

**Tarih: 09.11.2006**

**Bilgi Raporu**

---

**Sayı : 2006/462/422**  
**Konu : OTOMOTİV SANAYİİ SEKTÖR RAPORU**

**Hazırlayan: Seyida TURAN**

# OTOMOTİV SANAYİİ SEKTÖR RAPORU

## GİRİŞ

Dünyadaki en önemli endüstriyel etkinliklerden biri olan ve dünya ticaretinde en hızlı ilerleyen sektörler arasında yer alan otomotiv sektörü, ekonominin lokomotif sektörlerindedir. Diğer sektörlerle yakın ilişki içerisinde olduğu için sektördeki gelişmeler ekonominin tümünü yakından etkilemektedir. Ayrıca hammadde, yan sanayi, pazarlama, bayii, servis, akaryakıt, finans, sigorta gibi pek çok alanda da sektörlere iş hacmi ve istihdam sağladığı için stratejik bir sanayi olarak tüm ülkelerin yakın ilgisini çekmektedir.

Türk otomotiv ana ve yan sanayi, başta Bursa olmak üzere Marmara Bölgesi'nde yoğunlaşmıştır. Otomotiv sanayinin yoğun olduğu diğer şehirler İstanbul, İzmir, Kocaeli, Ankara, Konya, Adana ve Manisa olarak sıralanmaktadır.

1970'li yıllarda "Teknik İşbirliği" ile başlayan üretimini, 1980'li yılların ortasından sonra giderek artan yabancı sermaye katılımı ile "Ekonomik İşbirliği"ne dönüştüren otomotiv sanayi, özellikle üretimde artan kalitesi ile rekabet gücünü arttırmış ve böylece küresel pazarlar için yeni ve uygun bir üretim merkezi haline gelmiştir. Otomotiv sektörü sahip olduğu yüksek ihracat potansiyeli ve Türkiye'nin coğrafi avantajlarından dolayı, yabancı yatırımcıları kendine çekmeye devam etmektedir.

Ülkemizde taşıt araçları için aksam, parça, modül ve sistem üreten ve ana üreticilerin teknik ve ekonomik desteği ile kurulan ve gelişen otomotiv yan sanayi, 1000'in üzerinde firma ile faaliyet göstermektedir. Bugün otomotiv yan sanayi alanında önde gelen iller arasında yer alan Konya'da, otomotiv sanayinin ihtiyaç duyduğu tüm aksam ve parçaların imalatı yapılabilmektedir.

Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde sektörlerimizin güçlü ve zayıf yönleri ile sahip oldukları sorunlar ve bunlara üretilebilecek çözüm önerilerini tespit etmek amacıyla hazırlanmış olduğumuz bu raporda öncelikle Dünya'da ve Türkiye'de otomotiv ana ve yan sanayinin genel durumu hakkında bilgi verilecek, ardından Konya Ticaret Odası Etüt-Araştırma Servisi olarak otomotiv sektöründe faaliyet gösteren kayıtlı firmalarımızın üyeleri ile yaptığımız '**Sektörel İstişare Toplantıları**'ndan çıkan sonuçlar doğrultusunda Konya'da otomotiv sektörünün mevcut sorunları ve çözüm önerileri irdelenerek, tespit edilen çözümlere ilişkin olarak Merkezi Yönetimin, Yerel Yönetimlerin ve Konya Ticaret Odası'nın yapabilecekleri sıralanacaktır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **DÜNYA OTOMOTİV ANA VE YAN SANAYİİ**

#### **1.1. Dünya Otomotiv Sanayinin Tarihi Gelişimi**

Dünya otomotiv sanayinin temelleri 18. yüzyılda buhar gücüyle çalışan ilk aracın keşfiyle atılmıştır. Modern bir otomobilin üretimi ise 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Otomobil kullanımı ve üretimi bu yıllardan sonra hızlı bir şekilde Avrupa'da yayılmıştır.

Dünya genelinde 1880 yılında sekiz adet olan otomobil marka sayısı, 1890'lı yıllarda beş yüz adede ulaşmıştır. Bu araçların üretiminin küçük atölyelerde ilkel üretim tarzları ile yapıldığı göz önüne alınırsa, başlangıç yıllarında yoğun ve hızlı bir gelişme gösterdiği anlaşılmaktadır.<sup>1</sup>

Ticari araç üretimi 1912 yılında karavan ve otobüs imalatı ile, kamyon üretimine ise Birinci Dünya Savaşı yıllarında başlanmıştır. 20. yüzyılın ilk yıllarında dünya otomotiv sanayi çok hızlı bir büyüme kat ederek % 37'lik bir üretim artışı gerçekleşmiştir.

1970'li yıllarda yaşanan kriz, seri imalata dayalı ABD ve Avrupalı üreticilerin rekabet gücünü düşürürken, yalın üretim metotları ile imalat yapan Japonya ise maliyet ve kalitede önemli gelişmeler sağlayarak uluslararası rekabette zirveye ulaşmıştır.

Dünya otomotiv üretimi bugün 14 ülkede yoğunlaşmış olup; bunlar Japonya, ABD, Almanya, Fransa, Güney Kore, İspanya, İngiltere, Kanada, İtalya, Çin, Meksika, Rusya, Hindistan ve Brezilya'dan oluşmaktadır. Toplam üretimin yaklaşık % 78'ini gerçekleştiren bu ülkeler aynı zamanda araç parkı en geniş olan ülkelerdir.

#### **1.2. Dünya ve AB Otomotiv Sanayinde Ekonomik Göstergeler**

2005 yılında dünya otomotiv talebi, 2004 yılında olduğu gibi artışını sürdürmüştür. Toplam pazar % 3,4 oranında artış kaydederek 60,9 milyon adete yükselmiştir. ABD pazarı % 2,1 oranında artış kaydederken, Avrupa pazarı % 1,3'lük artış ile 20,8 milyon adete ulaşmıştır. AB'de (15 ülke) pazar 0,5 oranında artarken, Doğu Avrupa ülkelerinde otomotiv pazarında artış oranı % 9,3 gibi yüksek bir düzeyde gerçekleşmiştir. 2005 yılında Asya pazarında Japon pazarındaki durgunluğa (% 0) rağmen Çin (% 16,1), Hindistan (% 7,1) ve G. Kore'de (% 4,3) gelişen pazar sayesinde bu bölgedeki toplam pazar % 7,5 oranında büyümüştür.<sup>2</sup>

Avrupa Birliği dünya otomotiv pazarının % 35'ine sahiptir. Otomotiv sanayinin parasal büyüklüğü otomotiv yedek parça ve ekipman sektörünün iki katıdır. Avrupa ve ABD, kayıtlı otomobil sayısında dünya genelinin %32'serlik payına sahiptir.<sup>3</sup>

Avrupa'daki araç parkı 175-180 milyon adettir ve en yüksek oran bin kişide 548 adet ile Lüksembourg'a aittir. Lüksembourg'u İtalya ve Almanya izlemektedir. Yunanistan, İrlanda

<sup>1</sup>İsmet Engin Maybek, "2005 Yılı Taşıtlı Araçları Ve Yan Sanayi Sektör Raporu", <http://www.uib.org.tr/konular/RAPOR.doc> (09.03.2006)

<sup>2</sup><http://www.osd.org.tr> (3.03.2006)

<sup>3</sup><http://www.dtm.gov.tr/pazaragiris/ulkeler/yun/yun-rap-sek-oto.doc> (13.03.2006)

ve Portekiz ise Avrupa'da en düşük orana sahip ülkeler arasında yer almaktadır. ABD'de ise bu rakamın her bin kişide 565 olduğu ifade edilmektedir.

Avrupa'da otomobil üretimi Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya ve İtalya olmak üzere birkaç ülkede merkezileşmiştir. Onun dışında da İsveç, Belçika ve Hollanda'da da üretim yapılmaktadır. Parça ve ekipman üretimi de bu üretim alanları yakınındadır.

Motorlu araç üretimi 2005 yılında AB üyesi 15 ülkede bir önceki yıla oranla % 2 oranında azalarak 16.5 milyon adete gerilemiştir. AB, dünya otomobil üretiminden % 25,6 düzeyinde pay almıştır. AB'ye yeni üye olmuş ülkelerin üretimi 1.6 milyon adet olurken, NAFTA bölgesinin üretimi 16.3 milyon adet olmuştur. Dünya üretiminden % 25.2'lik pay almıştır.<sup>4</sup>

Avrupa'da 2004 yılında 15 milyon 332 bin adet olarak gerçekleşen otomobil satışları %0.7 oranında gerileme göstererek, 2005 yılını 15 milyon 223 bin adet otomobil satışı ile kapatmıştır.

Avrupa otomobil pazarında 2005 yılında en çok satış adedine, 3 milyon 440 bin ile Almanya'da ulaşılmıştır. Almanya'yı 2 milyon 440 bin otomobilin satıldığı İngiltere, 2 milyon 234 bin otomobilin satıldığı İtalya ve 2 milyon 68 bin otomobilin satıldığı Fransa izlemiştir. Fransa'da geçen yıla göre otomobil satışları % 4, Almanya'da ise % 1.6 artarken, İtalya'da % 1.3, İngiltere'de % 5 oranında pazar daralması yaşamıştır.

AB ülkelerinde binek otomobil satışlarında % 10'luk düşüş gözlemlenirken, ticari araç satışlarında % 7'lik artış kaydedilmiştir. Japonya taşıt araçları ihracatını % 2 arttırırken, sektörde belirgin sıçramalar kaydeden Brezilya ve Arjantin ihracat verilerindeki artış oranı sırasıyla % 26 ve % 24 olarak gerçekleşmiştir.

Dünya araç üretiminde en büyük 10 üretici firma; General Motors, Toyota, Ford (Jaguar-Volvo), Volkswagen Gruppe, Daimler-Chrysler, PSA Peugeot-Citroen , Honda, Nissan, Hyundai-Kia, Renault-Dacia-Samsung olarak sıralanmaktadır. Bu firmalar toplam motorlu araç üretiminin % 77'sini gerçekleştirmektedirler. 2005 yılı verileri göz önüne alındığında taşıt araçlarının % 71'inin ihraç edildiği söylenebilir.<sup>5</sup>

Avrupa'da otomobil pazarının lideri olan Volkswagen, 2004'te % 18,1 olan pazar payını, 2005 yılında 2.745 bin adetlik satış rakamı ile % 18,9'a çıkarmıştır. Ford'un pazar payı %11,2'den % 10,9'a gerilerken, Toyota % 53'e çıkarmış, Renault'un payı ise % 10,3'ten % 9,8'e inmiştir.

Avrupa'da 2.2 milyon kişi otomotiv sektöründe çalışmakta olup; bu rakam toplam istihdamın % 6' sına eşittir. Emek ücretinin yüksekliği ve gelişmiş sendikal haklar nedeniyle üreticiler, maliyetin daha düşük olduğu doğu ülkelerine doğru yönelmektedir.

ABD'de ise otomotiv sektöründe toplam 1.2 milyon kişi istihdam edilmektedir. Yükselen maliyetler nedeniyle ABD'de önemli miktarlarda iş kayıpları görülmeye başlanmıştır. ABD'nin en büyük otomotiv tedarikçisi Delphi Corp'un iflası sektörün kayıplar yaşamada etkili olmuştur. En büyük üç firma olan General Motors, Ford Motor ve Daimler Chrysler'in toplam pazar payı üç yılda % 61.7'den % 56.9'a gerilemiştir.

<sup>4</sup> <http://www.osd.org.tr> (3.03.2006)

2005 yılında ABD'de toplam araç satış sayısı, 2004 yılı ile aynı seviyede gerçekleşerek 17 milyon adette kalmıştır. Otomobil endüstrisinin beklentileri karşılayamadığı 2005 yılında benzin fiyatlarındaki artış, kamyonet ve hafif arazi aracı satışlarını olumsuz etkilemiştir.

Petrol fiyatlarındaki ani ve şiddetli dalgalanmalar nedeniyle tüketiciler dizel yakıt tipine yönelmiştir. 2004 yılına nazaran dizel motorlu araçlar satışlarını % 11 arttırarak 1,3 milyon adede ulaşmıştır.

