

Otomotiv Sektörü Krizi Nasıl Karşılıyor?

11 11 2008

Son Güncelleme 11 11 2008

Otomotiv Sektörü Hem Kaygılı Hem Ümitli

Ekonominin temel tablolarından olan otomotiv sektörü, iç ve dış piyasada yaşanan gelişmeler nedeniyle kaygılı. Kriz günlerini en zararla atlamak için çalışan sektörde, gerekli önlemler zamanında alındığı takdirde bunun başarıyla karşılanacağı düşünülmektedir.

Otomotiv, birçok sanayi dalıyla iç içe olan bir sektör. Aynı zamanda ekonominin lokomotif sektörlerinden. Demir-çelik, petrokimya, lastik, tekstil, cam ve elektrik-elektronik gibi sanayi dallarından önemli miktarlarda girdi aldığı için, onların has müpteri. Tarım, turizm, inşaat ve altyapı, ulaşıma gibi sektörlerin ihtiyaç duyduğu motorlu araçların da tedarikçisi konumunda.

Otomotiv ürünlerinin müpteriyle buluşmasını ve bunun devamlılığını sağlayan pazarlama, bayi, servis, akaryakıt, finans ve sigorta sektörleri de göz önüne alındığında, otomotiv sektörünün ne kadar geniş bir iş hacmi ve istihdam yarattığı anlaşılıyor. Sağladığı iş hacmi ve istihdam, diğer sanayi kollarının beslemesi ve teknolojik gelişmeye öncülük etmesi gibi nedenlerle, ülke ekonomisi için vazgeçilmez bir değer. Ancak büyüklüğü ve önem derecesinin her zaman için "pozitif" etkilerinin olduğunu söylemek zor. Çünkü sektörde yaşanan en küçük sarsıntı, ilipkide olduğu tüm diğer sektörlerde çok şiddetli hissedilebiliyor. Diğer sektörlerde otomotivde de hızlı bir rekabet var. Her ülkenin otomotiv stratejisi farklı, ancak ülkelerin genelinde sektöre gereken önemin verildiğini söylemek mümkün. Oluşturulan ekonomik birlikler de sektörü koruma altına almaya çalışıyor. Savunma araçlarının sağlanması da, ülkelerin, sektörü stratejik bir alan olarak görmesinde önemli bir etken.

Sektörün uzmanlarına göre ise, artan maliyetler ve yeni pazarlar için yapılan çetin rekabet, sektörü zora sokuyor. Geçmişte adeta fiyat esasına göre rekabet edilirken, günümüzde fiyatın yanı sıra kalite, etkin bir pazarlama, üründe yaratıcılık, müşteriye değer verme yeteneği, ürün çeşitliliği ve geleceğe yatırım gibi maddeler de rekabete baskı veriyor. Özellikle doymuş pazarlarda rekabetin önem kazanmasının bir sonucu olarak, şirketler ürün geliştirme, dolayısıyla marka ve model yaratabilmek için önemli. Bu gelişmeye bağlı olarak otomotiv sektörü, teknolojik gelişmelerde de diğer sektörlerle göre öncü konumunda. Sektör, ulusal ve global hava sanayisinden sonra, en kompleks teknolojiyle üretim yaparak farklılıklarını müpterilerine sayesinde hissettiriyor.

