gözler önüne sererken 2 adet "M" butonu ile sürüş modları ayarlanabiliyor.

Bilgilendirme sistemleri için 12.3 inçlik bir dijital gösterge karşımıza çıkıyor. Bu ekranı dönen bir joystick ile yönetirken aynı zamanda dokunmatik olarak kullanmak da mümkün.

İç kısımda da dış kısımda olduğu gibi karbon fiber detaylar görülebiliyor. Vites çevresi, direksiyon kolları, vites değiştirme kulakçıkları, ön konsol gibi yerlerde karbon fiber kullanılırken, diğer kısımlarda kullanılan süet ve deri, beraberinde konforu getiriyor.

Otomobillerin Uzunluğu 6 Silindirli Sıralı Motor Nedeniyle Uzun Tutulmuş

4794 mm uzunluğa, 1903 mm genişliğe ve 1437 mm yüksekliğe sahip olan M3 Sedan modeline 4800 mm uzunluk, 1887 mm genişlik ve 1393 mm yükseklik ile M4 Sedan Coupe modeli eşlik ediyor. İki otomobilin de boyutları öncü modellere göre biraz daha büyük olsa da otomobiller sportifliğinden hiçbir şekilde ödün vermiyor.



Sonuç olarak tasarım kimi otomobil tutkunları için korkunç görünüyor, kimisi içinse gayet zarif ve şık duruyor.

Süspansiyon ve fren alanında Yeni BMW M3 ve M4, temel 3 ve 4 serisine göre daha yumuşak ve daha alçak bir süspansiyon yapısına sahip iken standart olarak sunulan bu adaptif süspansiyonlar konfor ve spor modlarına ayarlanabiliyor.

Bununla birlikte ortalama 1700 kg olan bu araçları durdurmak için standart olarak sunulan önde 380, arkada 370mm fren disklerine, 6 pistonlu, renk seçeneği bulunan kaliperler baskı uyguluyor. Ayrıca daha iyi fren performansı için 400mm'lik karbon-seramik fren diskleri kullanıcılara opsiyonel olarak sunuluyor.

Tartışmalı Tasarımın Altında Bekleyen Bu Güç Ünitesi, BMW Tutkunlarını Bir Hayli Heyecanlandıracak

BMW M3, BMW M4 ve Competition modellerinde yine BMW efsanelerinden olan sıralı biçimde konumlandırılmış 6 silindirlili TwinPower motoru görüyoruz.

BMW M3 Sedan ve M4 Coupe'nin baz versiyonlarında bulunan 3.0 litrelik 6

silindirlili çift turbo beslemeli bu motor, 480 HP'lik gücü ve 550 Nm torku otomobil tutkunlarının halen vazgeçemediği 6 ileri manuel şanzıman ile yollara iletiyor.

Otomobiller 0-100 km/h arası 4.2 saniyede alabilirken maksimum sürat 250 km/h için elektronik olarak sınırlandırılmış.

Baz versiyonlarının hormonlu hali olarak nitelendirebileceğimiz Competition modellerinde ise yine 3.0 litrelik 6 silindirlili çift turbo beslemeli motordan 510 HP'lik güç alınabiliyor ve bu motor 650 Nm tork üreterek baz versiyonu ile farkını ortaya koyuyor. Bu güç ise 8 ileri Steptronic şanzıman ile tekerleklerle iletiliyor.





0-100 km/h hızlanması sadece 3.9 saniye olan BMW M3 Competition ve M4 Competition modellerinin azami süratleri yine 250 km/h hızla sınırlandırılmış. Ancak opsiyonel olarak azami sürat 290 km/h 'a kadar çıkarılabilir.

Standart olarak arkadan itiş olan bu otomobillerde ise 4x4 opsiyonu sunulması ile beraber otomobil 4x4 olsa bile 4x2 şeklinde kullanılabilir.. Oldukça eğlenceli...

Yakıt Tüketimi Konusunda BMW, Karşımıza Çok Tatmin Edici Rakamlarla Çıkmasa da, 500 HP Civarındaki Bu Motorlar İçin Gayet Başarılı

BMW M3 için şehir içi yakıt tüketimi 100 km başına 15.6 litre iken aynı motor şehir dışında 100 km'de 8 litre civarı yakıt tüketiyor. Ortalama yakıt tüketimi ise 10.8 litre olan baz M3 modeline Competition modeli şehir içinde 14.6 litre, şehir dışında 7.6 litre ve ortalama olarak 10.2 litre yakıt tüketimi ile eşlik ediyor.

BMW M4 için şehir içi yakıt tüketimi ise 100 km başına 16 litre, şehir dışında 7.8 litre ve ortalama olarak 10.8 litre olarak hesaplanıyor. Aynı motorun 510 HP'lik

versiyonu bulunan Competition modellerinde ise şehir içi yakıt tüketimi 100 km başına şehir içinde 14.6, şehir dışında 7.6 ve ortalama olarak 10.2 litre değerlerinde seyrediyor.

Fiyatları Biraz Cep Yakıyor

Fiyat konusunda ise BMW maliyetten kısmadığı gibi fiyattan da kısmıyor.. BMW M3 Modellerinin taban fiyatları

82.800€'dan başlarken BMW M4 ise 84.200€'dan başlıyor. Eklediğiniz birkaç opsiyonla beraber ortalama 90.000€ civarında bu araçlara sahip olmak mümkün.

2021 Mart ayında piyasaya sürülmesi beklenen bu iki modeli yollarda görmek tüm otomobil tutkunlarının öncelikli beklentisi...

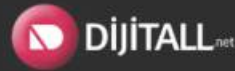


E TİCARET PANDEMİ KRİZİNDEN ÇIKIŞ NOKTASI OLABİLİR

Üyelerinin e-ticaret ile pandeminin yarattığı ekonomik krize takılmadan düze çıkabileceğini değerlendiren EĞİAD Ege Genç İş İnsanları Derneği bu kapsamda bir dizi e ticaret eğitimi başlattı.



E-Ticaret Webinar Serisi



Tüm dünyayı etkisi altına alan yeni tip koronavirüs pandemisinin ardından evden çalışma sisteminin tercih edilmesi, gıdanın temin edildiği noktaların farklılaşması, tatil alışkanlıklarının

değişmesi ve uzaktan eğitim sistemine geçilmesi; e-ticaretteki tüketim alışkanlıklarını da yeniden belirledi. E-ticaret yapan her marka, kononavirüs pandemi sürecinde satışlarında önemli bir artış kaydetti. Bu süreçte online mağazalara ağırlık veren markalar, rekabette bir adım öne çıktı. Üyelerinin e-ticaret ile pandeminin yarattığı ekonomik krize takılmadan düze çıkabileceğini değerlendiren EĞİAD Ege Genç İş İnsanları Derneği bu kapsamda bir dizi e ticaret eğitimi başlattı.