Üretim tesislerini yeni pazarlara taşıyan Japon otomotiv üreticileri, birçok ülke ile sermaye, teknoloji, Ar-Ge, üretim dallarında uluslar arası işbirlikleri ve ortaklıklar kurmaktadır. Japon firmaları uyguladıkları yalın üretim sistemi ile stok maliyetlerini düşürmüş ve üretimde yüksek kalite elde etmişlerdir. Asya markalarının satışlarının % 7 artması, Japon firmalarının sektör paylarını son üç yıl içerisinde % 34.6'dan % 36.5'e yükseltmeleri uygulanan yöntemlerin ardında da bu yöntem yatmaktadır.

**Tablo 1: Dünya Motorlu Araç Pazarı (1.000)**

<b><u>Bölge/Ülke</u></b>	<b><u>2004</u></b>	<b><u>2005</u></b>	<b><u>Değişim (%)</u></b>
<b><u>Avrupa</u></b>	20.539	20.813	1,3
Batı Avrupa	16.796	16.879	0,5
AB-15	16.338	16.422	0,5
AB-Yeni Üyeler	944	873	-7,5
D.Avrupa	2.800	3.061	9,3
Amerika	21.886	22.354	2,1
NAFTA	19.993	20.236	1,2
ABD	17.299	17.444	0,8
MERCOSUR	1.893	2.118	11,9
<b><u>Asya</u></b>	15.003	16.124	7,5
Japonya	5.853	5.852	0,0
Çin	4.574	5.313	16,1
Hindistan	1.344	1.440	7,1
G. Kore	1.131	1.179	4,3
Diğer Asya Ülkeleri	2.101	2.340	11,4
<b><u>Diğerleri</u></b>	1.503	1.657	10,2
<b>Toplam</b>	58.932	60.948	3,4

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği

2005 yılı taşıt araçları satışında Güneydoğu Asya bölgesinde talep patlaması yaşanmıştır. Malezya satışlarını % 15, Endonezya % 13, Tayland % 12, Filipinler % 10 oranında yükseltmiştir. Satışlara paralel olarak üretim miktarını da yükselten Asya ülkeleri dünya çapında üretimin % 9,7'sini gerçekleştirmektedir. Dünyanın en önemli yatırım ülkelerinden

<sup>5</sup>İsmet Engin Maybek, "2005 Yılı Taşıt Araçları Ve Yan Sanayi Sektör Raporu", <http://www.uib.org.tr/konular/RAPOR.doc> (09.03.2006)

biri konumunda olan Çin Halk Cumhuriyeti'nde taşıt araçları üretimi 5,3 milyon adede ulaşmıştır (Tablo 1).

**Tablo 2: Dünya Otomobil Üretimi (Bin Adet)**

ÜLKELER	2001	2002	2003	2004	BÜYÜME %
ÇEK CUMHURİYETİ	457	441	436	443	-3
POLONYA	336	276	307	522	55
DİĞER DOĞU AVRUPA	495	558	590	559	13
RUSYA	1.022	981	1.010	1.110	9
ÇİN	704	1.091	2.019	2.316	229
HİNDİSTAN	655	704	908	1.178	80
G.KORE	2.471	2.561	2.768	3.123	26
İRAN	316	470	550	700	122
<b>TÜRKİYE</b>	<b>176</b>	<b>204</b>	<b>294</b>	<b>447</b>	<b>154</b>
DÜNYA TOPLAMI	40.383	41.894	42.620	44.651	11
TÜRKİYENİN PAYI	% 0,4	% 0,5	% 0,7	% 1,0	-

Kaynak: OICA

Otomobil ile hafif ticari araçlardan oluşan hafif araç satışları 51.4 milyon adete ulaşırken, diğer ticari araçlar % 6 oranında artarak 9.5 milyon adet olmuştur. 2005 yılında 54.7 milyon binek otomobili ve 10 milyon ticari araç olmak üzere toplam 64.7 milyon motorlu taşıt aracı üretilmiştir. Otomobil ve toplam üretim artışı %3 olurken, ticari araçta %6 olmuştur(Tablo 2).

Son 4 yılda dünya otomobil üretimi % 11 artmış. Buna mukabil gelişmekte olan bölgelerdeki otomobil üretim artışı %54 olup, dünya üretimindeki payları %15 den % 20,6'ya yükselmiştir. Türkiye'nin dünya otomobil üretimi içindeki payı ise % 0,4 den % 1 e yükselmiştir.

### 1.3. Dünya Otomotiv Sanayinin Sorun Alanları

Dünya otomotiv sanayinin özellikle son yıllarda en çok sorun yaşadığı alanlar arasında şunlar sıralanabilir:

- **Yüksek Enerji Maliyetleri:** Global olarak baktığımızda otomobil endüstrisinin beklentilerini karşılayamadığı 2005 yılında benzin fiyatlarındaki artış ve enerji fiyatlarının yükselişi kamyonet ve hafif arazi aracı satışlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Toplam araç satışlarında en büyük pazar kabul edilen ABD'de ciddi kayıplar yaşanmıştır. İngiltere ekonomisi, rekor seviyelere yükselen petrol fiyatlarının etkisiyle 2005 yılında son 13 yılın en düşük oranlı büyümesini gerçekleştirmiştir.

- **Azalan Tüketici Harcamaları:** Avrupa ekonomisinin lokomotifi Fransa ve Almanya'da; yavaşlayan tüketici harcamaları otomotiv sektörünün hızını kesmiştir.
- **Yeni Model Üretilmemesi:** Dev otomotiv firmalarının yeni modeller üretilmemesi, 2005 yılında sektörün düşük bir performans göstermesinin diğer bir nedenidir.

#### 1.4. Çözüm Önerileri

- **Yalın Üretim:** Dünyada otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların özellikle son yıllarda yaşadığı problemlerin başında gelen yüksek enerji maliyetlerini düşürebilmeleri noktasında alabilecekleri önlemler arasında Japonya'da şu anda uygulanmakta olan yalın üretim sistemi etkili bir yol gibi gözükmektedir. Japonya, bu yolla stok maliyetlerini düşürmüş ve üretimde kalitesini yükseltmiştir.
- **Proje Geliştirme:** Yeni modellerinin üretilmesi noktasında ise öncelikle yeni projelerin üretilmesi gerekmektedir. Rekabet gücünü artırmak isteyen firmalar yüksek düzeyde kaliteye sahip mallar ile çağdaş tasarıma sahip ürünler üretmelidir.

2005 yılındaki olumsuz seyre karşın otomotivciler 2006 yılına umutlu bakmaktadır. Otomotiv fiyatlarındaki göreceli olarak gerilemenin yanı sıra ekonomideki büyüme ve yeni modellerin çıkışının sektörü hareketlendirmesi beklenmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRK OTOMOTİV SEKTÖRÜ

#### 2.1. Türk Otomotiv Sanayinin Tarihi Gelişimi

Türk otomotiv sanayinin temelleri 1950’li yıllarda atılmıştır. Sektörün gelişimi ise 1960’lı yılların sonu ve 1970’li yılların başında kurulan montaj fabrikalarının belirli bir kapasiteye ulaşmaları ile olmuştur.<sup>6</sup>

‘Devrim’ adı verilen ilk Türk otomobilin üretimi 1961 yılında gerçekleşmiştir. İlk ciddi anlamda üretim ise 1966 yılında ‘Anadol’ isimli otomobil üretimi ile başlamış ve bunların üretimi 1982 yılında kadar devam etmiştir.

1980’li yıllarda benimsenen liberal politikalar çerçevesinde sektörün dışa açık, modern teknoloji kullanan, ekonomik ölçeklerde üretim yapabilen, kalite açısından uluslar arası rekabet gücüne sahip hale gelmesi amaçlanmıştır.

1990 yılına kadar ülkemizde imal edilen her türlü motorlu araç, Türkiye’deki otomotiv yan sanayinin gelişmesine katkı sağlamıştır. 1990’lı yıllarda, otomotiv sektörünü, döviz kazandıran sektör konumuna getirecek tedbirler alınmış, yeni ve güncel model araç üretimine dönük yatırımlar teşvik edilmiştir.

Türkiye’deki yüksek üretim kalitesi ve düşük maliyetler gibi avantajlar dünya otomotiv devlerinin Türkiye’ye yatırım yapmasında etkili olmuştur. Avrupa’ya yakın oluşu ve büyük potansiyele sahip pazarı ile Türkiye 1990’lı yılların sonunda bir otomotiv üretim merkezi haline gelmiştir. Otomotiv yan sanayide, 2000 yılı için öngörülen, yılda 1 milyon araçlık kapasiteye yetecek yatırımları gerçekleştirmiştir.

1996 yılında gelindiğinde Gümrük Birliği ile birlikte otomotiv sektörü çetin rekabetin yaşandığı bir sektör haline gelmiştir. Gümrük Birliği Kararları, ilerleyen yıllarda, otomotiv pazarında markalar arası ve marka içi yoğun rekabetin çok yüksek düzeyde gerçekleşmesine neden olmuştur.

#### 2.2. Türk Otomotiv Sektörü ve Ekonomimiz İçindeki Yeri

8. Beş Yıllık Kalkınma planı’nda da belirtildiği gibi otomotiv sanayi, ekonomik ölçekte üretimin yapıldığı, yeni teknolojilerin uygulandığı, ihracata dayalı ve sürdürülebilir rekabet gücünün sağlandığı bir yapının oluşturulması büyük önem arz etmektedir.

Ülkemizde otomotiv sanayi, son yıllarda teknolojik olarak çok ileri bir düzeye ulaşmış bulunmaktadır. Hızla küreselleşmekte olan sektörde rekabet yoğunluk kazanmaktadır. Bu ise müşteri tatmininin ancak teknolojik gelişme ile sağlanabilmesine yol açmaktadır.

##### 2.2.1. Üretim

---

<sup>6</sup>Atilla Bedir, “Türkiye’de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi”, <http://ekutup.dpt.gov.tr/imalatsa/otomotiv/bedira/gelisme.pdf> (12.03.2006)



Türk otomotiv sektörü, Türk üretim sanayi içerisinde ana güçlerden birini oluşturmaktadır. Otomotiv sanayi üretiminin, yurtiçinde talebe karşın arzın yüksek oluşundan ötürü ihracata dönük bir yapısı vardır.

Otomotiv sanayimiz son yıllarda gösterdiği ivme ile “Orjinal Ekipman İmalatçıları” na üretim yapabilecek standartlara ulaşmıştır. Sektör ihracatının büyük bölümünün AB üyesi ülkelere dönük olması ulaşılan kalite ve teknolojinin bir göstergesidir.

Üretim, 2005 yılında da, ihracattaki artışın desteği ile artmaya devam etmiştir. Toplam taşıt aracı üretimi, 2004 yılına göre % 6,8 artış ile 880 bin adet, otomobil üretimi ise % 1,5 artarak 454 bin adet olarak gerçekleşmiştir. 2005 yılında üretim, büyük kamyonunda % 20, kamyonette % 16, otobüste % 12 ve küçük kamyonunda % 55 artarken, midibüste % 28, minibüste ise % 7 azalmıştır.

2005 yılında traktör üretimi, iç pazardaki talep yanında ihracatın da azalması ile, 2004 yılına göre % 10 azalarak 35 bin adet olmuştur. Midibüs üretiminde % 28’lik, Minibüs üretiminde % 7’lik düşüşler yaşanmıştır. Büyük kamyon üretiminde % 20’lik, Küçük kamyon üretiminde % 5’lik, Kamyonet üretiminde % 16’lık, Otobüs üretiminde ise % 12’lik artış kaydedilmiştir. Toplam üretim % 6,8’lik artış ile 879.000’e ulaşmıştır.

Türkiye bu üretim değerleri ile 2004 yılında dünya motorlu taşıt üretim sıralamasında 17. sıradayken 2005 yılının ilk yarıyıl verilerine göre 16. sıraya yükselmiştir. AB’de halen toplam üretimde 7. sırada yer alırken, hafif ticari araçlarda 3. ve otobüs üretiminde ise 1. sırada yer almaktadır. Dünya genelindeki taşıt üretiminin yaklaşık % 1,4’ü Türkiye’de gerçekleşmektedir.

