



Otomotiv Sektörünün Dünyadaki ve Türkiye'deki Değişimi

Change of the Automotiv Sector in the World and in Turkey

Sinan YILMAZ¹

Kürşat TAŞTAN²

Nurgül ECEK³

Ertuğrul ÇINAR⁴

Geliş Tarihi: 30.09.2017 / Düzenleme Tarihi: 08.11.2017 / Kabul Tarihi: 13.11.2017

Özet

Değişen çevre koşulları ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler otomotiv sektöründe şiddetli bir rekabete yol açmıştır. Bu değişim otomotiv firmalarının ve lider otomotiv üreticisi ülkelerin faaliyetlerini gözden geçirmesine ve radikal kararlar almasına neden olmuştur. Türkiye otomotiv endüstrisi de bu değişimden etkilenmekte ve gelişmektedir. Bu çalışmada, son yıllarda yerli otomobil üretme çalışmalarına hız veren Türkiye'nin, otomotiv sektöründeki gelişimi ve değişimi ile dünya otomotiv pazarındaki gelişmelerin Türkiye üzerindeki etkileri ve Türk halkının otomotiv pazarındaki satın alma tercihleri incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: otomotiv, otomotiv sektörü, yerli otomobil, otomotiv üreticileri, otomotiv pazarı.

Abstract

Developments in changing environmental conditions and information technologies have led to a fierce competition in the automotive sector. This change has caused the automotive companies and leading automotive manufacturers countries to oversee their activities and make radical decisions. The Turkish automotive industry is also affected by this change. In this study, the development and change of Turkey in the automotive sector accelerating the domestic automobile production studies in recent years, the effects of the developments in the global automotive market on Turkey and the preferences of the Turkish people in the automotive market have been tried to be examined.

Key Words: automotive, automotive sector, domestic automobile, automotive manufacturers, automotive market.

1. Otomotiv Sektörünün Gelişimi ve Durumu

Küreselleşen iş dünyasında, sürekli ve hızlı bir değişim yaşayan otomotiv sektörü son yıllarda oldukça önem kazanmıştır. Dünya ekonomisinin yaklaşık %5'ini oluşturan otomotiv sektörü, alıcı olarak demir-çelik, petro-kimya, cam, plastik, tekstil ve elektronik gibi sektörlerle; tedarikçi olarak tarım, turizm, savunma, ulaştırma, alt yapı ve inşaat gibi sektörlerle doğrudan veya dolaylı olarak bağlantılıdır (Pişkin, 2017:12). Otomotiv sektörü, pazarın büyüklüğü ve artan değeri sonucu yaşanan yoğun rekabet ortamında (Chiaberge, 2011:390), ana ve yan sanayi ile özellikle ekonomik açıdan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için stratejik bir öneme sahiptir (Mitchell vd., 2010:1; Öztekin, 2016:33-35; Çiçek ve Çağma, 2014:260, 273).

Otomotiv sektörünün gelişimi ile ilgili literatürde farklı görüşler yer almaktadır. Başlangıçta otomobil ile bağdaştırılan sektörde, sırasıyla buhar ve elektrik gücüne dayanan araçlar geliştirilmiş, günümüzde kullanılan içten yanmalı motorlu otomobilin üretimi ise 1886 yılında Karl Benz ve Gottlieb Daimler tarafından gerçekleştirilmiştir (akt. Baskak ve Mihçioğlu, 2004:4; Mitchell vd., 2010:10-11). İlk otomobilin üretiminden sonra 1900'lü yılların başında Henry Ford'un seri üretim yaklaşımı ile "T" modelini üretmeye başlaması sektörün ilk adımları olarak görülmektedir (akt. Arabacı, 2006:4; Guerzoni, 2014:2; Tunçsiper, 2014:2). Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) güçlenerek gelişen otomotiv sektörü, II. Dünya Savaşı sonrasında başta Almanya olmak üzere İngiltere, Fransa ve İtalya'da yeniden yapılanarak gelişimini sürdürmüştür, sonrasında ise Japonya, Güney Kore ve diğer ülkeler pazardaki yerlerini almıştır. 1980'li yıllarda ise Kuzey Amerika ve Avrupa'daki pazarların doyması ve yeni üretim teknolojilerinin geliştirilmesi ile pazarda hâkim olan fiyat rekabetine ek olarak kalite, ürün çeşitliliği, marka, model geliştirme gibi unsurlar da sektörde önem kazanmaya başlamıştır. Ayrıca enerji tasarrufu ve hava kirliliği gibi problemlerin popüler hale gelmesi sonucu ülkelerin alternatif arayışları (Du ve Ouyang, 2017:530) ve bazı rekabet üstünlükleri sebebiyle üretim sahaları özellikle 1990'lı yıllarda gelişmekte olan diğer ülkelere

¹ Yrd. Doç. Dr., Bülent Ecevit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü. Zonguldak, Türkiye.

E-Posta: syilmaz@beun.edu.tr

² Doktora Öğrencisi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Zonguldak, Türkiye.

E-Posta: kursattastan@hotmail.com

³ Doktora Öğrencisi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Zonguldak, Türkiye.







E-Posta: ecek67@hotmail.com

⁴ Doktora Öğrencisi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Zonguldak, Türkiye.