Dünya koronavirüs salgınının yarattığı tahribatı atlatmaya çalışırken bir yandan da salgın sonrası dünyanın nasıl şekilleneceği, şirketlerin izleyeceği yollar ve planlamalar merak konusu oldu. Corona virüs ile birlikte e-ticarete adapte olmak da bunlar arasında yer aldı. Her krizde avantajlı çıkan sektör ve firmalar olduğu gibi pandeminin yarattığı krizde de e-ticaret tüketiciler için çıkış yolu oldu. Öyle ki koronavirüs sürecinde hiç internetten alışveriş yapmamış kişiler bile temassız alışverişi mümkün kılan e-ticareti keşfetti. İşe ticari işletmeler tarafından bakıldığında para ile temasın neredeyse tamamen bittiği temassız alışverişe geçildiği, hatta alıcı ve teslimat araçları ile bile yüz yüze gelmediğimiz bir süreçte e-ticaretin artıları saymakla bitmeyecek durumda. 700'e yakın üyesiyle büyük bir ticaret ağına sahip olan



EGİAD, başta gıda olmak üzere pandemi sebebiyle gelir kaybına uğrayan üye şirketlerine ihracat, e ticaret, ürün alımı, alış-veriş olmak üzere birçok başlık altında destek olma kararıyla bu kapsamda online eğitim başlattı. Dijital.net Kurucusu Utku Kumral'ın konuk konuşmacı olduğu 10 Adımda E-Ticarete Başlamak konulu toplantı iş dünyası tarafından büyük ilgi gördü.

Online toplantı EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Aslan'ın açılış konuşmasıyla başladı. Covid-19 sürecinin

eğitim, iletişim gibi alanlara büyük boyutlarda etki ettiğini ve virüsün ekonomiye etkisiyle beraber e-ticaretin yükselişinin de gözden kaçırılmayacak bir noktaya geldiğini belirten Aslan, "Koronavirüs'ün dünyayı etkisi altına almasından hemen sonra birçok ülke pandemik durumun daha fazla büyümemesi için küçük işletmelere yönelik tedbirler aldı. Türkiye'de ise öncelikle kapatılan spor salonları, berberler, kafe ve eğlence mekanları oldu. Beraberinde de pastane, fırın gibi dükkanlar için hizmet sınırlamaları getirildi. Getirilen bu uygulamalarla küçük işletmeler olumsuz etkilendi. Ancak e-



ticaret hizmeti veren işletmelerin yoğunluğunun arttığını söylemek de mümkün. Kısacası bu noktada koronavirüs salgınının, e-ticaret yapan firmalar için hizmetlerini doğru bir şekilde yönettikleri takdirde daha az düzeyde olumsuz etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Bu süreç içerisinde evlerinde kalan insanların büyük bölümü, ailelerini ve

Doğru ürün yelpazesi, online ürün tercihlerine dikkat edilmesi, ürünün internetteki pazar payının araştırılması, rakip ürünlerle fiyat araştırması, ürünleri anlatan domain adı, doğru e-ticaret yazılımı, tasarım, ürünlerin siteye yüklenmesi, doğru fotoğraflama, stok takibi ve faturalandırma, kargo entegrasyonu, ödeme sistemi entegrasyonu, sitenin tanıtımı ve reklamlandırma başlıkları büyük önem taşıyor.

Her krizde avantajlı çıkan sektör ve firmalar olduğu gibi pandeminin yarattığı krizde de e-ticaret tüketiciler için çıkış yolu oldu. Öyle ki koronavirüs sürecinde hiç internetten alışveriş yapmamış kişiler bile temassız alışverişi mümkün kılan e-ticareti keşfetti.

kendilerini koronavirüs tehlikesinden korumak için market ihtiyaçları dahil olmak üzere kıyafet, mobilya, kozmetik gibi alışverişlerini internet üzerinden gerçekleştirmeye başladı. E-ticaretin bu boyutuna değindikten sonra, etkili bir şekilde yapılabilmesi için gerekli olan stratejilere odaklanmak gerekir. Ancak doğru stratejiler ile başarılı sonuçlar elde edilebilir" dedi.

Açılış konuşmalarının ardından Dijital.net Kurucusu Utku Kumral isee-ticaret yazılım teknolojileri ile ilgili katılımcıları bilgilendirdi. Pandemi sürecinde e-ticaretteki gelişmelerin artarak devam edeceğinin öngörüldüğü etkinlikte, bazı firmalar için bu sürecin çıkış olabileceği kaydedilerek, 10 adımda e-ticaretin ip uçları paylaşıldı. Kumral, "Doğru ürün yelpazesi, online ürün tercihlerine dikkat edilmesi, ürünün internetteki pazar payının araştırılması, rakip ürünlerle fiyat araştırması, ürünleri anlatan domain adı, doğru e-ticaret yazılımı, tasarım, ürünlerin siteye yüklenmesi, doğru fotoğraflama, stok takibi ve faturalandırma, kargo entegrasyonu, ödeme sistemi entegrasyonu, sitenin tanıtımı ve reklamlandırma başlıkları büyük önem taşımakta" dedi.



Y KUŞAĞININ YÜZDE 68'İ PANDEMİDEN SONRA TOPLU TAŞIMA YERİNE ÖZEL ARAÇ TERCİH EDİYOR!



Y kuşağının yüzde 68'i artık toplu taşıma araçlarını kullanmak yerine kendi araçlarını kullanmayı tercih ederken, Y kuşağı temsilcilerinin yüzde 50'si geçen yıla kıyasla bu tatil sezonunda kendi araçlarını kullanarak tatile gitme olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtiyor...



Y Kuşağının Yüzde 46'sı Çevrimiçi Araç Satın Almaya Sıcak Bakıyor!

