

**OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN İKTİSADİ ANALİZİ;
ERZURUM İL MERKEZİNDE OTOMOBİL
TALEBİ VE TALEBİNİN BELİRLEYİCİLERİ
ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Sevdanur DURMUŞ

**Yüksek Lisans Tezi
İktisat Anabilim Dalı
Prof. Dr. Kerem KARABULUT
2014
Her Hakkı Saklıdır**

**ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

Sevdanur DURMUŞ

**OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN İKTİSADİ ANALİZİ; ERZURUM İL
MERKEZİNDE OTOMOBİL TALEBİ VE TALEBİNİN
BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Prof. Dr. Kerem KARABULUT**

ERZURUM -2014



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



TEZ BEYAN FORMU

04.11.2014

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum "OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN İKTİSADİ ANALİZİ; ERZURUM İL MERKEZİNDE OTOMOBİL TALEBİ VE TALEBİNİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.


Sevdanur DURMUŞ



**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Prof. Dr. Kerem KARABULUT danışmanlığında, Sevdanur DURMUŞ tarafından hazırlanan bu çalışma 04 / 11 / 2014 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından. İKTİSAT Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Uğur GÜLLÜLÜ

İmza:

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Kerem KARABULUT

İmza:

Jüri Üyesi : Yrd. Doç. Dr. Fatma G. ODABAŞIOĞLU

İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mustafa YILDIRIM
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
KISALTMALAR DİZİNİ	VI
ŞEKİLLER DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	VII
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA OTOMOTİV SEKTÖRÜ

1.1. OTOMOTİVİN TANIMI VE SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ	4
1.1.1. Otomotiv Sektörünün Tanımı.....	4
1.1.2. Otomotiv Sektörünün Tarihi Gelişimi.....	4
1.2. OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI	5
1.2.1. Otomotiv Sektörünün Dünya Üretimindeki Yeri ve Önemi	5
1.2.2. Dünya Genelinde Otomobil Üreten Firmalar	9
1.2.3. Otomotiv Sektöründeki Genel Sorunlar	11
1.2.4. Otomotiv Sektörünün Geleceğe Yönelik Firma Stratejileri	13

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜ

2.1. TÜRK OTOMOTİV SANAYİNİN GELİŞİMİ	16
2.1.1. Otomotiv Piyasasının İlk Oluşum Dönemi	16
2.1.2. İthal İkame Yaklaşımı Etkisindeki 1960' li Yıllar	17
2.1.3. Petrol Krizi Etkisindeki Ülke Ekonomi Politikalarının 1970'li Yıllara Etkisi.	19
2.1.4. Liberal Ekonomi Politikaları Etkisindeki 1980'li Yıllar	19
2.1.5. Küresel Rekabet ve Sanayi Entegrasyonu Sürecindeki 1990'li Yıllar.....	20
2.1.6. Sürdürülebilir Küresel Rekabet Sürecinden Güçlü Ekonomiye Geçiş Sürecindeki 2000'li Yıllar	22

2.1.7. 2010' lu Yıllarda Sektörün İçinde Bulunduğu Durum ve Öngörüler.....	23
2.2. OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL EKONOMİK ANALİZİ	26
2.2.1. Otomotiv Sektöründeki İthalat, İhracat ve Dış Ticaret Göstergeleri.....	26
2.2.2. Türkiye' deki Üretim, Pazar ve Kapasite Analizi	29
2.2.3. Otomotiv Sektörünün İstihdam Üzerindeki Etkisi	33
2.3. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDEKİ GENEL SORUNLAR.....	34
2.3.1. Kapasite Fazlalığı	34
2.3.2. Yetersiz ve İstikrarsız İç Talep.....	34
2.3.3. İthalat Artışı.....	34
2.3.4. Satış Vergilerinin Yüksekliği	35
2.4.5. Ana ve Yan Sanayi Arasındaki İşbirliği Eksikliği	38

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TALEP TEORİSİ VE OTOMOBİL TALEBİ

3.1. TALEP TEORİSİ.....	39
3.1.1. Talep Edilen Miktar ve İçeriği	41
3.1.2. Talep Edilen Miktarı Etkileyen Faktörler	41
3.1.2.1. Malın Fiyatı	41
3.1.2.2. İlgili Malların Fiyatları	42
3.1.2.3. Ortalama Tüketici Geliri.....	42
3.1.2.4. Tüketiciler Arasındaki Gelir Dağılımı.....	43
3.1.2.5. Zevk ve Tercihler.....	44
3.1.2.6. Tüketici Sayısı	45
3.1.2.7. İhtiyacın Şiddet Derecesi	45
3.1.2.8. Piyasa İşlemleri.....	45
3.1.2.9. Nüfus.....	45
3.1.3. Otomobil Talebi	46
3.2. TALEP ESNEKLİKLERİ.....	47
3.2.1. Fiyat Esnekliği.....	48
3.2.2. Gelir Esnekliği.....	48
3.2.3. Çapraz Esneklik.....	49
3.2.4. Beklenen Fiyat Esnekliği.....	49

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ERZURUM İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

4.1. ERZURUM İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI	51
4.1.1. Erzurum'un Kısa Tarihçesi	51
4.1.2. Erzurum'um İlinin Genel Sosyo-Ekonomik Göstergeleri.....	53

BEŞİNCİ BÖLÜM

ERZURUM İLİ OTOMOBİL TALEBİNDE BELİRYECİ OLAN TEMEL UNSURLARA YÖNELİK UYGULAMA

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	61
5.2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	62
5.2.1. Örnekleme Süreci	62
5.2.2. Ön Çalışma	62
5.2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı	62
5.3. VERİLERİN ANALİZİ	63
5.3.1. Demografik Özellikler.....	63
5.3.2. Cevaplayıcıların Otomobil Talebini Etkileyen Davranışları.....	64
5.3.3. Otomobil Talebinin Belirleyici Değişkenlerinin Tanımlayıcı İstatistikleri	74
5.3.4. Otomobil Talebini Belirleyen Faktörlerin Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi ...	78
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	96
KAYNAKÇA	100
EKLER.....	108
EK 1. 2010 OICA Verilerine Göre Motorlu Taşıt Üretimleri	108
EK 2. LMC Automotiv Dünya Otomotiv Üretimi	110
EK 3. Motorlu Kara Taşıtlar Sayısı	112
EK 4. Motorlu Taşıtlar Üreten Firmalar ve 2012 Üretim Kapasiteleri.....	113
EK 5. Anket Formu	115
ÖZGEÇMİŞ.....	118

ÖZET**YÜKSEK LİSANS TEZİ****OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN İKTİSADİ ANALİZİ; ERZURUM İL
MERKEZİNDE OTOMOBİL TALEBİ VE TALEBİN BELİRLEYİCİLERİ
ÜZERİNE BİR UYGULAMA****Sevdanur DURMUŞ****Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kerem KARABULUT****2014, 118 sayfa****Jüri: Prof. Dr. Kerem KARABULUT****Prof. Dr. Uğur GÜLLÜLÜ****Yrd. Doç. Dr. Fatma G. ODABAŞIOĞLU**

Otomotiv sektörü gelişmekte olan ülkeler için anahtar sektör görevi görmektedir. Küresel ekonomi içinde önemli bir yer tutan sektör, sürekli olarak teknolojik yapıyla ve AR-GE yatırımlarıyla beslenmektedir. Ekonomide çarpan etkisi oluşturan sektör istihdam, büyüme, iç ve dış denge üzerinde olumlu katkılar sağlamaktadır. Şehirleşmenin hızla artması ve şehirlerin büyümesiyle de otomobilin günlük hayat içinde kullanımının gitgide artması sonucu talebi sürekli artmaktadır. Heterojen bir mal olan otomobil birçok marka ve modelle farklı tüketici grupları için farklı talepler oluşturmaktadır. Ayrıca otomobiller dayanıklı tüketim mallarından sayılmalarından dolayı reel faiz oranlarından etkilenmekte ve faizlerdeki oynaklık tüketicilerin talebini etkilemektedir. Banka kredilerinin kolaylığı ve ulaşılabilirliği de tüketicinin satın alma kararını büyük ölçüde etkilemektedir. Düşük gelir gruplarındaki tüketiciler banka kredileri kullanarak dönemler arası gelirleri farklı paylaşmak suretiyle otomobil satın alabilmektedirler. Otomotiv sektörünün iktisadi analizi yapılan bu çalışmada önce dünya ekonomisi sonrada Türkiye ekonomisi üzerinde sektörünün ekonomik etkileri incelenmiştir. Erzurum il merkezinde yapılan anket çalışmasıyla otomobil talebini etkileyen vergi, teşvik, faiz oranları ve demografik özelliklerin etkileri incelenmiştir. Otomobil satın alma kararını etkileyen faktörler ve talebi etkileyen otomobil özellikleri belirtmeye çalışılmıştır. Ayrıca Türkiye’de üretilmesi planlanan yerli marka bir otomobile yönelik talep tahmini yapılmış, yerli marka otomobil üretilmeme nedenleri sorgulanmış ve yerli otomobilin ülke ekonomisine katkılarının neler olabileceği araştırılmıştır. Sonuçlar, istatistiksel yöntemlerle değerlendirilmiştir. Erzurum’da otomobil talebini etkileyen en önemli unsurun “Parçasının kolay bulunurluğu ve markaya güven” olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otomobil Talebi, Otomobil Talep Nedenleri, Erzurum’da Otomobil Talebi

ABSTRACT**MASTER THESIS****THE FINANCIAL ANALYSIS OF AUTOMOTIVE INDUSTRY; A CASE STUDY OVER THE DEMAND FOR AUTOMOBILES AND OVER THE DETERMINANTS OF AUTOMOBILE DEMAND****Sevdanur DURMUŞ****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Kerem KARABULUT****2014, Page: 118****Jury: Prof. Dr. Kerem KARABULUT****Prof. Dr. Uğur GÜLLÜLÜ****Assist. Prof. Dr. Fatma G. ODABAŞIOĞLU**

Automotive industry is the key industry for developing countries. Having an important role for the global economy, this industry is continually supported by the technological structure and research-development (r&d) investments. The industry, causing multiplier effect in economy, provides positive contribution over employment, growing and inner and outer balance. The demand gradually increases as a result of the constant increase in using automobiles in daily life thanks to the fact that urbanization is taking place rapidly and cities are growing. Being a heterogeneous product, automobile creates different demands with numerous brands and models for different consumer groups. Besides, because automobiles are seen as durable consumption products they are affected by the real interest rates, and the mobility in interests influences demands of the consumers. Both the convenience and the availability of the bank loans have considerable influence over consumer's decision of purchasing. Consumers who are in the low-income groups can buy automobiles by apportioning the inter-period incomes by receiving bank loans. In this study in which the financial analysis of automotive industry has been carried out, the influence of automotive industry has been examined firstly on world scale and secondly on the scale of Turkey. With the survey carried out in Erzurum city center, the influences of taxes, promotion, interest rates and demographic features that affect automobile demand have been studied. It has been attempted to indicate the factors affecting the decision of purchasing automobile and automobile features affecting the demand. Moreover, a demand prediction has been made for the local brand automobile planned to produce in Turkey. Besides the reasons for not manufacturing a local brand automobile have been questioned and it has been investigated what a local brand automobile could contribute to the national economy. The results have been evaluated with statistical methods. It has been indicated that the most important factor affecting automobile demand in Erzurum is "the availability of spare parts and the reliance on brands".

Key Words: Automobile Demand, The Reasons For Automobile Demand, Automobile Demand in Erzurum.

KISALTMALAR DIZINI

AB	: Avrupa Birliği
AR-GE	: Araştırma Geliştirme
BM/AEK	: Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu
BRIC	: Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı Muşteşarlığı
DTM	: Dış Ticaret Muşteşarlığı
EKK	: Ekonomi Koordinasyon Kurulu
GZFT	: GÜçlü, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler
ISO	: International Standards Organization
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MARTEK	: Motorlu Araçlar Teknik Komitesi
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MTV	: Motorlu Taşıtlar Vergisi
OAPEC	: Petrol İhraç Eden Arap Ülkeleri Birliği
ODD	: Otomotiv Distribütörleri Derneği
OSD	: Otomotiv Sanayi Derneği
OTAM	: Otomotiv Teknoloji AR-GE Merkezi
OTEP	: Otomotiv Teknoloji Platformu
OYDER	: Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği
ÖTV	: Özel Tüketim Vergisi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TAYSAD	: Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı	6
Şekil 2.1. Türkiye’de Otomotiv Sanayinin Gelişim Dönemleri ve Özellikleri.....	16
Şekil 2.2. Türkiye Otomotiv Sektörü Stratejisi.....	30
Şekil 4.1. Erzurum İl Haritası	52

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Dünya Motorlu Taşıt Araçları Üretimi (1000 Adet).....	7
Tablo 1.2. Motorlu Araç Üretimi 2012/2013 (x 1.000).....	8
Tablo 1.3. Dünya Motorlu Taşıt Üretiminde İlk On Sekiz Ülke İçerisinde Türkiye'nin Yeri (Adet)	9
Tablo 1.4. Markaların Ait Olduğu Ülkeler.....	10
Tablo 1.5. 2012 Yılı Gelire Göre Sıralanmış Global Araba Üreticileri	11
Tablo 2.1. Türkiye'nin Yıllara Göre Otomotiv İhracat ve İthalat Verileri(000\$)	27
Tablo 2.2. Taşıt Araçları İhracatı	28
Tablo 2.3. Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İhracatı (ABD \$)	28
Tablo 2.4. Dünya ve Türkiye Motorlu Araç Üretimi	31
Tablo 2.5. Yıllara Göre Türkiye'de Otomotiv Sanayii Üretimi(Adet).....	32
Tablo 2.6. Motorlu Taşıt Araçları Üreten Firmalarda Kapasite Kullanım Oranları (%).....	33
Tablo 2.8. AB Ülkeleri ve Türkiye Vergi Oranları (%)	37
Tablo 4.1. Erzurum İlçelere Göre İl/İlçe Merkezi ve Belde/Köy Nüfusları -2013	54
Tablo 4.2. Erzurum İl ve İlçe, Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus - 2013	55
Tablo 4.3. Erzurum Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus	56
Tablo 4.4. Trafığa Kayıtlı Otomobillerin Yakıt Cinsine Göre Dağılımı, 2004 – 2014..	57
Tablo 4.5. İllere Göre Motorlu Kara Taşıtları Sayısı (2014 Şubat ayı sonu itibarıyla)..	58
Tablo 4.6. Yıllara Göre Türkiye ve Erzurum Otomobil Sayısı	59
Tablo 5.7. Demografik Özellikler	63
Tablo 5.8. Otomobil Satın Alma Davranışını Etkileyen Bilgi Alma Yerleri	64
Tablo 5.9. Otomobil Satın Alımlarında Taşıt Kredi Kullanımları	65
Tablo 5.11. Otomobil Kullanıcılarının Gelecekte Tercih Edebilecekleri Yakıt Türleri.	67
Tablo 5.12. Otomobil Satın Alma Kararında Zevk ve Tercihlerin Etkisi	67
Tablo 5.13. Banka Kredi Faizlerinin Değerlendirilmesi	68
Tablo 5.14. Otomobil Kullanıcılarının Motorlu Taşıtlar Vergisini Değerlendirmesi	69
Tablo 5.15. Otomobil Kullanıcılarının Yakıt Fiyatlarını Değerlendirmesi	69
Tablo 5.16. Enflasyon ile Otomobil Talebi Arasındaki İlişki	70
Tablo 5.17. Ekonomik Büyüme Hedefi.....	71
Tablo 5.18. ÖTV İndirimi Sağlayan Hurda Teşvik Uygulaması.....	71

