

Küresel Mali Krizde Otomotiv

İçeriği Yazan: [Timur Veyssel DOĞRUOK](#) [1] Zaman: Çar, 15/04/2009 - 06:00

Yazar: Timur Veyssel Doğruok



Değerli okuyucular;

Küresel mali kriz ve izlenen politikalar, farklı çevrelere olan etkileri ve genel duruş itibariyle inceleme yazılarıma devam etmekteyim. Siz değerli ilgilileri bilgilendirebiliyorsam ne mutlu bana. Bugünden itibaren, yazılarımda bazı lokomotif sektörlerin Krizde içerisinde bulundukları yeri, sektör temsilcileri ve/veya sektörde lider firmaların üst yöneticileri ile yaptığım görüşmelere istinaden hazırlamayı planladığım yazı dizisi ile siz saygıdeğer okuyucuların ilgilerine sunuyorum.

Bugün, bizleri en çok şaşırtan, kale sektörlerimizden biri olarak ifade edilen otomotiv sektörü ile başlamak istiyorum. Bundan öncede bahsettiğim gibi otomotiv üzerinde etkin bir şekilde durmaya çalışıyorum. Çünkü dev yatırımlar, dev istihdam düzeyi ve sektör yapısı olarak kilit bir noktada olduğu aşikârdır.

Küresel mali kriz ile ilgili daha önce yazmış olduğum yazılarda **otomotiv sektörü** ile ilgili genel tanıtıcı bilgiler mevcut olup, tekrarlamaktan kaçınarak sektörün gelmiş olduğu son nokta ile ilgili yukarıda da bahsettiğim gibi ciddi referanslardan aldığım bilgileri paylaşarak başlıyorum.

Öncelikle Otomotiv sektörünün ve kredi kanallarının ilişkisi ile ilgili olarak, toplumun, bireyleri tenzih ederek ve üzülererek belirtiyorum ki bilinçsiz olduğundan bahsetmek istiyorum. ABD ile değil de, Türkiye'yi ve Avrupa'yı kıyaslayarak örneklendirmeler yapıp, konuyu daha iyi kavramanızı sağlamak isterim. Avrupa geniş bir sentez ve kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak genel durum şudur; Otomobil tüketimi bizlerinki kadar yoğun değildir. Bunu, kendimiz gittiğimizde görüp, gidip-gelen arkadaşlarımızdan, eşimizden, dostumuzdan, orada yaşayan Türklerin bizlere sunduğu net referanslardan öğrenebiliyoruz. Otomobili, bazılarımız hâlihazırdaki standart ihtiyaçlarımızdan biri

olarak görebiliyorlar. Ortalama 2 senede bir otomobil değiştirenlerin sayısının hiçte az olmadığını gözlemlerimizle de görebiliyoruz. Gelelim bu değişimlerin nasıl halledildiğine... Tüketiciler, hâlihazırdaki otomobilini satıyor, elde ettiği paranın bir kısmını diğer ihtiyaçlarına yatıyor, elindeki parayı belki de tüketiyor ve yeni araba almak için tekrar kredi çekiyor. Ya da sattığı otomobilden elinde bulundurduğu parayı hiç harcamasa dahi yine taşıt veya tüketici kredisi kullanma yoluna gidiyor. Ülkemizde Tüketici Kredilerinin kullanım oranı hiçte azımsanacak oranlarda değildir. Ancak bazı kesim var ki; kullandığı tüketici ya da taşıt kredilerini ticari araç alımında kullanıp, aracı ticari olarak çalıştırıp, kredisini ödeyebilecek bir şekilde kullanmaktadır. Bu anlamda, fazla açılmamak kaydıyla krediler etkili olmaktadır.