Ankete katılan Y kuşağı temsilcilerinin yüzde 50'si geçen yıla kıyasla tatil sezonunda kendi araçlarını kullanarak tatile gitme olasılıklarının daha yüksek olduğunu vurguladı. Öte yandan, sürücülerin yüzde 46'sı artık aracını online olarak satın almayı düşünceğini belirtirken, yüzde 33'ü salgın nedeniyle bunun daha güvenli olacağını ifade etti. Bununla birlikte, Y kuşağının yüzde 41'i araç satın alma sürecinde hala kendilerine yardımcı olacak biriyle konuşmak istese de yüzde 68'i güvenilir bir ödeme çözümünün en önemli konu olduğunu dile getirdi.

"Y Kuşağı İçin Artık Özel Araç Kullanmak En Güvenli Seçenek"

CarNext.com Türkiye ve LeasePlan Türkiye Genel Müdürü Türkay Oktay ise değerlendirmesinde "6 Avrupa ülkesinden 24-35 yaş arası katılımcıların cevapladığı Y Kuşağı anketimiz, Covid-19 salgınından daha az endişe duyan kesim olarak görülen bu jenerasyonun da yeni normalde özel araçlarını kullanmayı en güvenli seçenek olarak gördüğünü gözler önüne seriyor. Ayrıca hijyen ve mesafe endişelerinin arttığı salgın döneminde her alanda olduğu gibi otomotiv sektöründe de dijital çözümler ön plana çıktı. CarNext.com Türkiye olarak salgının başlarında devreye aldığımız online satış sürecimize artan ilgi anket sonuçlarını destekler nitelikte" dedi.

LeasePlan çatısı altında yer alan ve Avrupa'nın önde gelen yüksek kaliteli ikinci el otomobil "pazar yeri" sitelerinden CarNext.com, Y Kuşağı [Milenyum] Otomobil Araştırması'nın sonuçlarını açıkladı. Araştırma kapsamında, altı ülkeden 24-35 yaş arasındaki 3 bin sürücüye salgın nedeniyle seyahat imkanlarında ve çevrimiçi araba satın alma tercihlerinde ne gibi değişiklikler olduğu soruldu. Buna göre, Y kuşağının yüzde 68'i artık toplu taşıma araçlarını kullanmak yerine kendi araçlarını kullanmayı tercih ederken, katılımcıların yüzde 65'i bu kararda Covid-19 salgınının etkisi olduğunu belirtti.

Sürücülerin yüzde 46'sı artık çevrimiçi yani online olarak araç satın almayı düşünceğini belirtirken, yüzde 33'ü salgın nedeniyle bunun daha güvenli olacağını ifade etti. Bununla birlikte, Y kuşağının yüzde 41'i araç satın alma sürecinde hala kendilerine yardımcı olacak biriyle konuşmak istese de yüzde 68'i güvenilir bir ödeme çözümünün en önemli konu olduğunu dile getirdi.





TÜRKİYE'DE BİR İLK: MOBİL UYGULAMA ÜZERİNDEN ARAÇ KAMPANYASI

AVM'lerin araç kampanyaları sürerken, ANKA Mall yine bir ilke imza atarak BMW Gran Coupe Sport Line araç kampanyasını mobil uygulama üzerinden gerçekleştiriyor...

ECE Türkiye tarafından yönetilen, Türkiye'nin en büyük alışveriş merkezlerinden ANKA Mall, yeni yıl yaklaşırken ziyaretçilerine yeni BMW Gran Coupe Sport Line araç kazanma şansı sunuyor; başvurular ilk kez gerçekleştirilen bir yöntemle mobil uygulama üzerinden yapılıyor.

Pandemi sürecinin başından itibaren aldığı üst düzey önlemlerle TSE onaylı

Güvenli Hizmet Belgesi'ni alan ANKA Mall, araç çekilişinde de temas ve riski en aza indirmek için bir yeniliğe imza atıyor. Misafirlerinin ve çalışanlarının güvenliğini önde tutan AVM, kampanyayı mobil uygulama üzerinden gerçekleştiriyor.

Ziyaretçiler AVM içerisinde kayıt masasına gitmeden, telefonlarına indirdikleri mobil uygulama ile kampanyaya başvuru yapabilecek; fiş kontrolü sonrasında

Hız Kazandıran Alışveriş

21 Ekim 2020 - 18 Nisan 2021 tarihleri arasında tek seferde 300 TL ve katları alışveriş yap, çekilişe katılma şansı yakala!

- 1 ANKA Mall'da tek seferde 300 TL ve katları tutarında alışveriş yap
- 2 ANKA Mall uygulamasını indir
- 3 Alışveriş fişinin fotoğrafını çek, gönder

Hemen İndir >>>

Detaylar ANKA Mall.com.tr'de

/ANKAMall /anaANKAMall /ANKAMall /ANKAMall

Cek fişi bitir işi!

Yeni BMW 216d Gran Coupe

uygulama üzerinden çekilişe katılabilecek. Türkiye'de ilk defa ANKA Mall tarafından geliştirilen uygulama sayesinde koronavirus riskini ortadan kaldırmak amaçlanıyor.

"Çek Fişi Bitir İşi" sloganıyla başlatılan kampanyada 18 Nisan 2021 tarihine kadar tek seferde 300 TL ve katları tutarında alışveriş yapan ziyaretçiler çekilişe katılmaya hak kazanıyor.



HER MEVSİM AYRI GÜZEL, HER AN ÇOK HUZURLU: KAPADOKYA

Kapadokya'nın güzel vadilerini, meşhur peribacalarını ve rengarenk balonlarını hiç bembeyaz bir örtü altında gördünüz mü? Bu yıl kış tatili yapma niyetindeyseniz Kapadokya'da sakın, huzurlu, masalsı bir tatil yaşayabilirsiniz.

Her mevsimi ayrı güzel olan, huzur denince ilk akla gelen tatil beldelerinden Kapadokya'nın vadileri beyaz örtü ile kaplandığında derin sessizliği ve hayranlık uyandıran güzelliği ile vazgeçilmez tatil lokasyonlarından olan Kapadokya'da kışın yapabilecekleriniz...

Bembeyaz Bir Manzara: Balon Turu

Kapadokya'nın meşhur balonları 4 mevsim uçmaya devam ediyor. Kalkışın 5.00 – 5.30 arası gerçekleştiği balon uçuşları ile Ürgüp, Avanos ve Göreme'nin eşsiz manzaralarının yanı sıra çatıları beyazla kaplanmış taş evleri, tarihi kiliseleri, kayalık alanları izleyebilirsiniz.