Tablo 5.19. Devlet Teşviki ile Otomobil Talebi Arasındaki İlişki.....	72
Tablo 5.20. Döviz Kurları ve Faiz Oranlarının Otomobil Talebine Etkisi.....	73
Tablo 5.21. Yerli Malı Otomobil Talebinin İncelenmesi	73
Tablo 5.22. Otomobil Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler	75
Tablo 5.23. Otomobil Talebini Etkileyen Otomobil Özellikleri	76
Tablo 5.24. Türkiye’de Yerli Otomobilin Üretilmemesine Yönelik Nedenler	77
Tablo 5.25. Yerli Otomobilin Türkiye Ekonomisine Katkıları	78
Tablo 5.26. Eğitim Durumu ile Motorlu Taşıtlar Vergisi Arasındaki İlişki.....	79
Tablo 5.27. Eğitim İle Yerli Malı Otomobil Talebi Arasındaki İlişki.....	80
Tablo 5.28. Gelir Gruplarına Göre Tercih Edilen Yakıt Türleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	81
Tablo 5.29. Sıfır ve İkinci El Otomobil Tercihi Arasındaki İlişki	82
Tablo 5.30. Banka Kredi Faiz Oranları ile Otomobil Talepi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	83
Tablo 5.31. Zevk ve İhtiyaçlar İle Yakıt Fiyatlarının Uygunluğu Arasındaki İlişki	84
Tablo 5.32. Aracın Özelliklerinin Bireyin Zevk ve Beklentilerine Hitap Etmesi ile Yaş Arasındaki İlişki	85
Tablo 5.33. Ekonominin Geleceğine Güven ve Kredi Faizlerinin Uygunluğu İle Banka Kredi Faiz Oranları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	86
Tablo 5.34. Ekonominin Geleceğine Güven ve Kredi Faizlerinin Uygunluğu İle Devlet Teşviki Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	87
Tablo 5.35. Otomobilin Markası ve İmajı ile Yedek Parça Bulma Kolaylığının Yaşla İlişkisinin İncelenmesi	89
Tablo 5.36. Araç Güvenliği Kişisel Destek, Teknoloji Bilgi Kullanımı, Yerli Üretim Araç Olması Durumlarının Eğitimle İlişkisinin İncelenmesi	90
Tablo 5.37. Otomobil Özelliklerinden Yerli Malı Araç Olması ile Yerli Marka Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....	91
Tablo 5.38. Ekonomik Büyüme Hedefi ile Vergi Gelirleri ve Bütçe Dengesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	92
Tablo 5.39. Yerli Malı Otomobil Satın Alma ile Yan Sanayi ve Etkin Kaynak Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	93

ÖNSÖZ

“Otomotiv Sektörünün İktisadi Analizi; Erzurum İl Merkezinde Otomobil Talebi ve Talebinin Belirleyicileri Üzerine Bir Saha Araştırması” adlı bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlanmıştır.

Çalışma süresince gerek konu seçiminde ve gerekse tamamlanıp sonuçlandırılmasında yardımcı olan, ilgi ve desteğini gördüğüm, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım tezin yazım ve analiz aşamalarında büyük bir emek ve titizlikle yol gösteren danışman hocam Prof. Dr. Kerem KARABULUT’a, desteklerini her zaman yanımda hissettiğim aileme özellikle babama ve eşime, anket analizinde yardımcı olan Someyyeh BİKARİ’ye ve diğer arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Erzurum- 2014

Sevdanur DURMUŞ

GİRİŞ

Dünya ekonomisi içinde önemli bir yere sahip olan otomotiv sektörü yatırımlardan en çok pay alan sanayi dalıdır. Otomotiv sanayi; demir-çelik, hafif metaller, petro kimya, cam ve lastik gibi temel sanayi dallarından başlıca alıcı olmasından dolayı ülke ekonomilerinin sürükleyicisi konumundadır. Stratejik önemdeki bu sanayi, hammadde ve ara malı üreten yan sanayi ile birlikte otomotiv ürünlerinin tüketiciye ulaşmasını sağlayan pazarlama, bayi, servis, akaryakıt, finans, sigorta sektörlerini de içine alarak çarpan etkisi oluşturarak geniş bir iş hacmi ve istihdam olanağı oluşturmaktadır. Küreselleşmenin hız kazandığı günümüzde, ülkeler arası ekonomik ve politik rekabet artmakta ve ülkeler daha hızlı büyüme ve kalkınma çabası içine girmektedirler. Sanayileşme yarışına paralel olarak geliştirdikleri teknoloji ve sermaye oluşumu ulusal sınırların dışına kaymakta üretim, yönetim ve pazarlama alanlarını uluslararası bir yapıya kavuşmaktadır.

İnsan hayatını kolaylaştıran otomobil, ulaşım alanında yolcu ve yük taşımada en önemli vasıta haline dönüşmüştür. Otomotiv sektörü çevresel düzenlemelerin meydana gelmesini sağlayarak yollar, otoyollar, park alanları ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Şehirleşmenin artmasına paralel olarak da tüketicilerin otomobil talebi artmaktadır.

Otomotiv sektöründeki ürünler dayanıklı tüketim malları olduklarından piyasadaki başka mallarla ikame edilebilirler. Ayrıca otomobil düşük gelir seviyesine sahip tüketiciler için normal mal sayılırken yüksek gelir gruplarındaki kişiler için mevcut ürünlerini daha lüks ürünlerle ikame edebilecekleri lüks mal kategorisindedir.

Tüketiciler herhangi bir otomobil seçimi yaparken marka karşılaştırması, kalite, uygun fiyat, yedek parça bulunurluğu, satış sonrası servis ve bakım hizmetleri gibi faktörleri dikkate almaktadır. Tüketicilerin otomobil talebini etkileyen temel unsurlar; fiyat, gelir, GSMH, nüfus, kişi başına düşen milli gelir, vergiler, yakıt fiyatları, yedek parça fiyatları, karayolu uzunlukları ve ortalama tasarruf oranı gibi değişkenlerdir. Ayrıca, tüketiciler bazı sosyal amaçlarla; örneğin yaşamı kolaylaştırma, gösteriş, statü kazanma, özgürlük gibi gerekçelerle de otomobil talep edebilmektedirler.

Türkiye’de otomobil piyasası incelendiği zaman satılmakta olan otomobillerin çoğu ithal ürünlerden oluştuğu, montajı Türkiye’de yapılan otomobillerin ise önemli

birçok parçasının yurt dışından getirildiği görülmektedir. Yurt dışından getirilen otomobil ve ürünler gümrükten geçerken (AB üyeleri haricinde) satış fiyatına birde gümrük vergisi eklenmektedir. Ayrıca döviz kurlarındaki hareketlilikte ithal edilen ürünlerin fiyatını etkilemektedir. Kurlarda meydana gelen bir artış doğrudan fiyatlara yansımakta ve talebi etkilemektedir. Döviz kurlarındaki hareketlilik faiz oranlarını da etkilemektedir. Faiz oranlarında meydana gelen yukarı yönlü bir hareketlenme tüketicilerin aynı ürünü daha yüksek fiyattan satın almalarına neden olmakta ve taleplerini azaltmaktadır.

Küresel piyasada kendi markasını oluşturma hedefi olan Türk Otomotiv Sanayisi ise 1950’li yıllarda başladığı çalışmalarına gittikçe daha çok hız vermektedir. Yaklaşık yarım asırdır devam eden yatırımlar sonucunda otomotiv sektörü Türkiye’nin lokomotif sektörü olma özelliğine ulaşmış, gelişmiş bir yan sanayinin varlığıyla rekabet avantajı yakalayarak birçok markanın üretim üstü haline dönüşmüştür. Türkiye ileri teknoloji gerektiren ürünleri kendi bünyesinde üretmeye çalışarak hem istihdamı artırmaya hem de cari açık sorununa çözüm bulmaya çalışmaktadır. Bu amaca yönelik otomotiv sektöründe de çalışmalar ve analizler yapmakta, fizibilite raporları oluşturulmaktadır.

Bu çalışma Erzurum il merkezinde saha araştırması yoluyla otomotiv sektörünün otomotiv sektörünün iktisadi analazini yapmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda otomobil talebi ve talebinin belirleyicileri tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde otomotivin tanımı ve sektörünün tarihsel gelişimi, otomotiv sektörünün dünya üretimindeki yeri ve önemi, dünya genelinde otomobil üreten firmalar, otomotiv sektöründeki genel sorunlar ve otomotiv sektörünün geleceğe yönelik firma stratejileri hakkında bilgiler verilmektedir.

İkinci bölümde Türk otomotiv piyasasının ilk oluşum dönemi, ithal ikame yaklaşımı etkisindeki 1960’li yıllar, petrol krizi etkisindeki ülke ekonomi politikalarının 1970’li yıllara etkisi, liberal ekonomi politikaları etkisindeki 1980’li yıllar, küresel rekabet ve sanayi entegrasyonu sürecindeki 1990’li yıllar, sürdürülebilir küresel rekabet sürecinde güçlü ekonomiye geçiş sürecindeki 2000’li yıllar ve 2010’lu yıllarda sektörün içinde bulunduğu durum ve öngörüler hakkında bilgiler yer almaktadır. Daha sonra otomotiv sektöründeki ithalat, ihracat ve dış ticaret göstergeleri, üretim, pazar ve kapasite analizleri yapılmakta ayrıca, kapasite fazlalığı yetersiz ve istikrarsız iç talep,

ithalat artışı, satış vergilerinin yüksekliği ve ana ve yan sanayi arasındaki işbirliği eksikliği sorunlarında ele alınmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümü ise talep teorisi kapsamında talep edilen miktar ve içeriği, talep edilen miktarı etkileyen faktörler, talep esneklikleri ve otomobil talebi incelenmektedir.

Dördüncü bölümde Erzurum ilinin sosyo-ekonomik yapısı incelenmiş, ildeki otomobil ve taşıt sayıları Türkiye ve diğer illere ait göstergeler ile birlikte verilmiştir. Ayrıca ilde ait nüfus sayısı ve nüfusun yaş ve eğitim yönünden özellikleri bu bölümde tablolar halinde sunulmuştur. Böylece, uygulama bölümü olan 5. Bölüm için temel verilerinin tanıtımı amaçlanmıştır.

Son bölüm olan beşinci bölümde ise, otomobil talebi ve talebinin belirleyicileri üzerine yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulgulara ilişkin yorumlar ve önerilere yer verilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA OTOMOTİV SEKTÖRÜ

1.1. OTOMOTİVİN TANIMI VE SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1.1. Otomotiv Sektörünün Tanımı

Otomotiv sanayi, binek otomobili, otobüs, minibüs, karayolu taşıt araçları, çekici, kamyon ve traktör üreten yanmalı veya patlamalı motordan oluşan üç, dört veya daha fazla lastik tekerlekle trafikte seyir eden motorlu taşıtlar sanayisidir (Karbuz, Silahçi, Çalışkan, 2009).

Otomotiv sanayi ana sanayi ve yan sanayi olmak üzere iki temel gruptan oluşur. Otomotiv ana sanayisi binek otomobil, otobüs, midibüs, minibüs, kamyon, kamyonet, traktör ve benzeri taşıt araçlarını üreten sektördür. Otomotiv yan sanayisi ise hem ana sanayi firmalara taleplerine yönelik teknik dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem gibi ürünleri üreten hemde piyasadaki aktif araçların taleplerine göre üretim yapan bir sanayi koludur. Karayollarında yanmalı yada patlamalı moturla çalışan, özel ve ticari amaçlar için kullanılabilen, belli bir teknik mevzuata göre üretilmiş, belli kurallar çerçevesinde kullanılabilen motorlu araçlara taşıt aracı denir (http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/OtomotivElektrikDb/otomotiv_sektoru.doc).

1.1.2. Otomotiv Sektörünün Tarihi Gelişimi

Otomobil, hayvan veya başka bir araç yardımıyla çekilmeden kendi kendine hareket edebilen bir araç hayaliyle oluşturulmuştur. Bu oluşum birçok icadın bir araya gelmesiyle meydana gelmiştir. İhtiyaçların, buluşları tetiklemesiyle icad edilen bir çok araçtan biri olan tekerlek ilk olarak at arabalarında kullanılmaya başlanmıştır. Zamanla yetersiz gelen at arabalarına ikame olarak 2 ve 3 tekerlekli bisikletler üretilmeye başlanmıştır. Sanayi devriminin etkisiyle ilk olarak buhar gücüyle çalışan tekerlekli arabalar icat edilmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte 1885 yılında ilk motorlu taşıt üretimini, 1891 yılında ise ilk klasik araba üretimi yapılmıştır. Başlarda sadece otomobil üretilirken ticari araç olarak nitelendirilen karavan, otobüs ve kamyon üretimleri ise otomobil üretiminden sonraki zamanlarda gerçeklemiştir (Ruppert, 1996).

20. yüzyılın başlarında Almanya ve Fransa öncülüğünde kurulan otomotiv sanayi sektörü, zamanla artan talebi karşılamak amacıyla Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) seri imalat sistemiyle üretim yapılmaya başlanmıştır (Bedir, 2002).

Daha önceleri el emeği ile üretilen ve hiç bir zaman standart kalitede üretilemeyen otomobiller seri üretim sayesinde standart kalitede ve daha kısa sürede üretilmeye başlanmıştır (<http://media.ford.com/article>).

ABD ile aynı dönemlerde seri üretime geçen Avrupa ülkeleri ise II. Dünya Savaşı'nın meydana gelmesiyle diğer sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe de duraksama yaşamıştır. Savaş sonrası dönemlerde yeniden toparlanma sürecine giren Avrupa, kalkınma hamleleri ve farklı sektörlerdeki altyapı çalışmalarıyla yeniden otomotiv sektörünü canlandırmıştır. 1970'li yıllarda ise Japonya "yalın üretim" tekniği sayesinde sektörde büyük bir başarı yakalamıştır. 1990'li yıllarda ise BRICS ülkeleri (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika Cumhuriyeti) otomotiv sektöründe hızla gelişme göstermişlerdir (İktisadi Kalkınma Vakfı [İKV], 1999).

1.2. OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI

1.2.1. Otomotiv Sektörünün Dünya Üretimindeki Yeri ve Önemi

Otomotiv sektörü, ülke ekonomileri için gayri safi yurtiçi hâsıla, ihracat, net döviz girdisi, istihdam, rekabet edebilirlik, yatırımlar, dışa açıklılık gibi değişkenler üzerinde önemli bir katkı oluşturmaktadır. Finans ve emtia piyasalarında yaşanan hızlı entegrasyon süreci otomotiv sektöründe de üretim ve pazarlama alanlarında küresel entegrasyon yoluyla tamamlanmıştır. Otomotiv sektörü, kalite yönetimi ve verimlilikteki yetkinliğini, küresel ve gelişmiş pazarlara yaptığı ihracat miktarları ile kanıtlamıştır (Aktaş, 2007).

Otomotiv sektörünün önemli karakteristik özellikleri şu şekilde sıralanabilir: (Blotevogel, 2002-2003).