**Tablo 3: Otomotiv Sanayi Kapasite Kullanım Oranı - 2006**

TIPLER	<u>Temmuz</u>		<u>7 Ay</u>		<u>Kapasite Kullanım Oranı</u>	
	<u>Kapasite</u>	<u>Üretim</u>	<u>Kapasite</u>	<u>Üretim</u>	<u>Temmuz</u>	<u>7 Ay</u>
<u>Hafif Araçlar</u>	86.179	86.415	603.253	552.065	100	92
<u>Minibüs</u>	6.952	1.442	48.664	9.955	21	20
<u>Kamyon</u>	5.387	3.138	37.709	23.454	58	62
<u>Otobüs</u>	638	446	4.466	3.621	70	81
<u>Midibüs</u>	1.561	674	10.927	4.678	43	43
<u>Traktör</u>	5.000	2.575	35.000	23.045	52	66

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

2005 yılı Temmuz ayı itibariyle hafif ticari araçlarda kapasite kullanım oranı % 92, ağır ticari araçlarda % 62 ve traktörde ise % 66 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 3).

### 2.2.2. Pazar

Türkiye otomotiv pazarında otomobil ve ticari araçlar olarak; 2005 yılında toplam 765,651 adet, 2004 yılında 740,233 adet ve 2003 yılında 392,900 adet araç satılmıştır (Tablo 4).

**Tablo 4: Otomotiv Pazar Payı (Adet)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Otomobil</b>	458,207	137,794	94,905	227,227	451,532	438,697
<b>Ticari Araç</b>	184,668	65,489	81,611	165,673	288,701	326,954
<b>Toplam</b>	642,875	203,283	176,516	392,900	740,233	765,651

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği

Toplam pazar 2005 de 2004' e göre % 2.1 azalmış, 2003'e göre % 121.4 artmıştır. Otomobil pazarı: 2005 yılında Türkiye otomobil pazarında toplam 438,697 adet araç satılmıştır. 2004 ve 2003 yıllarında satılan araç sayısı sırasıyla 451,532 adet, 227,227 adet olmuştur.

2005 yılı taşıt aracı satışlarına baktığımızda, OSD verilerine göre toplam iç pazar satışları 763.000 adet olmuş, 2004 yılına kıyasla %2,3'lük artış kaydedilmiştir. Binek otomobillerin %70'i ihraç edilmektedir. 2005 yılında binek otomobil satışları 2004 yılına nazaran %2,8'lik düşüş ile 438.597 adet olarak gerçekleşmiştir. Buna karşın toplam binek otomobil üretimi %1,5 artmıştır. 2005 yılında 2004 yılına kıyasla otomobilleri satışı yerli araçlarda %2'lik, ithal araç satışlarında ise %3'lük düşüş yaşamıştır. Oysa binek otomobil ihracatı 2005 yılında 2004 yılına nazaran %5,35'lik artış gerçekleşmiştir. 2005 yılında hafif ticari araç (Minibüs-Kamyonet) satışlarında 2004 yılına kıyasla yerli araçlarda %8'lik, ithal araçlarda ise %12'lik artış gerçekleşmiştir.

### 2.2.3. İhracat

Türk otomotiv sektörü, kuruluşu yakın bir geçmişe dayanmasına rağmen hızlı bir gelişme göstererek günümüzde 2. büyük sektör konumuna gelmiş ve 2005 yılı itibariyle toplam 11.693.388.825 dolar değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. İhracatın 8.034.744.306 dolar'lık kısmını ana sanayi gerçekleştirirken, 3.658.915.996 dolar'lık kısmını ise yan sanayi gerçekleştirmiştir. (Tablo 5).

**Tablo 5: 2004/2005 Yılları Otomobil Ana ve Yan Sanayi İhracatı**

	2004	2005	2005 (Ocak- Temmuz)	2006 (Ocak- Temmuz)	Değ. (%)
<b>Toplam Ana Sanayi</b>	<b>6.978.657.198</b>	<b>8.034.472.829</b>	<b>4.873.538.706</b>	<b>5.629.836.870</b>	<b>16</b>
*Otomobil	3.947.914.556	4.368.744.306	2.638.941.158	3.263.437.843	24

* Otobüs	510.144.975	609.904.617	353.403.674	407.623.516	15
* Diğerleri	2.520.597.667	3.055.823.906	1.881.193.874	1.958.775.510	4
<b>Toplam Yan Sanayi</b>	<b>3.046.168.049</b>	<b>3.658.915.996</b>	<b>2.118.617.794</b>	<b>2.498.631.493</b>	<b>18</b>
*Aksam Parça	2.453.395.868	2.939.996.892	1.709.122.182	2.050.935.593	20
*İç ve DışLastik	545.921.970	639.826.756	374.134.027	385.612.443	3
*Akümülatör	19.099.600	26.008.662	7.597.869	22.989.975	203
*Emniyet Camı	27.750.611	53.083.686	27.763.016	39.093.482	41
<b>Toplam</b>	<b>10.024.825.246</b>	<b>11.693.388.82</b>	<b>6.992.156.501</b>	<b>8.128.468.363</b>	<b>16</b>

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

Otomobil ana ve yan sanayi 2006 yılının ilk yedi ayında geçen yılın aynı ayına göre % 16'lık bir artışla 8.128.468.363 değerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Toplam ihracatın 5.629.836.870'lik kısmını ana sanayi yaparken, yan sanayi ihracat değeri ise 2.498.631.493'tür (Tablo 5).

Otomotiv ana sanayi ihracatının 2001 yılından 2005 yılına kadar olan artış trendi incelendiğinde % 49,84'lük bir ortalama hesaplanmaktadır. Sektör ihracatının Türkiye genel ihracatı içerisindeki payı ise 2005 yılı sonu itibariyle %12,44'e ulaşmıştır (Tablo 6).

**Tablo 6: Yıllar İtibariyle Otomotiv Sanayi İhracatı**

Yıllar	Değer (\$)	Değişim (%)	Pay (%)
<b>2001</b>	2.140.138.807	69,09	6,82
<b>2002</b>	2.878.980.237	34,52	7,98
<b>2003</b>	4.800.840.774	66,75	10,16
<b>2004</b>	7.664.086.715	59,64	12,15
<b>2005</b>	9.135.545.610	19,19	12,44

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği

2001 yılı otomotiv ana sanayi ihracatında yaşanan artışın ardından aynı yıl içerisinde yapılan devalüasyon rol oynamış ve aynı etki 2002 yılında da devam etmiştir. 2003 yılına gelindiğinde ise ana sanayi ihracatında % 66,75'lik artış gerçekleşmiştir.

Otomotiv ana sanayi ihracatı 2004 yılında % 53'lük üretim artışı ile birlikte ihracatını %59,64 arttırarak genel ihracat içerisindeki payını % 12,15'e yükseltmiştir. Otomotiv sanayi, Yeni Türk Lirası'nın aşırı değerlendirildiği 2005 yılında ise, son 5 yılın en düşük artışını yaşamıştır. % 19,19'luk artış ile genel ihracat içerisindeki payını %12,44'e yükselten ana sanayi ihracatının, kar oranlarını belirleyen döviz girişlerinin YTL karşısında değer kaybından ve uluslar arası alanda talepteki düşüşten ötürü üretimdeki artışları % 6 ile sınırlı kalmıştır.

Adet bazında 2003 yılında %37, 2004 yılında %45 oranında artış gerçekleştiren sektör, 2005'te %8 artış ile 561.078 adette kalmıştır. Bunun sebebi ise sektöre yeni proje eklenmemesidir.

**Tablo 7: Mal Gruplarına Göre İhracat (Adet)**

SEKTÖR	2003	2004	2005	2005 7 Ay	2006 7 Ay	Değişim (%)
<b>Otomobil</b>	<b>213.87</b>	<b>305.072</b>	<b>319.825</b>	<b>195.581</b>	<b>245.999</b>	<b>26</b>
<b>Ticari Araçlar</b>	<b>133.43</b>	<b>203.325</b>	<b>233.013</b>	<b>141.963</b>	<b>156.701</b>	<b>10</b>
*Kamyonet	122.814	190.780	218.467	132.443	149.650	13
*Minibüs	4.200	5.138	3.720	2.746	1.091	-60
*Kamyon	1.626	2.510	5.061	3.712	2.295	-38
*Midibüs	1.507	1.941	1.935	883	1.177	33
*Otobüs	3.096	2.956	3.830	2.179	2.488	14
<b>Taşıt Araçları Toplamı</b>	<b>346.830</b>	<b>508.397</b>	<b>552.838</b>	<b>337.544</b>	<b>402.700</b>	<b>19</b>
<b>Traktör</b>	<b>11,915</b>	<b>10.198</b>	<b>8.240</b>	<b>5.280</b>	<b>5.372</b>	<b>2</b>
<b>Toplam</b>	<b>358,745</b>	<b>518.595</b>	<b>561.078</b>	<b>342.824</b>	<b>408.072</b>	<b>19</b>

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

Otomotiv ana sanayi özellikle son beş yıl içerisinde gerçekleştirdiği yatırımlar, Ar-Ge çalışmaları, yan sanayisi ile koordinasyonu, vasıflı işgücü istihdamı ile ihracatını geliştirmiş ve arttırmıştır. Her geçen yıl üretim ve ihracatını arttıran otomotiv sektörü mal gruplarının büyük bir bölümünde artışlar kaydetmiştir. 2005 yılı itibariyle 319.825 adet otomobil ihracatı gerçekleştiren sektör, 233.325 adet ticari araç, 552.838 adet taşıt aracı ve 8.240 adet traktör ihracatı gerçekleştirmiştir (Tablo 7). Bunlardan özellikle traktör ihracatının sürekli azalan bir seyir izliyor olması dikkat çekicidir.

2006 yılı ilk yedi ayı itibariyle geçen yılın aynı ayına göre % 10'luk bir artışla toplam 156 bin 701 adet ticari araç ihraç edilirken, % 19'luk bir artışla 402 bin 700 adet taşıt aracı ihracatı gerçekleştirilmiştir. Traktör ihracatı ise geçen yılın aynı dönemine göre % 2'lik bir artış göstererek 5.372 adet olmuştur (Tablo 7).

**Tablo 8: Firma Bazında İhracat (Adet)**

Firmalar	2004	2005	Ocak - Temmuz	
			2005	2006
Ford Otosan	139,233	162.675	99.377	107.638
Toyota	118.629	144.058	74.871	107.507
Tofaş	82.475	88.020	84.118	93.265
Oyak Renault	130.903	123.162	53.402	68.977
Hyundai Asan	23.370	20.322	15.565	15.248

Honda Türkiye	5.910	2.992	2.840	3.541
Türk Traktör	6.723	5.124	3.363	2.867
Uzel	3.475	3.116	1.917	2.505
M. Benz Türk	2.377	5.045	3.454	2.243
Man Türkiye	1.047	1.349	775	1.205
Otokar	497	1.099	825	814
Temsa	664	970	477	632
A.I.O.S.	1.074	767	432	540
B.M.C.	882	1.146	875	450
Otoyol	788	851	170	398
Aksam	35	16	355	217
Karsan	513	366	8	25
<b>Toplam</b>	<b>518.595</b>	<b>561.078</b>	<b>342.824</b>	<b>408.072</b>

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

2004 yılında olduğu gibi 2005 yılında da ihracatta 162.675 adet mal ihracatı ile Ford Otosan ilk sırada yer alırken, onu 144.058 adet ile Toyota izlemiştir. Oyak Renault, Tofaş, Hyundai Asan yine ihracatta ilk sıralarda yer alan firmalar olmuşlardır (Tablo 8).

2006 yılı ilk yedi ayında Ford Otosan geçen yılın aynı ayına göre artış göstererek 107.638 adet ihracat gerçekleştirirken, onu aynı dönemde 107.507 adet ihracat yapan Toyota takip etmiştir. Tofaş'ın ihracat rakamlarında da yine önemli oranda bir artış gözlemlenmektedir (Tablo 8).