'Güzel Atlar Ülkesi'nde At ile Gezi

'Güzel Atlar Ülkesi' olarak nitelendirilen Kapadokya'da kışın yapacağınız bir at gezisi ile vadilerin, peribacalarının en güzel hallerinin görebilir, yaşadığınız bu güzel anları ölümsüzleştirebilirsiniz. Eski İpek Yolu'nun kervanlarının izlediği



rotadan Devrent Vadisi, Paşabağı ve Çavuşun başta olmak üzere muhteşem lokasyonlara uğrayabilirsiniz.

Göreme Açık hava Müzesi

Kapadokya'yı ziyaret ettiğiniz zaman sizi muhteşem bir dünya mirası karşılıyor, bunlardan biri de Göreme Açık hava Müzesi... Müze'nin büyüleyici güzelliğine kışın da şahitlik edebilir, M.S. 8. Yüzyıl'da manastır yaşamına en sahipliği yapan bu yeri keyifle gezebilirsiniz.

ATV ve Jeep Safari

Kapadokya'nın vadileri her mevsim ATV'ler ile gezmek için elverişli... Ayrıca Jeep Safariye çıktığınızda tabiatın en muhteşem halini, kiliseleri ve vadileri 5 kişilik jeepler ile görebiliyorsunuz.

Kapadokya'da Yeme - İçme

Birbirinden güzel yemek alternatifleri ile karşılaşacağınız bu eşsiz beldede kışın da i inizi ısıtacak çorba  onerileri mevcut. D   n  orbası ya da s  tl   çorba ile başlangıç yaptıktan sonra, özel sunumu ile iştah kabartan testi kebabı ya da   mlekte kuru fasulyeyi yemeden dönmeyin. Ayva dolması ve divil kışın vazgeçilmez lezzetlerinden... Kış mevsiminin aranan içeceklerinden olan salep de Kapadokya'da bir başka güzel...

Kapadokya'da Konaklama

Kapadokya'nın ta  evlerinde farklı bir konaklama deneyimi ya ayacaksınız. Bu ta  evlerin doğal ısı yalıtımı sayesinde kışın da    m yorsunuz. Tarihi bir atmosfere şahitlik edebilece iniz mağara evlerde yarım pansiyon ve tam pansiyon seçenekleri ile konaklayabilirsiniz.





ANIL PİYANCI VE CEM ADRIAN'DAN İŞ BİRLİĞİ: 'ÖLÜM İLE YAŞAM'

Türkiye'nin en başarılı rap sanatçılarından Anıl Pıyancı, sevilen müzisyen Cem Adrian ile düet yaptığı 'Ölüm İle Yaşam' şarkısını dinleyicilerle buluşturuyor.

Rap müziğin sınırlarını yeniden çizen 'Ölüm İle Yaşam'ın sözleri Cem Adrian ve Anıl Pıyancı'ya; bestesi Direnç Utku Kaçmaz, Cem Adrian ve Anıl Pıyancı'ya; düzenlemesi ve mix'i de Can Volkan'a ait.

2006'dan bu yana çalışmalarıyla kitlesini genişleten ve ülkenin en çok dinlenen sanatçılarından biri olan Anıl Pıyancı, 2006'da, yani 16 yaşında "Yeşil Oda" ismi ile bilinen rap müzik stüdyosunu kurdu ve o günden sonra kendini tamamen müziğe adanmış. Kurulduğu dönemde Türkiye'nin tek rap müzik stüdyosu olarak çalışan Yeşil Oda'nın, Türkiye'deki hip hop kültürünün gelişimine katkısı da oldukça büyük oldu.

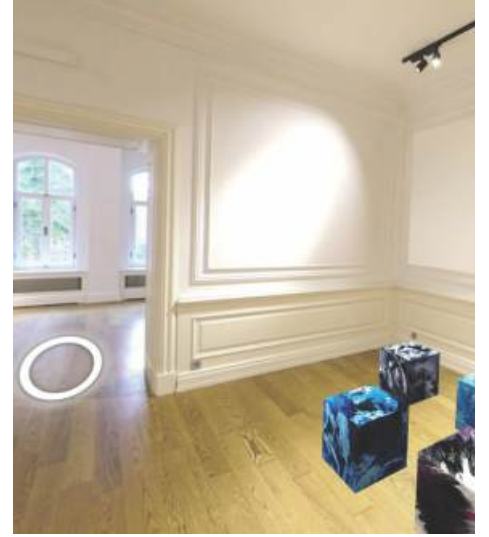
'HAYATI ODALARA BÖLDÜM' DİJİTAL SERGİSİ YAYINDA

TOÇEV Mütevveli ve Yönetim Kurulu Başkanı, yazar, konuşmacı ve çağdaş ebru sanatçısı Ebru Uygun'un; "Hayati Odalara Böldüm" adını verdiği ebru sergisi dijital platformda sanatseverlerle buluşuyor. Mekan, zaman ve kişi kavramlarının dönüşüme uğradığı pandemi sürecinde, Ebru Uygun sanatını paylaşmanın dijital yolunu buluyor.

Sanatçı Ebru Uygun; Akaretler Sıraevler'de boş bir mekana, dijital ortamda, özel bir uygulama aracılığıyla

yerleştirilen yapıtlarını, yine dijital ortamda izleyicilerle paylaşıyor. Bu sanat buluşmasında izleyici sergiye davet edilmiyor, sergi izleyicinin ekranına misafir oluyor. Sergi mekanı ve yapıtlar gerçek ancak çekim, yapıtlar fiziki mekanda olmadan dijital yollar ile yapıldı. Bu projesi ile Ebru Uygun; serginin dijital ortamda oturduğu zemin, gerçeklik ve illüzyon kavramlarını da sorguluyor.

Serginin sanal gerçeklik ortamında sunulması izleyiciye, 2 boyutlu bir ekran aracılığıyla 3 boyutlu bir deneyim yaşıyor. Sergi gezme deneyimi, inisiyatifin izleyicide olduğu uygulama ile bir üst seviyeye çıkartılıyor.