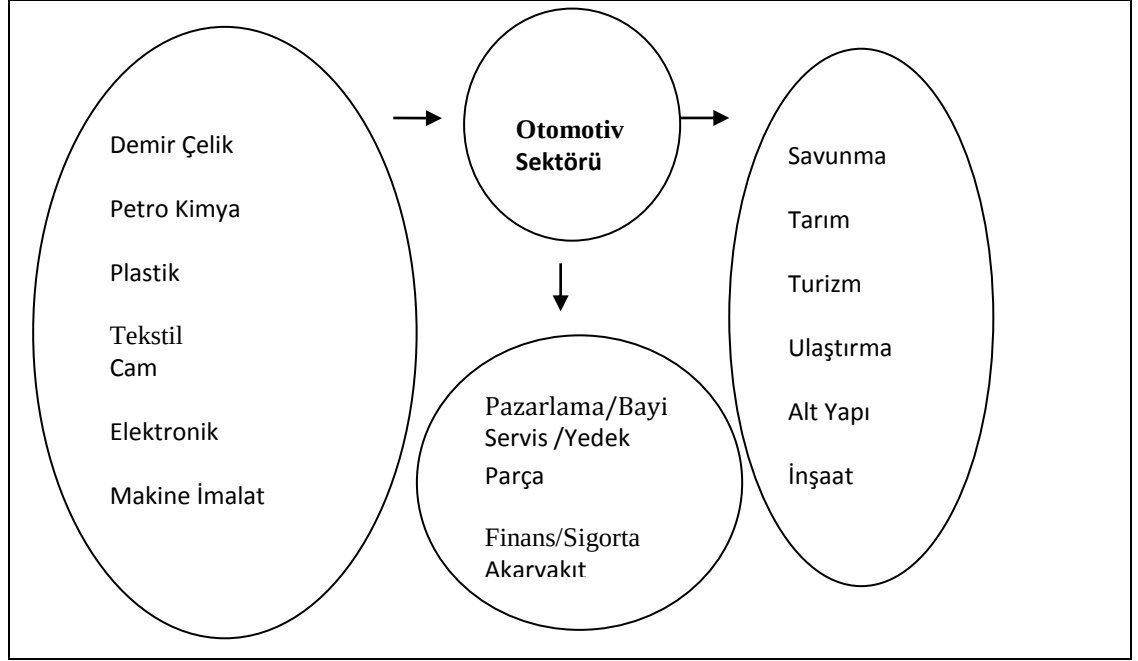
1-Dünya genelinde her ülkede anahtar sektördür.

2-Kendi bünyesinde çalışan 3-4 milyon, yan sanayide çalışan 9-10 milyon, satış ve satış sonrası hizmetlerde çalışan 5-6 milyon çalışanla yaklaşık 20 milyon insan bu sektörde istihdam edilmektedir.

3-Küreselleşme etkilerinin en hızlı hissedildiği sektörlerden birisidir.

4-Otomobil üreten 10 büyük şirketin üretimi, genel dünya üretimin % 70'ini oluşturmaktadır.

Otomobil sektörünün üstte belirtilen güçlü etki alanı aşağıdaki gibi tablolaştırılabilir.



Şekil 1.1. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı

Kaynak: “Otomotiv Ana ve Yan Sanayiinde İhracat Stratejisinin Temel İlkeleri”, Rapor 1998/7, OSD

Şekil 1.1’de de görüldüğü üzere Otomotiv Sektörü birçok sektörün alıcısı konumunda ve birçok sektöründe satıcısı konumunda sürükleyeci bir etki alanı oluşturmaktadır (Tezer, 1995). Otomotiv sanayi hem kendi bünyesi içinde hemde demir-çelik, petro-kimya, lastik, tekstil, cam, elektrik- elektronik gibi alış-veriş yaptığı diğer sanayi dalları arasında büyük bir katma değer oluşturarak bir çok insana iş olanağı sağlayıp istihdam olanağı yaratan lokomotif sektördür (Bülten Araştırma ve Meslekleri Geliştirme Müdürlüğü [A&G], 2003).

Sektör savunma, tarım, turizm, ulaştırma, alt yapı ve inşaat sektörlerinde gelişmesi ve etkin bir şekilde çalışması için hayati öneme sahiptir (Cengiz, 1999). Bunun yanı sıra otomotiv yan sanayi, KOBİ’lerin yoğunlukta olması nedeniyle ekonomilere dinamizm kazandırmaktadır. Stratejik önem taşıyan otomotiv sektörü

ekonomilere sağlamış olduğu katma değerle güvenli ve kolay bir vergi kaynağı oluşturmaktadır (Aktaş, 2007).

Günümüzde ABD, AB, Japonya ve Güney Kore otomotiv üretiminin önemli bir kısmını oluştururken İngiltere'nin pazar payı giderek azalmakta, İspanya, Meksika, Orta Doğu Avrupa ülkelerin payları ise sürekli artmaktadır. Son yıllarda ise Hindistan ve Çin üretim miktarlarını artırarak pazar paylarını artırmaktadırlar (Teker ve Felekoğlu 2007).

Tablo 1.1. Dünya Motorlu Taşıt Araçları Üretimi (1000 Adet)

Üretim Bölgesi	Üretim			Değişim(%) (2011/2012)
	2010	2011	2012	
Toplam Avrupa	19.613	20.954	19.821	-5.4
<i>Avrupa Birliği</i>	13.694	17.522	16.240	-7.3
Toplam Amerika	16.611	17.793	20.023	12.5
<i>Nafta</i>	12.177	13.477	15.794	17.2
Toplam Asya Okyanusya	40.897	40.575	43.709	7.7
Toplam Afrika	488	556	586	5.3
Genel Toplam	77.609	79.880	84.141	5.3

Kaynak: OICA, www.oica.net

Dünya motorlu taşıt araçları üretimi incelendiği zaman, en fazla toplam Asya Okyanusdaki ülkelerin üretim yaptığı görülmektedir. Bu ülkeler içinde Çin, Hindistan, Güney Kore en fazla üretim yapan ve üretim miktarlarını son yıllarda sürekli artıran ülkelerdir. Nafta ülkeleri ise 2011'de 13.477 üretim miktarlarını 2012'de % 17.2 artırarak 15.794 üretim miktarıyla en fazla yüzdesel artış gösteren bölge olmuştur.

Aşağıdaki tabloda ise motorlu araç üretiminde 2012 ve 2013 yıllarında Türkiye ve diğer ülkelerin verileri yer almaktadır.

Tablo 1.2. Motorlu Araç Üretimi 2012/2013 (x 1.000)

Küresel Üretim (x 1.000)			
Sıra	Ülkeler	2012	2013
1	ÇİN	19.273	21.344
2	ABD	10.425	11.054
3	JAPONYA	9.822	9.499
4	ALMANYA	5.754	5.528
5	G.KORE	4.542	4.563
6	HİNDİSTAN	4.436	3.930
7	BREZİLYA	3.414	3.705
8	MEKSİKA	2.989	3.080
9	TAYLAND	2.328	2.508
10	KANADA	2.463	2.339
11	RUSYA	21.416	2.280
12	İSPANYA	1.962	2.030
13	FRANSA	2.020	1.690
14	İNGİLTERE	1.578	1.559
15	TÜRKİYE	1.073	1.126
16	ÇEK CUM.	1.088	1.026
17	ARJANTİN	766	843
18	SLOVAKYA	779	819
19	İTALYA	689	651
20	POLONYA	635	562

Kaynak: LMC Automotiv

Tabloda görüldüğü gibi, küresel üretimde ilk sırayı Çin almaktadır. 20. yüzyılın başında üretimde ve satışta ilk sırada yer alan ABD ikinci sırada, 1970’li yıllarda üretimde ve satışta birinci olan Japonya ise üçüncü sırada yer almaktadır. G.Kore, Hindistan ve Brezilya üretim miktarlarını hızlıca artıran ülkeler olmaktadır.

Tablo 1.3. Dünya Motorlu Taşıt Üretiminde İlk On Sekiz Ülke İçerisinde Türkiye'nin Yeri (Adet)

SIRA NO	2008	2009	2010	2011	2012
1	Japonya 11.575.644	ÇHC 13.790.994	ÇHC 18.264.667	ÇHC 18.418.876	ÇHC 19.271.808
2	ÇHC 9.299.180	Japonya 7.934.516	Japonya 9.625.940	ABD 8.661.535	ABD 10.328.884
3	ABD 8.693.541	ABD 5.708.852	ABD 7.761.443	Japonya 8.398.630	Japonya 9.942.711
4	Almanya 6.045.730	Almanya 5.209.857	Almanya 5.905.985	Almanya 6.146.953	Almanya 5.649.269
5	G. Kore 3.826.682	G. Kore 3.512.926	G. Kore 4.271.941	G. Kore 4.657.094	G. Kore 4.557.738
6	Brezilya 3.215.976	Brezilya 3.182.617	Brezilya 3.649.358	Hindistan 3.927.411	Hindistan 4.145.194
7	Fransa 2.568.978	Hindistan 2.632.694	Hindistan 3.538.783	Brezilya 3.407.861	Brezilya 3.342.617
8	İspanya 2.541.644	İspanya 2.170.078	İspanya 2.387.900	Meksika 2.681.050	Meksika 3.001.974
9	Hindistan 2.332.328	Fransa 2.047.658	Meksika 2.345.124	İspanya 2.373.329	Tayland 2.483.043
10	Meksika 2.167.944	Meksika 1.561.052	Fransa 2.227.742	Fransa 2.242.928	Kanada 2.463.732
11	Kanada 2.082.241	Kanada 1.490.632	Kanada 2.071.026	Kanada 2.135.121	Rusya 2.231.737
12	Rusya 1.790.301	İran 1.395.421	Tayland 1.644.513	Rusya 1.990.155	İspanya 1.979.179
13	İngiltere 1.649.515	İngiltere 1.090.139	İran 1.599.454	İran 1.648.505	Fransa 1.967.765
14	Tayland 1.393.742	Tayland 999.378	Rusya 1.403.244	Tayland 1.457.798	İngiltere 1.576.945
15	Türkiye 1.147.110	Çek Ç. 974.569	İngiltere 1.393.463	İngiltere 1.463.999	Çek Ç. 1.178.938
16	İran 1.051.430	Polonya 884.133	Türkiye 1.094.557	Çek Ç. 1.199.845	Türkiye 1.072.339
17	İtalya 1.023.774	Türkiye 869.605	Çek Ç. 1.076.385	Türkiye 1.189.131	Endonezya 1.065.557
18	Çek Ç. 946.567	İtalya 843.239	Polonya 869.376	Endonezya 838.388	Slovakya 900.000

Kaynak: OICA, www.oica.net

Tablo 1.3 incelendiğinde, Dünya motorlu taşıt üretiminde 2009 ve sonraki yıllarda Çin ilk sırada yer almaktadır. Motorlu araç üretiminde Çin, Japonya, ABD ilk üçe giren ülke konumundadırlar. Bu ülkeleri Almanya, G.Kore, Brezilya ve Hindistan takip etmektedir. Türkiye ise 2008 yılında 15. sırada iken 2009 ve 2011 yıllarında 17. sırada 2010 ve 2012 yıllarında 16. sırada yer almıştır.

1.2.2. Dünya Geneline Otomobil Üreten Firmalar

Dünya otomotiv üretimi ağırlıklı olarak 15 ülkede yoğunlaşmaktadır (Japonya, ABD, Çin, Almanya, Güney Kore, Fransa, İspanya, Brezilya, Kanada, Meksika,

Hindistan, İngiltere, Rusya, Tayland ve İtalya). Bu ülkeler 60,3 milyon adetlik motorlu taşıt üretimleriyle ve en geniş araç parkına sahip olma özellikleriyle toplam dünya üretiminin yüzde 87' sini kapsamaktadır. Motorlu araç üretiminin % 70'ini otomobil üretimi oluşturmaktadır. Son yıllarda ise artan rekabet, küreselleşme, sürekli teknolojik yenilik yapma ihtiyacı, sınırlı ve azalan kar oranları, aşırı kapasite ve maliyetli AR-GE giderleri gibi nedenler sektördeki şirket sayısında azalmasına sebep olmakta, şirket birleşmeleri sayısında artışlar yaşanmaya başlamıştır (<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/>). Aşırı rekabetin olduğu otomotiv sektöründe 1980'li yıllarda bağımsız 85 üretici firma varken, 2000'li yıllarda 18 tane üretici firma kalmıştır. Günümüzde dünya otomobil üretiminin % 70'lik kısmı ABD, Japonya ve Avrupa Birliği ülkeleri arasında paylaşılmaktadır. Avrupa ülkeleri arasında ise Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya önemli üretici ülkeler arasında yer almaktadır (Akad, 2003).

Aşağıdaki tabloda hangi markaların hangi ülkelerde üretildiği yer almaktadır.

Tablo 1.4. Markaların Ait Olduğu Ülkeler

ALMANYA	A.B.D	FRANSA	İNGİLTERE	İSVEÇ	İTALYA	JAPONYA
Audi BMW Maybach Mercedes- Benz Opel Porsche Smart Volkswagen	Buick Cadillac Chevrolet Chrysler Dodge Ford GMC Hummer Jeep Lincoln Mercury Pontiac Saturn	Citroen Peugeot Renault	Aston Martin Bentley Jaguar Land Rover Lotus Mini Morgan Rolls Royce TVR	Saab Volvo	Alfa Romeo Ferrari Fiat Lamborghini Lancia Maserati	Daihatsu Honda Infiniti Lexus Mazda Mitsubishi Nissan Scion Subaru Suzuki Toyota

Kaynak: Otomotiv Distirübüterler Derneği , Erişim tarihi:10 Ocak 2012

http://www.odd.org.tr/web_2837_1/index.aspx

Tablodanda görüldüğü üzere, en çok marka çeşitliğine sahip ülkeler, ABD ve Japonya'dır. Bu ülkeleri Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve İsveç izlemektedir.

Tablo 1.5. 2012 Yılı Gelire Göre Sıralanmış Global Araba Üreticileri

SIRA	ŞİRKET	ÜLKE	GELİR/USD	VERGİ SONRASI KAZANÇ(USD MİLYAR)
1	Volkswagen Group	Almanya	254	28.6
2	Toyota Motor	Japonya	224.5	3.4
3	General motors	Amerika Birleşik Devletleri	152.3	6.2
4	Daimler	Almanya	150.8	8
5	Ford Motor	Amerika Birleşik Devletleri	134.3	5.7
6	Nissan Motor	Japonya	113.7	4.1
7	BMW Group	Almanya	98.8	6.6
8	Honda Motor	Japonya	96	2.6
9	Hyundai Motor	Güney Kore	75	7.6
10	SAIC Motor	Çin	75	3.3

Kaynak: Forbes,Erişim tarihi:05.09.2013,<http://www.forbes.com.tr/>

Tablo 1.5’de görüldüğü gibi, 2012 yılı gelire göre sıralanmış global araba üreticilerinden en fazla geliri elde eden Alman üretici Volkswagen Group’ tur ve vergi sonrası kazançta diğer ülkelere göre çok fazla kazanç elde etmektedir.Japonya ise Toyota Motor markasıyla 224.5 USD gelirle ikinci sırada, Amerika Birleşik Devletleri General motors markasıyla 152.3 USD gelirle üçüncü sırada yer almaktadır.

1.2.3. Otomotiv Sektöründeki Genel Sorunlar

Otomotiv sektöründe son yıllarda yapılan araştırmalarda pazar payları sürekli değişmektedir. Küresel ölçekteki üretimin % 80’i ABD, Almanya, Brezilya, Çin, Güney Kore, Fransa, Japonya, İngiltere, İspanya ve İtalya’nın oluşturduğu 10 ülkede toplanmaktadır. Sektörde sürekli yeni teknoloji kullanmanın getirdiği maliyet, yoğun rekabet şartları, kar oranlarının sürekli düşmesi gibi sebeplerle şirket evliliklerinin sayısı artmaktadır (Görener, Görener, 2008).

Otomotiv sektörü üretim yıllarının başlarında piyasaya sadece üretici malı arz etmekte ve tüketicilerin istek ve beklentilerini çok önemsememekteydiler. Henry Ford’un meşhur deyişiyle “Her renk isteyebilirsiniz, siyah olmak şartıyla”. Üreticiler esas

itibarıyla kendi kar maksimizasyonlarını önemsemeydiler. Günümüzde ise tüketici istekleri üretimi önemli ölçüde etkilemektedir. Üreticiler müşteri beklentilerini ürünlerine yansıtmaktadırlar. Firmalar arasındaki rekabetin artması tüketicilerin ürünlerde farklı özellikler talep etmesine yol açmaktadır. Buda firmaların daha kaliteli, daha konforlu, daha güvenilir ürünleri daha uygun fiyattan satmaya zorlayarak kar oranlarının düşmesine neden olmaktadır.