E-Posta: cinart@gmail.com












kaymıştır (Cusumano ve Nobeoka, 1992:265; Baskak ve Mihçioğlu, 2004:3-5; akt. Arabacı, 2006:4-5). Diğer bir deyişle daha rekabetçi koşullarda, pazara yakın üretim yaparak yüksek pazar payına sahip olabilmek amacıyla otomotiv sanayinde gelişmiş ülkelerden diğer ülkelere yayılma söz konusu olmuştur (Yılmaz, 2016:35). Sektördeki bu geçiş süreci, 2008 küresel finans krizi ile hızlanmış, ülkelerin dünya üretiminden aldığı paylarda önemli değişimler yaşanmıştır. ABD, Japonya ve Kanada'nın üretim payları azalırken Almanya'da değişim olmamış, Çin ve Hindistan gibi ülkelerin ise üretimdeki payları artmıştır (Pişkin, 2017:7).












Tablo 1.1. Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesindeki Otomotiv Şirketleri⁵

Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesindeki Sıralama	Şirket	Ülke	Satışlar (Milyar Dolar- $\$$)	Kâr (Milyar Dolar- $\$$)	Varlıklar (Milyar Dolar- $\$$)	Piyasa Değeri ⁶ (Milyar Dolar- $\$$)
 #10	<u>Toyota Motor</u>	Japonya	249.9	17.1	412.5	171.9
DAIMLER #28	<u>Daimler</u>	Almanya	169.5	9.4	256.3	76.1
 #28	<u>Volkswagen Group</u>	Almanya	240.3	5.7	458.7	72.9
 #51	<u>BMW Group</u>	Almanya	104.2	7.6	210.3	57.7
 #74	<u>Honda Motor</u>	Japonya	127.9	3.9	161.8	51.4
 #40	<u>General Motors</u>	Amerika	166.4	9.4	221.7	50.8
 #933	<u>Tesla</u>	Amerika	7	0,675	22.7	49.3

⁵ Global 2000 ismi verilen Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesi, Factset Research Systems'ten elde edilen veriler kullanılarak, dünyadaki en büyük halka açık şirketlerin satış, kâr, varlık ve piyasa değeri ölçümlerinin değerlendirilmesine göre oluşturulmaktadır. Bir şirketin Global 2000 listesinde yer alabilmesi için minimum 3.95 milyar dolarlık satış, 257 milyon dolarlık kâr, 9.34 milyar dolarlık varlık ya da 5.65 milyar dolarlık piyasa değeri kriterlerinden en az birine sahip olması gerekmektedir. İlk olarak ölçüm sonuçlarına göre dört ayrı liste oluşturulmaktadır: satış 2000, kâr 2000, varlık 2000 ve piyasa değeri 2000. Her şirket, bu dört kategoride minimum değere göre değerlendirilir ve minimum değeri karşılaması halinde her kategori için bir puan, minimum değerinin altında kalması durumunda o kategori için 0 puan alır. Dört kategorinin tümü için skorlar (eşit ağırlıklı olarak) toplanır ve satış, kâr, varlık ve piyasa değeri sıralamaları temel alınarak her bir şirket için bileşik bir puan belirlenir. Şirketler azalan sıra ile en yüksek puandan başlayarak Forbes Global 2000 listesinde kendine yer bulur (Murphy, 2017).

⁶ Bu makalede, "Global 2000 – Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesi" Piyasa Değerine göre sıralanmış ve değerlendirme bu sıralamaya uygun olarak yapılmıştır.

Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesindeki Sıralama	Şirket	Ülke	Satışlar (Milyar Dolar-\$)	Kâr (Milyar Dolar-\$)	Varlıklar (Milyar Dolar-\$)	Piyasa Değeri ⁶ (Milyar Dolar-\$)
 #64	<u>Ford Motor</u>	Amerika	151.8	4.6	238	44.7
 #108	<u>SAIC Motor</u>	Çin	112.7	4.8	85	43.5
 #95	<u>Nissan Motor</u>	Japonya	105.9	4.5	157.3	38.4
 #104	<u>Hyundai Motor</u>	Güney Kore	80.7	4.7	148.1	34.2
 #333	<u>Subaru</u>	Japonya	29.8	2.8	22.7	27.3
 #290	<u>Tata Motors</u>	Hindistan	41.2	1.7	39.5	24.9
 #164	<u>Renault</u>	Fransa	56.7	3.8	107.7	24.6
 #396	<u>Suzuki Motor</u>	Japonya	28.3	1.4	25.9	19.9
 #842	<u>Guangzhou Automobile Group</u>	Çin	7.2	0,953	11.8	19.2
 #599	<u>BYD</u>	Çin	15.3	0,759	20.9	18.4
 #289	<u>Peugeot</u>	Fransa	59.8	1.9	48.2	16.9

Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesindeki Sıralama		Şirket	Ülke	Satışlar (Milyar Dolar- $\$$)	Kâr (Milyar Dolar- $\$$)	Varlıklar (Milyar Dolar- $\$$)	Piyasa Değeri ⁶ (Milyar Dolar- $\$$)
	#788	<u>Porsche Automobil Holding</u>	Almanya	0,1	1.5	30	16.1
	#224	<u>Fiat-Chrysler Automobiles</u>	İngiltere	122.8	2	110.1	15.5
	#652	<u>Great Wall Motor</u>	Çin	14.2	1.6	13.3	15.2
	#1030	<u>Geely Automobile Holdings</u>	Hong Kong	8	0,767	9.7	12.7
	#337	<u>KIA Motors</u>	Güney Kore	45.4	2.4	42.1	12.6
	#916	<u>Mahindra&Mahindra</u>	Hindistan	10.7	0,491	16.4	11.8
	#711	<u>Isuzu Motors</u>	Japonya	17.4	0,957	15.1	10.8
	#748	<u>Chongqing Changan Auto</u>	Çin	10.6	1.7	15.1	10.2
	#550	<u>Dongfeng Motor Group</u>	Çin	18.4	2	26.6	9.4
	#1193	<u>Mitsubishi Motors</u>	Japonya	17.9	2	13.3	9
	#681	<u>BAIC Motor</u>	Çin	17.5	0,955	24.3	8.3