YERLEŞTİRME SERGİSİ

Yerleştirmede şamandıra, plastik fıçı, bakır kova, saksı ve raket gibi çeşitli gündelik kullanım nesneleri havada asılı

şekilde mekana yayılırken, farklı biçimlerde müdahale edilip birleştirilmiş bu nesneler önceden kaydedilmiş ses

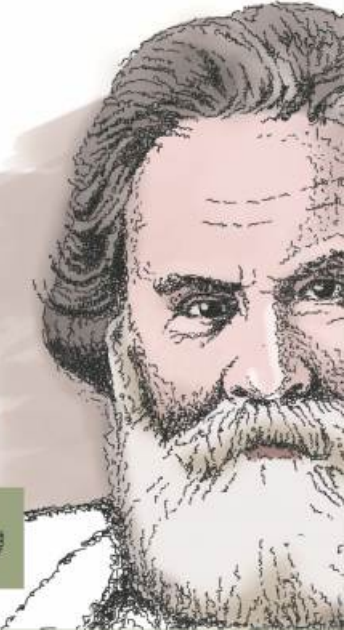
dosyalarından gelen sinyallerle titreşiyor, yağmur ormanlarının doğal seslerini hatırlatan bir ses ortamı meydana getiriyorlar. Yağmur Ormanı V [Varyasyon 3], 7 Şubat 2021 tarihine kadar görülebilir.

Arter'in mimarisinde bolca kullanılan cam malzeme misyonundaki şeffaf duruşa birebir yansımakta ve yansımaya devam etmektedir. Dolapdere'de yaşayan tüm komşularına, gençlere, çocuklara kucak açan müze yepyeni projeleriyle her geçen gün bizleri şaşırtmaktadır. Mimarinin dışındaki şeffaf tema iç mekanda da sergilere akseder. Sergi sayısı ne kadar fazla olursa olsun sanat izleyicisi müzedeki bölümleri dolaşarak, farklı galerileri gezerken keskin geçişler yerine yumuşak geçişlerle sanki birbirinin içine geçmiş sanat eserlerini deneyimleme imkanı bulur.



VLADİMİR KOROLENKO Makar'ın Rüyası

TÜRKÇESİ KARSU İLKSEN FIRAT



DÜNYA KLASIĞI MAKAR'IN RÜYASI TÜRKÇE'DE İLK KEZ YAYIMLANDI

VakıfBank Kültür Yayınları Rus yazar Vladimir Korolenko'nun "Makar'ın Rüyası" isimli dünya klasiğini Türkçe'de ilk kez yayımlıyor. Bir Yakut köylüsünün yaşamı üzerinden Rus kırsal toplumunu ve inançlarını anlatan bu eser, yazarın hayatından önemli izler taşıyor.

Rus toplumunun yaşama ve ölümden sonrasına ilişkin görüşlerini akıcı bir anlatımla kurgulayan "Makar'ın Rüyası"nın Türkçe çevirisi Karsu İlksen Fırat'a ait.

Kıtapta, Yakut köylüsü Makar eşiyile birlikte Rus kırsalında yaşamını sürdürürken hayata veda ediyor. Hemen sonrasında Makar'ın ölümden sonraki yolculuğu satırlarda genişçe yer ediniyor. Gerek bir gazeteci olarak gerekse de yazınsal ve fıkırsel çalışmalarıyla Rus toplumu üzerinde büyük bir etki yaratan Korolenko'nun eseri hayatından izler taşıyor.

RESMİN ŞAİRİ DEVRİM ERBİL'İN "YENİ RESİMLER - YENİ DOKUNUŞLAR" SERGİSİ BAŞKENTTE...

Next Level Alışveriş Merkezi'nde yer alan ve heykelden resim sanatına kadar ünlü sanatçıların en özel eserlerine ev sahipliği yapan Ziraat Bankası Çukurambar Sanat Galerisi bu kez de dünyaca ünlü Ressam Devrim Erbil'in eserlerini Başkentlilerle buluşturuyor.

Serginin küratörlüğünü gerçekleştiren Prof. Dr. Kıymet Giray, sergide yer alan ve Erbil'in 2020 yılı için özel olarak tasarladığı eserler hakkında "Pandeminin başlamasıyla evlere kapandık, bizim gibi çalışan insanlar için izole olmak, biraz daha uzak durmak güzel sonuçlar doğuruyor. Devrim Erbil de öyle yaptı, İstanbul'dan Bodrum'a gitti ve evinde tamamen izole olmuş bir şekilde burada yer alan eserleri ortaya koydu. Bu resimler onun için çok önemli" diye konuştu. Sanat hayatında 60 yılı geride bırakan, yurtiçi ve yurtdışında yüzlerce sergi açıp ödüller kazanan Erbil'in "Yeni Resimler - Yeni Dokunuşlar" Sergisi 28 Şubat 2021 tarihine kadar 10.00 - 20.00 saatleri arasında ziyaret edilebilecek.



YENİ NESİL ARAÇ İÇİ SES SİSTEMİ

Teknoloji şirketi ve premium lastik üreticisi Continental, ses uzmanı Sennheiser ile önemli bir iş birliğine imza attı. İş birliği kapsamında iki kurum, ileri teknolojiyle ortaya çıkan yeni nesil araç içi ses çözümlerini geliştirdi.

Kullanıcılar, Continental'in Ac2ated Sound sistemi ile Sennheiser'in araç içi ses sistemi AMBEO Mobility'nin teknolojisinin birleşimiyle sürükleyici bir araç içi

eğlence deneyiminin keyfini çıkarabilecek. Aynı zamanda Sennheiser ve Continental araç içi ses sistemi, her koltuk için tam ses kişiselleştirmesine izin veriyor. Arama kalitesinden, kişiselleştirilmiş içerik çalmaya uzanan ve kullanıcı konforu düşünülerek tasarlanan AMBEO Mobility, sürücünün ve yolcuların kulaklarına yakın bir yere yerleştirildiğinde dahi dinleme deneyimini önemli ölçüde iyileştiriyor. Özel olarak tasarlanmış koltuk başlıkları ile yolcular, sesli kitap dinlerken aynı zamanda sürücü de arama yapabiliyor.

PETLAS'TAN KARAKIŞ LASTİĞİ

PETLAS, yerli sermaye, yerli Ar-Ge ve yerli işgücü ile geliştirip ürettiği 2020 model yeni kış lastiği Glacier W661'i sürücülerin beğenisine sunuyor. Kış koşullarının sert geçtiği, karakışın hüküm sürdüğü yerlerde, karlı ve buzlu zeminde kullanılmak üzere tasarlanan PETLAS Glacier W661 lastiği, sürücülere karlı ve buzlu zeminde daha kısa fren mesafesi, üstün çekiş gücü ve sürüş emniyeti sunuyor.