Ar-Ge Çalışmaları Çok Önemli

Bir motorlu taşıtın yapılması için farklı işlemlerden geçen ve ayrı yerlerde üretilen 5 bin dolayında parçaya ihtiyaç duyulduğundan Ar-Ge çalışmaları sektör için ne kadar önemli olduğu ortaya çıkıyor. Bu durum, otomotiv sanayinin uluslararası yatırımları yüksek seviyede olduğu bir sanayi dalına dönüşmesini sağlıyor. Ticarete karşılaşılan engeller, üretim süreçlerindeki fiyat farklılıkları nakliye maliyeti gibi unsurlar da, yerel yatırımlara gidilmesine neden oluyor. Örneğin, bugün Türkiye'de motorlu taşıt üretimi yapan 15 firmanın sadece 5'i sırf Türk sermayesiyle faaliyet gösteriyor ve uzmanlar Türk otomotiv sektörünün, dev şirketlerle kurduğu ortaklıklar sonucu "üretim merkezi" olmayı başardığını söylüyor. Bir taraftan kâr marjlarının azalması, diğer taraftan Ar-Ge harcamalarının ve yeni teknoloji kullanımının büyük yatırımları gerekli kılması, sektördeki şirketlerin otomotiv sanayindeki firma sayısı giderek azaldı. Özellikle son 10 yıl içinde birleşmeler ve satın almalar sonucunda firma sayısı 60'dan 20 dolayına indi. Dünyada ise Peugeot-Citroen, Volkswagen-Audi-Seat-Skoda, Daimler Benz ile Chrysler, Ford ile Volvo, Renault ile Nissan, Fiat-General Motors, Renault-Samsung ve Renault-Volvo birleşmeleri, son yıllarda otomotiv dünyasında öne çıkan gelişmeler oldu.

Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Gelişimi

Türk otomotiv piyasasına ilk defa, I.Dünya Savaşı sonrası, ABD'nin Ford ve Chevrolet marka otomobil ve kamyonları ile İtalya'nın Fiat otomobilleri girdi. 50'li yıllarda Türkiye'de otomotiv sanayi sadece ordu için cip ve kamyon montajı hizmeti sağlıyordu. Otomobil üretiminde ilk tepebbüs, "Ford Motor Company'nin Türkiye Genel Temsilciliği"ni alan Koç Grubu'nca başlatıldı ve grup, "Montaj Hakkına Sahip Bayi" statüsüyle bir takım imtiyazlar elde etti. Bu imtiyazlarla faaliyet göstermeye başlayan montaj fabrikasında günlük 8 adet kamyon ve 4 adet binek otomobili üretilmeye başlandı. 1960'larda büyük gelişmelere tanık olan sektör, 1990 sonrası "özel önem taşıyan sektörler" kategorisine girerek, kapalı olarak sektöre yapılacak olan yatırımlara bir takım tepvikler verilmesi sağlandı. 1960'lı yıllardan bugüne büyük başarı kaydeden Türk otomotiv sektörü, 2000'li yıllara gelindiğinde dünya pazarlarında önemli bir yer edinmişti. Bu başarıya, 1990'lı yıllarda gerçekleşen Gümrük Birliği uygulamalarının yarattığı yoğun rekabet ortamının kopullarını iyi değerlendirmesinin, 90'lı yıllarda üretim tesislerinde teknolojik yenilikleri uygulamasının ve küresel rekabetin ihtiyaç duyduğu yeni ürünlerin üretimini başlatarak ihracata yönelmesinin payı büyük. 2000'li yıllarla birlikte dengeler de değişti. Avrupa ülkelerindeki üretim miktarı düşen ve gelişmekte olan ülkelerde artıplar yapıldı. Örneğin Türkiye, 2006 yılında ürettiği 987 bin motorlu taşıtla "dünyanın en büyük üreticisi" olarak; arasına Belçika'yı geride bırakarak 16. sıradan girdi; Avrupa'nın 6. büyük üreticisi konumuna geldi. Bu değişim Türkiye'yle de sınırlı kalmadı; en büyük 20 üretici ülkenin 14'ünün sıralamasında düşüklük yapıldı. Brezilya listeye damgasını vurdu. Bugün dünyada üretilen her 1000 otomobilden 15'inin üretim yeri Türkiye. Türk otomotiv sektörü, 1963'te yılda 30 adet otomotiv üretme kapasitesine sahipken, 2007'de 17 ana firmasıyla, 24 saniyede 1 araç üretme ve 30 saniyede 1 aracı ihraç edebilme kapasitesine ulaştı. Sektör, 1.2 milyon adede ulaşan üretim kapasitesi ve 1000'in üzerinde yan sanayi kuruluşu ile büyük bir atılım gerçekleştirdi. Bilindiği üzere otomotiv firmaları, ülkelerin büyük