Dünyanın En Büyük Şirketleri Listesindeki Sıralama	Şirket	Ülke	Satışlar (Milyar Dolar- $\$$)	Kâr (Milyar Dolar- $\$$)	Varlıklar (Milyar Dolar- $\$$)	Piyasa Değeri ⁶ (Milyar Dolar- $\$$)
 #682	<u>Mazda Motor</u>	Japonya	29.5	0,837	22	8.1
 #1563	<u>Zhengzhou Yutong Bus</u>	Çin	5.4	0,609	5.1	6.9

Kaynak: (FORBES, 2017)

Uluslararası Motorlu Araç Üreticileri Derneği (OICA) verilerine göre 2016 yılında, bir önceki yıla göre küresel üretimin %5 oranında arttığı ve üretimin yarısından fazlasının Asya-Okyanusya bölgesinde gerçekleştiği görülmektedir (OSD, 2017:7). Son on yılda Avrupa ve ABD'nin sektördeki üstünlüğünün Asya-Okyanusya bölgesine geçtiği (Yılmaz, 2016:36), özellikle Çin, Hindistan, Brezilya, Meksika ve Türkiye gibi doymamış iç pazara sahip gelişmekte olan ülkelerdeki taleplerin pazar ve üretim dinamikleri açısından itici güç olduğu görülmektedir (Pişkin, 2017:19-20). Günümüzde sektör, üretim ve satış değerleri açısından analiz edildiğinde Çin'in açık bir şekilde önde olduğu görülmektedir (Yılmaz, 2016:38).

Tablo 1.2. Dünya Otomotiv Üretimi

Dünya		Ülke	Toplam Üretim (Adet)		
2015	2016		2015	2016	Değişim
1	1	Çin	24.567.250	28.118.794	14%
2	2	Amerika (ABD)	12.105.988	12.198.137	1%
3	3	Japonya	9.278.238	9.204.590	-1%
4	4	Almanya	6.033.364	6.062.562	0%
6	5	Hindistan	4.160.585	4.488.965	8%
5	6	Güney Kore	4.555.957	4.228.509	-7%
7	7	Meksika	3.565.218	3.597.462	1%
8	8	İspanya	2.733.201	2.885.922	6%
10	9	Kanada	2.283.307	2.370.271	4%
9	10	Brezilya	2.429.421	2.156.356	-11%
11	11	Fransa	1.972.000	2.082.000	6%
12	12	Tayland	1.909.398	1.944.417	2%
13	13	İngiltere	1.682.156	1.816.622	8%
15	14	Türkiye	1.358.796	1.485.927	9%
16	15	Çek Cumhuriyeti	1.246.533	1.349.896	8%
14	16	Rusya	1.378.246	1.303.989	-5%
17	17	Endonezya	1.098.780	1.177.389	7%
20	18	İran	982.337	1.164.710	19%
19	19	İtalya	1.014.223	1.103.516	9%
18	20	Slovakya	1.038.503	1.040.000	0%

Kaynak: (worldbank.org, 2017, p. 8)

Küresel üretimin % 30'unu gerçekleştiren Çin, otomotiv üretimini 2015 yılına göre % 14 artırarak 2016 yılı otomotiv üretimi sıralamasında 28 milyon 119 bin adet üretim ile ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada yer alan ABD ise otomotiv üretimini 2015 yılına göre % 1 artırarak 12 milyon 198 bin olarak gerçekleştirmiş buna rağmen küresel üretim içindeki payının

düşmesine engel olamamıştır. 2015 yılına göre küresel üretim içindeki payı düşen diğer ülke Japonya'da ise otomotiv üretiminin % 1 gerilediği görülmektedir (worldbank.org, 2017, p. 8).

2. Türkiye'deki Otomotiv Sektörünün Gelişimi ve Durumu

Otomotiv sektörünün Türkiye'de çok hızlı gelişen sektörlerden biri olduğu görülmektedir (Karbuç ve vd., 2017:54). 2017 yılının ilk altı ayında ihracat oranı % 8,2 artış göstermiş ve diğer sektörlerle göre en fazla ihracat yapılan sektör, otomotiv sektörü olmuştur (ODD, 2017:8).

Türkiye'nin Otomotiv sektöründeki ilk üretim denemesi otomobil, traktör ve kamyon üretmek amacıyla, *Ford Motor Company* tarafından 1929 yılında kurulan montaj fabrikasıdır. Ancak yaşanan 1929 ekonomik krizi nedeniyle bu deneme başarısız olmuştur.

1950'li yıllarda sektörde tekrar üretim denemelerine başlanmıştır. 1954 yılında orduya jip ve kamyonet üretmek için ilk Türk ortaklı *Türk Willys Overland Ltd.* fabrikası kurulmuş, ardından *Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş.* ile 1955 yılında kamyon, *İstanbul Otobüs Karoseri Sanayi A.Ş.* ile 1963 yılında otobüs üretimi için yatırımlar yapılmıştır (TAYSAD, 2017).

1961 yılında ise Eskişehir Devlet Demir Yolları fabrikasında *Devrim* adlı tamamen yerli ilk Türk otomobili üretilmiştir. Ancak bu üretim, talep yetersizliği gibi bir takım sebeplerle örnek model üretimi ile sınırlı kalmıştır (Devrimarabasi.com, 2017).