Petlas'ın yeni geliştirdiği Glacier W661,

optimize edilmiş taban profili ile her koşulda zemin ile teması koruyor. Petlas'ın yoğun karlı zeminler için tasarladığı Glacierin kademeli blok kenarları dönüşlerde yanal tutunmayı artırıyor. Yönlü bloklulu desen tasarımı karlı ve buzlu zeminde üstün performans sağlıyor. Taraçalı oluk dipleri lastik kara battığında çekiş ve frenlemeye katkı sağlıyor. Bu sayede asfalt üzerindeki kara batarak frenlemede ve kalkışta emniyet sağlıyor. Optimize edilmiş dalgalı lameller kuru, karlı ve buzlu zeminde daha dengeli sürüş ve kısa fren mesafesi sunuyor.



YENİ SEAT LEON 2021 AUTOBEST ÖDÜLÜNE LAYIK GÖRÜLDÜ

Tamamen yenilenen SEAT Leon, Avrupa'nın dört bir yanından gelen 31 gazeteciden oluşan AUTOBEST jürisi tarafından, "Avrupa'da 2021 Yılında Satın Alınabilecek En İyi Otomobil" ödülü olan "AUTOBEST 2021"e layık görüldü. 2017 yılında Ateca modeliyle de bu ödülü alan SEAT, sıradan modellerin ötesine geçen otomobiller geliştirmeye ve pazara tam

anlamıyla farklı ürünler sunmaya olan bağlılığını da bir kez daha göstermiş oldu.

Sınıfının en belirleyici modellerinin başında gelen SEAT Leon, bugüne kadar gerçekleşen 2,3 milyon adetlik satış adediyle de nesiller boyu devam eden bir başarıya imza attı. 2014 yılından bu yana İspanya'nın en çok satan otomobili olan SEAT Leon'un dördüncü nesli, gelmiş geçmiş en iyi Leon olarak pazara sunuldu.

MADENİ YAĞ ANALİZİNDE DEVRİM YARATAN BİR YENİLİK

Dünyanın en büyük enerji şirketlerinden biri ve lider madeni yağ firması olan Shell, inovasyon ve teknoloji alanındaki yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. Shell, operasyonlarda verimliliğin her zamankinden daha fazla önem taşıdığı pandemi sürecinde, ekipmanların sağlıklı bir şekilde çalışabilmesi için Shell Remote Sense Akıllı Yağ Durumu Takip Sistemini geliştirdi.

Bu sayede gerçek-zamanlı bilgilere ulaşılmasını sağlayarak, operasyonların daha iyi yönetilmesine yardımcı olmayı hedefliyor. Yapay zeka ve Shell'in madeni yağlar alanındaki deneyiminin birleşmesinden ortaya çıkan bu sistem; yağ durumunu ve yağdaki bozulmayı tespit ederek daha sağlıklı ve daha verimli çalışmaya da yardımcı olacak.





KURDAKİ ARTIŞ OTO SERVİSLERİNİ OLUMSUZ YÖNDE ETKİLİYOR!

TOSEF Tüm Oto Servisleri Federasyonu, salgın döneminde üyelerine destek olmaya devam ediyor. 600 özel servise ve yaklaşık 30 bin sektör çalışanına bulaş riskini azaltmak ve çalışanların sağlığını korumak amacıyla dezenfeksiyon kiti ulaştıran TOSEF, yılın ikinci yarısında servis girişlerinde ortalama yüzde 30 azalma olduğuna dikkat çekti.

Tüm Oto Servisleri Federasyonu TOSEF, salgın döneminde üyesi olan 600 özel oto servisine destek vermeye devam ediyor. Sektörün, pandeminin sebep olduğu kayıplardan minimum düzeyde etkilenmesi adına çalışmalarını sürdüren TOSEF, 600 özel oto servisi ve 30 bin sektör çalışanına dezenfeksiyon kiti ulaştırdı. Salgının ve dalgalı döviz kurunun etkilerinin yoğun görüldüğü yılın ikinci yarısında servis girişlerinde ortalama yüzde 30 azalma yaşandığına dikkat çeken TOSEF Genel Sekreteri Timur Selçuk Turan "Üyemiz özel oto servislerinin, salgından minimum düzeyde etkilenmeleri üzerine çalışmalarımız devam ediyor. Dezenfeksiyon kitimiz, 10 farklı bölgenin oto servisleri derneklerinin de desteğiyle sektöre emek veren dostlarımıza ulaştı. Yaklaşık 30 bin kişinin istihdam edildiği özel oto servisleri sektörünün dijital entegrasyona yönelmesi adına projeler geliştiriyoruz. Artık araç sahipleri, daha konforlu ve fiziksel temasın daha az yaşandığı bir servis deneyimine ihtiyaç duyuyor. Diğer yandan boya fiyatlarında yaşanan yüzde 35 dolaylarındaki artış, servislerin maliyetlerini direkt etkiledi.

İşçilik fiyatlarına bu artışlar yansıtılmadığı için çok küçük olan kar marjı da negatife çevrilmiş oldu" dedi.

Özel Oto Servisleri 10 Milyar TL'lik Bir Sektöre İşaret Ediyor

Özel oto servisleri pazarının önemine de dikkat çeken TOSEF Genel Sekreteri Timur Selçuk Turan, "Oto servisleri otomotiv sektöründe geri planda kalsa da aslında tahmin edilenden çok daha büyük bir

pazara işaret ediyor. Yaklaşık 10 Milyar TL'lik büyüklüğe sahip olan özel oto servisleri sektöründe 30 bin aile buradan kazanç sağlıyor. TOSEF üyeleri ile birlikte kurduğumuz TOSAŞ ile birlikte, ortak bir satın alma platformu oluşturarak, yedek parça giderlerinde tasarruf sağlamaya başladık. TOSAŞ Otomotiv Hizmetleri A.Ş. üyelerimize yeni ekonomik fırsatlar kazandırırken, geniş tabanlı ortaklık ve yönetim yapısıyla paydaşlarımıza önemli katkılar sağlıyor" ifadelerini kullandı.





Önder Söken
Yetkili Oto Ekspertizciler
Federasyonu Başkanı

NEDEN OTO EKSPERTİZ?

Ekspertiz Fransızca bir kelime olan "expert" kelimesinden türetilmiş bir kelimedir. Ekspertiz kelime anlamı olarak belirli bir alanda uzmanlaşmış, teknik bilgi sahibi kişi ya da kurumları ifade eder. Oto ekspertiz de sözünü ettiğimiz kavram dağarcığından hareketle dilimizde yer bulmuş bir ifadedir.