Otomotiv sektöründeki firmalar, firma birleşmeleri ve yerel üretim felsefesi olmak üzere iki yaklaşım içindedirler. Zorlayıcı rekabetin neticesinde kar marjlarının düşmesi, kapasite fazlalığı oluşması, teknoloji takip edip kullanma maliyeti ve AR-GE harcamalarının artması sonucunda şirket birleşmeleri oluşmakta buda firma sayılarını azaltmaktadır. Bu gün de hızlı bir şekilde devam eden firma birleşmeleri neticesinde daha önce 60 civarında olan firma sayısı 10 yılda 20 civarında firma sayısına düşmüştür. Şirket birleşmelerine örnek ise; Peugeot-Citroen, Volkswagen-Audi-Seat-Skoda, Daimler Benz-Chrysler, Ford-Volvo, Renault-Nissan, Fiat-General Motors, Renault-Samsung ve Renault-Volvo verilebilmektedir (Teker, Gülçubuk 2005).

Çevresel etkenlerde günümüz otomotiv sektörü için sorun oluşturmaktadır. Motorlu araçlarının çevreye verdiği zararı azaltmak için çevreye duyarlı ürünler üretmek zorunda kalan firmaların maliyetleri giderek artmaktadır.

Otomotiv sanayi sektörünün çevreyle çok yakından bir ilişkisi bulunmaktadır. Bu ilişkiler 3 bölümde incelenebilir (Otomotiv Teknoloji Platformu Stratejik Araştırma Programı Raporu, [Sap] 2011):

1. Üretim Sahfasındaki Çevresel Etkiler: Üretim aşamalarında oluşan atıklar ve her türlü enerji kullanımı sonucu yayılan sera gazı ve CO2 emisyonları çevreyi oldukça etkilemektedir.

2. Motorlu Araç Kullanımlarının Neden Olduğu Etkiler: Karayollarında seyir halinde olan motorlu taşıt araçları çevreye sera gazı emisyonu yaymaktadır. Dünya genelinde tüketilen enerjinin yaklaşık % 20-25 kısmı kara, deniz, hava taşımacılığında tüketilmektedir. Daha çok karayolu taşımacılığında kullanılan petrol türevi yakıtlar ise çevre kirliliğine neden olmakta ve egzoz gazlarının zehirli bileşenler hava kirliliğini artırmaktadır.

3.Ömrü Biten Araçların Etkileri: Ömrü biten araç çevresel etkilerini daha çok olduğundan belli bir yaştan sonra hurdaya ayrılmaları gerekmektedir. Eski araçların hurdaya ayrılmaları hem CO2 azaltım çalışmalarına katkı sağlamakta hemde yeni araç teşviki yapmaktadır.

Otomobil talebinin sürekli artması araç sayısını artırmakta paralel olarak park sorunu oluşmaktadır. Firmalar daha küçük modeller üreterek park sorununa çözüm bulmaya çalışmaktadırlar.

1.2.4. Otomotiv Sektörünün Geleceğe Yönelik Firma Stratejileri

Tüm sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe de rekabet şiddetli bir şekilde yaşanmaktadır. Rekabet yarışından geri kalmamak hatta rekabet üstü olmak için üreticiler piyasa ihtiyaçlarına uygun modelleri ve gelecek dönemlerinde ihtiyaçları göz önüne alan ürünleri gerekli olan kalite standartlarıyla uygun fiyatlarla piyasaya sürerek varlıkları devam ettirebilirler.

Otomotiv sektöründeki marka sayısı Dünya genelinde 1880 yılında 8 adet iken 1885 yılında 50 adet, 1809 yılında ise 500 adete yükselmiştir (Blommfield, 1978). Dünya genelinde bugün 6 ülkeye ait 20 civarındaki firma, otomotiv sanayi ve ticaretinin yüzde 90'dan fazlasına sahiptir. Gelecek dönemlerde taşıt üretici firma sayısının en çok 5'i ana sistem üreticilerin ise 30'u geçmeyeceği ve bu firmalar arasındaki şirket evliliklerinin olması öngörülmektedir (Otomotiv Sanayi Sektörü, [OSS], 2002).

Uluslararası yatırımların fazla olduğu otomotiv sektörü ticaretteki engeller, üretim girdilerinin fiyat ve nitelik farklılığı, potansiyel pazarlara nüfus etme ve pazar yakınlığı sağlama, nakliye maliyetlerini azaltma gibi nedenlerle uluslararası yatırımlara yönelmektedir. Japonya, ABD ve AB ülkelerinde faaliyet gösteren otomotiv firmaları bu nedenlerden dolayı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde üretim tesisleri kurmakta ve yatırım ortaklıkları yapmaktadırlar.Örneğin, İspanya ana ve yan otomotiv sanayisinin yüksek oranda yabancı sermaye yatırımı kullandığını ve 1972-1989 arasındaki yıllarda yapılan çalışmalarda yan sanayi firmalarının yaklaşık % 50'si satın alma yada yabancı ortaklık yoluyla yatırımlar yapmaktadırlar (Bedir. a, 2002).

Otomotiv üreticileri belli bir kalite standartında üretim yapmak için tedarikçilerinden uygun fiyat ve kalitedeki malı sağlamak amacıyla ana ve yan sanayi

firmaları arasında tedarik edilen mallarda belli bir standart sağlamakta sıkıntılar yaşamışlardır. Bu duruma engel olmak amacıyla Ford, Chyresler, General Motors firmaları ISO 9001 temelli TS 16949 kalite yönetim sistemini düzenlemişlerdir. Sistemin temel amacı üretim sırasında meydana gelebilecek tüm hataları önceden görmek, tespit etmek ve yok etmektir. Kalite yönetim sistemi kullanıcıları sistemde oluşabilecek bir hatayı önceden önlemek, tedarik zincirini etkin kullanmak, oluşabilecek her türlü israfi engellemek ve sürekli devam eden bir iyileşmeyi sağlamayı istemektedirler (Atmaca, Keskin, 2005).

Bilgi ve iletişim sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler sayesinde hem üreticiler arasında hemde üretici ve tükeci arasındaki iletişim artmakta bu durumda daha çok işbirliğine dayanan çalışmaların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Tüketici beklentilerinin daha kolay analiz edilmesi ürünün talebe daha uygun şekillenmesini sağlayarak tüketicilerin etkinliğini artırmaktadırlar. Ayrıca teknik ve idari konuların internet üzerinden paylaşılması üretim süreçlerinin hızlı işlemlerini sağlamaktadır.

İnternet kullanımının sürekli artması hem tüketicilerin daha çok bilinçlenip farklı modelleri karşılaştırmalarını sağlamakta hemde on-line satış imkanlarıyla dünyanın farklı yerlerinde üretilen modelleri rahatlıkla talep etmelerini sağlamaktadır. Ayrıca merkezdeki bir eğitimin diğer üretim noktalarına internet üzerinden verilmesiyle mekan problemini ortadan kaldırarak iş eğitimi maliyetlerinin de ortadan kaldırmaktadır. İnternet kullanımı ana sanayi ve yan sanayi arasındaki ilişkiler güçlenmekte; kalite çemberleri, değer analizleri, tam zamanında üretim, maliyet muhasebesi, model oluşturma gibi konularda paylaşımları artmaktadır. Buda eskiden görülen bazı aksaklıkların şimdi daha az görülmesini sağlayarak daha hızlı ve kaliteli üretim sisteminin oluşmasını sağlamaktadır.

Motorlu araçların çevreye verdiği zararı dikkate alan üreticiler geleneksel yanmalı olarak üretilen benzinli yada dizel motorların yerine ikame olarak başka yakıt alternatifleri analiz ederek AR-GE çalışmalarını hidrid teknolojisinde hızlandırmaktadırlar. Alternatif yakıt olarak temiz dizel, biyo dizel, etanol, hidrojen ve sıkıştırılmış doğal gaz kullanan çeşitli otomobil markaları bu konuda önemli yatırımlar yapmaktadırlar. Başta elektrikli arabalar üretilerek kullanımı yaygınlaştırmak isteyen firmalar hükümetlerden de destek almaktadırlar. İçinde motoru besleyen bir pilin olduğu

elektrikli otomobillerin mevcut en önemli problemi şarj etme olmaktadır. Fakat hem firmalar hem de gelişmiş ülkelerin çoğu bu konuda çeşitli çalışmalar yapmaktadırlar. Özellikle hükümetler elektrikli araçların kullanımı teşvik etmek için vergi indirimlerine gitmekte ve altyapı düzenlemeleri yapmaktadırlar. Firmalarda fosil yakıtlar ve farklı enerji kaynaklarıyla çalışabilecek motorlar üretmeye çalışmaktadırlar. Markaların bu konuda önemli yatırımlar yapması yeni modellerinin çoğunun elektriklişinin de üretmesi önümüzdeki yıllarda elektrikli araçların kullanımının artacağını göstermektedir (KPMG 2013).

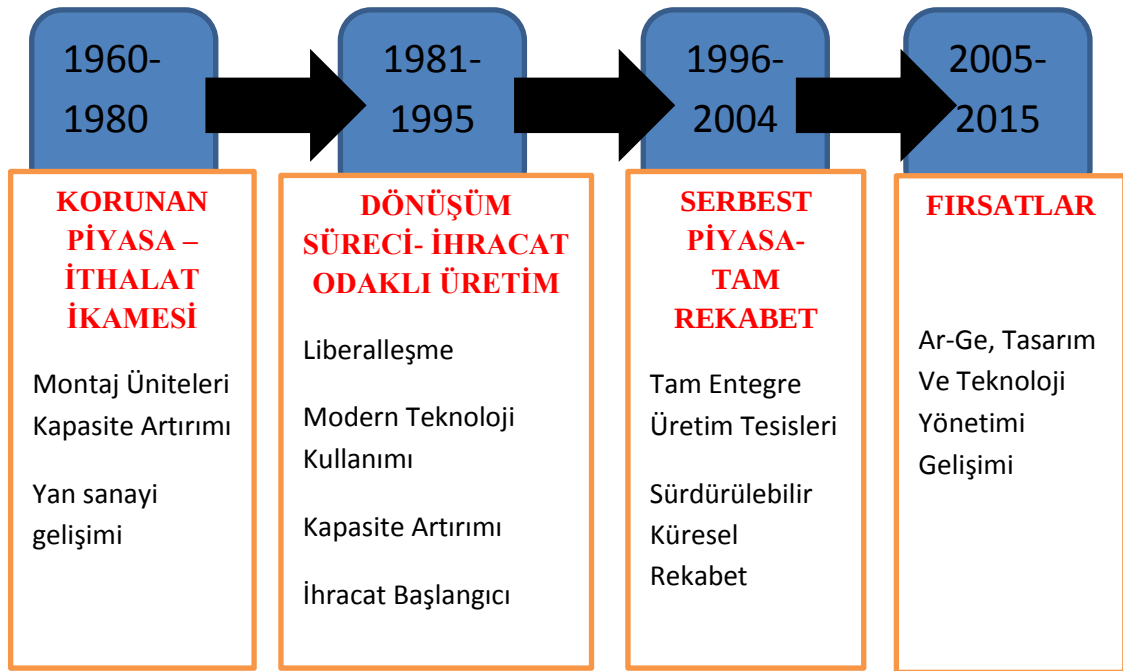
İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜ

2.1. TÜRK OTOMOTİV SANAYİNİN GELİŞİMİ

2.1.1. Otomotiv Piyasasının İlk Oluşum Dönemi

Otomobille 1900'lü yıllarda tanışan Türk halkı Cumhuriyetten sonra ilk yatırımını 1929 yılında İstanbul'da montaj fabrikası kurarak yapmıştır. Fakat sektördeki ciddi yatırımlar 1940'li yıllarda artmaya başlamıştır. Türk otomotiv sektörü tamamıyla yerli üretim olan Devrim Otomobilini 1961'de üretikten sonra bir çok yabancı yatırımcının ülkeye gelmesini sağlamıştır. Yabancı marka lisansı ile üretim yapan bir çok firmada yerlilik oranlarını zamanla artırmayı başarmışlardır (Bedir, 2002).



Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği 2012; Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı 2012.

Şekil 2.1. Türkiye’de Otomotiv Sanayinin Gelişim Dönemleri ve Özellikleri

Cumhuriyetin ilk yıllarında açılan otomobil montaj fabrikası Ford Motor firmasıyla imzalan 25 yıllık bir anlaşma sonucunda kurulmuştur. 450 çalışanı ile üretim yapan fabrika 1931’de kamyon ve otomobil üretim miktarını artırarak ihraç etmeye

başlamıştır (Çelebi, 2002). Ford firmasının girişimleriyle başlayan Türk otomotiv sanayi dünya buhranından dolayı süreklilik gösterememiştir (Bedir, 2002). Esas gelişimine 1950'li yıllarda başlayan sektör ilk önce tarım alanında kullanılabilen Jeep modelleri üretmiştir. Daha sonraları sektörün askeri alandaki önemi farkedilerek askeri jip ve kamyonet üretimi yapmaya başlamıştır. 1955'te ise ticari kamyonet üretimi yapılmıştır. 1952 yılında yabancı sanayiciler yerli sanayiciler ile ortaklık sözleşmesi yapmak üzere Türkiye'ye gelmeye başlamışlardır. Bu arada tarımsal sanayi gelişimi için yapılan çalışmalarda 1961 yılına kadar devam ettirmiştir. 1956 yılında Minneapolis-Moline Türk Traktör ve Tarım Makineleri faaliyete geçmiş ve Türk Hava Kurumu tarafından Türkiye'nin ilk uçak motor fabrikası inşa edilmiştir. Ayrıca tesis traktör ve tarımsal makineler üretmek için Mekanik ve Kimyasal Sanayi Anonim şirketine devredilmiştir. 1959 yılında da Otosan kurulmuştur. Böylelikle yavaş yavaş Türk Otomotiv Sanayisinde yatırımlarının ilk adımları atılmaya başlamıştır (Bedir, 2002).

2.1.2. İthal İkame Yaklaşımı Etkisindeki 1960' li Yıllar

İthal ikame yaklaşımı temel olarak iç piyasanın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik üretim yapmayı temel almaktadır. Koruyucu temeller üzerine inşa edilen model ülke ekonomisindeki tüm kesimleri kapsayacak biçimde devlet müdahalesini öngörmektedir. Gümrük tarifeleri, kotalar, dış ticaret kısıtlamaları, döviz kurları, faizler, temel mal ve girdi fiyatlarını içine alan devlet müdahaleleri bürokratik etkenlerden de etkilenmektedir. Devlet müdahaleleri fiyat mekanizmasının etkin çalışmasında engellemektedir (Seyitoğlu, 2003).

Birinci Dünya Savaşından sonra bağımsızlığını kazanan az gelişmiş ülkeler ithal ikamesi yaklaşımını tercih etmişlerdir. 1961 yılında Türkiye'de bu yaklaşım izlenmeye başlamıştır. Türkiye'de daha önce uygulanan politikalara uyumlu olan yaklaşım ekonomik ve siyasal nedenlerle etkin kullanılamamıştır. 1960 sonrasında ithal ikame yaklaşımının altında birinci beş yıllık kalkınma planı dahilinde ithal edilen ürünlerin yurt içinde üretilmesi sağlamak amacıyla bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda, sanayi yatırımlarını teşvik etmek için düşük faizli kredilerin verilmesi sağlanmış, yerli ürün alınması sağlamak için KİT ürünlerinin fiyatları düşürülmüştür (Abuzer, 2010).