Türkiye'de otomotiv ana sanayinin 1959 yılında Ford-Koç ortaklığında kurulan *Otosan* ile başladığı da kabul edilen görüşler arasındadır. 1966 yılında İngiliz Reliant firması ile anlaşılan *Otosan* firması, *Anadol* adında ilk yerli marka otomobili üretmiştir. 1969 yılında Fransız lisansı ile *OYAK-RENAULT*, İtalyan lisansı ile *TOFAŞ* kurulmuş, bu firmalar tarafından 1971 yılından itibaren sektörde büyük ölçekte üretim gerçekleştirilmiştir (Güneş, 2012:220; Yılmaz, 2016:45; Pişkin, 2017:25-26).

1960'lı yıllarda ana ve yan sanayinin gelişimini teşvik eden politikalar benimsenmiş, ana sanayide yaşanan olumlu gelişmeler yan sanayiye de yansımıştır (Yaşar, 2013:783). 1970'li yıllarda aksam ve parça üretimine ilişkin yerleştirme çalışmaları yapılmıştır.

1980'li yıllara kadar sektörde iç pazara dönük bir yaklaşım sergilenirken serbest piyasa ekonomisine geçiş ile dışa dönük bir yaklaşım sergilenerek modern, kalite odaklı ve uluslararası rekabet gücüne sahip olan bir sektör hedeflenmiş, ancak koruma oranları sebebiyle sektörde istikrarlı bir yükseliş sağlanamamıştır (Elmas, 2011:25-26).

Uluslararası markaların yatırımları ile 1990'lı yıllarda ihracata yönelik rekabetçi bir nitelik kazanan otomotiv sektöründe (Köksal ve Türedi, 2014:106), maliyetleri düşürmek adına ana ve yan sanayi arasında çalışmaların arttığı, biçimsel ve biçimsel olmayan iletişim süreçlerinin geliştirildiği dikkat çekmektedir (Yılmaz, 2016:47).

Günümüzde diğer otomotiv üreticisi ülkelerle kıyaslandığında kamyon ve otobüs segmentlerinde yüksek düzeyde rekabet gücüne sahip olan Türkiye, Avrupa'nın en büyük ticari araç üreticisi olup (Pişkin, 2017:8) 2016 yılının ilk yarısında hafif ticari araç üretiminde %8 oranında büyüme göstererek dünyada 8'inci ve Avrupa'da 2'nci sırada yer almıştır (Pişkin, 2017:38).

Sektördeki dış yatırım ağırlıklı üretim sayısının artışına rağmen taşıt araçları pazarının yarısından fazlasının ithalat ile karşılandığı da unutulmamalıdır (Karbuç ve vd., 2017:23).

Forbes Dünyanın En Büyük Otomotiv Şirketleri listesindeki firmalardan Toyota, Mercedes-Benz, Honda, Ford, Hyundai, FCA Fiat Chrysler, Renault ve Isuzu firmaları küreselleşme ile birlikte tüm dünya pazarlarında olduğu gibi Türkiye'de de üretim yapmaktadırlar. Bu firmalar ile birlikte, listede olmayan Türkiye menşeli Hattat, Karsan, Otakar, Temsa, Türk Traktör firmaları ve Alman Man firması da Türkiye'de üretim yapmaktadır (OSD, 2017a). 2000'li yıllardan itibaren üretimde montajlama sürecinin genişletilmesinden ziyade, sektör, küresel rekabet ortamına uygun teknoloji, model geliştirme ve AR-GE çalışmalarına yoğunlaşmıştır (Pişkin, 2017:7-8). Hem marka değeri açısından hem de toplam satışlarda dünya birincisi olan Toyota, Türkiye'de de üretim yapmaktadır. Corolla, Verso ve Toyota C-HR modellerini Türkiye'de üreten Toyota, her yıl ürettiği araçların % 85'ini dünyada 90'ın üzerinde ülkeye ihraç etmektedir (TOYOTA, 2017); (OSD, 2017b).

Otomotiv üretimi açısından son yıllarda yerli otomobil markası üretmek adına devlet tarafından yapılan araştırmalar da hız kazanarak belli bir noktaya gelmiştir. **Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı** tarafından üretim yapabilecek yerli sanayici veya girişim gruplarına yönelik arayışlar sürmekle birlikte, Bakanlık düzeyinde ilk örnek ve tasarım çalışmaları devam etmektedir.

Gayri safi yurtiçi hasılası (Gross Domestic Product - GDP) en yüksek ülkeleri gösteren Tablo 2.1.'de görüleceği üzere, dünya otomotiv üretimini elinde bulunduran 9 otomotiv şirketinden 8'i dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer almaktadır. Hong Kong ise bu listede olmadığı halde özel statüsü gereği yarı bağımsız bir ülke olarak yine bu listede bulunan Çin'in dönemsel hâkimiyeti altında olduğu için bu kategoride değerlendirilmektedir.