Oto ekspertiz işlemleri araç satın alma konusunda önemli bir noktayı temsil etmektedir. Bu işlemler sayesinde araç hakkındaki bilgilerin detaylı bir dökümü elde edilir. Bu dökümde aracın kaportasında meydana gelen hasarlar, motor performansı, fren düzeneği, şanzıman aksamı, süspansiyon durumu vb. bilgiler sunulur.

Araç alıp satarken bu bilgiler yol göstericidir. Aracı güven içinde almanıza yardım eden bu bilgiler sayesinde güvenli bir piyasa ortamı oluşur.

Oto ekspertiz esnasında hem cihazlar yardımıyla hem de uzman gözüyle araç incelendiği için araç hakkında yüzde yüze yakın bilgi edilir. Yanılma payı elbette olabilir ancak bu, çok düşük bir seviyededir.

Ekspertiz Cihazları Kullanımı Gerekli mi?

Araç alım satımında ekspertiz ne kadar önemliyse cihazlar da o denli önemlidir. Sağlıklı ölçümler yapılabilmesi, araç hakkında ince detaylar hakkında bilgi edinilebilmesi için ekspertiz cihazları bir ekspertiz uzmanının en büyük yardımcısıdır.

Ekspertiz Yaptırmak Ne Kadar Önem Taşıyor?

Ekspertiz, satıcının sunmuş olduğu bilgilerin doğruluğunun teyit edilmesini sağlayan bir unsurdur. Hata, boya, performans vb. unsurların alıcı açısından önemi yadsınmaz. Buradan hareket edecek olursak ekspertiz işleminin de matematikteki sağlama işlemi gibi bir işlevi olduğunu söyleyebiliriz.

Oto Ekspertiz İle Hangi Konular Hakkında Bilgi Sahibi Olunur?

Oto ekspertiz işlemi esnasında araç hakkında birçok bilgi sahibi olunabilir. Bunları ana başlıklar altında şu şekilde sıralayabiliriz:

- Mekanik denetim
- Takometre ve hız göstergelerinde hata olup olmadığı
- Motorun ürettiği kuvvetin ne kadarının lastiklere aktarıldığı
- Aracın orijinallik tespiti
- Aracın kaza durumu
- Aracın fren sisteminin güvenilirliği
- Havanın sıcaklığı baz alınarak motor kuvvetinin belirlenmesi ve orijinal değerlerle karşılaştırılması
- Motorun hangi devirde ne kadar güç ürettiği
- Motorun ürettiği kuvvetin aks, diferansiyel, şanzıman gibi transfer

organlarında ne kadarının ortadan kalktığı

- Araçta parça değişimi olup olmadığı

Oto Ekspertiz Sırasında Neler Yapılır?

Oto ekspertiz kısa süreli bir işlem olsa da alıcı açısından birçok önemli bilgi bu işlem sırasında edinilir. Oto ekspertiz işlemlerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Araçta parça değişimi olup olmadığı kontrol edilir. Bu işlem cihazlar ve uzman gözü sayesinde gerçekleştirilir.
- Süspansiyon sistemindeki aksaklıkların tespiti yapılır.
- Takometre ve hız göstergelerinde oynama yapılıp yapılmadığı bilgisi aktarılır.
- Araç motorunun performansı ölçülür.
- Aracın ürettiği kuvvetin transfer mekanizmalarına ne kadarının iletildiği öğrenilir.
- Fren testi yapılarak aracın güvenilirliği test edilir.
- Aracın kazaya geçirip geçirmediği tespit edilir.
- Boyalı aksamaların tespiti ileri seviye ölçüm cihazları ile yapılır.
- Aracın orijinalliğinin ne derece olduğu ölçülür.
- Yağ yakma, yağ kaçırma gibi aksaklıkların olup olmadığı öğrenilir.
- Motor üzerindeki şase numarası ile ruhsattaki şase numarasının karşılaştırılması yapılır.
- Döşeme kontrolleri yapılarak aracın deforme olma payı ölçülür.



AUDI, LOJİSTİK PLANLAMADA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK KULLANIYOR

Audi, lojistik süreçlerinde LayAR sistemini kullanmaya başladı. Layout ve Artırılmış Gerçeklik – AR bir birleşimi olan yazılım, Audi'nin bir üretim alanında kurulması planlanan raflar, bantlar, kutular gibi tüm lojistik yapı ve nesneleri, CAD verilerini kullanarak, üç boyutlu bir hologram olarak görselleştiriyor ve gerçek ortama gerçek boyutta yansıtıyor.

Daha önce lojistik planlamalarında prototip kullanımına giden Audi, Artırılmış Gerçeklik sayesinde, birebir ölçekte bir görsellikle, sorunların erkenden fark edilmesini ve hızlı bir şekilde çözüm geliştirilmesini sağlıyor.

Elde edilen tüm görüntüler, senkronizasyon yoluyla aynı anda birden fazla AR cihazında gösteriliyor ve kullanıcılar burada nesneleri hareket ettirebiliyor, döndürebiliyor veya değiştirebiliyor. Yapılan tüm değişiklikler gerçek zamanlı olarak görülüyor. Görüntünün paylaşımı sayesinde farklı tesislerde hatta ülkelerde olursa dahi birlikte çalışmak so derece kolay hale geliyor.

Böylece daha verimli ve hızlı bir planlama yapan lojistik ekibi, halen Ingolstadt'taki kaporta atölyesinde bir uygulamayı: araçların teslimatı için yeni bir sürücüsüz taşıma sistemini geliştiriyorlar.



KYMCO İLK ELEKTRİKLİ MOTOSİKLETİNİ TANITTI

Dünyanın önde gelen scooter ve motosiklet markalarından KYMCO, ilk elektrikli motosikletini tanıttı. Ülkemizde Doğan Trend Otomotiv distribütörlüğünde olan KYMCO tasarım detayları ve sunduğu teknolojiyle elektrikli motosiklet pazarında dengeleri değiştirebilecek F9 modelini kullanıcıların beğenisine sundu. Dünyanın ilk iki vitesli otomatik şanzımana sahip modeli olan KYMCO F9, motosiklet

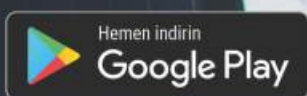
dünyasının heyecan verici çizgileri ile yeni teknolojiyi birleştirerek elektrikli motosiklet algısını değiştirmeyi hedefliyor. İlk bakışta 9,4kW gücündeki motoruyla caddelerde sportif sürüşlere imkan tanıyan havalı bir şehir içi motosikleti olarak dikkatleri çeken KYMCO F9, 0'dan 50 km/s hıza 3 saniyede ulaşıyor ve maksimum 110 km/s hız yapabiliyor. KYMCO F9'a gücünü veren 96V 40Ah kapasiteli batarya da 120 kilometre menzil sunarken, hızlı şarj özelliğiyle sadece 2 saate şarj edilebiliyor.