**Tablo 9: 2005 Yılında En Fazla İhracat Yapılan 10 Ülke ve Serbest Bölge**

Ülke	Bin	Değişim
	(dolar)	(yüzde)
<b>Almanya</b>	148.494	1,6
<b>İtalya</b>	140.068	34,0
<b>Fransa</b>	88.901	4,9
<b>İngiltere</b>	82.417	13,3
<b>İspanya</b>	42.218	-18,4
<b>Romanya</b>	24.592	66,4
<b>İstanbul Deri Serbest Bölgesi</b>	21.553	-15,5
<b>Hollanda</b>	16.437	-82,8
<b>Cebeli Tarık</b>	15.550	100,0
<b>Polonya</b>	15.361	-22,6

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

İhracatımızın yüksek bir bölümünü gerçekleştirdiğimiz ülkeler arasında ilk sırada 148.494 bin dolarlık ihracat değeri ile Almanya, ardından 140.068 bin dolar ile İtalya gelmektedir. Fransa, İngiltere ve İspanya da ihracat yapılan ülkeler arasında yer almaktadır (Tablo 9).

#### 2.2.4. İthalat

2003 yılından bu yana otomotiv sektöründe gelişen ithalat değerlerini incelediğimizde ithalatta genel bir artış trendinin istikrarlı bir şekilde sürdüğünü görmekteyiz.

**Tablo 10: 2003/2006 Otomotiv Sanayi İthalat Değerleri**

	2003	2004	2005	2005 (7 Ay)	2006 (7 Ay)
<b>Toplam</b>	400.711	745.812	763.186	387.758	392.108
<b>İthalat</b>	223.224	432.293	438.114	220.523	230.144
<b>İthalat (%)</b>	56	58	57	57	59

Kaynak: Otomotiv Sanayicileri Derneği

2003 yılı itibariyle toplam 400.711 bin dolar olarak gerçekleşen ithalat, 2004 yılında 745.812 bin dolar, 2005 yılında ise 763.186 bin dolar düzeyine ulaşmıştır. 2006 yılının ilk yedi ayında ise toplam 392.108 değerinde ithalat gerçekleştirilmiştir (Tablo 10).

**Tablo 11: 2004/2005 Yılları İthal Araç Satışları**

Tipler	Temmuz Satışları		7 Aylık Satışlar		Satış Değişimleri	
	2005	2006	2005	2006	Temmuz	7 Ay
<b>OTOMOBİL</b>						
*AB+EFTA	21.427	11.555	118.877	120.042	-46	1
*Doğu Blokü	2.062	861	10.720	9.079	-58	-15
*Uzak Doğu	3.668	2.368	23.727	25.108	-35	6
<b>Otomobil Toplamı</b>	<b>27.157</b>	<b>14.784</b>	<b>153.324</b>	<b>154.229</b>	<b>-46</b>	<b>1</b>
<b>HAFİF TİCARİ ARAÇLAR</b>						
*AB+EFTA	6.472	4.187	44.550	48.251	-35	8
*Doğu Blokü	8	86	223	1.193	975	435
*Uzak Doğu	2.448	1.684	17.556	18.934	-31	8
<b>Hafif Ticari Araçlar Toplamı</b>	<b>8.928</b>	<b>5.957</b>	<b>62.329</b>	<b>68.378</b>	<b>-33</b>	<b>10</b>
<b>Genel Toplam</b>	<b>36.085</b>	<b>20.741</b>	<b>215.653</b>	<b>222.607</b>	<b>-43</b>	<b>3</b>

Kaynak: Otomotiv Distribütörleri Derneği

2005 ve 2006 yıllarının Ocak ve Temmuz aylarını içine alan yedi aylık süreçteki ithal araç satışlarını incelediğimizde; otomobil satışlarının % 1'lik bir değişme göstererek 154 bin 229 dolar değerine yükseldiğini görmekteyiz. Hafif ticari araçları da kapsayan genel toplam ithal araç satışları ise 222 bin 607 dolar seviyesine ulaşmıştır (Tablo 11).

### 2.1.5. AB Pazarlarında Türk Otomotiv Sanayi

Otomotiv sektörü ile ilgili beklentilerde genellikle ihracat değerleri belirleyici konumdadır. Bu açıdan incelediğimizde Türk otomotiv sektörü, 2005 yılında gelişmiş batı ülkeleri başta olmak üzere, 5 kıtada toplam 177 ülke ve 15 özerk serbest bölgeye ihracat yapmıştır. Toplam otomotiv ihracatının, % 68'ini geleneksel olarak en büyük ticari partneri konumundaki 25 Avrupa Birliği ülkesine gerçekleştirmiştir. Romanya ve Bulgaristan'ı da kattığımızda ülkemizin pazar payı % 71.8'i bulurken; bu pay, AB üyesi 27 ülkenin, 167 ülke karşısındaki potansiyelini oluşturmaktadır.

Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve İspanya'ya yapılan ihracat 6.448.822 bin dolar ile toplam ihracatın yarısından fazlasını oluşturmuştur.

Son yıllarda Türkiye'de görülen olumlu ekonomik gelişmeler ve hükümet politikalarındaki istikrar sonucu yabancıların ülkemize bakış açılarında olumlu yönde etkiler oluşmuş, özellikle de AB müzakerelerinde geline noktanın ardından Ortadoğu ülkeleri tarafından ülkemiz cazip bir yatırım bölgesi olarak görülmeye başlamıştır.

**Tablo 12: Ülke Gruplarına Göre Dış Ticaretin Gelişimi (Milyon Dolar)**

	2004	Pay (%)	2005	Pay (%)	Değ. (%)
Türk Cumhuriyetleri	45.180.912	0,7	21.923.882	0,2	-51,48
AB Ülkeleri	5.643.919.141	73,6	6.295.110.056	68,9	11,53
Amerika Ülkeleri	240.620.727	3,2	324.189.981	3,5	34,73
Afrika Ülkeleri	347.011.789	4,6	426.323.198	4,6	22,85
Serbest Bölgeler	181.684.006	2,3	227.258.590	2,5	25,08
Ortadoğu	372.398.472	4,8	669.354.360	7,3	79,74
Eski Doğu Bloku	446.838.335	5,8	741.143.445	8,1	65,86
Diğer Avrupa Ülkeleri	161.741.356	2,2	191.332.048	2,1	18,29
Asya Okyanusya Ülkeleri	206.202.091	2,7	233.943.805	2,5	13,45
Diğer Ülkeler	544.916	0,01	5.070.245	0,4	930,46
<b>Toplam</b>	<b>7.664.086.715</b>	<b>100,0</b>	<b>9.135.545.610</b>	<b>100,0</b>	<b>-</b>

Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü

Ana sanayi ihracatı ülke grupları bazında sıralamasında 2004 ile 2005 yılları arasında önemli bir değişiklik gerçekleşmemiştir. Ana sanayi ihracatı 2004 yılında olduğu gibi 2005 yılında da AB ülkelerine yoğunlaşmıştır. 2004 yılında ana sanayi ihracatının % 73,6'sı AB ülkelerine yönelmişken, 2005 yılı sonu itibariyle bu oran % 68,9'a gerilemiştir. En dikkat çekici artış Ortadoğu bölgesine yönelen ihracatta yaşanmıştır. 2004 yılında ana sanayi ihracatının % 4,8'ini kapsar iken, 2005 yılının bitiminde söz konusu oran % 7,3'e yükselmiştir (Tablo 12).

Ana sanayi ihracatında en büyük pay 6.295.110.056 dolar ile AB ülkelerindedir. İkinci sırayı muhafaza eden Doğu Bloku'na 741.143.445 dolar'lık ihracat gerçekleştirilmiştir. Eski Doğu Bloku ana sanayi ihracatında üçüncü sırada yer alırken, Afrika ülkeleri dördüncü büyük ana sanayi pazarı olarak yerini almıştır. Tek düşüşün yaşandığı ülke grubu Türk Cumhuriyetleri'dir.

### **2.3. Türk Otomotiv Yan Sanayi**

Ülkemizde otomotiv yan sanayi, taşıt araçlarında kullanılmak üzere, belirlenen teknik dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem üreten, KOBİ ağırlıklı sanayiden oluşmaktadır.

Taşıt araçlarının ihtiyaç duyduğu komple motor ve motor parçaları, aktarma organları, fren sistemleri ve parçaları, hidrolik ve pnömatik aksamlar, süspansiyon parçaları, emniyet aksamları, kauçuk ve plastik parçalar, şasi aksam ve parçaları, dövme ve döküm parçaları, elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri, akü, oto camları ve koltuklar yan sanayi tarafından üretilmektedir. Teknolojik yapının gelişmesiyle, batılı firmaların taleplerine uygun üretim kalitesi ülkemizde yakalanmış durumdadır.

Türk otomotiv yan sanayi yüksek kapasitesi ve geniş ürün yelpazesi ile otomotiv endüstrisine ve 8 milyon adet olan araç parkına parça sağlamaktadır. 2004 yılı itibariyle otomotiv yan sanayinde 5.3 milyar dolarlık üretim, 3 milyar dolarlık ihracat ve 6.7 milyar dolarlık ithalat gerçekleşmiştir.

Günümüzde otomotiv yan sanayide faaliyet gösteren firma sayısı 4000'dir. Bunlardan 300-350 tanesi uluslararası pazarlarda rekabet ederek ihracat yapan firma özelliği taşımaktadır. Sektörde çalışan yabancı yatırımcı istihdam ise 150 000 kişidir.

Sektör global rekabet, üretim ölçeklerinin küçük olması ve maliyetlerin yüksekliği gibi nedenlerden ötürü cirosunun % 5'i oranında yatırım yapabilmektedir. Türkiye'de imal edilen ve üretimi planlanan ihraç amaçlı araçların parça ihtiyacının karşılanması ve gerekli kalite güvence belgelerinin alınmasıyla gelişmiş pazarlara ihracat, otomotiv yan sanayi'nin başlıca stratejik hedefleri arasında yer almaktadır.

Otomotiv yan sanayi bugün 160 ülkeye ihracat yapmaktadır ve bu ihracatın % 65'ini en büyük partneri AB ülkelerine gerçekleştirmektedir. En fazla ihracat gerçekleşen 10 ülke arasında ise şunlar yer almaktadır:

- Almanya
- İtalya
- Fransa



- İngiltere
- İspanya
- Polonya
- Belçika-Lüksemburg
- ABD
- İran
- Rusya Federasyonu

En fazla ihracı gerçekleşen oto yan sanayi ürünleri arasında; Motor yedek parçaları, Araç lastikleri, Jant aksamı, Karoseri aksamı, Transmisyon Mili yatak ve kovanlar, Oto camları, Fren ve servo frenler, Emniyet kemerleri, Debriyaj ve aksamı sayılabilir.

Ağırlıklı olarak AB Ülkeleri'ne ihracat yapan otomotiv yan sanayi, 2004 yılına nazaran % 20,11 oranında artış kaydederek, 2005 yılında 3.658.915.996 dolar'lık ihracat gerçekleştirmiştir. Yan sanayi ihracatında AB ülkelerinin payı 2005 yılında % 65,6 olmuştur.

**Tablo 13: Türk Yan Sanayinin Ülke Gruplarına Göre İhracat Dağılımı**

	2004		2005	
	Miktar (kg)	Değer (\$)	Miktar (kg)	Değer (\$)
Türk Cumhuriyetleri	2.015.268	11.151.337	1.943.074	13.855.556
AB Ülkeleri	2.205.023.535	2.056.825.604	468.147.849	2.399.854.645
Amerika Ülkeleri	46.593.623	191.834.883	42.729.592	242.242.657
Afrika Ülkeleri	27.059.238	128.604.229	40.130.787	151.019.328
Serbest Bölgeler	72.422.727	235.578.993	104.806.767	315.028.198
Ortadoğu	46.437.812	189.163.887	51.517.326	231.366.418
Eski Doğu Bloku	37.572.709	125.577.497	88.296.882	181.930.147
Doğu Avrupa Ülkeleri	5.433.228	20.883.663	2.942.780	25.165.720
Asya Okyanusya Ülkeleri	16.926.582	86.219.804	12.313.847	98.265.145
Diğer Ülkeler	5.286	328.146	6.685	246.376
<b>Toplam</b>	<b>2.459.490.013</b>	<b>3.046.168.048</b>	<b>812.829.848</b>	<b>3.658.915.996</b>

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği

2005 yılında Serbest Bölgelere yapılan ihracat % 33,72 artarak 315.028.198 dolar'a ulaşmıştır. Üçüncü sırada yerini koruyan Amerika ülkeleri grubuna 242.242.657 dolar ihracat gerçekleştirirken, dördüncü sırada yer alan Ortadoğu bölgesine 231.366.418 dolar ihracat yapılmıştır. Bu değerlere göre yan sanayi, 2005 yılı için 3 milyar dolar olarak belirlediği hedefini tutturmuştur (Tablo 13).