Tablo 2.1. Dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GDP) Sıralaması

ÜLKE	2016 (Milyon \$)
Amerika	18,569,100.00
Çin	11,199,145.16
Japonya	4,939,383.91
Almanya	3,466,756.88
İngiltere	2,618,885.69
Fransa	2,465,453.98
Hindistan	2,263,522.52
İtalya	1,849,970.46
Brezilya	1,796,186.59
Kanada	1,529,760.49
Güney Kore	1,411,245.59
Rusya	1,283,162.35
İspanya	1,232,088.19
Avustralya	1,204,616.44
Meksika	1,045,998.07
Endonezya	932,259.18
Türkiye	857,748.99

Kaynak: (worldbank.org, 2017)

Her ne kadar dünyanın en büyük otomotiv şirketleri sadece 9 ülkeye ait olsa da küreselleşen dünya ile birlikte, bu şirketlere ait üretim dünyanın dört bir tarafında 20 ülkede gerçekleşmektedir. Bu 20 ülke arasında yer alan Türkiye, şimdiye kadar kendi otomotiv markasını oluşturamasa da, otomotiv üretiminde, ekonomik büyüklüğe göre ülke sıralamasına denk bir şekilde kendisine yer bulmaktadır. Dünya üretim sıralamasında, 2015 yılında önünde olan Rusya'yı 2016 yılında geride bırakarak 1 basamak ilerleyen Türkiye, 2016 yılı toplam dünya otomotiv üretiminde 14. sıraya yükselmiştir (worldbank.org, 2017, p. 8).

Dünya sıralamasında 14. otomotiv üreticisi ülke olma başarısını gösteren Türkiye otomotiv endüstrisi, ürettiği otomotiv ürünlerin %77'sini ihraç ederek, sektörel bazda % 17'lik ihracat büyüklüğü ile Türkiye'nin ihracat alanındaki en büyük sektörü olmayı başarmaktadır (worldbank.org, 2017, pp. 22,23).

Türk otomotiv endüstrisi 2016 yılı perakende satışları açısından incelendiğinde; Alman menşeli firmaların (Volkswagen, Opel, Mercedes-Benz, BMW, Audi) yaklaşık %32'lik satış oranı ile pazarda birinci, Fransız menşeli firmaların (Renault - Dacia dahil-, Peugeot, Citroen) yaklaşık % 26'lık satış oranı ile ikinci sıraya yerleşerek pazarın yarısından fazlasını ele geçirdikleri ve Türkiye Otomotiv Pazarına hâkim oldukları görülmektedir.

Almanya ve Fransa'yı, yaklaşık %10'arlık dilimlerle Amerikan, İngiliz (Fiat-Chrysler) ve Japon menşeli firmalar takip etmektedir.

Yine perakende satışların incelenmesinde; toplam satışların % 67'sinin ithalat ile karşılandığı, Türkiye'de üretilen araçların ise satışlarda % 33'de kaldığı görülmektedir. İthalatın yaklaşık yarısını (% 47) Alman menşeli araçlar oluşturmaktadır. Türkiye'de ağır ticari araç üretimi yapan Man ve Mercedes-Benz firmaları dışında üretim yapan Alman firması bulunmamaktadır.

Tablo: 2.2. Türkiye Otomotiv Sektörü (Otomobil/Hafif Ticari) Perakende Satışları

PERAKENDE SATIŞLAR YERLİ / İTHAL DAĞILIMI: OCAK-ARALIK 2016 (Adet)									
MARKA	OTOMOBİL			HAFİF TİCARİ			TOPLAM		
	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM	YERLİ	İTHAL	TOPLAM
VOLKSWAGEN	0	101.763	101.763	0	32.772	32.772	0	134.535	134.535
RENAULT	64.194	42.422	106.616	0	15.091	15.091	64.194	57.513	121.707
FORD	7.917	33.453	41.370	63.356	4.878	68.234	71.273	38.331	109.604
FIAT	49.266	3.103	52.369	47.852	5.885	53.737	97.118	8.988	106.106
OPEL ⁷	0	55.471	55.471	0	0	0	0	55.471	55.471
TOYOTA	35.674	11.513	47.187	0	5.645	5.645	35.674	17.158	52.832
HYUNDAI	23.055	26.463	49.518	0	2.244	2.244	23.055	28.707	51.762
DACIA	0	42.107	42.107	0	5.422	5.422	0	47.529	47.529
MERCEDES-BENZ	0	32.666	32.666	0	8.070	8.070	0	40.736	40.736
PEUGEOT	0	25.440	25.440	1.721	8.402	10.123	1.721	33.842	35.563
NISSAN	0	30.513	30.513	0	1.540	1.540	0	32.053	32.053
SKODA	0	28.876	28.876	0	0	0	0	28.876	28.876
BMW	0	27.166	27.166	0	0	0	0	27.166	27.166
CITROEN	0	17.041	17.041	1.493	6.884	8.377	1.493	23.925	25.418
AUDI	0	22.005	22.005	0	0	0	0	22.005	22.005

Kaynak: (ODD, 2016)

3. Sonuç ve Değerlendirme

Dünyanın en büyük iki bin firması arasından 31'ini otomotiv üreticisi şirketler oluşturmaktadır. Bu 31 otomotiv üreticisi şirketin en büyüğü, en kârlısı ve marka değeri en yüksek olanı ise Toyota'dır. Toyota'yı piyasa değerine göre sırası ile Daimler (Mercedes-Benz), Volkswagen Grup (Volkswagen ve Audi), BMW Grup ve Honda Motor izlemektedir.

En büyük otomotiv üreticisi şirketler incelendiğinde, bu şirketlerin dünya genelinde üretim hatlarına sahip oldukları, toplam 20 ülkede üretim gerçekleştirdikleri ve hemen hemen dünyadaki tüm pazarlarda var oldukları görülmektedir.

Her ne kadar 20 ülkede üretim gerçekleştirse de, menşee olarak sadece dünyanın en büyük ekonomisine sahip 9 ülkeye ait olan bu şirketler, ülkelere göre kategori edildiğinde; 1. ve 5. sırada yer alan Toyota ve Honda ile Japonya'nın ve 2., 3., 4. sıralarda yer alan Daimler, Volkswagen ve BMW şirketleri ile Almanya'nın ilk 5'e damgasını vurduğu görülmektedir.