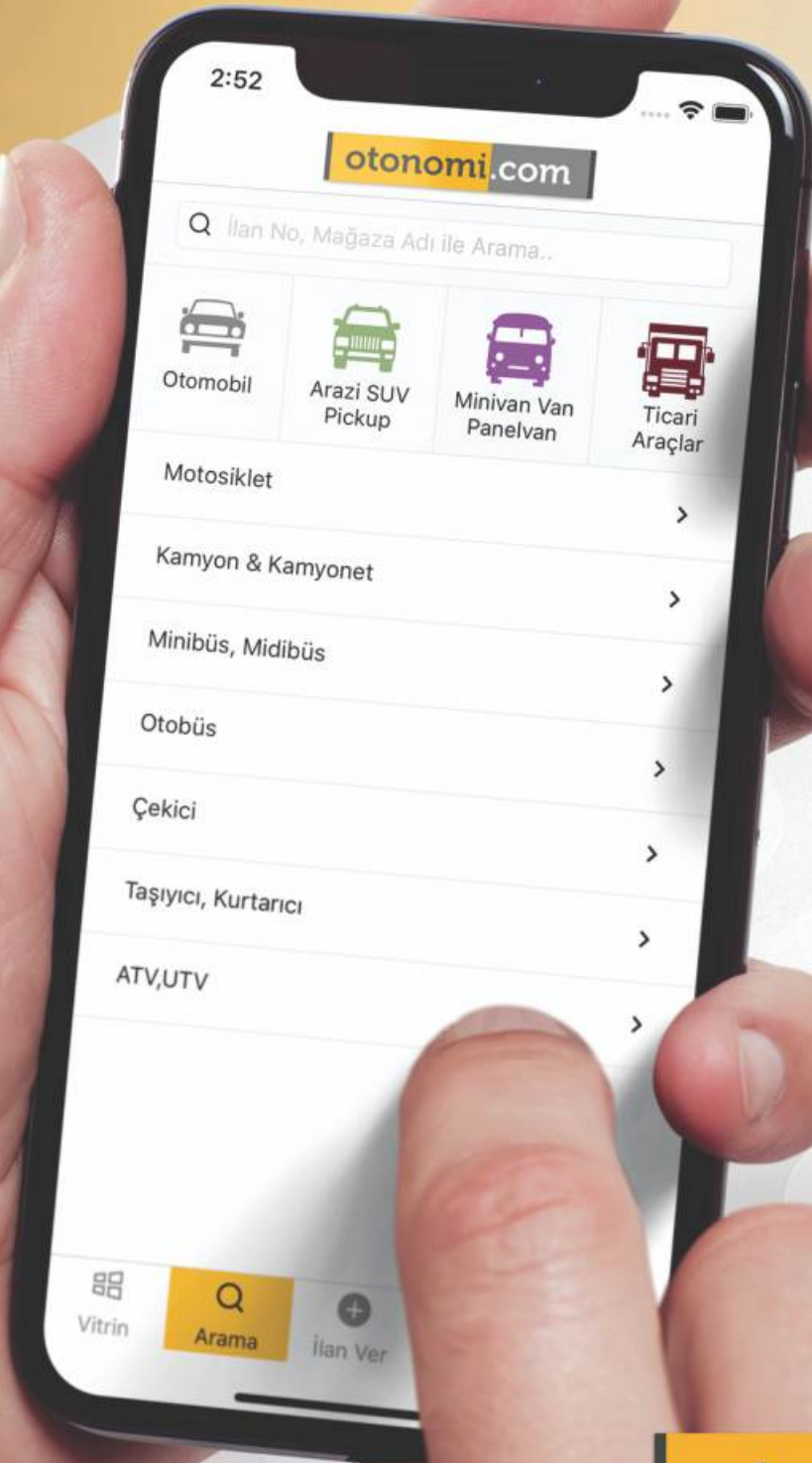
NISSAN HİJYEN DENETİMLERİNE DEVAM EDİYOR

Nissan Türkiye, koronavirüs [COVID-19] salgını sürecinde sağlıklı ve güvenli bir çalışma ve hizmet ortamı oluşturmak amacıyla Nissan bayi ve servislerinde düzenli aralıklarla hijyen denetimlerini sürdürüyor. Denetim ve belgelendirme konusunda uzman kuruluşlardan BureauVeritas iş birliği ile Temmuz ayından itibaren hayata geçirilen "Hijyen Denetimi" programı ile Nissan bayi ve servislerinin karşılama beklemeye alanına, test sürüşünden araç teslimine kadar her aşaması 113 farklı kriterde değerlendiriliyor; denetimi geçenlere ise

"Hijyen Denetimi" Sertifikası veriliyor. Nissan Türkiye, Kuzey Afrika ve Bağımsız Devletler Topluluğu Genel Müdürü Emre Doğueri, "113 farklı kriterde değerlendirilen bayilerimizin tümü 100 tam puan alarak, Nissan'ın 'önce sağlık' bakış açısının iyi birer temsilcisi olduklarını gösterdiler. Aldıkları hijyen sertifikası, müşterilerimize sağlıklı ve güvenilir hizmet verme taahhüdümüzün en büyük göstergesi. Pandemi sürecinde geldiğimiz nokta gösteriyor ki sosyal hayatta bir süre daha kontrollü olmak, maksimum özeni göstermek zorundayız. Dolayısıyla biz de tüm diğer tedbirlerimizin yanında periyodik denetimlerimize devam edeceğiz."



OTOMOBİL ALIP SATMANIN EN KOLAY YOLU!



otonomi.com

KALİTE VE GÜVENİN ADRESİ



BULUT OTO

Saracalar Mahallesi, Özal Bulvarı, C6 Blok 18-19 Otonomi
0.312 223 00 43 - 0.312 222 73 83
ertanyildizfb@hotmail.com