En önemli konulardan biri ise; “kriz”in tüm piyasalarda oluşturduğu güvensizlik ortamıdır. Süregelen durum nasıl işlemektedir? Krizden dolayı düşen piyasa talebine mukabil, stok arzı ya da üretim kapasite azaltımı ile beraber işten çıkarmalar yani istihdam kaybı yaşanmaya başlandı. Bu işten çıkarmalar ile birlikte işçilere bazı firmalar 6-7 aylık maaş, kıdem, ihbar tazminatları ödediler. Hatta aldığım bazı duyumlara göre üretim planlarını revize eden firmalar işçilerine 10 aylık maaş artı kıdem-ihbar tazminatı ödeyerek işten çıkarmayı bile teklif etmişlerdir. Çünkü gelecekte stratejik planlarında bu gibi firmaların öngörülerini büyük ihtimalle tutmaktadır. Kimsenin mağdur edilmemesi adına; iyi bir durum olarak da görülebilir. Ancak yukarıda üzülererek bahsettiğim bilinçsizlik şu şekilde gerçekleşmektedir. Alınan ekstra maaş-ikramiye- tazminat vs. ler, “nasıl olsa yakın zamanda iş bulurum” düşüncesi ile ihtiyati tedbir göz ardı edilerek tüketildi. Biliyoruz ki “tazminatımı alayım da çıkayım” istekleri az değildir. Tahmin edilemeyen kriz etkileri, kazanılandan çok harcayan kesim için olumsuzluk teşkil etti. İnsanlar kazandıkları maaşlarının %70 oranına kadar çeşitli tüketici veya diğer kredi türevlerine borçlandılar. Krizi anlayamadılar. Anlamaları zaten ekstrem bir durum olurdu belki de. Çünkü bu denli olacağının önceden tahmini çok zordu. İçinde bulunduğumuz Krizin tahmin edilenden daha büyük olduğunu en erken 2 ay sonrasında öğrenebildik belki de. Piyasanın bu durumunu takip eden işten çıkarmalarla da kredi geri ödemeleri sıkıntıya düştü. Tabi bu büyük bir piyasa haline gelince de finans sektörünün sıkıntısı daha da büyüdü.

Sonralarda hükümetin yaptığı bir atakla iç piyasanın canlandırılması adına benim olumlu olarak gördüğüm ÖTV indirimi çare olarak sunuldu. Buna mukabil edinilen öngörülerle beraber söylediklerimiz şunlardı: ÖTV indirimi, iç piyasayı canlandırmak için yapılan bir uygulamadır ve iç piyasanın canlandırılmasına olumlu etki yaratacaktır. Nitekim firmaların evde oturan işçilerini geri çağırdığını, vardiya başına adet üretim miktarlarını arttırdıklarını dolayısıyla kapasite artırımına yol açtığını izledik. Avrupa’daki hurda teşvik’i kapsamının da ihracat bazlı yarar sağladığı açıklanmıştı. Ancak ÖTV, Mart ayında açıklandı ve 1 Nisan’da şaka gibi neredeyse tüm otomobillerin birim fiyatlarına ciddi zam oranları geldiğini okuduk. Bu durum bize neyi sunuyor? Görülen o ki; Bayiler, ÖTV indiriminden yararlanarak stok kalemlerini çok yüksek meblağlara ulaştırdılar. Toplumumuzda süregelen aşırı kâr tutkusu ile hâlihazırdaki stokların satışına ve yastık altı paranın ekonomiye girmesine etki eden ÖTV indirimi, nihai tüketici ya da 3. ele satış kalemleri için net bir unsur oldu. Bahsedilen aşırı kâr ile ilgili de Nisan ayının başında zamları duyar olduk. Son 3- 4 aylık seyrinde üretici firmaların döviz girdileri de artmıştır. ÖTV indirimi 3 aylık süre için belirlenmiş bir destek kalemi olarak piyasaya sunulmuştur. Geçtiğimiz 3-4 aylık süreçte döviz girdileri ile ciddi sıkıntıya düşen üretici firmalar için ne kadar etkili olacağı, firmaları da düşündürmektedir. Döviz girdilerinin artmasının yanında ters etki olarak, kredi riskleri ile beraber sektörün durumu zaten otomobil fiyatlarını düşürmüştü. Nisan’da gördüğümüz zam oranları bu düşen fiyatları geri alma mıdır yoksa? Evet, 3 aylık süreli ya da 1 yıllık süreli olarak MTV ve ÖTV indirimi olduğunu varsayalım. Türkiye’de üretilen araçların ortalama olarak %60 ila %70 oranında ihraç edildiğini ve iç piyasaya satılan araçlarında %60 oranında ithal edildiğini söylemek izafi olmayacaktır. Bu durumlarda bize bu indirimlerin sektörün canlanmasına yetmeyeceği konusunda bir fikir veriyor. Piyasanın eski haline gelmesi, küresel nitelikte olacağından ve belirsizliğin boyutlarından dolayı net bir şey söylemek takdir edersiniz ki kolay değildir.

Yukarıda bahsettiğim bilinç kavramına ve Avrupa’daki durumdan bir örnek verecek olursak; Avrupa’da büyük veya lüks ihtiyaç sınıfına giren ürünler tedbir olarak direkt ikinci plana atıldı. “Ev veya otomobil almazsam, hayatımı idame ettiremem” diyecek biri olmamalı. Avrupa’da toplumda yerleşmiş bir kriz saptaması vardır. Ülkemizde maalesef bu durumu biraz geç anladık. Avrupa’daki talep korkusu, Avrupa ile birebir iş yapan biri olarak beni şaşırtmıştı geçtiğimiz aylarda, ancak ülkemizde bu durum işten çıkarmalardan sonra ciddiye alınmaya başlandı. Piyasalara olan güvensizlikten kaynaklanan talep korkusu üreticinin kâbusu oldu. Pahalı ürünlerden ve lüksten

kaçma en birincil tedbir olarak gözümüze çarptı.