#### 2.4. Yeni Blok Muafiyeti Tebliği ve Sektörde Getirdiği Değişiklikler

Piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve eylemlerin önüne geçmek için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamayı amaçlayan Rekabet Kanunu'nu gereğince toplu yani blok olarak kanun kapsamının dışında tutulan sektörler arasında yer alan otomotiv sektörü 2006 yılı başından itibaren söz

konusu muafiyetin ortadan kaldırılması ile birlikte serbest piyasa ekonomisinin koşulları içerisinde faaliyet gösterecektir.

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesine bağlı olarak geçtiğimiz hafta, AB'ye uyum süreci kapsamında yayınlanan 'Motorlu Taşıtlar Sektöründeki Dikey Anlaşmalar ve Uyumlu Eylemlere İlişkin Yeni Grup Muafiyet Tebliği' 12.11.2005 tarihinde yayımlanmıştır.

1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe giren Tebliğ ile sektördeki rekabet kuralları neredeyse baştan aşağı yenilenmiş ve otomotiv sektöründeki rekabet kurallarının kapsamı ve içeriğini düzenleyen "1998/3 sayılı Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği" yürürlükten kaldırılmıştır.<sup>7</sup>

Söz konusu uygulama ile yetkili bayi ve servislerde farklı markalarda yedek parça satışının önü açılmaktadır. AB'ye uyum süreci kapsamındaki yeni rekabet yasası tüketiciye birçok noktada birden fazla markayı sunmayı hedeflemektedir. Türk otomotiv sektöründeki çalışmalara ivme kazandıran uygulamaya adaptasyon için 1 yıllık bir geçiş süresi öngörülmektedir.

Tüketiciye geniş seçim şansı sağlayacak bu uygulama, otomotiv firmalarını global ortaklıkları bulunan markalarını devreye sokma yönünde harekete geçirirken, yedek parça satıcılarının iş hacminde de önemli oranda artışa yol açacaktır.

Yine Tebliğ ile birlikte yetkili servisler dışında araçların bakımı ve onarımı ile iştigal eden diğer teşebbüslerin ve özel servislerin aracın bakım ve onarımına ilişkin teknik bilgiyi talep etmeleri halinde, aracın üreticisine belli şartların varlığında söz konusu teknik bilgiyi sağlama yükümlülüğü getirilmiştir. Bunun sonucu olarak artık yetkili olmayan servislere, o aracın üreticisi ile organik bir ilişkisi olmadığı ve bu nedenle muhatap kabul edilemeyecekleri yönünde bir itiraz yapılamayacaktır.

Motorlu taşıtın kullanımı için gerekli olan yağlar ve benzeri maddeler yedek parça tanımı içinde yer almış ve bu şekilde madeni yağlara ilişkin olarak münhasır bayilik ortadan kaldırılmıştır.

Orijinal yedek parça ve eşdeğer kalitede yedek parça tanımlamaları yapılmak suretiyle yan sanayinin rekabet sürecine etkin olarak katılmasının sağlanması amaçlanmıştır. Bu sayede bağımsız ve özel teşebbüslerin belli koşullar altında ürettikleri yedek parçaların yetkili servisler aracılığı ile tüketiciye sunulmasına imkân sağlanmaktadır.

Rekabet etmeme yükümlülüğüne ilişkin düzenlemeler muafiyet kapsamı dışına çıkarılmakta ve tek bir markaya bağlı servis istasyonları uygulaması sona erdirilmektedir. Bu sayede tek bir satış noktasında veya serviste birden fazla marka aracın satılması veya servis hizmeti verilmesi mümkün kılınmaktadır.

Tebliğ'in getirdiği düzenleme gereği, getirilecek yeni düzenlemelerin halen kullanılmakta olan sözleşmelere uyarlanması gerekmektedir. Bu itibarla 1 Ocak 2006 tarihinden itibaren bir yıllık süre zarfı içerisinde halen kullanılmakta olan sözleşmelerin çoğu hükümlerinin

---

<sup>7</sup> [www.izto.org.tr](http://www.izto.org.tr) (12.03.2006)

değiştirilmesi ve yasaya uygun hale getirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır. Yani mevcut anlaşmaların muafiyet kapsamına girebilmeleri için; 2006 yılı sonuna kadar yeni tebliğ ile öngörülen koşulları sağlayacak şekilde değiştirilmeleri gerekiyor.

Yeni Tebliğ eskisinden farklı olarak çok markalılığa daha uygundur ve desteklemektedir. Anlaşma süresi en az 5 yıldır. Satışta aynı çatı altında, aynı showroom'da, ancak ayrılmış alan ve ayrı personel ile değişik marka araç satılmasına imkan tanımaktadır. Belli bir süre sonra her yerde aktif pazarlama yapılabilecektir. Servis ve Yedek Parça'da standardı sağlayan tüm bağımsız servisler yetki alabileceklerdir. Bağımsız servisler tüm teknik doküman, özel takım, ekipman ve eğitimlere ulaşabileceklerdir. Yeni Tebliğ'le ayrıca araç satış ve satış sonrası hizmetler bölümü daha iyi hizmet sunacak hale getirilmektedir.<sup>8</sup> Yeni Tebliğ ile sektörde rekabet artacak ve globalleşecek, bu da ürün ve hizmet kalitesinin yükselmesine neden olacaktır.

Belli kalite standartlarına uygunluğu belgelenmiş, “yan sanayi” olarak anılan yedek parçalar eşdeğer parça olarak değerlendirilmekte ve yetkili satıcı ve servislerce alınıp satılabilmekte ve kullanılmaktadır.

Rekabetin yüksek seviyelerde olduğu otomotiv sektöründe, bu rekabeti tüketici lehinde arttıracak Blok Muafiyeti ile otomotiv sektörü olumlu gelişmelere sahne olacaktır. Otomotiv üreticileri bazındaki büyüme ve daha çok markaya hizmet verme trendi, yedek parça üreticilerinin de büyümesine ve sektörün gelişmesine katkı sağlayacaktır.<sup>9</sup>

## 2.5. Türk Otomotiv Yan Sanayinin SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none"><li>* Sürekli artan ihracat ve bunun büyük bir bölümünün AB ülkelerine yapılması</li><li>* Yurt dışındaki araç modellerinin eş zamanlı olarak Türkiye'de de üretilebilmesi</li><li>* Teknik ve ticari yetkinlik</li><li>* Küreselleşme sürecine uyum yeteneği</li><li>* İstekli ve hırslı müteşebbis potansiyeli</li><li>* Avrupa ülkelerine nispeten daha ucuz olan işgücü maliyetleri</li><li>* Organize sanayi bölgelerinin önemli bir altyapı teşkil etmesi</li><li>* Ana ve yan sanayide kurulu kapasite potansiyeli</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Yüksek üretim maliyetleri</li><li>* Düşük kapasite kullanımı</li><li>* Aşırı firma sayısı ve kapasite fazlası</li><li>* Yan sanayi desteği için finansman yetersizliği</li><li>* İşletmelerdeki yetersiz eğitim düzeyi nedeniyle düşen rekabet gücü</li><li>* Yetişmiş işgücü kaybı</li><li>* Kalite yönetim sistemlerinin eksikliği</li><li>* Ulusal strateji eksikliği</li><li>* Enerji girdi maliyetlerini yüksekliği</li></ul>

<sup>8</sup> [www.izto.org.tr](http://www.izto.org.tr) (12.03.2006)

<sup>9</sup> <http://www.karland.com.tr/haberdetay.asp?id=53> (12.03.2006)

<b>FIRSATLAR</b>	<b>TEHDİTLER</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>* Yüksek ihracat ve iç pazar potansiyeli</li><li>* Küresel rekabete uyum sağlayan firmaların artması ile yeni pazarların açılması imkanı ve ihracatı artırabilme olasılığı</li><li>* Türkiye’de faaliyet gösteren küresel üreticilerin sağladıkları teknoloji ve bilgi transferi</li><li>* Genç nüfus ve henüz pazarın doyuma ulaşmamış olması</li><li>* Avrupa ve potansiyel pazarlara yakınlık</li><li>* AB’de getirilen kısıtlamalar nedeniyle bazı ürünlerin üretimlerinin diğer ülkelere kaydırılması.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Dış ticaret dengesinin düzeltilememesi halinde iç talep gerilemesi ve üretim maliyetlerinin artma olasılığı</li><li>* Şirket öz sermayelerinin azalma olasılığı</li><li>* Yatırımların ertelenmesi ve istihdamın artması olasılığı</li><li>* Girdi fiyatlarının plansız artışının rekabetçi üretim olanaklarını engellenmesi</li><li>* Belgelendirme giderlerinin yüksekliği</li><li>* Makine, servis ve hammaddede dışa bağımlılık</li></ul>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### KONYA OTOMOTİV YAN SANAYİİ

#### 3.1. Konya Otomotiv Yan Sanayi Genel Durumu

Konya'da otomotiv sektörü, ihracatın önünü açan lokomotif bir sektördür. Konya sanayisinin itici gücüdür. Sanayi üretiminin önemli bir kısmını otomotiv yedek parçası oluşturmaktadır.

Bugün 80 değişik alanda üretim yapılan Konya'da, başı çeken sanayi dalı otomotiv yan sanayidir. İki tanesi özel olmak üzere üç organize sanayi bölgesinin yer aldığı Konya'da yüksek teknolojiye sahip birçok fabrikada üretim yapılmaktadır.

Konya'da otomotiv yan sanayide faaliyet gösteren yaklaşık 1000 firma bulunmaktadır. Bunlardan 300-350 tanesi uluslar arası rekabet pazarlarında ihracat yapan ve teknolojik olarak ileri OEM (Orijinal Parça Üreticisi) firmalarına yönelik üretim yapan firmalardır. Halen yan sanayide 185 yabancı ortaklık bulunmaktadır. İhracatının % 70'ini AB ülkelerine yapmaktadır.

Konya otomotiv yan sanayisi, ülkemizde imal edilen taşıt araçları için gerekli olan parçaların % 80'ini karşılayabilecek düzeye gelmiş bulunmaktadır. Firmalarımızın büyük bir bölümü otomotivde dünya devlerine parça vermektedir. Firmalarımızın % 30'u uluslar arası pazarlarda kabul gören ve ihracat için sahip olunması zorunlu olan kalite belgelerine sahiptir. Ayrıca üretilen ürünler katma değerli ürünlerdir..

Konya'da toplam 435 adet CNC tezgahı bulunmaktadır. Yurt dışından ithal edilen hammaddelere kendi doğal ürünlerini de ekleyerek üretim yapan Konya, 2005 yılının 10 aylık döneminde, % 30 artışla yan sanayi ihracatında 200 milyon doları geçmiştir. Konya'daki sanayicilerin % 64.1'i ihracat yapmaktadır. İşletmelerin % 25.4'ü doğrudan ihracat yaparken, % 10.4'ü ise dolaylı ihracat yapmaktadır.

2005 yılı itibariyle ihracatının 1 milyar doları geçeceği tahmin edilen Konya'nın ihracatının % 54'ü Avrupa ülkelerine, kalanını ise Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkeleri ile Çin'e yapılmaktadır.