sýralamasýnda ve toplam imalat sanayi üretimi içersinde de ön sýralarda. “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu çalybmasýnda otomotiv sanayinin payý 2007 yýlýnda %15,6’ya ulaþtý. 2007’de yapılan toplam ihracattýn %20’si de otomotiv sektörüne ait. 2000’li yýllar sektörün ihracata yönelerek kendini uluslararası alanda da kanýtla bir dönem olurken, pazardaki otomobil modelinin 400’leri bulduðu ve sektöre yönelik beklentilerin de buna paralel olarak her geçen gün artýdý kaydediliyor.

Küresel Krizin Sektöre Etkileri

Bütün sektörlerin alarm vermesine neden olan mali kriz, yýlda 2 trilyon dolarlýk ciro yapan, 70 milyon taþýt üreten ve 50 milyon kiþiye istihdam yaratan otomotiv sektörünü de pençesine almýþ gibi. Mali krizin güven krizine dönüþmesiyle kredi almakta zorlan müþteriler için otomobil almak þimdi biraz daha zor. Kredi alamayan müþteriler ve azalan satýþların, tüm dünyada otomotiv sektörüne zora soktuðu görülüyor. Krizin yaný sýra, petrol, çelik, ipçi gibi girdi maliyetlerindeki artýþlar öncelikle geliþmiþ pazarlarda bir tale daralmasý yarattý. Yýk etkileri ABD’de hissedilen kriz yüzünden Ford ve General Motors gibi dev firmalar büyük zararlar yazdý. Avrupa'da da durum ABD’dekinden çok farklı deðil. Avrupa’da olumsuzluklardan ilk etkilenen firma Fransýz Renault oldu. Renault, Avrupa fabrikalarýnda 6 bin ipçi çýkarmayý planladýðýný açýklarken; BMW, Daimler ve Volkswagen þirket üretimde azaltmaya gideceklerini duyurdu. Daha birkaç sene evveline kadar AB ülkelerinin dünya otomotiv pazarýnýn %35’ine sahip olduðunu göz önüne alýnýrsa, krizin sektördeki etkileri net bir þekilde fark ediliyor.

Avrupa pazarýndaki daralmaya baðlý olarak Renault, Opel, BMW gibi otomobil devleri, 2008 ciro ve kâr hedeflerini tutturabilmek için yeni model üretimlerini iptal ettiler ve genel üretim miktarlarýný da önemli ölçüde düþürdüler. Örneðin, Alman da daha önce üreteceðini duyurduðu lüks SUV modeli X7’yle ilgili planlarýný þimdilik askýya aldı. Mercedes’in Avrupa Amerika’daki fabrikalarýnda 45 bin adetlik üretimi azaltmasý beklenirken, Volvo ve Fiat da model geliþimini ve sayýsýný azaltýyor. Krizin Asya’ya sýçramasýyla, Japon Toyota da Ýngiltere ve Türkiye’deki fabrikalarýnda üretimi düþürecek geçici ipçileri çýkartacaðýný açýkladý. Pazarýn gün geçtikçe daralmasý, otomotivin büyük ölçüde söz sahibi olduðu ekonomileri e Örneðin, sadece ABD’de bu yýlın ilk yarýsýnda bir önceki yýla göre pazar paylarýnda Chrysler’in %22, GM’ün %16.5, Ford’ün %14.3 azalma oldu. 27 ülkeden oluþan Avrupa pazarýnda ise ayný dönemde 8 milyon 400 bin adet otomobil satýldýðý ve bir önceki döneme göre pazarda %2’lik bir daralma olduðu kaydedildi. Haziran ayýndaysa Ýngiltere’de %6.1, Ýtalya’da %19.5 ve Ýspanya’da %30.8 oranlarýnda daralma gerçekte. Avrupa’da yabanan bu daralma, otomotiv firmalarýný yeni pazar arayýþına yöneltiyor. Özellikle Türkiye gibi geliþmekte o pazarlar ilgi odaðý olurken, firmalar bu pazarlardan kâr etmeyi hedefleyerek Avrupa’daki zararlarýný dengelemeye çalyþýyorlar. 2008’in ilk 6 ayýnda Rusya’da araba satýþlarýnýn %40’ün üzerinde artmasý, bu duruma bir ka olarak gösteriliyor.