Bu şirketlerin tamamı ülkesel olarak incelendiğinde; 8'er firma ile Japonya ve Çin, 4 firma ile Almanya, 3 firma ile ABD, 2'ser firma ile Fransa, Güney Kore ve Hindistan, 1'er firma ile İngiltere ve Hong Kong menşeli firmaların dünyanın en büyük otomotiv şirketlerini oluşturduğu ve dünya pazarının tamamına hâkim olduğu görülmektedir.

Dünyanın en büyük ekonomileri arasında 2016 yılı itibariyle 17. sıraya kadar yükselmeyi başaran Türkiye ise ekonomik büyüklüğüne paralel olarak otomotiv üretimi açısından dünya genelinde 14. sırada yer alarak yükselen bir ivme yakalamıştır.

Türkiye'de üretilen otomotiv ürünlerinin %77'sinin ihraç edildiği gerçeğinden hareketle, kalan % 23'lük üretimin iç pazar satışları için pazara yetmediği görülmektedir. Nitekim dünya otomotiv üretimindeki başarısına rağmen Türkiye otomotiv pazarındaki satışların yarısından fazlası ithalat ile karşılanmaktadır.

Türkiye otomotiv pazarındaki toplam satışların % 32'sini, ithalatın ise % 47'sini Alman menşeli firmalara ait ürünler oluşturmaktadır. Alman ürünlerinin Türkiye otomotiv sektörüne genel anlamda yön verdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Küreselleşen günümüz dünyası ile birlikte bir firmanın hangi ülkeye ait olduğunun önemi giderek azalsa da, ülkeler kendi sınırları içerisinde yatırım yapmayı yeterli görmekte ve yerel ekonomilerini desteklemek amacıyla küresel firmalara yerli firmalar gibi davranmaktadırlar. Bu durum kimi zaman daha da ileri boyutlara taşınmakta ve yabancı yatırımcılara yerli yatırımcılardan daha fazla avantajlar sunulmaktadır.

⁷ Bir Alman markası olan Opel, ABD'li General Motors Firmasının ardından Fransız PSA (Peugeot-Citroen) firmasına satılmıştır. Bu makale yayına hazırlandığı dönemde satış süreci için belirlenen plan uygulamaya konulmadığı için ve Opel'in pazarda bir Alman markası olarak tanınmış ve benimsenmiş olması nedenleri ile marka Alman menşeli olarak addedilmiştir. (PSA, 2017)

Türkiye'de üretim yapan firmalardan Fransız Renault firması toplam satışlarının % 53'ünü, Amerikan Ford firması toplam satışlarının % 65'ini ve İngiliz (eski İtalyan) Fiat Chrysler firması toplam satışlarının % 88'ini Türkiye'de ürettikleri araçlar ile gerçekleştirmektedirler. Bu 3 firmayı ait oldukları ülkelerden bağımsız olarak yerli üretici kategorisinde değerlendirmek ve tüketimde de yerli üretici kategorisinde saymak yerinde olacaktır.

Türkiye otomotiv sektörü (otomobil ve hafif ticari araç) perakende satışlarında; Alman menşeli Volkswagen firması 1. sırada, Opel firması 5. sırada, BMW firması 13. sırada ve Audi markası ile yine Volkswagen firması 15. sırada yer almaktadır. İthalatta ve toplam satışlarda en yüksek pazara sahip olan bu Alman firmalarının hiç biri Türkiye'de üretim yapmamaktadır.

Alman firmaları açısından sadece Mercedes-Benz firmasını Türkiye'de ağır ticari araç üretimi yaptığı için yerli üretici kategorisinde saymak gerekmektedir. Otomobil ve hafif ticari araç kategorisinde tamamı ithal olan ürünleri ile pazarda yer alan Mercedes-Benz, perakende satışlarda 9. sırada yer almaktadır.

Sektördeki ezici Alman üstünlüğü ve dikkat çekici Fransız hâkimiyeti karşısında, Avrupa üretim üslerinden en önemlisi Türkiye'de bulunan ve marka değeri, toplam satışlar ve kârlılık alanlarında dünya birincisi olan Toyota ise Türkiye pazarında toplam satışlarda 6. sırada yer almaktadır. Toyota'nın Türkiye pazarındaki satışlarının % 68'i Türkiye'de ürettiği araçlar ile gerçekleşmektedir.

Yine dünya sıralamasında 11. sırada yer alan ve denizaşırı ülkelerdeki ilk üretim merkezini 1997 yılında Türkiye'de kuran Hyundai firması da satışlarının % 44'ünü yerli üretim ile karşılmasına rağmen Türkiye pazarında Toyota'nın hemen arkasında 7. sırada yer almaktadır.

Hem Toyota, hem de Hyundai firmalarının Türkiye pazarındaki satış ve konumlandırma politikalarını gözden geçirecek yeniden şekillendirmeleri gerekmektedir. Ayrıca, her iki firma da pazarın tamamına nüfuz edecek stratejiler geliştirmeli ve üretim avantajlarını pazar liderliğine dönüştürebilmeyi başarmalıdır.

Bu noktada, tamamı ithalata dayalı ürün satışı yapan firmaların pazar paylarını makul seviyeye çekebilme ve pazardaki ithalat ağırlığını ortadan kaldırabilme için devletin, vergi muafiyeti, yerli ürün teşviki, vb. ek avantajlar ile Türkiye'de üretim yapan firmaları, satışlarını etkileyebilecek şekilde, desteklemesi gerektiği değerlendirilmektedir.