Sektördeki firmaların kaliteye verdikleri önemin artması nedeniyle Konya yedek parça sektöründeki konumunu her geçen gün güçlenmektedir.<sup>10</sup>

Özelleştirilmesinin ardından 750 çalışanıyla yıllık üretimi 350 traktörden, 260 çalışanı ile ayda 450 traktöre çıkan TUMOSAN'ın Konya'da bulunması da Konya için ayrıca avantaj sağlamaktadır.<sup>11</sup>

Ağırlıklı olarak saç üretimi gerçekleştiren Bursa'ya karşın Konya, 50'ye yakın alanda ihtisaslaşmış üretim yapmaktadır. Bugün dünyada üretim yapan otomotiv firmaları, istedikleri tüm yedek parçaları temin edebilmektedir.

<sup>10</sup> [http://www.dunyagazetesi.com.tr/news\\_display.asp?upsale\\_id=252699&dept\\_id=2421](http://www.dunyagazetesi.com.tr/news_display.asp?upsale_id=252699&dept_id=2421) (12.03.2006)

<sup>11</sup> [www.yenisafak.com.tr/arsiv/2005/agustos/14/e01.html](http://www.yenisafak.com.tr/arsiv/2005/agustos/14/e01.html) - 16k (12.03.2006)

İç piyasanın yanı sıra dünya devlerine de yedek parça imal eden Konya, kaliteli üretimi ile adını duyurmaktadır. Bölge sanayisi bu özelliği sayesinde pek çok marka ile rekabet edebilmektedir. Mercedes, Ford gibi markaların yanı sıra Almanlar'ın Leopar tanklarına bile parça üreten Konya otomotiv yan sanayinin ihracatı Türkiye ortalamasının üzerine çıkmıştır.<sup>12</sup>

Konya Ticaret Odası'nda oto yedek parça imal edenler, oto traktör tamircileri, reklefiyeciler, oto kaportacıları ve oto elektrikçileri grubunda 463, oto yedek parça toptan ve perakende satanlar grubunda 419, oto bayii, acenteleri ve oto galericileri, oto komisyoncuları, traktör satanlar ile oto lastiği satanlar, kaplamacılar grubunda toplam 275 firma kayıtlı bulunmaktadır. Konya Sanayi Odası'na otomotiv sektöründe kayıtlı 150 dolayında firma bulunmaktadır.

### 3.2. Konya'da Otomotiv Yan Sanayinin Sorun Alanları

Konya Ticaret Odası olarak otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın temsilcileri ile yaptığımız '**Otomotiv Sektörü İstişare Toplantıları**' sonucunda elde edilen bulgular çerçevesinde Konya'da otomotiv sektörünün sorun alanları şöyle sıralanabilir:

- **Düşük Kapasite kullanımı:** Kapasite kullanımı ihracata ve iç talebe bağlıdır. Yatırımlarını ve kapasite kullanımını giderek artıran Konya'nın bu gelişme ile yetinmemesi ve ihracatta sürdürülebilirliği sağlayıcı yeni projeler üretmesi gerekmektedir. Binek otomobil grubundan, kamyonet, kamyon, otobüs ve TIR grubuna kadar otomotivde tüm sektöre yedek parça üreten Konya, yedek parça üretimi üssü haline gelmelidir.
- **Kur Rejimi :** 2005 yılında dalgalı kur rejiminin sürdürülmüş ve YTL karşısında döviz kurları değer yitirmiştir. YTL'nin aşırı değerlenmesi kar paylarını düşürmekte, dolayısıyla potansiyel yatırımların hayata geçirilmesine engel olmaktadır. Ayrıca girdi fiyatlarının, rekabet edilen ülkelerin üzerinde seyrettiğinden sektörün rekabetçi üretim olanakları kısıtlanmaktadır.
- **Yetersiz İç Talep:** İç talebin yetersiz kalışı otomotiv sanayinin temel sorunlarından birisidir. 1990'lı yıllarda sektöre yeni giren firmalarla birlikte oluşturulan ilave kapasiteye rağmen, iç talebin yetersiz, dengesiz, istikrarsız oluşu ve artan ithalatla birlikte yeterince ihracat yapılamaması nedeniyle kapasite kullanım oranları oldukça düşmüştür. Bu durum arz fazlalığını ortaya çıkarmakta, dolayısıyla piyasa dengelerini üreticinin aleyhine çevirmektedir. 2005 yılında toplam taşıt araç üretimi % 6,8 artarken, iç pazar satışları % 2,3 artmıştır. Sektör kuşkusuz ki ihracatın desteği ile ayakta durmaktadır. Otomotiv yan sanayinin yenileme piyasasına yönelik üretimleri ve yüksek ihracat performansının etkisine rağmen ana sanayine paralel bir yapı izlemektedir.
- **Kapasite Fazlalığı :** Otomotiv ana sanayinin 2005 yılı itibarıyla binek otomobilde 785.004 adet/yıl, ticari araçlarda ise 415.632 adet/yıl kurulu

<sup>12</sup> <http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/ANADOLUNUNSESI/221/AND26.htm> (12.03.2006)

kapasitesi bulunmaktadır. Binek otomobil grubu incelendiğinde % 58'lik kapasite kullanım oranı karşımıza çıkmaktadır. 2005 yılında gerek iç pazarda yaşanan talebin yetersizliği, gerekse yeni projelerin yürürlüğe girmemesi nedeniyle düşük kapasite kullanımı gerçekleşmiştir. Ticari araçlarda özellikle kamyonet üretiminin yüksek oranda artışı neticesinde % 86'lık kapasite kullanım oranı yakalanmıştır. Yüksek kapasiteli üretim ile istihdam yaratılarak işsizlik oranı düşürülebilir. Ayrıca kar hadleri yükselen firmalar yatırımlarını arttırarak, kendini geliştiren ve yenileyen bir yapıya bürünürler. Yatırım artışı ise milli gelirin, dolayısıyla toplumsal refahın artmasına sebep olacaktır.

- **Yüksek Maliyetler:** Devlet kontrolündeki girdi fiyatlarındaki artışlar da yine sektörün yaşadığı en büyük sorunlar arasında yer almaktadır. Söz konusu maliyet kalemleri arasında yüksek enerji maliyetleri, yüksek vergiler , belgelendirme ücretlerinin yüksekliği, ar-ge yatırımlarının maliyetli olması sayılabilir. Yüksek maliyetler firmalarımıza küreselleşme ile birlikte gittikçe artan rekabet ortamında onların rekabet güçlerini azaltıcı etken olarak karşılına çıkmaktadır.
- **Yüksek Satış Vergileri :** Vergilerin yüksek oluşu yüksek maliyetler sorununun içinde yer almakla birlikte sektör için yol açtığı sıkıntının büyük olması hasebiyle ayrı bir sorun alanı olarak ele almak yararlı olacaktır. AB ülkelerinde otomobil satış vergileri yaklaşık % 20'ler civarında olup satış vergilerin ağırlığını genelde KDV oluşturmaktadır. Türkiye'de otomobil satışlarında alınan vergiler AB Ülkelerine mukayeseyle hem yüksek, hem de KDV haricinde alınan vergiler çok sayıda ve oldukça karışıktır. Otomobil vergilerinin yüksek oluşu, talep üzerinde olumsuz bir baskı oluşturmaktadır. 12 Haziran 2002 tarihinde Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTV) ile KDV dışındaki vergiler tek vergi haline getirilmiştir. ÖTV ile mevcut vergi sisteminin basitleştirildiği, KDV ve ÖTV olarak iki tür verginin uygulandığı, ancak yaklaşık olarak eski vergi düzeyinin korunduğu görülmüştür. Bu kapsamda; KDV'ye ilave olarak, satış ve üretimin ağırlıkta olduğu silindir hacmi 1600 cc' nin altındaki otomobillerde % 27 ÖTV, silindir hacmi 1600-2000 arasında yüzde 46 ÖTV ve silindir hacmi 2000 cc'nin üzerindeki otomobillerde % 50 ÖTV getirilmiştir. 2006 yılına gelindiğinde ise KDV ve ÖTV' ye ek olarak Motorlu Taşıtlar Vergisi getirilmiştir. Yüksek vergi, sektörde yatırımların geleceğini de olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, yatırım ve AR-GE teşviklerinin arttırılamaması, uluslararası otomotiv üreticileri için 'merkez' ülke olarak görülen Türkiye, cazibesini günden güne yitirmektedir. Yatırımların AB'nin yeni üyeleri Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Slovakya'ya kayması gündeme gelmiştir. Vergi gelirlerini arttırmanın vergi oranlarını arttırmakla değil, tam tersi düşürmekle mümkün olacağı, bunun için vergi gelirlerinin kısa vadeli müdahalelerle değil, orta ve uzun vadede arttırılmasının hedeflenmesi gerektiği sektör yetkilileri tarafından yıllardır dile getirilen bir husustur.

- **Sermaye Yetersizliği:** Otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın özellikle yeni projeler üretebilmeleri ve ar-ge'ye daha fazla yatırım yapabilmeleri noktasında karşılaştıkları en büyük problemler arasında sermaye yetersizliği yer almaktadır. Üyelerimizle yaptığımız toplantılarda öne çıkan sorunlar arasında yer alan sermaye yetersizliği konusu diğer tüm sorunların da bir anlamda sebebini oluşturmaktadır.
- **Belgelendirme:** Regölasyon (ECE Onayları), test, mamul kontrol ve uygunluk onayları için halen sistemin işletilememesi de bir başka sorun alanını oluşturmaktadır. Bu konuda üyelerimiz özellikle belgelendirme ve kontrol sırasında zaman ve para kaybından şikayetçi olmuşlardır.
- **Devlet Politikalarındaki Tutarsızlık:** Devletin sektöre yönelik kalıcı ve tutarlı bir politikasının olmaması,
- **Yetersiz Eğitim Düzeyi:** Eğitim kalitesindeki olumsuzluklar, üniversite-sanayi ilişkilerinin yeterli ve sağlıklı olmaması sahip olunan kapasiteden yararlanamamanın nedenleri arasında sayılabilir.
- **Strateji Eksikliği:** Sektörün gelişimine yönelik strateji eksikliği ve vizyon belirsizliği yine sahip olduğu sorunların kaynağında yatan nedenlerdendir.
- **Yetersiz Uzmanlaşma Düzeyi:** Yeterli kadar ihtisaslaşamama, sistem ve modül tedarikçisine sahip olunmaması sektörün yaşadığı bir başka sıkıntıdır.
- **İşbirliği Eksikliği:** Firmalar arası iletişim, tanıtım, eğitim gibi konularda işbirliğinden doğabilecek potansiyelden faydalanma konusundaki eksiklikler sektörün ileriye dönük adımlar atmasının önündeki engeldir.
- **Yüksek İthalat Değerleri:** İthalat ağırlıklı ve istikrarsız gelişimi nedeniyle üretimin ekonomik ölçeklerin altında seyretmesi, artan birim maliyetlerin ana sanayi firmalarına yansıtılamaması bir başka sorun alanını teşkil etmektedir.
- **Uyum Sorunu:** Endüstriyel tasarım, patent ve uluslar arası standartlara yeteri kadar uyum sağlanamaması özellikle uluslar arası piyasalarda firmalarımızın sorun yaşamalarına yol açmaktadır.
- **Finansman:** Reel faizlerin istenilen düzeyde olmaması nedeniyle tüketici finansman ve işletme kredilerinin yeterince kullanılamaması satış noktasında yaşanan sıkıntılar arasında sayılabilir.

### 3.3. Çözüm Önerileri

Konya Ticaret Odası olarak gerçekleştirdiğimiz toplantılar sonucunda tespit etmiş olduğumuz otomotiv sektörünün sorunlarına çözüm üretilebilmesi noktasında Sektörün, Merkezi Yönetimin ve Konya Ticaret Odası'nın yapabileceklerini ayrı başlıklar altında toplamak mümkündür.

#### 3.3.1. Sektörün Yapması Gerekenler



**Rekabetçi Üstünlüğün Oluşması:** Küresel perspektif içinde, Türk otomotiv sektörünün bir bütün olarak rekabetçi üretim seviyesini artırmak. Küreselleşmenin getirdiği tehlikeleri göğüsleyecek tedbirleri almak ve fırsatlarından yararlanmak.