Krizin Türk Otomotiv Sektörüne Yansýmalarý

Bu anda 150’den fazla ülkeye ihracat yapan ve 2010 yýlýnda 2 milyon motorlu taþýt üretmeyi planlayan Türkiye de dalgalanmanýn etkilerini hissetmeye baþladý. Türk otomotiv sanayinin üretiminin %75’inden fazlasýný AB pazarýna ihraç ettiðini düþünülürse, krizin etkilerini hissetmemesi mümkün deðil. Uzmanlar, otomotivin ülkede krizin etkilerini ilk hisseden sektör olacaðý görüþünde. Euro Bölgesi’nde yabanan talep darlýðý ve küresel kriz Avrupa’da sipariþlerin kesilmesine, bu üretimini ihracat ađýrlýklý yapan firmalarýn olumsuz etkilemesine neden olmakta. Rusya ve AB ađýrlýklý ihracat yapan sektör, Rusya’da son günlerde yabanan olumsuz kopullara baðlý olarak da zorlanmakta. Toyota direkt Avrupa'ya yönelik yaptýðý üretimde küçük çaplý bir azalmaya giderken; Renault, Tofaş ve Ford Otosan, Avrupa dýþý pazarlarla ihracattaki artýþýný sürdürüyor. Ayrýca, firmalar üretime ara vermesi þu an uygun bulmayarak, kısa tatiller ve yeni üretim planlarý yapıyorlar. Her ne kadar ilk 8 ayda otomobil satýþlarýnda bir artýþ gözlemlendiye de, uzmanlar Eylül ayý itibariyle satýþlarda %5,8’lýk bir az olduðunu, krizin boyutu ve süresinin belirsizliði nedeniyle sektörü daha zor günler bekleyebileceðini, dolayısıyla yeni pazarlara yönelmek gerektiðini belirtiyor.

Yüksek enerji fiyatlarý ve ipçilik maliyetleri de Türkiye’nin rekabet avantajýný önemli ölçüde sarsýyor. Diðer ülkelere yabancý yatırımcılara sunulan teþviklerin yanýnda ülkemizdeki artan maliyetler, yabancý yatırımlarýn diðer ülkelere yönelmeleriyle sonuçlanabiliyor. Otomotiv, ekonomiyi sürükleyen bir sanayi dalý. Dolayısıyla burada yabanan sýkýntýlar, ip yaptýðý birçok sektör endiþe kaynađý. Otomobil firmalarýnýn Türk yan sanayine verdiði sipariþlerde %30 azalma olduðu, sektördeki pek çok firmanın çýkarmanýn yaný sýra acil önlem paketlerini gündemlerinde ön sýraya aldýklarý belirtiliyor. Tamamen kayýtlý çalyþan sektör olm duyan ancak bunun sektöre yüksek vergi olarak yansýmasýndan rahatsız olan otomotivciler, artan enerji fiyatlarý ve kârlarýn çal ve yatırım oranýnda artmamasý sebebiyle, sektör için “tehlike çanlarýnýn” çoktan çaldýðýný belirtiyorlar. Son yýlla yükselen grafiðe göre ipçi ve yatırım oranlarýný artýran pek çok firma, krize hazýrlýksýz yakalandýklarýný itiraf ediyor. Krizin reel yansýmalarýnýn hissedilmesiyle, ilerleyen tarihlerde yabanan zorluklarýn artacaðý yönündeki kaygýlar artıyor.