Ülkeler arası ilişkiler bakımından özellikle 2016 yılında yaşanan olumsuzluklar, Almanya, Hollanda, Fransa gibi Avrupa'nın önde gelen ülkelerinin Türkiye karşıtı tutumları ve AB sürecindeki engelleyici yaklaşımlar göz önüne alındığında, milli refleks olarak satış kaybı beklenen Avrupa ülkelerine ait otomotiv ürünlerine Türk halkı hâlâ yüksek seviyede ilgi göstermektedir. Bu yüksek ilginin nedenlerini Avrupa ülkeleri ile olan ilişkilerin geçmişine ve AB ile uyum sağlama çabalarına bağlamak yeterli olmayacaktır.

Türk halkının tüketim alışkanlıklarının otomotiv sektörü açısından yorumlanmasında; kendi ülkelerinde üretim yapma konusunu dikkate almadıkları veya milli politikalar ile otomotiv sektörü tüketimi arasında bağ kurmadıkları, bağ kursalar dâhi bu tüketimi yapan kişilerde bu duyarlılığın yeterince güçlü olmadığı gibi sonuçlara ulaşılabilir.

Konunun otomotiv sektörü açısından başka bir çalışma ile pazar ve satış odaklı incelenmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada da görülmektedir ki Türkiye, Avrupa ülkeleri için çok önemli bir pazardır.

Otomotiv sektörünün, ülkelerin ekonomik büyüklükleri ile doğru orantılı olarak geliştiğini gözlemlene imkânı bulunan bu çalışmada, GYİH (GDP) büyüklüğüne göre dünya ekonomileri arasında 17. sırada yer alan Türkiye'nin, markasal ve şirketler açısından dünyanın önde gelen firmalarına sahip olan bir ülke konumuna ulaşabilmesi için ekonomik büyüklük açısından ilk 5 ülke arasında kendine yer bulabilme başarısını gösterebilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Türkiye'nin ekonomik göstergelerden bağımsız olarak başarıya ulaşabilmesi, otomotiv ürünleri satın alma tercihleri konusunda Türk halkının milli hassasiyet düzeyinin yükseltilmesine ve yerli otomobil üretme ve markalaştırma projesini en kısa sürede milli mesele hâline getirerek markalaşma konusunda toplumsal sinerji oluşturmaya bağlıdır.

Kaynakça

- Baskak, Murat ve Eray Mihçioğlu (2004). "Otomotiv Endüstrisinde Ana Firma-Tedarikçi İlişkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Chiaberge, Marcello (2011). *New Trends and Developments in Automotive Industry*, InTech, <https://www.intechopen.com/books/new-trends-and-developments-in-automotive-industry>, (Erişim Tarihi: 19/06/2017).
- Cusumano, Mihael A. ve Kentaro Nobeoka (1992). "Strategy, structure and performance in product development: Observations from the auto industry", <http://www.sjbae.pbworks.com/w/file/46841897/Strategy>, (Erişim Tarihi: 15/06/2017).
- Çiçek, Recep ve Seda Çağma (2014). "Türk Otomotiv Ana Sanayinin Uluslararası Pazardaki Rekabet Gücü: Otomotiv Yan Sanayi Üzerine Bir Uygulama", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 28, s. 260-277.
- Devrimarabasi.com. (2017). <http://www.devrimarabasi.com/tarihce.html>, (Erişim Tarihi: 17.08.2017).
- Du, Jiuyu ve Danhua Ouyang (2017). "Progress of Chinese electric vehicles industrialization in 2015: A review", *Applied Energy*, Vol 188, p. 529-546.
- Elmas, Güldem (2011). "Bursa Bölgesi'nde Otomotiv Lojistiği ve Otomotiv Terminallerinde Kapasite Analizi", Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- FORBES. (2017a). The World's Most Valuable Brands. *The World's Most Valuable Brands*, (Erişim Tarihi: 25/07/2017).