Yalın üretim sistemi/tekniklerinin yaygın olarak uygulayan Japon otomobil üreticileri, ABD ve Avrupa'lı üreticilere göre gerek üretkenlik ve gerekse kalite açısından oldukça üstün durumdadırlar. Ayrıca Japon üreticiler, çok daha fazla parça stokuyla ve çok daha az kalite kontrol, bakım-onarım alanıyla üretim gerçekleştirmektedirler.

Yine rekabetçi üstünlüğün sağlanması için işçi nitelikleri, işçilik fiyatları ve maliyet avantajı da önemlidir. Ulusal paranın gerçek değerinden düşük olması da ülke firmalarının rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecek unsurlar arasında sıralanabilir. Kapasite kullanım oranı ve kurdan kaynaklanan maliyet üstünlüğü birlikte dikkate alındığında ülke firmalarının rekabet gücünü önemli oranda artırmaktadır. Ayrıca yenilikleri takip etmek de firmalara rekabet avantajı sağlayacaktır. Rekabet gücünü artırabilmek için verimi artırmak ve maliyetleri azaltmak, bunun yanında ar-ge uygulamalarını yaygınlaştırmak ve son olarak uygulamada etkinlik sağlamak gerekmektedir.

Sektöre yönelik olarak, müşteriye hizmet kalitesini artırıcı düzenlemelere gidilmesi, servis ve eğitimli personel sayısı gibi birtakım servis standartlarının getirilmesi.

Birçok ürünün özelliğinden dolayı yurt dışında etkin dağılımı için üretici firmaların kendi dağıtım kanallarını kurması gerekir. Bunun için firmalar etkin ve yalın bir dağıtım kanalı oluşturmalıdır.

Pazarda rekabet şansını artırabilmek için özgün ürün tasarımı ve üretim teknolojilerine ulaşılması sağlanmalıdır. Etkin bir şekilde faaliyet gösteren ar-ge sistemlerinin kurulmasını teşvik, kamunun bu alandaki harcamalarını artırması, sanayinin teknoloji altyapısının güçlendirilmesi ve teknoloji geliştirme bölgelerinin kurulması sağlanmalıdır.

**Sektörü rekabet gücünü artırmak için:** Daha sıkı bir Güç birliği yapılması, Tarafların biri birini ortak görmesi, Mevcut ve Yeni Araç projelerinde yerel yan sanayiden daha çok istifade edilmesi, Yan Sanayiye Yatırım, Ar-Ge, Ür-Ge yapma imkanı verecek fiyat politikasının geliştirilmesi, Gerçekçi kur politikası izlenmesi, Kalitesiz ve haksız rekabet yaratan Otomotiv ürünlerinin yurda girişinin denetlenmesi, AB den kullanılmış araç girişine müsaade edilmemesi, Yatırım Teşviklerinde Öncelikli sektör Uygulamasının yeniden hayata geçirilmesi ve Yatırım indiriminin % 100 den başlayarak uygulanması, Yeni projelerde Katma değeri esas alan bir teşvik sisteminin uygulanması, ithalatı teşvik etmeyen döviz kuru, yeni modellerde daha çok yerel parça kullanımı, araç ithalatının kontrolü, yerli parça kullanımını özendirilen teşvik sistemi, ne olduğu belirsiz parçanın yurda girişini kontrol altına almak.

**Tanıtım ve markalaşma** çalışmaları sürekli hale getirilmelidir. Tüketiciyi çekecek yeni ürün tasarımı, kalite, kaliteyi markaya dönüştürmek ve bu markayı uluslar arası alanda söz sahibi yapmaya çalışılmalıdır.

Yan sanayi firmaları, ana sanayi firmalarına paralel olarak teknolojiye, insan kaynaklarına, bilgiye ve kalite eğitimine daha fazla yatırım yapmak ve tasarım, projelendirme, geliştirmeye daha fazla önem vermek durumundadırlar.

**Elektronik ve Yazılım Alanlarında Yeni Teknoloji ve Beceriler:** Teknoloji üretim merkezleri kurularak, yeni güç birlikleri oluşturulabilir ve bu doğrultuda yeni yazılım teknikleri geliştiren teknolojilere ağırlık verilebilir. Personele bu konularda bilgi verilerek uzmanlaşmaları sağlanmalıdır. Açık veri ve proje yönetim sistemlerinin kullanılması.

**Aktif İşbirlikleri:** Sektörel derneklerin daha etkin çalışmasını sağlayan bir sistem geliştirmesi için TAYSAD, OYDER, OSD gibi sektörel derneklerden destek alınarak geniş çaplı bilgilendirme toplantıları düzenlenebilir. Yan sanayi firmaları arasında güç birliğini oluşturmak amacıyla şirket işbirlikleri kurulmalıdır. Bu işbirlikleri için otomotiv sanayindeki yapısal değişimin desteklenmesi gerekmektedir.

**Ulusal ve Bölgesel Ar-ge Grupları Oluşturulması:** Ar-ge yatırımlarına hız kazandırmaya yönelik projeler hazırlamak suretiyle Avrupa Birliği kredilerinden yararlanılabilir. Bunun için teknolojik araştırmalar, müşteri beklentileri araştırmaları vs. konularına ağırlık verilebilir.

**Eğitilmiş İnsan Gücü:** Firmaların ihtiyaçları doğrultusunda yönetim, üretim teknolojisi, ürün tasarımı, pazarlama teknikleri vb. konulardaki vasıflı eleman için firma içi eğitime azami önem verilerek, sektöre, uluslararası kalite standartlarında üretim yapmak için destek olmak (ortak eğitim, test merkezleri kurulması, paylaşım), sektörü üretim çeşitliliği konusunda yönlendirmeye yönelik çalışmalar yapmak mümkündür.

**Üniversite-Sanayi İşbirliği:** İşbirliğini sağlayıcı politikalar geliştirilebilir. Bu noktada uzmanlaşmayı sağlayıcı eğitim seminerleri düzenlenebilir.

**Tanıtım:** Müşteri hizmet kalitesini iyileştirici düzenlemelere ağırlıklı olarak yer verilerek, tanıtım çalışmalarına yönelik kapsamlı reklam çalışmaları bu noktada yapılabilecekler arasında sayılabilir. Bunun için gerekli finansmanın sağlanamadığı noktada ise AB fonları devreye girecektir.

**Markalaşma:** Markalaşmayı sağlamak için özellikle yerel bazda tanıtım sağlayıcı ve ulaşım kolaylığını artırıcı çalışmalar düzenlenebilir. Yalın bir dağıtım sisteminin bu noktada faydalı olacağı muhakkaktır.

**Firmaların Organizasyon Yapılarını İyileştirme:** Firmaların organizasyon yapılarında revizyona gidilebilir. Örneğin çalışanların kardan pay aldıkları bir sistem oldukça kar getirecektir. Ayrıca e-ticaret yeteneğine sahip işletme süreçlerine uyum sağlayıcı sistemler geliştirilmelidir. Firmalarımızın organizasyon yapılarını güçlendirebilmelerin noktasında öncelikle e-ticaret yeteneğine sahip işletmeler haline gelmeleri, e-işletme için bir bilgi platformu oluşturulması, herkes tarafından kullanılabilen ekonomik hizmetler, kar payı modelleri uygulaması gerekmektedir. Tanıtım ve pazarlamaya yapılan yatırım artırılmalıdır. KOBİ niteliğindeki yan sanayi firmalarının çağdaş işletmecilik anlayışıyla yönetilmeleri hususuna önem verilmelidir.

**Ana ve Yan Sanayi İşbirliği:** Bunun için etkin bir entegrasyon sağlanması noktasında gerekli ar-ge çalışmalarına hız verilerek, sivil toplum kuruluşlarından destek temin edilmelidir. Pazardaki yoğun rekabet nedeni ile her geçen gün değişen ürün teknolojilerinin gerektirdiği yeni malzeme ve teknikler taşıt araçları sanayi ile ham madde sanayi arasında yakın işbirliğinin kurulmasını gerektirmektedir. Ana-yan sanayi ilişkilerinde etkin bir entegrasyonun sağlanması çok önemlidir. Bunu sağlamak için ise öncelikle ar-ge uygulamaları artırılmalıdır. Yan sanayini geliştirmek ve ana-yan sanayi ile sivil toplum kuruluşları arasında işbirliğini geliştirmek gerekmektedir.

**KOBİ'lerin Kapasitesinden Faydalanma:** Sosyo-ekonomik yapıdaki rolleri, istihdam, üretim payları ve yeni teknolojilere hızlı adaptasyon gösterebilme yetenekleri ile Kobiler desteklenerek yan sanayi geliştirilebilir.

**Tasarım Enstitüsü:** Sektörle ilgili çalışmaların daha disiplinli bir yapıya kavuşması amacıyla bir tasarım enstitüsü kurulması planlanabilir. Bunun için gerekli maddi destek AB Hibe programından sağlanabilir.

**Kalite Belgeleri:** Firmaların performansında önemli faktörlerden birisini oluşturan ISO 9000 kalite, onay ve CE uygunluk işareti sertifikası vb. belgeleri alma çalışmaları hızlandırılmalıdır. Kalite belgesine sahip firmaların bu avantajlarını daha etkin kullanabilmeleri için reklam vs. çalışmalarına yönelik projeler üretilmelidir.

**Fuar ve Organizasyonlar:** Yurt dışındaki ana sanayilere tanıtım amaçlı toplu ziyaretler organize etmek, bu kapsamdaki fuarlara geniş çaplı katılımın sağlanması için bunun önemini ortaya koyan çalışmalar yapılabilir.

**Rekabet ve Yatırım:** Ortak satın alma çalışmaları yapmak, yeni yatırımlarda atıl yatırımları engellemek, emek yoğun yatırımlara yapmamak, iç pazarın yanı sıra uluslararası alanda hedef pazarlar ve stratejiler belirlemek, (müşteri odaklılık, JIT teslimat) kıyaslama çalışmalarını sürdürmek ve benzeri çalışmalara yönelik olarak projeler üretilebilir.

**Çevre Dostu Ürünler:** Çevre korumaya ve pazarlamaya odaklı özel çalışma grupları oluşturularak, kullanımda konfor, kolaylık sağlayacak araçların üretimini sağlayıcı yönde yeni tasarımlar üretilmelidir. Ülke çapında düzenlenebilecek ödüllü tasarım yarışmaları bu yönde teşvik edici olacaktır. Çevreye yönelik teknoloji uygulanması ile otomotiv sanayi kaliteli üretime yönlendirilmeli ve bu amaçla çevre korumaya ve pazarlamaya odaklı özel çalışma grupları oluşturulmalıdır.

**Kapasite Kullanımını Artırmak:** Otomotiv sektöründe pek çok firma bulunmasına ve kapasite aşımı yaşanmasına karşın, mevcut kapasitenin kullanımında eksiklik bulunmaktadır. Bu sorunu aşabilmek için ise kamuoyunun desteğinin sağlanması önemlidir. Öncelikle otomotiv sanayi için istikrarlı bir politika oluşturulmalıdır. Ayrıca mevzuatın etkinlikle uygulanmasını sağlamak gerekmektedir. Yine kapasiteyi en iyi şekilde kullanabilmek için iç pazarı büyütmek ve yerli ürün Pazar payını artırarak, ithal ürün payını azaltmak gerekmektedir. Birkaç yıldır süregelen yüksek ihracat rakamlarının sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla mevcut projeleri en iyi şekilde yönetmek ve yeni projeler geliştirmek gerekmektedir. **Kapasite Kullanımının Artırılması:** Konya otomotiv yan sanayinin

hammadde fiyatlarında sürekli yükseliş ve kurda düşüş olmasına rağmen her geçen yıl büyüyen bir trende sahiptir. Kentin sahip olduğu büyük CNC potansiyeli, yüksek kapasitelerle çalıştırılırsa bu yükseliş artarak sürecektir.

**İkinci el ithalatı** konusunda 1995'te imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması ile Türkiye kendisini güvence altına almış durumdadır. Ancak, Avrupa birliği müzakere sürecinde ikinci el otomobil ithalatının serbestleşmesi gündeme gelecektir. Bu hassas konuda çok iyi düşünülmesi ve dikkatli adım atılması gerekmektedir.