2007 yýlý toplam ihracat gelirinin 20 milyar dolara yaklaþmasý, sektör için büyük bir baþarıydý. Ancak yine ayný dönemde ithalat o kadar hýzly artmasý ve otomobil ithalat payýnýn %66 gibi yüksek oranlarda seyretmesi, hakly kaygýlar dođurdu. Payýn bu kadar yüksek olmasýnýn en temel sebebi, YTL’nin özellikle dolar karþýsýnda deðerlenmesiydi. Sektör firmalarýnýn karþý karþý diðer güçlükse artan vergiler. Türkiye’de hem akaryakýt hem de otomobil satýþlarý üzerinden alýnan vergilerde halen dür lideri konumunda. Türkiye’de otomobilin lüks tüketim aracı olarak görülmesi ve vergi oranlarýnýn yüksek olması, tüketicilerin korkutarak iç pazar potansiyelini olumsuz yönde etkilemekte. Dünyada en çok taþýt vergisinin Türkiye’de ödendiði, diðer ülkelerle karþýlaþtırýldýðýnda %500’lere varan farklılýklar olduðu vurgulanıyor. 2007 yýlýnda toplanan 153 milyar YTL v yaklaþýk üçte birinin araç sahiplerinden alýnmasý, bu durumu gözler önüne seriyor. Sektörü kaygýlandıran diðer bir sorun ise 20

beri sac, plastik, enerji gibi temel girdi fiyatlarında yaşanan yükselişler. Bütün bu olumsuzluklara artan rekabetin de eklenmesiyle işi daha zorlayan sektör, çok geç olmadan gerekli tedbirlerin alınmasını bekliyor. Yükselen grafiğin küreselleşme nedeniyle eskisi gibi devam etmesinin zor olduğu da bir diğer görüş olarak karşımıza çıkıyor.

Sektöre Yönelik Çözümler

Sektöre yönelik en önemli beklenti, kısa ve uzun vadeli devlet politikalarının oluşturulması. Artık kaderleriyle baş başa kalmak istemeyen otomotivciler, devletten kısa ve orta vadede fiyat istikrarının sağlanmasını, teknolojik gelişmelere yapılan yatırımların artırılmasını, yerli parça kullanımının artıracak tedbirlerin alınmasını ve sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye eleman için meslekî verilmesini bekliyor. Özellikle finansman desteği sektör için önemli. Ar-Ge faaliyetlerine yönelik yatırımlarının ülkeye çekilmesi de sektörün beklentileri arasında. Sektörün uzmanları, dünya otomotiv sektöründe daha sağlam bir yer edinmek için istikrarlı kamu politikalarına ihtiyaç duyulduğunun altını önemle çiziyorlar. Özel Tüketim Vergisi'nde indirimle birlikte otomotivcilerin bir beklentisi, tüketici faiz oranları artışına çözüm getirilmesi. Otomotivciler, olası faiz artışlarından tüketicilerin etkilenmemesi için alınarak, tüketiciye daha düşük faizli kredi oranları sunabilecek ortamların yaratılmasının önemli olduğunu kaydediyorlar. Tüketici bütçelerinde de sorunlar var: Trafikte geçirilen zaman, çevre kirliliği, enerji ve altyapı maliyetleri ile otomobil edinmenin yüksek maliyeti bunlardan bazıları. Bu gibi önemli sorunların da göz önüne alınarak kalıcı çözümler üretilmesi, sektörün yarattığı katma değerlerin artırılması, marjlarının artması açısından önem taşıyor. Hem iç hem dış piyasadaki gelişmeler, Türk otomotivcileri zorlasa da genel anlamda sektör gelecekte ümitli. Yaşananların büyük bir kriz gibi algılanmasına gerek olmadığı ancak, gerekli önlemlerin kısa zamanda alınarak hedeflerin gözden geçirilmesi gerektiği görüşü ağırlıkta. Uzmanlara göre, Türk otomotiv sektörü bu zor dönem olan pazarlara yönelerek en az zararla atılabilir.