- FORBES. (2017b). The World's Biggest Public Companies. *The World's Biggest Public Companies*, (Erişim Tarihi: 25/07/2017).
- Guerzoni, Marco (2014). *Product Variety in Automotive Industry Understanding Niche Markets in America*, Springer, İtalya.
- Güneş, Serkan (2012). "Türk Toplumunu ve Otomobil", *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 25, s. 213-230.
- Hyundai Assan (2017). <http://www.hyundai.com/tr/tr/Aboutus/LocalCompany/index.html>; (Erişim Tarihi: 05.08.2017)
- Karbuç, Fahri, And Silahçı ve Emrah Çalışkan (2017). "Otomotiv Sektör Raporu", İstanbul Ticaret Odası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar, <https://www.ito.org.tr/itoyayin/0009133.pdf>, (Erişim Tarihi: 05/082017).
- Köksal, Yüksel ve Mukadder Kahraman Türedi (2014). "Tüketici Otomobil Tercihinde Etkili Olan Bilgi ve İletişim Kanalları Üzerine Bir İnceleme", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 32, s. 105-125.
- Mitchell, William J., Christopher E. Borroni-Bird ve Lawrence D. Burns (2010). *Reinventing the Automobile Personal Urban Mobility for the 21st Century*, The MIT Press, USA.
- Murphy, A. (2017). 2017 Global 2000 Methodology: How We Crunch the Numbers. (Erişim Tarihi: 04.09.2017)
- ODD (2017). "Genel Değerlendirme Haziran 2017", Otomotiv Distribütörleri Derneği, <http://www.odd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/1885/Sekt%3b6rel%20De%49ferlendirme%20Haziran%20>, (Erişim Tarihi:05/08/2017).
- ODD. (2016). 2016 Yılı (Ocak-Aralık) Perakende Satışlar (Yerli & İthal). *OTOMOTİV DİSTRİBÜTÖRLERİ DERNEĞİ 2016 Yılı (Ocak-Aralık) Perakende Satışlar (Yerli & İthal)*, (Erişim Tarihi: 10/08/2017).
- OSD (2017). "Otomotiv Sanayii 2016 Yılı Küresel Değerlendirme Raporu", http://www.osd.org.tr/sites717upload/files/2016_Degerlendirme_Raporu-2250.pdf, (Erişim Tarihi: 01/08/2017).
- OSD. (2017a). OSD - OSD ÜYELERİ. http://www.osd.org.tr/osd-uyeleri_ (Erişim Tarihi: 28/07/2017).
- OSD. (2017b). OSD - Toyota. <http://www.osd.org.tr/osd-uyeleri/toyota/>, (Erişim Tarihi: 29/07/2017).
- Öztekin, Sinan Çağrı (2016). "Türkiye Otomobil Sektörünün Talep Analizi," Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ordu.
- Pişkin, Sercan (2017). "Türkiye Otomotiv Sanayii Rekabet Gücü ve Talep Dinamikleri Perspektifinde 2020 İç Pazar Beklentileri", Otomotiv Sektör Raporu, http://www.taysad.org.tr/uploads/dosyalar/06-02-2017-09-59-170206-Otomotiv_Sektor_Raporu_TSKB-2208.pdf, (Erişim Tarihi: 07/06/2017).
- PSA. (2017). <https://www.groupe-psa.com/en/newsroom/corporate-en/birth-of-a-european-champion-opel-and-vauxhall-join-groupe-psa/>, (Erişim Tarihi: 15.08.2017)
- TAYSAD. (2017). Taysad. <https://www.taysad.org.tr/tr/sayfa/Turk-Otomotiv-Sanayi-ve-TAYSADin-tarihcesi>, (Erişim Tarihi: 25.08.2017).
- TOYOTA. (2017). TOYOTA OTOMOTİV SANAYİ TÜRKİYE A.Ş. Kurumsal Veriler. <http://www.toyotatr.com/?m=p&pid=8>, (Erişim Tarihi: 03.08.2017).
- Tunçsiper, Çağatay (2014). "Otomotiv Sektörünün Makro Analizi ve Strateji Yönetimi", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Yaşar, Okan (2013). "Türkiye'de Otomotiv Ana ve Yan Sanayi ve Marmara Bölgesi'nde Kümelene", *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Vol. 8/6, p. 779-805.
- Yılmaz, Erkan (2016). "Türkiye Otomotiv Sanayinin Gelişimi ve İkinci El Otomobil Talep Fiyatının Belirleyicileri", Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tokat.
- worldbank.org. (2017). GDP (current US\$) | Data. http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?contextual=default&end=2016&locations=US-CN-DE-JP-GB-FR-IN-IT-BR-CA-KR-RU-ES-AU-MX-ID-TR&start=2016&view=bar&year_high_desc=true_ (Erişim Tarihi: 06/08/2017).

Summary

Automotive firms have become one of the world's leading industries in the sectoral sense by accelerating change and development-oriented studies against the changing environment conditions and developments in information technologies. In this article, the situation analysis of the automotive sector was tried to be presented by 2017, and with the historical development of the sector, an attempt was made to reach a general picture in terms of production, sales and firm in the world and in Turkey.

In this article, it has been tried to show the status of the 9 countries that have automotive production all over the world and their companies in terms of sales, profitability, brand value and company size. In addition, it has been tried to explain briefly how the world automotive industry develops, which phases the automotive industry in Turkey has survived to date, and in which stages it has reached today.

It has been tried to put forward the situation of automotive production globally and the change in recent years as a result of the fact that the Asia-Oceania region, led by China in automotive production, has left Europe and the US as sectoral size.

This study, which also shows that the countries of origin of automotive manufacturers belong to the biggest economical countries of the world at the same time, also included a short sales-oriented review of the Turkish market.

Examining the Turkish automotive industry in terms of retail sales in 2016, the German dominance in sales was noteworthy despite the Japanese superiority in production on the market, which was weighted by German, French, American, British and Japanese firms.

The study also tried to provide information on the import-export situation in the Turkish automotive market, the performance of the companies producing in Turkey, and the automotive consumption habits of Turkish consumers.

It has become clear that the Turkish automotive industry has a very important mission in Turkey's exports and that it is the leading sector in terms of exports. Turkey, which is Europe's largest commercial vehicle producer, is engaged in foreign investment-oriented production in terms of the general automotive sector. The proportion of production to sales in the domestic market remains relatively low. Considering that 77% of the automotive products produced in Turkey are exported, it is observed that imported products dominate the domestic market, companies producing in Turkey have to develop new policies for the internal market and benefit from production advantage.

In addition, the study concluded that the political problems between Turkey and leading European countries such as Germany, France and the Netherlands did not reflect on automotive sales and that automotive consumers did not create a national reflex in their consumption preferences.

In recent years, the development of the Turkish automobile industry has accelerated its efforts to produce domestic automobiles, and the effects of the developments in the world automotive market on Turkey have been examined. It is emphasized that the Turkish people should develop national sensitivity about their preferences for purchasing automotive products and Turkey should take advantage of the social synergy in branding as soon as the domestic automobile manufacturing and branding project becomes a national issue.