İkinci el ithalatının serbest bırakılması otomotiv sektöründe büyük bir darbe vuracaktır. Polonya'da 2003 yılında 36 bin adet kullanılmış araç satılırken 2004 yılında ikinci el araç ithalatının serbest bırakılması üzerine bu rakam 800 bine çıkmıştır. İkinci eldeki bu artışla ters orantılı olarak (0) araç talebinin azaldığı şüphesizdir.

Esasen Türkiye ikinci el oto ithalatında geçmişte acı bir tecrübe yaşamıştı. Hatırlanacağı üzere ikinci el ithalatı otobüslerde uygulanmış ve Türkiye araç Mezarlığı haline gelmişti

### 3.3.2. Merkezi Yönetimin Yapması Gerekenler

Yaptığımız toplantılar sonucunda otomotiv sektörünün yaşadığı bir takım sorunların sistem kaynaklı olduğunu gözlemlenmiştir. Bu tür sorunların aşılabilmesi için sektör temsilcileri tarafından da sıklıkla dile getirildiği gibi merkezi yönetimin yapması gereken pek çok düzenleme bulunmaktadır. Bunlar arasında özellikle şunlar sıralanabilir:

- **Master Plan Hazırlanması:** Devletin sektöre yönelik vizyon ve misyon eksikliğinin olduğu her zaman dile getirilen sıkıntılar arasında yer alırken bu konuda önerilen çözümlerin başında sektöre yönelik olarak bir master planın hazırlanması gelmektedir. Sektörün ihracata yönelik yapılanmasını yönlendirmek amacıyla doğru verilere dayanan bir master planın hazırlanması ve uygulanması yoluyla devlet-özel sektör işbirliğinin oluşturulması oldukça önemlidir.
- **Yerli Üretimin Teşvik Edilmesi:** Dünya araç projelerini Türkiye'ye çekmek ve bu araçların üretimi için gerekli olan parçaları yerli olarak üretebilme becerisi göstermek ve küresel tedarik sistemine girerek dünya pazarlarına ihracat yapmak yine önemli konular arasındadır. Ülkemizdeki en büyük problemlerden birisi de kendi malımızı üretmek konusunda yetersiz kalmamızdır. Bu konuda devletin özellikle teşvik edici uygulamalar yürütmesi gerekmektedir.
- Otomotiv endüstrisinde çevre kirliliğini önleyecek ürünlerin üretilmesini sağlayan firmalar teşvik edilmeli, vergi muafiyetleri getirilmeli ve konuyla ilgili yasal düzenlemeler yapılarak hayata geçirilmelidir.
- **Yeni Finans Modelleri Oluşturulması:** Bu amaçla yapılabilecekler arasında ulusal ve uluslar arası potansiyel finansman kurumlarıyla harici finansman modelleri oluşturulması, dahili finansman yani yeni kar modelinin iletilmesi ve birleşme, devamlı, yatırım tasfiyesi becerilerinin geliştirilmesi sayılabilir. Bu önlemler devlet desteği ile oldukça kolay bir şekilde sağlanacaktır.

- **AB Standartlarına Uygun Kontrol Sistemleri Geliştirmek:** AB ve AB dışındaki ülkelerden ithal edilen ve edilecek olan araç ve yedek parçaların standart kontrollerinin sıkı deneyimlere tabi tutulmasını sağlayacak etkili bir kontrol sistemi oluşturulabilir. Sektördeki ihracat artışının olumlu etkisini bertaraf eden yüksek ithalat oranlarının önüne geçilebilmesi için ithal edilen ürünlerdeki kalite standartlarının titizlikle incelenmesi gerekmektedir.
- **YTL Değerinin Düşürülmesi:** Aşırı değerli YTL'nin döviz karşısında değerini yitirmesi için hükümetin Merkez Bankası'na daha fazla baskı uygulaması konusu çözüm olarak sunulurken bunun enflasyonu beslemeyecek bir düzeyde olmasına da ayrıca dikkat edilmelidir.
- **Ar-ge'ye Ayrılan Payın Artırılması:** Ülkemizin 2004 yılında bütçeden ar-ge için ayırdığı pay 196 milyon YTL iken, 2004 yılında 556 milyon dolar, 2006 yılında ise 699,1 milyon dolar olmuştur.
- Pazarda istikrarlı vergi uygulamaları, satış vergilerinde AB ile uyum sağlanması, Bürokratik işlem ve giderlerin azaltılması, İthalat önlemlerinin alınarak yerli sanayinin korunması, Para ve maliye politikalarının üreticilerin aleyhine işleminin engellenmesi gerekmektedir.

### 3.2.3. Konya Ticaret Odası'nın Yapması Gerekenler

Daha önce de belirtildiği gibi Konya Ticaret Odası bünyesinde otomotiv ana ve yan sanayi alanında faaliyet gösteren binin üzerinde üye kayıtlıdır. Gerek üyelerimizin sorunlarına çözüm üretebilmek ve gerekse de sağlanacak olan olumlu gelişmeler sayesinde Konya sanayisine ve dolayısıyla ülke ekonomisine katkı sağlanması noktasında yapılması gereken düzenlemeler arasında şunlar sıralanabilir:

- **Fuarlara Katılım Düzeyinin Artırılması:** Önemli yurtdışı otomotiv fuarlarında 8-10 Konya firmasının standı mutlaka vardır. Konyalı otomotivciler geleceğini teknolojiye yatırım, markalaşma, ihracat ve kurumsallaşmada görmektedir. Üretim ve pazarlama bağlamında özellikle motor parçaları ile Türkiye'de ilk sıralarda yer alan Konya, girdi maliyetlerini düşürebildiği oranda kendi markalarının ihracatında ülkeye katkısını daha da artacaktır. Fuarların öneminin firmalarımıza en iyi şekilde anlatılarak, mevcut ulusal ve uluslar arası platformlarda düzenlenen fuarların sayısının artırılması, ücret konusunda daha uygun bir yaklaşımın belirlenmesi ve fuarlara daha fazla sayıda yerli ve yabancı firmanın katılımı teşvik edilmelidir.
- **Bilgilendirme Faaliyetleri:** üyelerimize yönelik olarak gerçekleştirilecek bir takım konferans ve paneller yoluyla Sektör ile ilgili bilgilendirme faaliyetleri düzenlenmelidir.

\* Kalite belgeleri ile ilgili bir bilgilendirme toplantısının yapılması üyelerimiz tarafından talep edilmiştir.

\* Avrupa Birliği'ne uyum konusunda otomotiv sektörünü bekleyen fırsat ve tehditler hakkında bilgi sahibi olmayı yine firmalarımız talep etmişlerdir.

\* Özellikle üreticiler ve servisler arasındaki ilişkiyi tanımlama, yetkili ve yetkisiz servislerin faaliyet alanlarını ve hizmet sahalarının kapsamını tayin etme, tüketici tarafından yan sanayi ürünlere erişim gibi sektörde bir hayli hassas konuların yeniden düzenlenmesi ve yeni uygulamalar öngörmesi bakımından ‘Yeni Blok Muafiyeti Tebliği’nin içeriğinin bilinmesi üyelerimiz açısından oldukça önemlidir. Bu konuda ülke genelinde bilgilendirme toplantıları düzenleyen kişilerden birkaçı Odamız’a davet edilmeli ve üyelerimiz bu konu hakkında aydınlatılmalıdır.

- **Eğitim Seminerleri:** Sektörde özellikle eğitilmiş işgücü alanında yaşanan sıkıntıların önüne geçilebilmesi noktasında Odamız, hali hazırda gerçekleştirilmekte olduğu ‘Otomotiv Mekatroniği Projesi’ni en etkin şekilde tamamlamalı ve bu tür projelere üyelerimizin etkin katılımını sağlamalıdır. Aynı zamanda eğitilmiş işgücünün bilgi ve tecrübelerini en iyi şekilde kullanması noktasında sanayici ile işbirliği ve kontrolü sıkı tutmalıdır.

## SONUÇ

Gittikçe artan oranda küreselleşen dünyada, sektörler arası rekabetin kızıştığı bir otomotiv pazarında ülkemizdeki firmaların sürdürülebilir bir başarı düzeyi yakalanmasında kalite yönetimi, yeni yatırım projeleri, firmalar arası esneklik ve işbirliğine dayalı ilişkiler gittikçe önem kazanmıştır. Ulusal rekabetçi üstünlüğün sağlanması noktasında bu unsurlar vazgeçilmez hale gelmiştir.

Otomotiv sanayi sadece üretim yapan değil, teknoloji üreten ve bu teknolojisini dünya pazarlarına kabul ettiren bir konuma gelmek için çalışmalı ve bu amaç doğrultusunda sektördeki tüm aktörler işbirliği ve güç birliği içinde bir araya gelmelidirler. Bu konuda devlete olduğu kadar sektörel derneklere ve sivil toplum kuruluşlarına da önemli görevler düşmektedir.

Türkiye'yi sadece araç ve parça üretim merkezi değil, bir teknoloji üretim merkezi yapmanın yolları araştırılmalıdır. Otomotiv sanayi süreç yönetimine daha fazla önem vermek durumundadır. Ayrıca sinerji projeleri de önümüzdeki dönemlerde artan oranda önem kazanacaktır. Toplam kalite yönetimi zorunlu yine uygulamalar arasındadır. Firmalarımız tedarikçi performanslarını geliştirmek durumundadırlar. Operasyonel verimlilik için ürün tasarımında ortak projeler hazırlanmalıdır.

Yabancı sermayenin ülkemize ve ilimize çekilmesi ve müşterek yatırım olanaklarını cazip hale getirilmesi sektör açısından önem kazanmaktadır. Türkiye'nin potansiyel bir otomotiv pazarı olduğunu da göz önünde bulundurmalıyız. Türkiye'nin en önemli sorunlarından biri, hızla artış gösteren nüfusuna istihdam sağlamaktır. Bu nedenle Türkiye yatırım yapmak ve üretmek zorundadır.

Dışa açık yapısı dolayısıyla otomotiv sanayinin serbest piyasa koşullarında rekabet edebilmesi, dünya piyasalarındaki payını arttırabilmek için ana sanayi ve yan sanayi firmaları ile uzun dönemli sözleşmeler yaparak, kalite artışı, yeni ürün/model geliştirme ve tam zamanında üretim ilkesine dayalı ilişkiler kurma çalışmaları sürdürülmelidir. KOBİ niteliğindeki yan sanayi firmalarının çağdaş işletmecilik anlayışıyla yönetilmeleri hususunda gerekli destek verilmelidir.

Ana ve yan sanayide karşılıklı fayda ve güven unsurunu tesis eden, ana ve yan sanayini bir bütün olarak daha rekabetçi kılmayı amaçlayan bir yapının tesis edilmesine çalışılmalıdır. Yan sanayi firmalarının finansman yetersizliği sorununu da dikkate alarak, firmaların bu yöndeki faaliyetlerine destek sağlanması şarttır. Bu firmaların yerli ve yabancı firmalarla yatay birleşmeler/ortaklıklar yaparak güç birliğine gitmelerinde yarar görülmektedir. İhracatın artırılması amacıyla, Türkiye'deki otomotiv yan sanayi firmalarının, dünya otomotiv sanayinde güçlü konumdaki araç üretici firmaların yan sanayicileriyle ortaklıklar tesis ederek, bu araç üretici firmaların global tedarik zincirine girmeleri sektöre katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

BEDİR, Atilla, “Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği”, <http://www.dpt.gov.tr>

MAYBEK, İsmet Engin, “2005 Yılı Taşıt Araçları Ve Yan Sanayi Sektör Raporu”, <http://www.uib.org.tr/konular/RAPOR.doc>

[www.uib.org.tr](http://www.uib.org.tr)

[www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr)

[www.osd.org.tr](http://www.osd.org.tr)

[www.taysad.org.tr](http://www.taysad.org.tr)

[www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)

[www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr)

[www.dunyagazetesi.com.tr](http://www.dunyagazetesi.com.tr)

[www.referansgazetesi.com](http://www.referansgazetesi.com)