Uzman Görüşü

Turgay Durak

Otomotiv Sanayii Derneği Yönetim Kurulu Başkanı

"Avrupa'daki daralmadan doğrudan etkileniyoruz"

Otomotiv sektörünün şu an içinde bulunduğu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özellikle son günlerde ABD'de yaşanan finansal krizin de etkisiyle bu olumsuz durumun, önümüzdeki aylarda Avrupa geneline yayılacağı ve pazardaki daralmanın derinleşerek devam edeceği tahmin edilmektedir. Otomotiv sanayimizde üretimin %80'i ihraç edilmekte ve AB pazarı ihracatımızda %90'un üzerinde önemli bir pay almaktadır. Avrupa pazarında talep daralması sanayimizin ihracatını ve üretimini doğrudan etkilemektedir. Ülkemizde, 2008 yılı 9 aylık döneme ait ihracat ve üretim verileri değerlendirildiğinde; bu dönemde üretimin arttığı görülse de; Ağustos ayında başlayan düşüş devam ediyor. Eylül toplam araç üretimi %0.8, otomobil üretimi ise %1.3 oranında azaldı. Kümülatif olarak bakıldığında artış gösteren önemli Avrupa ülkelerinde bile, özellikle Ağustos ayında keskin düşüşler yaşanmaya başladı. Ağustos ayında otomobil pazarında talep daralması %15.7 ve ticari araçlar pazarında ise %21 oldu. Daralma Eylül'de de %9 ile devam etti. Eylül ayında, ihracatımızın toplamda %16.8 otomobilde 21.7 oranında arttığı görülse de; üretimimizin %80 dolayında ihraç edilmesi nedeniyle iç pazardaki talep azalmasına ek olarak ihracatta yaşanan muhtemel daralmanın, yılın son çeyreğinde üretimi olumsuz etkileyeceği beklenmektedir. İhracatımızda yılın son üç ayında önemli talep kesintilerinin başlayacağı ve iç pazardaki daralma ile birlikte 2008 yılında 1,3 milyon adet üretim ve 0,95 milyon adet ihracat hedefine ulaşamayacağı, üretimimizin 1,15 milyon adet olarak 2009 yılında 0,9 milyon adet düzeyinde gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Bu durumun, 2009 yılı hedeflerimize de olumsuz olarak yansıtacağı ve 2009 üretim ve ihracatımızın, 2008 yılına göre %10.15 gerileyeceği beklenmektedir.

Yaşanan mali krizin etkilerini azaltabilmek için sektörde ne gibi önlemler alınmalı?

Küresel krizin ülkemizdeki etkilerinin azaltılması, pazarın dengeli bir şekilde yeniden canlandırılması, siyasi ve ekonomik istikrarla birlikte güven ortamının sağlanması ile yakından ilgili. Bu bağlamda bütün sektörler için likiditenin devamlılığı, tüketici kredilerinin ve ticari kredilerin bulunurluğu ve maliyetini iyileştirecek tedbirlere ihtiyacımız var. Kısa dönemde, otomotiv için yurt dışı pazarın canlandırılmasına yönelik olarak 20 yaktan eski araçların hurdaya ayrılmasını önleyecek uygulamalar önem arz ediyor. İhracatın desteklenmesi amacıyla Eximbank kredilerinin artırılması ve maliyetlerinin düşürülmesini öneriyoruz. Ayrıca, girdi fiyatlarının kontrol altına alınması da sektör açısından oldukça önemli. Uzun dönemde alınması gereken tedbirleri de, yeni yatırımlar ve Ar-Ge faaliyetleri için destek unsurlarının düzenlenmesi, Ar-Ge ve tasarım doğrultusunda ile küresel pazarlarda serbest dolapımı otomotiv Ar-Ge ve teknoloji merkezinin geliştirilmesi, lojistik planlaması ve maliyetlerin düşürülmesi olarak sıralayabiliriz.