Ekonomik politaka olarak ithal ikamesi yaklaşımını benimseyen Türkiye toplumunda talebi sürekli artan mallardan olan otomobilinde iç piyasada üretilmesi yönünde çalışma ve teşvikler yapmış ve başarılı bir sonuç olarak devrim adlı ilk Türk arabasını üretmeyi başarmıştır. Devrim arabası piyasaya sürülen ilk türk tasarım ve mühendislik örneğinin başarılı bir sunumunu oluşturmuştur (<http://www.devrimarabasi.com/tarihce.html>). Böylelikle dış piyasadan yüksek gümrük vergileriyle ithal edilen araç talebine iç piyasadan cevap verilmiş ve istihdamı artıracak ana ve yan sanayi dallarının oluşmasına katkı sağlanmıştır.

Türkiye'deki motorlu taşıtlar sektörü ithal ikamesi yaklaşımlarının etkisiyle kurulmuştur. Sektör önceleri iç pazarın tarım ve taşıma ihtiyaçlarına yönelikken daha sonraları traktör ve yük taşıyan ticari araçların üretiminde yapmaya başlamıştır (McKinsey Global Institute, 2003).

Türkiye'de ilk seri halde üretimi başlatılan Anadol markası 1966'da Koç Holding ve Ford ortaklığıyla üretilip piyasaya sunulmuştur (Üner, 1971). Türk otomotiv sanayi 1960'ların sonu 1970'lerin başında kuralan montaj fabrikalarında kapasite kullanım oranını artırmış ve yerlilik oranını yükselmeyi başarmıştır. 1954 yılında ordunun jip ve kamyonet ihtiyacı, 1955 yılında kamyon ihtiyacı, 1963 yılında otobüs ihtiyacı ülke içi üretimle sağlanmıştır. 1961 yılında üretilen ilk Türk otomobili olan Devrim'in ise yetersiz talep nedeniyle üretiminin durdurulması kararı alınmıştır. 1966 yılında üretimi başlayan Anadol markası ise 87.000 adet üretimle ilk kez büyük miktarda üretimi yapılan otomobil markası olmuştur. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ithal ikamesi politikaları çerçevesinde otomotiv sektörüne yönelik bir çok çalışma yer almıştır. Çalışmalar sonucu Montaj Sanayi Talimatı yayınlanmıştır. Bu talimat kapsamında ithalata bağımlılığı azaltma temel ilke olarak alınmaktadır. Üretimde yerlilik oranını artırmak içinse yüksek gümrük tarifeleri oluşturulmuş ve ana sanayi için gerekli olan parçaların ülke içinde üretilmesi hedefi kabul edilmiştir. İthalatı kısıtlayıcı bir döviz politikası tercih edilmiştir. Bu çalışmalar sonucu üretime başlayan TOFAŞ ve OYAK-RENAULT firmaları sektörün güçlenmesinde önemli bir rol oynamışlardır. Bu firmalar ülke içindeki üretimin büyük bir kısmını gerçekleştirirken ağırlıklı olarak otomobil üretimi yapmışlardır (Bedir, 2002).

Genel olarak 60'lı yıllar Türk ekonomisinde ithal ikame yaklaşımı hedefini gerçekleştirdiği, otomobil gibi dayanıklı tüketim mallarının yerli üretimle ikame edildiği yıllar olmuştur.

2.1.3. Petrol Krizi Etkisindeki Ülke Ekonomi Politikalarının 1970'li Yıllara Etkisi

1973'te yaşanan petrol krizi Petrol İhraç Eden Arap Ülkeleri Birliğinin OAPEC petrol ambargosudur (http://tr.wikipedia.org/wiki/1973_Petrol_Krizi). OAPEC üyesi ülkeler dünya petrol fiyatlarını yükselterek ülkelere giren kaynakları artırıp birçok ülkeyi kendilerine bağımlı hale dönüştürmeyi amaçlayarak yüksek gelir elde ettikleri bir dönem oluşturmuşlardır. 60'larda ithal ikamesini benimseyen Türkiye 1970'lerde yaşanan petrol krizinden etkilenerek döviz krizi sıkıntısına düşmüş ve askeri müdahaleler sonucunda da politika değişikliğine karar vermiştir. Bu yeni politikasının temelini ise Avrupa birliği ile rekabet edebilecek yatırımlar oluşturmaktadır. Bu politikaya yönelik olarakta sanayi ve yatırım mallarının üretimine ağırlık verilmiştir. 1970'lerde yaşanan petrol krizi, otomotiv sektörünün tamamlayıcı mal gruplarından olan petrolün fiyatını neredeyse 4 kat artırarak otomotiv sektöründeki talebi olumsuz etkilemiştir. Ödemeler dengesinde baskı yaratan döviz sıkıntısı sonucunda ithal malların fiyatları, kotalar, lisans sistemi, gümrük vergileri artmıştır. Daraltıcı politikalar sonunca ekonomi durgunluk dönemine girerken hükümetin uyguladığı populist politikalar sonucunda talep edilen miktar azalması gerekirken beklenilenin aksine artmıştır (Pınar, 2010).

Türk otomotiv sanayi mevzuat ve altyapısını 70'li yıllar içinde oluşturmuştur. Sonraki yıllarda ise nitelikli işgücü ve üretimdeki kalitesiyle küresel ölçekte rekabet edecek düzeye ulaşmıştır. Böylelikle yatırımcılar için uygun bir üretim merkezi haline dönüşmüştür. Günümüzde de devam eden yabancı yatırımcıların ortaklıkları sayesinde sektör rekabet düzeyini ve ihracata yönelik yatırımlarını artırmaktadır (Elmas, 2004).

2.1.4. Liberal Ekonomi Politikaları Etkisindeki 1980'li Yıllar

1980'li yıllara kadar uygulanmış olan ithal ikamesi politikalarının yerine liberal ekonomi politikaları benimseyen Türkiye, sektörün dışa açık, modern teknoloji kullanan, ekonomik ölçeklerde üretim yapabilen, fiyat ve kalite açısından uluslararası rekabet düzeyine sahip bir ülke konumunda olunmasını hedeflemiştir. Ancak yüksek

koruma oranlarının varlığı nedeniyle kısa dönemde gerçekleşen hedefler uzun dönemde gerçekleşmektedir. Bu durumda iç pazara yönelik sınırlı sayıda ürün çeşitliliği oluşmasına neden olmuştur. Sektördeki büyük ölçekli yatırımlar ve teşvikler ise 1980'li yıllarda gerçekleşmiştir (Bedir, 2002).

1980'lere kadar devam ettirilen ithal ikameci yaklaşım sonucunda dışa kapalı olan piyasada bir kaç tane yerli firma varlığını sürdürmekteydi. 1980'lerin sonundan itibaren talepteki hızlı artış otomotiv sektöründeki firma sayısını ve kapasitesini arttırmıştır. Bu dönemde sağlanan devlet teşvikleri ve Toyota, Honda, Hyundai gibi yabancı girişimcilerin yatırımları neticesinde üretim kapasitesi artmıştır (McKinsey Global Institute, 2003).

2.1.5. Küresel Rekabet ve Sanayi Entegrasyonu Sürecindeki 1990'lı Yıllar

1990'lı yıllardaki Türk otomotiv sektörü 1990'lı yıllarda üretim tekniklerine ve işletme yönetimlerine çağdaş kalite yönetimi anlayışı getirmiştir. Japon felsefesi olan yalın üretim ve yalın yönetim alışkanlığını çalıştırmaya başlamıştır. Türkiye bu dönemde bir çok alanda teknik ve ticari mevzuata uyum gösterecek çalışmalar yapmıştır. Küresel pazarlara ihracatlar artmaya başlamış ve küresel rekabet sürecine girmiştir. AR-GE ve tasarım kültürünün geliştirilmesi ile birlikte yeni teknolojilerin yaygınlaştırılmasında önderlik edilmiştir. Yatırımlarda ve üretimde daha yüksek katma değer arayışı, nitelikli insan gücü yetiştirme amacı, rekabet öncesi işbirliği kültürü ve tedarik zincirinde yer alan KOBİ niteliğindeki tüm kuruluşlar ile uzun vadeli stratejik işbirliğinin geliştirilmesi gibi konularda ülke başarılar elde etmiştir. Sektör üretim ve pazarlama alanlarında Küresel Entegrasyon'u büyük oranda tamamlamayı başararak üretim alanında kalite yönetimi ve verimlilikteki yetkinliğini, küresel ve gelişmiş pazarlara yaptığı ihracat ile kanıtlamıştır. Fakat yüksek rekabet nedeniyle üretim alanında kârlılık derecesi çok düşük düzeylerde kalmıştır. Ayrıca küresel pazarda Türkiye ile rekabet edebilecek düzeyde olan alternatif ülkeler otomotiv piyasasında giderek artmaktadır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011).

Türk otomotiv sektörü 1990'lı yıllar boyunca gerekli aksam ve parçaları kendi üretirken, teknolojinin etkisinin daha çok hissedildiği sonraki yıllarda ana firmalardan aksam ve parça temin etme yoluna gitmiştir (Saygı, Cihan, Yalçın ve Hamsici,

2009).İhracata yönelik gelişmeye başlayan Türk otomotiv sektörü 1996 yılında Gümrük Birliğine girmesiyle uluslararası standartlarda üretime başlamıştır. Lider otomotiv firmalarının yatırımlarını çekme başarısını gösteren sektör onların üretim üstü haline gelerek ihracat miktarını sürekli artıran bir sektör haline dönüşmüştür. Dışa açılmanın getirmiş olduğu gelişmelerle Türk otomotiv pazarı uluslararası markaların rakebet ettiği bir pazar haline gelişmiştir. Türk otomotiv sektörü oluşturduğu katma değerle, istihdam üzerindeki etkisiyle, sağlam bir vergi kaynağı oluşturması ve ödemeler dengesi üzerinde olumlu katkısıyla lokomotif sektör olma özelliğini sağlayarak ülke ekonomisinde ilk üç büyük sektör arasına girmiştir (Dikmen, 2006). Sektör küresel ortaklıkların sağlamış olduğu sinerjiyle üretim yaparak gelişmektedir (www.taysad.org.tr).

Makro göstergeler otomotiv sektörü üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Günümüzde küreselleşme ve teknolojik ilerlemenin de etkisiyle finans ve emtiya piyasalarında süratli bir şekilde entegrasyon sürecine girmiştir. Üretim ve pazarlama alanında oluşan yenilikler neticesinde sektör küresel düzeyde uyum sağlamıştır. İhracat oranlarındaki artışın devam etmesi ise sektörün kaliteli ve verimli üretim yaptığını göstermektedir (Sanayi Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2009).

Otomotiv sektörü üzerinde Gümrük Birliği öncesi dönemlerde yüksek koruma oranları varken sonraki dönemlerde oranların azalmasıyla birlikte ithalatta büyük bir artış yaşanmıştır. Gümrük Birliği öncesinde % 20 olan ithalat sonrasında % 55 oranına ulaşmıştır (Bedir, 2002). Bu durumda Türkiye’de iç piyasada rekabet artmış, ürün yelpazesi genişlemiş ve talep artmıştır. Ülke içinde üretim yapan firmalar ithal edilen ürünlerin seviyesini yakalamak için model geliştirme ve kalite standartlarını artırma yoluna gitmişlerdir.

1996 yılından itibaren gerçekleştirilen AB ile Gümrük Birliği sürecinin başlamasıyla birlikte otomotiv sektöründeki rekabet canlanmıştır. Türk otomotiv sektörü 15 ana firma ile sağladığı 25.000 civarındaki istihdam gücüyle ve ülke ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Lisanslı üretim yapan firmalar yabancı sermaye ortaklıklarıyla sektörün büyümesine katkıda bulunmaktadırlar. Güçlü bir yan sanayiye sahip olan sektör, faaliyette bulunan 1000’i aşkın firmasıyla gereksinim duyduğu parçaları temin edebilmektedir. Fakat bunların içinde 250-300 tanesi uluslararası düzeyde rekabet ederek ihracat yapabilmektedir. Otomotiv yan sanayi ise 130’un üzerinde

kurmuş olduğu yabancı ortaklıklarla 100.000 civarındaki istidama sahiptir (Bedir, 2002). Fakat sektör ekonomik konjoktürden çok çabuk etkilendiği için krizler ve ekonomi politikalarının sonucunda meydana gelen gelişmeler talep daralması oluşturarak ihracat ve ithalat miktarlarına yansımaktadır (Aktaş, 2007). Sektörde krizlerin etkileri genel olarak ani fiyat artışı olarak maliyetlere yansımakta, talep edilen miktarı azaltarak hem iç hemde dış pazarı daraltmaktadır.

Türk otomotiv sektörü 1997 yılına kadar yurt içi talebe yönelik ciddi üretimler yapmıştır. 1997 Asya Krizi ve 1998 Rusya’da oluşan krizler Türk otomotiv sanayisini etkilemiştir. Bu krizlerin etkileri 1999 yılından sonra azalmaya başlamıştır (Bedir, 2002). Sektör bu krizlerin etkisiyle ihracatta önemli kayıplar vermiş ve ciddi talep daralmasıyla karşılaşmıştır.

2.1.6. Sürdürülebilir Küresel Rekabet Sürecinden Güçlü Ekonomiye Geçiş Sürecindeki 2000’li Yıllar

Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı, dalgalı kur sistemi içinde enflasyonla mücadeleyi sağlamak, kamu finansman dengesini güçlendirmeyi, bankacılık sektöründe kamu ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) bünyesindeki bankaları yeniden yapılandırmayı, enflasyon hedeflerine uygun politikalar sürdürmeyi hedeflemektedir (Hazine Müsteşarlığı, 2001).

Güçlü Ekonomiye Geçiş Programının temelinde yatan felsefe ülkenin içinde bulunduğu kriz ortamından parasal sermayenin çıkarılması ve olması gereken reformların yapılmasını sağlayarak küreselleşme sürecine daha etkin bir biçimde uyum sağlamasıdır. Bu süreçte Türkiye dünya ekonomilerinin sunduğu fırsatları optimal şekilde değerlendirip, büyüme ve gelişmesine katkı sağlamayı hedef almaktadır. (Ongun, 2002).

Otomotiv sektörü 2000’li yıllarda, ekonominin içinde bulunduğu durumdan ve faiz oranları gibi makro ekonomik göstergelerdeki değişimlerden etkilenmiştir. 2001 ve 2002 yıllarındaki krizler sektörü ciddi anlamda etkilemiştir. İç talepteki düşüş hızlanmaya başlamış ve üretim miktarları azalma eğilimine girmiştir (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011).

Türk otomotiv sanayi 2006 yılında ilk spor otomobil markası olan ETOX'su oluşturmuştur. Türk tasarımcılarının çizimlerine yurt dışından ithal edilen motor ve elektrik aksamı yerleştirilen otomobilde diğer tüm özellikler Türk mühendisler tarafından tasarlanarak oluşturulmuştur. Model ismi Zafer olan otomobil 46 kişilik bir ekiple 14 aylık tasarım süreci sonunda üretilmiştir. ETOX'un 2012'den sonra üretimi durdurulmuştur (<http://www.etox.com.tr/>) .

2009 yılında ABD'de taşınmaz mal piyasasının yaşanan ani değer kayıpları sonucunda kişisel iflasların artmasıyla kriz patlak vererek zincirleme etki alanı oluşturarak küresel düzeyde hissedilmiştir. Bu finansal kriz otomotiv sektöründe ciddi bir şekilde etkileyerek talep daralmasına neden olmuştur. Sektörde 2002 yılından beri devam eden üretim, ihracat ve istihdamdaki olumlu hava krizin etkisiyle azalma eğilimine girmiştir. Sektör tekrar 2010 yılında canlanmaya başlayarak tarihinin en yüksek ikinci üretim miktarına ulaşmayı başarmıştır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011).