Tekrar Otomotiv sektörüne gelirsek, nasıl sektör acilen canlandırılabilir diye sordum ve çok detaylı bilgiler aldım. Daha önceki yazılarımda belirttiğim ve üzerinde durduğum “Proje Vadeleri” konusunun net detaylarını edindim. Bunları şimdi yüzeysel olarak sizinle paylaşmak isterim. Önceden bahsettiğim şu idi; “Otomotivde Proje Vadeleri çok uzundur, bu sebeple de ani bir kurtarma gerçekleşmesini beklemek neredeyse imkânsızdır” demiştim.

Sektör temsilcilerinin ve/veya üst yöneticilerinin de aynı görüşte olduğunu bilmenizi isterim. Proje’lerin neredeyse 30 kapı(bölüm)’dan oluştuğunu ve bazı kapıların onay süresinin 1-2 ay olduğunu yetkililerinden duymakta sektörün ağ sarmalının ne kadar derin olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu durumda bazı projelerin piyasaya sürülmesi, tüm testlerin ve onayların kabulü ile birlikte 4 seneye kadar çıkabilmektedir. Bu projelerin üretim sahaları da ciddi sermaye yatırımlarıdır. Yüksek işletme sermayesi de, yatırımın fazlalığı ile birlikte krizden etkilenme riskini doğurabilir. Üretilen ürünü oluşturmak için gerekli olan sermaye yatırımı çok büyük ve üretilen ürün pahalı, sektördeki kriz ürünü etkileyecek ve bu sermaye yatırımı çalışmaz veya işlemez hale gelecek. İşte içinde bulunduğumuz durumda budur maalesef...

Kredilerin geri çağırıldığını belki birçoğumuz duymuşuzdur. “Credit Line/Line of Credit” olarak tabir edilen kredi kanalları donduruldu. Kredi geri çağırımlarına ilişkin ise şu söylenmektedir: “Bankalar, büyük sermaye yatırımlarına sahip işletmelerden kredilerini geri çağırılmazlar, bu nedenle toplamda kredi riskini düşürmek için farklı ve daha küçük işletmelerin kapısını çalmak zorundadır. Büyük işletmelerden geri çağırırsa, zaten tüketilmiş/harcanmış olan yüksek meblağı alamayacaktır. Bu durumda firmaya el koymak ya da belirli bir bölümünü satın almak zorunda kalır. Piyasayı da mahveder.” Krizin reel sektöre girmesinin sebeplerinden en önemlisi olarak gösterilen kredi geri çağırımları, bankaların riskini minimize etmesini ve sermaye/para piyasalarında etken kredi notlarını sabit tutmasını ya da çok az kayıp yaşamasını, buna mukabilde firmanın genel olarak az değer kaybetmesini sağlayacaktır.

Taşıt veya Konut Kredilerinin, neredeyse %100’e hatta Mortgage piyasasında ABD’de %110’lara kadar kullandırıldığını biliyoruz. Bu oranda bir para aktarımı söz konusu, çünkü faiz ve anapara ödenmediğinde bankanın el koyacak bir karşılığı var. Lakin “kriz”den sonra %51’lere varan fiyat düşüşleri ile bankalar veya finans kurumları kredi kullandırım yüzde oranlarını tekrar gözden geçirmek durumunda kalmışlardır.

Tekstil gibi sektörlerle etkisi büyük olan enerji maliyetleri ile ilgili sohbetlerimizde ise otomotivde, enerji maliyetlerinin iri bir maliyet kalemi olmadığı vurgusu yapılmıştır. Ancak ekleniyor; maliyet kontrolü Türkiye’de Avrupa’ya oranla daha dikkatli. Enerji maliyetinin, işçilik maliyeti seviyelerinde %1, %2 oranında olduğu ifade ediliyor.

Rekabet ve kalite unsurları olarak Türkiye’nin ciddi anlamda kalitesini arttırdığı su götürmez bir gerçektir. Türkiye’nin otomotiv üretiminde kalite kapsamında dünya klasmanında çok iyi bir yerde olduğunun söylemenin gururunu yaşıyorum. Avrupa’da 10 yılda yakalanan kalite ülkemizde 3 aylık süre diliminde gerçekleştirilebilmektedir. Rekabet ana unsur olarak, üretimden ziyade Marka Rekabeti olarak süregelmektedir. Çünkü otomotiv üretimi belirli standartlara göre uzmanlaşmayı gerektiren öğretilerle desteklenmektedir. Teknik ve Mühendislik kapsamının geniş olması bu durumda etkindir.