Küresel krizin etkilerinin yitirmeye başlandığı 2010 yılında Türkiye'de sektör toparlanmaya başlayarak dünya otomotiv üretiminde 17.inci, Avrupa Birliğinde: otobüs üretiminde ikinci, hafif ticari araç üretiminde ikinci, ağır kamyon üretiminde dokuzuncu, otomobil üretiminde sekizinci, toplam üretimde altıncı sırada yer almıştır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011).

2.1.7. 2010' lu Yıllarda Sektörün İçinde Bulunduğu Durum ve Öngörüler

Otomotiv sektörü 2010'lu yıllarda hem ülke genelinde hem de dünya pazarında birçok belirsizliği bir arada yaşamaktadır. Önceki yıllara göre otomobil üretimi azaldığı, pazarın daraldığı ve daha az satış beklentilerinin olduğu bir dönemi yaşamaktadır. Satış vergilerinin yükseliği ülkeleri yeniden bir vergi düzenlemesine itmektedir. Küresel bir ortamda herhangi bir ülkede oluşan krizin tüm dünyayı etkilemesi, faizlerdeki oynaklık nedeniyle kredi kullanımının azaltması gibi nedenler satışlara olumsuz yönde yansımaktadır. Teknolojinin hızla ilerlemesi ve rekabetin kızışması üreticileri teknik yenilikler yapmaya zorlamakta ve AR-GE harcamalarını artırmaktadır. Ayrıca çevresel faktörlerin etkisiyle araçların çevreye duyarlı özellikte olması gitgide önem kazanmakta ve bu yönde yatırım teşvik politikaları da artmaktadır.

Bilgi çağı olan 21.yüzyılda ekonomik, politik, gelir düzeyleri ve sosyal yapıları farklı olan ölkelerde büyüme ve kalkınma oranlarında birbirinden farklı olmaktadır. Gelişmiş ölkelerdeki teknoloji ve sermaye küreselleşme etkisiyle ölk sınırları dışına çıkarak uluslararası bir boyut kazanmıştır. Gelişmiş ölkeler yeni pazarlar ararken, gelişmekte olan ölkeler ucuz işgücü ve hammadde kaynaklarıyla yabancı yatırımları çekmektedir (Soydal,2006). Osmanlı Devletinin son dönemlerideki yabancı yatırımcıların olumsuz etkilerinden dolayı Cumhuriyet yıllarında yabancı yatırımcılara mesafeli davranılmıştır. Bu tarihi hassasiyet ileryen dönemlerde yabancı sermayenin gerekliliği konusunda tartışma konusu oluşturarak tekrar yabancı sermaye kullanımının yolunu açarak hukuki, mali ve idari kolaylıları sağlayan yasal ortam oluşturulmaya başlanmıştır. Günümüzde ise yabancı yatırımların artmasına rağmen halen istenilen düzeyde yatırım gerçekleşmeyip 1986–2000 yılları arasında % 10–19,9 gerçekleşen yabancı sermaye oranının ölkemizdeki payı % 2 civarında gerçekleşmiştir (Demircan, 2003).

Türk otomotiv sanayisi, talebi sürekli artan motorlu araçların üretimini ölk içinde yapılmasını sağlarsa, yerli kaynakların daha etkin kullanımının sağlanmasını, istihdam oluşturmaları ve ithalat miktarlarını azaltarak dış ticaret dengesi üzerinde iyileştirici etki yaparak dışa bağımlılığı azaltmasıyla ekonomiye katkı sağlayacaktır. Türkiye’de otomotiv sektörü geleceği öngörme potansiyeli, ithal edilen malların yerli üretimle ikame esnekliğin yüksekliği ve sektörle ilişkili olan neredeyse tüm parametrelerin cari işlemler dengesi üzerinde etkisi nedeniyle çok önemli bulunmaktadır. Türkiye’deki pazarda Gümrük birliği öncesinde sınırlı sayıda otomotiv ürünleri bulunuyorken, gümrük birliği sonrasında marka ve model sayısının artması ve rekabet şartlarının gelişmesiyle talep edilen otomotiv ürünlerinin sayısında artış gözlenmiştir (Aktaş, 2007).

Gelişmekte olan ölkeler arasında yer alan Türkiye rakiplerine göre daha çok doğrudan yabancı yatırımı çekmeyi başarmıştır. Ancak Türkiye yılda asgari 35 milyar dolar yabancı yatırım çekmesine rağmen küçük ölçekli yatırımlar çok sayıdadır ve büyük ölçekli yatırımlar daha az olmaktadır. İmalat ve hizmet sektörlerinde yoğunlaşan yatırımlar diğer sektörlerden daha fazla pay almaktadır (Annan, 1999). Türkiye önemli piyasalara yakınlığı, dinamik bir nüfusa sahipliğiyle sürekli artan bir iç pazarı ve diğer ölkelere göre daha düşük işgücü maliyeti sağlamasıyla ve temelleri oturmuş bir

telekomünikasyon altyapı varlığı gibi nedenlerle yabancı yatırımları çeken bir ülke konumunda olmasının yanında ülkeye gelen yabancı yatırımcıların başarısız performans sergiledikleri bir ülke konumundadır (Oksay, 2000).

Türkiye’de, genç nüfus oranı yüksek olmasına karşın kişi başına düşen araç sayısı dünya ortalamasına göre düşüktür. 2003 yılında Türkiye’de 1000 kişiden 95 kişiye araç düşerken, son 10 yılda büyümenin de etkisiyle kişi başına düşen araç sayısı artmış, 2012 yılının verilerine göre 1000 kişide 151 kişiye araç düşmektedir. Son yıllarda sektör önemli derecede büyüme göstermektedir. Önümüzdeki dönemlerde Türk otomotiv sektörünün büyüme potansiyeli incelendiği zaman oluşacak yatırımların daha çok Avrupa kaynaklı olması beklenmekte, Asya ülkeleri ve Çin’den de yatırımların geleceği beklenmektedir (KPMG, 2013).

Son dönemlerde bütçe açıklarının finansmanında kısa vadeli yabancı sermaye hareketleri kullanılmaktadır. Yüksek bütçe açıkları oluşmasıyla, reel faizler artmakta bunun sonucundada ülkeye kısa vadeli sermaye akımı olmaktadır. Bütçe açıklarının kapatılması için kamu gelirlerini artırmak önemlidir (Yeldan, 1996). Otomotiv sektörü hem yerli üretimle ithalat miktarlarını azaltmakta hemde vergi kaynağı oluşturması bakımından bütçe dengesi üzerinde etkili olmaktadır.

FIAS’IN 2010 yılında yayınladığı raporunda Türkiye’de faaliyette bulunan yabancı işletmelerin yöneticileri arasında yapılan ankete belirtilen sorunlar yüzdesel olarak şöyle sıralanabilir (YASED, 2012);

- 1.Politik İstikrarsızlık % 75
- 2.Enflasyon % 70
- 3.Belirsizliğin Getirdiği Maliyetler % 58
- 4.Sık Mevzuat Değişiklikleri ve Beklenmedik Uygulamalar % 55
- 5.Yüksek Vergi Oranları % 48
- 6.Finans Sisteminde ki Sorunlar % 42
- 7.Yetersiz Altyapı % 40
- 8.Yolsuzluk % 32

Anket sonuçlarına göre yatırımcıların en önemli gördüğü sorun ekonomik istikrarsızlıktır. Diğer maddelerin varlığı yabancı yatırımı çekme konusunda engel teşkil etmektedir.

Son dönemlerde ise ülkemizde siyasi istikrar ve güven ortamı sağlanmaya başlamış ve mali disiplin ve vergi politikalarının iyileştirilmesiyle (Elmas, 2004) :

Yatırımların arttırılması,

Talep istikrarının sağlanması,

İyi yetişmiş insan gücünün varlığı,

Rekabet gücünün gelişmesi,

Güçlü yabancı ortakların bulunması,

En son teknolojiyi uygulayan üretim tesislerinin mevcudiyeti,

Ar-ge'ye önem verilmesi,

İhracatta süreklilik ve küreselleşmenin etkisiyle otomotiv sektörünün güçlenmesi beklenmektedir.

2.2. OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN GENEL EKONOMİK ANALİZİ

2.2.1. Otomotiv Sektöründeki İthalat, İhracat ve Dış Ticaret Göstergeleri

Küresel etkiler otomotiv sektörünün tamamını etkileyerek ihracat miktarları üzerinde belirleyici olmaktadır. AB ve Uzak Doğu ülkeleri kendi iç pazarlarında yetersiz kalması karşısında daha geniş talep potansiyeline sahip Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere yönelerek farklı fiyat politikalarıyla ürünler ihraç etmektedirler. Teknolojik avantajlarla ve rekabetin zorlayıcılığıyla ortaya çıkan birçok yeni model farklı pazarlarda farklı müşteri profilleri oluşturarak ihracatı etkilemektedir (Tiken, 2005).

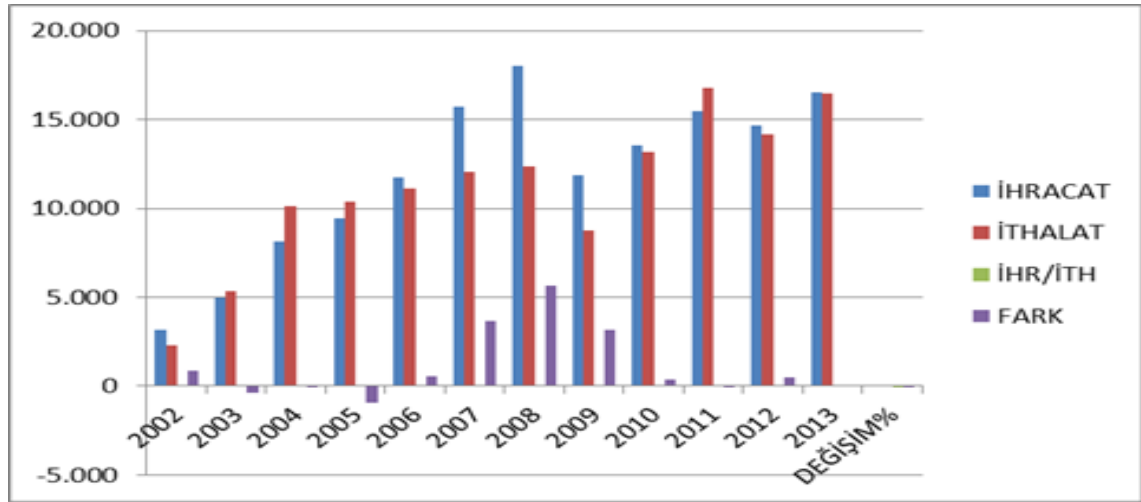
Gelişmekte olan ülkeler için ithal edilen ürünleri üretmek dışa bağımlılığı azaltmak için önemlidir. Bu ürünler için kullanılan ana ve yan sanayi sermaye mallarının teminini yerli üretimle karşılamak ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki oluşturacaktır (Hanson, 2010). Üretim için kullanılan hammadde ve ara mallar ülke kaynakları içerisinde kullanılması hem ülkenin kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılmasına sebep olur hemde ithalat miktarlarını azaltarak cari dengeye katkı sağlanmasına sebep olur.

Teknoloji yoğun imalat yapan firmaların çoğu dışa dönük üretim yapmaktadır. Bu durumda firmalar dış açık vermemek için sürekli ihracatlarını artırmaya çalışmaları

gerekmektedir (Boratav, 2003). Dış ticaret göstergeleri olan ithalat ve ihracat değişkenlerindeki değişme döviz kuru hareketlerinden de etkilenmektedir. Döviz kurundaki değişimler sonucunda değerlenen ülke parasını yabancı kaynak kullanımı yönünden ithalatı cazip hale getirerek dış ticaret dengesini bozmaktadır (Ngeno, 2000).

Tablo 2.1. Türkiye'nin Yıllara Göre Otomotiv İhracat ve İthalat Verileri(000\$)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	DEĞİŞİM%
İHRACAT	3.180	4.946	8.148	9.429	11.730	15.701	17.991	11.891	13.525	15.447	14.664	16.532	12,74
İTHALAT	2.299	5.342	10.108	10.379	11.145	12.035	12.358	8.745	13.177	16.780	14.185	16.494	16,28
İHR/İTH	1,38	0,93	0,81	0,91	1,05	1,3	1,3	1,36	1,03	0,92	1,03	1	-3,04
FARK	881	-396	-1,96	-950	585	3.666	5.633	3.146	348	-1,333	479	38	-92,07



Kaynak: TÜİK

Tablo incelendiği zaman Türkiye'nin 2002-2013 yılları arasında genel olarak ihracat ve ithalat miktarlarının artış gösterdiği görülmektedir. Buna ek olarak ihracat miktarları ithalat miktarlarından fazladır. 2012'de 14.664 olan ihracat 2013'te 16.532 olarak % 12.74 oranında artmıştır. 2012'de 14.185 olan ithalat 2013'te 16.494 olarak % 16.28 oranında artmıştır.

Tablo 2.2. Taşıt Araçları İhracatı

SEKTÖR	2011	2012	2013	2013/2012 (%)
OTOMOBİL	442.674	412.991	484.504	17
TİCARİ ARAÇLAR	348.292	316.932	343.967	9
* Kamyonet	319.366	292.601	300.765	3
* Minibüs	20.163	16.429	34.664	111
* Kamyon	3.912	2.682	3.055	14
* Midibüs	647	1.173	985	-16
* Otobüs	4.204	4.047	4.498	11
TAŞIT ARAÇLARI	790.966	729.923	828.471	14
TRAKTÖR	10.146	15.431	14.996	-3
TOPLAM	801.112	745.354	843.467	13

Kaynak: Otomotiv Sanayii 2013 Yılı Değerlendirme Raporu

Tablo incelendiği zaman Türkiye'nin en fazla otomobil ihraç ettiği görülmekte, 2012'de 412.991 olan otomobil ihracatı 2013'te 484.504 olarak % 17 artış göstermiştir. Ticari araçlar içerisinde en fazla kamyonet ihracatı yer alırken 2012'de 316.932 olan ticari araç ihracatı 2013'te 343.967 olarak % 9 artış göstermiştir.