Sektörde, zarar kaçınılmazdır. Çünkü Türkiye’de otomotiv haklı gururunu yaşamış olduğu doruk noktasına birdenbire gelmemiştir. 20 yılın birikimi söz konusudur. Öyle ki; otomotiv yan sanayi üreticilerimiz kapasitelerinin %50’ye varan kısımlarını ihraç etmektedirler. Lakin kriz bu tarafı da vurmuştur. Otomotiv’in krizden tek başına sektör olarak çıkması hem kolay değildir hem de beklenen bir durum değildir. Bu durumda devletten beklentiler veya öngörüler neler olabilir? Bunlara biraz göz atalım.

Yıllık faiz oranı şu an olduğundan çok daha cüzi tutularak borçlanma sağlanabilir. ÖTV’nin iç piyasa için iyi bir enstrüman olduğunu belirtmiştim, bu desteğin vadesinin uzatılması ile birlikte bahsettiğim yıllık faiz oranı düşük kredi desteği ile yeni proje yatırımlarına destek olunabilir. Inovasyonun ne kadar önemli olduğu zaten tecrübe edilmiştir.

Sektörün en önemli firmaları General Motors ve Toyota olarak söylenebilir. General Motors, daha öncede bahsettiğim gibi lüks sınıf yakıt tüketimi yüksek araçlar üretme stratejisi uygulamaktadır. Son zamanlarda ekonomi sınıfına yaklaşan adımlar atmak için stratejiler geliştirmeye başlanmıştır. Ancak geç kalındığı durumu şüphesiz, özellikle bizim gibi pazarlar için. Ancak Toyota'nın stratejisi ise, otomobildeki güven unsuru ile ekonomiklik kavramına önem vermekten geçmektedir. Toyota için şu söylenir; "Toyota, başkalarının tecrübelerinden faydalanmaktadır." Toyota, GM'nin ayakta kalması için rekabet ve toplam kalite için söylemlerde bulunmuştur. Eğer, GM'nin batması söz konusu olursa, Toyota'nın çekincesi de kontrolsüz büyüme'dir. ABD Başkanı, Obama'nın isteği üzerine de GM eski CEO'su Rick Wagoner, koltuğunu Frederick A. Henderson'a bırakmak durumunda kalmıştır. GM'nin seyri ise bizi düşündürmüştür. 2005'lerde 70 dolar seviyesinde olan hisse değerinin, 2,12 dolara kadar indiğini görmüştüm.

Maliyet kalemlerinde hammadde olarak önemli bir duruma daha değinmek istiyorum: "Sac" Demir-Çelik firmalarının da krizden etkilendiğini biliyoruz. İşte burada otomotiv sektörü ile bağlantısı da karşımıza çıkmaktadır. En büyük üreticilerden biri Arcelor'dur. Mittal ile birleşerek Arcelor-Mittal olarak en büyük olmuştur. Avrupa otomotiv ve sac üretimi ilişkisi ve sistemi şu şekildedir; Arcelor, madenleri 5 yıllığına satın alıp, satışını da sözleşmelere dayalı olarak 5 yıllık planlıyor. Bu durumda, daha fazla satışı garanti ettiği için, fiyatta ortalama %30 daha ucuz oluyor. Türkiye'de ise üretici firmalar, satın alımı Erdemir'den yapıyor. Sistem şöyle işliyor; Avrupa'da 5 yıllık olan durum, Türkiye'de yıllık olarak seyrediyor. Bu durumda Türkiye otomatikman demir-çelik veya sacı %30 Avrupa'dan daha pahalıya satın almış oluyor.

Engin bilgilerinden ve hoş sohbetlerinden beni mahrum etmeyen değerli büyüklerime teşekkürlerimi sunarım. Siz değerli okuyucuları bilgilendirmek için emeklerime emek katan insanları saygıyla selamlıyorum.

Siz değerli okuyuculara da bilgi vermek bizleri mutlu ediyor. Zamanınıza ve ilginize sağlık.

Saygılarımla,

iletisim@politikadergisi.com [2]

Yorumlar

- [Ekonomi - Finans](#) [3]

Kaynak URL (14/05/2024 - 01:50 tarihinde yazdırıldı):

<https://www.politikadergisi.com/makale/kuresel-mali-krizde-otomotiv>

Bağlantılar:

[1] <https://www.politikadergisi.com/pd-uye/timur-veysel-dogruok>

[2] <mailto:Timur.Dogruok@PolitikaDergisi.com>

[3] <https://www.politikadergisi.com/category/icerik-kategorileri/ekonomi-finans>