Tablo 2.3. Otomotiv Ana ve Yan Sanayi İhracatı (ABD \$)

SEKTÖR	2010 Toplam	2011 Toplam	2012 Toplam	2013 Toplam	2013/2012 (%)
Toplam Yan Sanayi	6.595.662.583	8.307.826.870	8.215.954.295	9.065.989.776	10
İç ve Dış Lastik	988.990.821	1.373.205.546	1.199.572.093	1.130.088.420	-6
Emniyet Camı	107.203.983	120.041.467	120.641.763	135.200.030	12
Motor	305.490.804	273.896.369	272.085.582	319.294.885	17
Akümülatör	186.504.496	232.611.079	250.104.807	306.455.257	23
Diğer Aksam ve Parça	5.007.472.478	6.308.072.409	6.373.550.048	7.174.951.182	13
Toplam Ana Sanayi	10.855.476.447	12.128.522.618	11.100.457.162	12.497.186.221	13
Otobüs	744.935.284	929.372.870	855.424.304	937.790.963	10
Midibüs-Minibüs	120.378.674	145.199.034	161.806.275	147.802.463	-9
Otomobil	6.217.404.551	6.541.969.418	6.068.045.119	6.855.870.707	13
Kamyon-Kamyonet	3.363.101.038	4.034.772.621	3.433.310.999	3.919.399.958	14
Çekici	145.710.283	116.912.332	71.336.635	77.907.407	9
Römork ve Yarı Römork	72.145.150	147.247.613	195.093.537	218.649.302	12
Tarım Traktörü	191.801.467	213.048.730	315.440.294	339.765.421	8
Toplam	17.451.139.030	20.436.349.488	19.316.411.457	21.563.175.997	12

Kaynak: Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği

Otomotiv yan sanayisinin en fazla ihraç ettiği ürün diğer aksam ve parçalar olmakta, 2012'de 8.215.954.295 olan toplam yan sanayi ihracatı 2013'te 9.065.989.776

olarak % 10 artış göstermiştir. Otomobil ana sanayisinde ise en fazla otomobil ihraç edilmekte, 2012’de olan toplam 11.100.457.162 ana sanayi ihracatı 2013’te 12.497.186.221 olarak % 10 artış göstermiştir. Türkiye’nin 2013’te toplam otomotiv sanayi ihracatı ise 21.563.175.997 ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

2.2.2. Türkiye’ deki Üretim, Pazar ve Kapasite Analizi

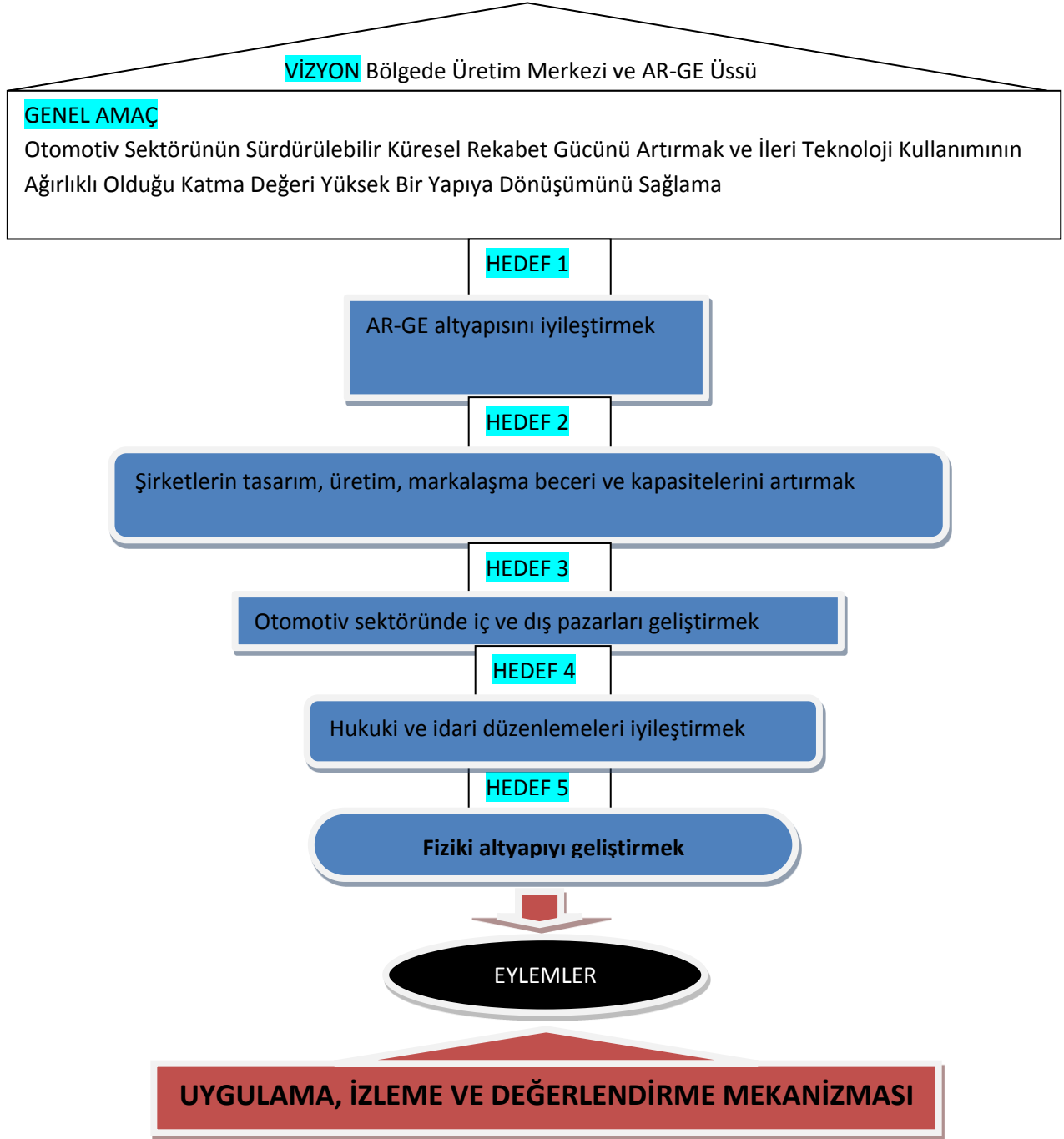
Türk otomotiv yan sanayi firmalarının, bazı ürünler haricinde tüm parçaları üretecek yetkinliktedir. Ülkemizde imal edilen taşıt araçlarının yüzde 85-90 oranında yerli üretim olmasını sağlayacak donanımda olmasına rağmen “motor-vites kutusu ve diferansiyel kutusundan oluşan güç ünitesi” ile “elektrik/elektronik kontrol sistemleri” üretiminde henüz gerçekleşmemektedir. Otomotiv ana sanayine yönelik üretim yapan firmaların imal ettiği ürünler şu şekilde sıralanabilir (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011):

- Komple motor ve motor parçaları
- Aktarma organları
- Fren sistemleri ve parçaları
- Hidrolik ve pnömatik aksamlar
- Süspansiyon parçaları
- Emniyet aksamları
- Kauçuk ve lastik parçalar
- Dövme ve döküm parçalar
- Elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri
- Akü
- Oto camları
- Koltuklar

Türk otomotiv yan sanayi üretim miktarı ve ürün kalitesinde kendini ispatlamış ve uluslararası pazarda rekabet gücüne ulaşmış bulunmaktadır. Bununla birlikte teknolojisini geliştirmiş, üretim kapasitesi ve verimlilik açısından ilerlemeler göstermiştir. Sektörde üretim yapan firmaların çoğunluğunda ISO kalite belgelerini almış ve dış pazarlara yönelik üretimlerini artırmışlardır. Ülkede, tedarik zincirinde aksam parça üreten yaklaşık 1100 firma bulunmakta ve çoğunluğu da ana sanayiye orijinal

parça üretmektedir. Bu firmalar üretim yerleri olarak daha çok Marmara, Ege ve iç Anadolu bölgelerinde toplanmışlardır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011).

TÜRKİYE OTOMOTİV SEKTÖRÜ STRATEJİSİ



Şekil 2.2. Türkiye Otomotiv Sektörü Stratejisi

Türk otomotiv sanayisinin önemli üstünlüklerinden bazıları şunlardır (Elmas, 2004); Jeopolitik konumdan kaynaklanan AB pazarına yakınlıkla beraber diğer Türk devletlerine ve Ortadoğu ülkelerine yakındır. Gelişme potansiyeli bulunan pazarlarada yakınlığıyla sağladığı avantaj, Gümrük Birliği ülkelerine yakınlığı, Dünya sektöründe lider konumda olan markaların ülke içinde yapmış olduğu yatırımlar, yabancı yatırımcılar için cazibeli bir ülke olması, yan sanayisinin sürekli kendini geliştirmesi ve farklı ürünler üretebilme kapasitesinin artması, küresel yapıyla entegre olmuş rekabetçi pazar yapısı, kalite ve teknik yapının uluslararası sistemlerle uyumlu olması.

Tablo 2.4. Dünya ve Türkiye Motorlu Araç Üretimi

Yıllar	Üretim(x1.000)		
	Dünya	Türkiye	Pay(%)
1999	56.163	298	0,53
2000	58.243	431	0,74
2001	56.503	271	0,48
2002	59.345	347	0,58
2003	61.480	534	0,87
2004	65.381	823	1,26
2005	67.547	879	1,3
2006	70.486	988	1,4
2007	74.494	1.100	1,48
2008	71.422	1.147	1,61
2009	63.242	870	1,38
2010	79.516	1.095	1,38
2011	81.967	1.189	1,45
2012	86.469	1.072	1,24
2013	86.749	1.126	1,129

Kaynak: LMC Automotiv

Dünya ve Türkiye motorlu araç üretimine bakıldığında zaman, 1999-2013 yılları arasında üretim sürekli artmış ancak 2009 yılındaki kriz üretimi düşürmüştür. 2013 yılı Dünya motorlu araç üretimi 86.749 adet ve bunun içinde Türkiye 1.126 adet üretimle % 1,12 oranında yer almaktadır.

Türkiye'deki otomotiv pazarı Avrupalı ve Amerikalı yatırımcıların yanı sıra Uzak Doğu'dan yatırımcıları da çekmektedir. Örneğin Japonya'dan Mitsubishi, Toyota, Honda ve Güney Kore'den Hyundai markaları ülkemizde yatırımlar yapmışlardır (Otomotiv Sanayi Sektör Raporu, 2007). Son dönemlerde ise Japon ve Güney Koreli

otomobil üreticileri Türkiye’de yatırımlara başlamışlardır. 1999 yılında Türkiye’de tasarlanan kamyonlar İspanya, Portekiz ve İngiltere’ye ihracat edilmeye başlanmıştır. Ayrıca BMC firması da İran’a otobüs ve kamyon ihraç etme anlaşması imzalamıştır. Otomobil üretiminde Türkiye lisanslı üretim yaptığı firmaların üretim merkezi haline dönüşerek binek otomobil, otobüs, kamyon, kamyonet, minibüs, midibüs ve çekici gibi çeşitli araçların üretimini yapmaktadır (Yüzal, 2007).

Tablo 2.5. Yıllara Göre Türkiye’de Otomotiv Sanayii Üretimi(Adet)

	1963	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005
Otomobil	30	3,660	67,291	31,529	60,353	167,556	233,412	297,476	453,663
Kamyon	999	6,041	14,670	8,308	18,162	16,993	19,759	28,348	37,227
Kamyonet	1,458	4,395	18,489	7,322	7,888	10,553	16,808	68,807	349,885
Otobüs	12	806	1,284	1,101	1,637	1,279	1,279	4,213	5,406
Minibüs	631	1,099	5,222	2,130	7,397	7,888	7,645	20,597	26,162
Midibüs	0	4	239	491	2,191	4,288	3,537	11,506	7,109
Traktör	7982	7,518	32,365	16,936	37,830	30,830	44,068	37,434	34,907
TOPLAM	11,112	23,523	139,560	67,817	135,458	239,015	326,508	468,381	914,359

Kaynak: Türkiye Vakıflar Bankası Sektör Araştırmaları Serisi, (2003), “ Otomotiv Sektörü ” No:28, www.vakifbank.com.tr/earastirma/ (Son Erişim Tarihi: 04:03:2013)

Tablo incelendiğinde Türkiye’de otomotiv sanayii üretimi yıllar itibariyle artış göstermektedir. Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de üretimin önemli bir kısmını otomobil üretimi almaktadır.

Otomotiv sanayinde kapasite fazlalığının oluşturduğu mali yük büyümeyi sınırlandırmakta, beklentilerinin yükselen müşterinin daha düşük fiyattan daha nitelikli ürünler talep etmeleri ve rekabetin daha yoğunlaşması sonucu kar marjları giderek azalmaktadır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010).

Tablo 2.6. Motorlu Taşıt Araçları Üreten Firmalarda Kapasite Kullanım Oranları (%)

ARAÇ TÜRÜ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Otomobil ve Hafif Ticari Araçlar	50	31	38	54	75	78	89	91	80	59	74	76	69
Ağır Ticari Araçlar	56	16	24	38	56	62	41	56	73	37	44	66	56
Toplam Taşıt Araçları	50	30	36	53	74	77	81	86	77	42	72	69	63

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği (www.osd.org.tr)

Tablo incelendiğinde otomobil ve hafif ticari araçlar için kapasite kullanım oranının en yüksek olduğu yıl 2007'dir. Otomobil ve hafif ticari araçların kapasite kullanım oranı 2007 yılına kadar artış gösterirken bu tarihten sonra tekrar azalış göstermeye başlamıştır. Ağır ticari araçların kapasite kullanım oranının en yüksek olduğu yıl ise 2008'dir ve ağır ticari araçların kapasite kullanım oranları sürekli dalgalanma göstermiştir.

2.2.3. Otomotiv Sektörünün İstihdam Üzerindeki Etkisi

Otomotiv sektörü doğrudan ve dolaylı olarak büyük bir istihdam olanağı oluşturmaktadır. Otomotiv ana ve yan sanayisi farklı sektörlerde geniş bir iş imkanı sunmaktadır.

Tablo 2.7. Otomotiv Ana Sanayi İstihdamı

SINIFI	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011
İşçi	24.494	20.745	30.770	32.606	38.049	36.149	31.191	32.137	35.274
Büro Personeli	4.052	3.800	3.522	3.287	3.573	3.642	3.428	3.596	4.250
İdareci	777	737	745	872	521	740	543	476	546
Mühendis	1.735	1.760	2.482	2.801	3.155	3.596	3.363	3.393	3.480
İdareci Mühendis	695	881	937	908	963	1.026	1.059	1.236	1.346
Toplam	31.753	27.923	38.456	40.474	46.261	45.153	39.584	40.838	44.896

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği www.osd.org.tr

Otomotiv sektörü akaryakıt istasyonları, otomotiv ürünlerine yönelik reklam ve sigorta hizmetleri, oto kiralama şirketleri, karayolu taşımacılığı ve otopark hizmetleri,

yedek parça, satış ve satış sonrası hizmetleri gibi araç kullanımına paralel hizmet veren sektörler de düşünüldüğünde iş kolunda geniş boyutta dolaylı istihdam yaratıldığı da bir gerçektir (Bedir, 1999). Buna ek olarak Otomotiv sektörü kamuda; Trafik Güvenlik, Motorlu Araç Kayıt, Tescil ve Sağlık gibi alanlarda, hizmet sektöründe; finansman, sigorta, akaryakıt, sürücü eğitim kursları, reklam gibi alanlarda iş olanağı yaratarak istidama katkı sağlamaktadır.

2.3. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDEKİ GENEL SORUNLAR

2.3.1. Kapasite Fazlalığı

Talebin yetersiz olduğu durumlarda firmalar kapasitelerinin altında üretim yapmaktadırlar. Kapasite kullanım oranında düşüş olması ise üretim maliyetlerini artırmaktadır (Bedir, 1999).

Gelişmekte olan ülkelerde ekonominin istikrarsız bir yapı arz etmesi ödemeler dengesini doğrudan etkilemektedir. Enflasyonist ortamın süreklilik göstermesi, sık sık krizlerin oluşması, siyasi istikrarın sağlanamaması, kamu borç stokunun sürekli artması gibi nedenler piyasanın güven ortamını sarsmaktadır. Bu durumda yabancı yatırımcılar yatırımlarından kaçınmakta ve üreticiler belirsiz piyasa koşullarında kaynaklarını etkin kullanamamaktadırlar. Mevcut kapasitelerinin altında üretim yapan firmalar ise hem istihdamı etkilemekte hemde ihracat gelirleri azaltmaktadır (Büyükdere, 2005).

2.3.2. Yetersiz ve İstikrarsız İç Talep

Otomotiv sektörü ekonomik yapı içindeki gelişmelerden hızlıca etkilenen bir sektördür. Talep edilen miktardaki istikrarsızlık sektördeki yatırım ve ihracat oranlarını etkilemektedir. Sektörde faaliyette bulunan firmalar ölçek düzenlemeleri yaparak rekabetçi bir maliyet planı uygulayarak ihracat miktarlarını artırmaları ve iç piyasa talebine göre üretim yapmaları gerekmektedir (Bedir, 1999).

2.3.3. İthalat Artışı

Gümrük Birliği sonrası ülke içindeki yerli firma ürünlerinden farklı ürünlerle karşılaşan tüketiciler ithal ürünlere yönelmiştir. Yetersiz düzeydeki toplam iç talebin

ihtiyacını dış piyasadan ihtal etmesi iç pazar üreticileri için sıkıntılı sonuçlar doğurmuştur (Bedir, 1999).

1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesiyle beraber, taşıt aracı ithalatı kontrolsüz biçimde artış göstermeye başlamış ve ithalattaki bu artış günümüze kadar devam etmiştir. Otomotiv sektörü özellikle Gümrük Birliği'nin tamamlanmasından sonra gerçek anlamda uluslararası rekabet ile karşı karşıya kalmış ve ithalat artışı sektörü zor duruma sokmuştur. İthalat yoluyla pazara yönelik yeni girişlerin artması aşırı kapasite yaratılmasına, firmaların kapasite kullanım oranlarının düşmesine, üretimin ekonomik ölçeklerin altına inmesine ve rekabetin zarar görmesine sebep olmaktadır (Görener, 2008).

2.3.4. Satış Vergilerinin Yüksekliği

AB ülkeleri gibi gelişmiş ülkelerde satış vergileri yaklaşık % 20 olup ağırlığını KDV oluşturmaktadır. Türkiye'de otomobil satışlarında alınan vergiler ise gelişmiş ülkelerdeki alınan vergilere göre hem yüksek oranlı hemde karmaşık bir yapıya sahip olmaktadır. Türkiye'deki vergilerin yüksek oluşu otomotiv sektörü üzerinde olumsuz bir baskı oluşturmaktadır. 12 Haziran 2002 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTV) ile KDV dışındaki vergiler tek vergi haline getirerek vergi sistemini basitleştirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda; satış ve üretimin ağırlıkta olduğu silindir hacmi 1600 cc' nin altındaki otomobillerde yüzde 27 ÖTV, silindir hacmi 1600-2000 arasında yüzde 46 ÖTV ve silindir hacmi 2000 cc'nin üzerindeki otomobillerde yüzde 50 ÖTV getirilmiştir (Bedir, 1999: s.31). Bu orandan anlaşıldığı gibi Türkiye'de alınan bir otomobilden oldukça yüksek oranlarda vergi alınmaktadır. Bir binek otomobile uygulanan vergiyi örnekle açıklarsak (Yaz, 2006).

Fatura Bedeli:.....	23,517.87 TL
İskonto:	3,253.74 TL
ÖTV Matrahı:.....	20,264.13 TL
ÖTV Tutarı (% 37):.....	7,497.73 TL
KDV Matrahı:	27,761.86 TL
KDV Tutarı (% 18):.....	4,997.13 TL

Toplam:.....	32,758.99 YTL

İskontolu fiyatı 20,264.13 TL olan bir binek otomobiline uygulanan vergi miktarı yaklaşık % 60 civarında olup oldukça yüksektir.

Tüketiciler anahtar teslim bir otomobil satın aldıklarında satış fiyatı içerisinde tüm alım satım vergilerini ödemiş olmaktadırlar. Türkiye’de binek otomobillerinden % 25, lüks otomobillerden % 40 katma değer vergisi alınmaktadır. Yurt dışından ithal edilen otomobillerden gümrük vergisinde alınmakta ve bu vergi fiyata direk yansıtılmaktadır. Türkiye’nin Avrupa Birliği ile Gümrük Birliğine üye olmasıyla birlikte üye ülkelerden ithal edilen ürünlerden vergi alınmamaktadır. AB harici ülkelerden ithal edilen ürünlerden % 7-22 oranlarda gümrük vergisi alınmaktadır (Alper ve Mumcu, 2000).

Tablo 2.8. AB Ülkeleri ve Türkiye Vergi Oranları (%)

AVUSTURYA	59,3	LETONYA	53,5
BELÇİKA	63,7	LİTVANYA	55,6
BULGARİSTAN	53,0	LÜKSEMBURG	54,6
KIBRIS	46,6	MALTA	54,7
ÇEK CUMHURİYETİ	58,1	HOLLANDA	66,1
DANİMARKA	61,2	POLONYA	56,0
ESTONYA	56,0	PORTEKİZ	60,5
FINLANDIYA	62,7	ROMANYA	51,6
FRANSA	62,8	SLOVAKYA	59,7
ALMANYA	64,6	SLOVENYA	58,9
YUNANİSTAN	53,6	İSPANYA	53,3
MACARİSTAN	58,8	İSVEÇ	64,2
İRLANDA	59,1	İNGİLTERE	65,2
İTALYA	59,5	TÜRKİYE	65,5
AB Ortalaması:61,6			

Kaynak: www.europa.eu

Tablodan da görüldüğü gibi Türkiye % 65,5 vergi oranıyla AB ortalamasının üzerindedir. Türkiye'deki bu durum tüketicilerin talebini azaltmakta ve tüketici tercihleri etkilemekte ve iç pazardaki doymamış talep bu yüzden daralmaktadır.

2.4.5. Ana ve Yan Sanayi Arasındaki İşbirliği Eksikliği

Gelişmiş ülkelerin otomotiv sanayisi ana ve yan sanayii arasındaki ilişkinin sağlıklı, işbirliğine dayalı ve güven ortamının sağlanmış olmasına önem vermektedirler. Bu unsurları sağlayan ülke sanayileri rakiplarına karşı önemli bir üstünlük elde etmektedirler. Türkiye’de gelişmiş bir otomotiv yan sanayiine sahiptir. Türkiye’nin de gelişmiş ülkelerin sanayisi gibi sanayilerini geliştirmesi için yan sanayisinin sunduğu avantajları iyi değerlendirip, firmalar arasında işbirliğine önem vermesi gerekmektedir. Türkiye’de ana ve yan sanayii ilişkilerinin incelenmesi sonucu şu bilgiler elde edilmiştir (Bedir, 1999):

- Türk otomotiv sektöründe ana ve yan sanayii arasındaki güven ortamı sağlanamamış ve işbirliği çalışmaları yeterli düzeyde gerçekleşmemiştir.
- Ana ve yan sanayii arasında verimlilik artışı, maliyet düşürme ve ürün geliştirmeğe yönelik çalışmalarda hedeflenen seviyeye gelinememiştir.
- Ana ve yan sanayii arasındaki ilişkilerde sözleşme şartlarında düzenlemeler yapılmalıdır.
- Yan sanayi firması üretimlerini tek bir ana firmaya yönelik yapmak yerine , bir çok firmaya üretim yapması, ana ve yan sanayi arasındaki işbirliğini bozmaktadır.
- Fiyat faktörünün ana ve yan sanayi arasındaki ilişkilerde daha öncelikli olması güven ortamını bozmaktadır.
- Sözleşme sürelerinin kısa süreli olması, siparişlerin yatırım yapmayı gerekli kılacak büyüklükte olmaması ve değişkenlik göstermesi, enflasyonist ortamlarda girdi fiyatlarındaki artışın satış fiyatına yansıtılamaması, ödemelerdeki gecikmeler ve bunlara benzer nedenler yan sanayici firmalarını sıkıntıya sokmaktadır (Bedir, 1999: s.107-109).

Türkiye’de otomotiv endüstrisi incelendiğinde güçlü bir yan sanayinin varlığından sözedilebilir. Yan sanayi ve ana sanayi arasındaki güven ortamı iyi muhafaza edilirse ve stratejik işbirliğine dayalı ilişkileri artarsa sektör ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır (Ö.Görener ve A.Görener, 2008).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TALEP TEORİSİ VE OTOMOBİL TALEBİ

3.1. TALEP TEORİSİ

Talep herhangi bir ihtiyacın ortaya çıkmasıyla oluşan gereksinim ya da arzunun satın alma gücüyle desteklenmesidir. Başka bir deyişle talep; piyasada belirli olan fiyat düzeyindeki herhangi bir maldan belli bir dönem içinde parasal olarak desteklenmiş mal ve hizmet miktarıdır. Piyasada firma yani üretici ya da satıcı ve hanchalkı dediğimiz tüketici ya da alıcı olan iki önemli aktör vardır. Piyasanın talep yönünü oluşturan alıcılar, arz yönünü oluşturan satıcılardan mal ve hizmet talep ederler (Ünsal, 2005).

Talep yasası, tüketicilerin satın alma davranışının arkasında yatan nedenlerin neler olduğunu ortaya koymaya çalışır. Talep edilen herhangi bir mal ve hizmetin miktarını belirleyen en önemli özellik piyasa fiyatıdır. Satın alınmak istenilen malın fiyatı ile piyasadaki malların miktarları arasındaki ters yönlü ilişki talep kanunudur. Fiyatdaki değişkenliklere göre satın alınmak istenen mal miktarı değişecektir. Piyasada talep edilen malın miktarı çoksa fiyat düşecek, az ise azalacaktır. Ayrıca piyasada tüketici davranışları üzerinde etkili olan faktör sadece malın kendi fiyat değil, ilgili diğer malların fiyatı, tüketicilerin geliri, zevk ve tercihler, psikolojik ve sosyolojik etkiler gibi farklı birçok değişkende talebi etkilemektedir (Colell, Mas, Whinston ve Green, 1995).

Fransız klasik iktisatçı olan John Baptiste Say ileri sürdüğü "her arz kendi talebini yaratır" teorisine Say Kanunu ya da Mahreçler kanunu denir. Say'e göre, herhangi bir mal piyasaya arz edilince kendi talebini oluşturmaktadır. Üretilen her mal üretiminde kullanılan girdilerin değeri kadar gelir getirmektedir (Mark, 2003). Keynes, klasik iktisatçıların Mahreçler kanunu yerine efektif talep teorisini getirmiştir. Satın alma isteğinin parayla ve para yerine geçebilecek şeylerle desteklenmesine efektif talep denir (Katz, 1998).

Bir malın bir birimini elde etmek için ödenmesi gereken para birimi olan fiyat artıkça, ceteris paribus yani diğer şeyler sabitken tüketicinin satın almak istediği ve satın

alma gücüne sahip olduğu mal miktarı azalır. Diğer bir ifadeyle tüketicinin talep ettiği X malının miktarı (Q_{dx}), malının fiyatı (P_X) ile ters yönlü değişir (Ünsal, 2005).

$$Q_{dx} = f(P_X) ; (P_X \uparrow \rightarrow Q_{dx} \downarrow \text{ veya tam tersi})$$

Ceteris Paribus talep fonksiyonu, bireysel talep fonksiyonu ve piyasa talebi fonksiyonu olmak üzere üç tane talep fonksiyonu vardır (Mansfield ve Yohe, 2004).

1-Herhangi bir mal veya hizmeti talep edenler fiyat dışındaki talebi etkileyen faktörleri (İkame malların fiyatı, tamamlayıcı malların fiyatı, tüketicinin gelir düzeyi, tüketicinin zevk ve tercihleri, tüketicinin gelecek hakkındaki rasyonel beklentileri, nüfus, vs.) yok saymak ya da değişmediklerini varsayan teoriye ceteris paribus talep fonksiyonu denir.

$$\text{Ceteris Paribus Talep Fonksiyonu } (M_{tx}) = f(F_x)$$

2-Bireysel talep fonksiyonu, bireyin belli bir dönem içinde satın almak istediği maldan diğer şeyler sabitken fiyat ve miktar arasındaki bağlantıyı gösterir. Bir bireyin bir mala olan talebini etkileyen faktörler fonksiyon ise;

$$\text{Bireysel Talep Fonksiyonu } (M_{tx}) = f(F_x, F_i, F_t, G, Z)$$

Bireysel talep belirli bir zaman dilimi içinde bireylerin satın alma gücüyle destekledikleri ürün miktarıdır (Ülken, 1982).

3-Bireylerin talep eğrilerinin yatay toplamı piyasa talep eğrisini verir. Bireysel talep fonksiyonunun verilerine gelecek hakkındaki bekleyişler ile nüfus ilave edilirse piyasa talep fonksiyonu elde edilir.

$$\text{Piyasa Talebi Fonksiyonu } (M_{tx}) = f(F_x, F_i, F_t, G, Z, RB, N)$$

Her üç fonksiyondaki M_{tx} sembolü talep miktarını göstermektedir.

3.1.1. Talep Edilen Miktar ve İçeriği

Talep edilen miktar, belirli bir dönem içerisinde bütün hanehalklarının bir maldan satın almak istedikleri talep miktarıdır. Talep edilen miktar belirlenirken  önemli özellik dikkate alınmaktadır (Yaylalı, 1994).

1-Talep edilen miktarın arzu edilen miktar olmasıdır.

2-Arzu edilen miktar efektif talebi gösterir.

3-Talep edilen miktar sürekli bir akımı belirtir. Dolayısıyla talep edilen miktar belli zaman dilimi içerisindeki miktarı ifade eder.

3.1.2. Talep Edilen Miktarı Etkileyen Faktörler

3.1.2.1. Malın Fiyatı

Talep edilen miktar malın fiyatının fonsiyonudur. Talep edilen miktar malın fiyatına bağlı olarak değişmektedir (Yaylalı; 1994, s 19). Bir malın talebini belirleyen en önemli faktör o malın fiyatıdır.

Talep kanununa dayalı olarak nominal fiyattaki değişme talep eğrisi boyunca değişmeye neden olur. Aynı talep eğrisi üzerinde fiyatta meydana gelecek bir artış ya da azalış talep edilen miktarda ters yönlü bir harekete neden olacaktır. Fiyatı sürekli artan bir malın talebi farklı gelir seviyelerinde farklı tepkilere yol açacaktır. Bir kısım tüketicisi bu malı tüketmekten vazgeçerken bir kısımları ise satın alınan miktarı değiştirecektir (Ferguson, 1975).

Piyasadaki rnlerin fiyatı üreticileri tarafından maliyetleri üzerine konan kar payları eklenerek oluşturulmaktadır. Eğer satılan ürünün fiyatı çok yüksekse tüketicilerin bu mala olan talebi azalacaktır. Maliyet fiyatının altına düşmeden o malda bir indirim gidiilmesi ya da karın bir kısmından vazgeçilmesi o malın talebini artıracaktır. Örneğin farklı dönemlerde otomobil firmalarının yapmış oldukları kampanyalar otomobil satışlarını artırmaktadır.

3.1.2.2. İlgili Malların Fiyatları

İlgili malların fiyatı tamamlayıcı ya da ikame mallarının fiyatlarıdır. İlgili malların fiyatlarında meydana gelecek bir değişiklik tüketicilerin reel gelirlerini değiştirerek talep edilen miktarı etkiler. Herhangi bir ihtiyacı karşılarken biri diğerinin yerine kullanılabilen mallar ikame mallardır. Tüketici herhangi bir malı satın almayı düşündüğü zaman o malın fiyatı ile diğer ikame malların fiyatlarını karşılaştırmaktadır. İkame olan malın fiyatındaki bir değişiklik pozitif yönlü olarak değişirse almak istenilen malın talep edilen miktarını etkilenir. Örneğin A marka bir otomobilin fiyatı artarsa benzer özelliklere sahip B marka otomobilin fiyatı değişmezse talebi azalabilir. Çünkü nispi olarak ucuz hale gelen mal diğerinin yerine ikame edilir. Diğer ilgili mal olan tamamlayıcı mallar ise herhangi bir ihtiyacı karşılarken birlikte kullanımı gerektiren ya da biri olmadan diğerinin tam işlev yapamadığı mallardır (Parkin, 1990). Örneğin benzin fiyatlarındaki artış ya da azalış benzinli otomobil talebini etkiler.

3.1.2.3. Ortalama Tüketici Geliri

Ortalama tüketici geliri talep edilen miktarı etkileyen bir faktördür. Gelir seviyesinde meydana gelen değişiklikler taleptede değişikliklere yol açmaktadır. Alım gücüne bağlı olarak ürünün fakir mal, normal mal, lüks mal olma özelliklerine göre talep değişecektir. Gelirdeki artış sonuncu talebi azalan düşük mallar, gelir artarken talebi artan normal ve lüks mallardır (Ünsal, 2005: s.50).

Talep edilen miktarı belirleyen en önemli faktör, belirli bir zaman dilimindeki gelir düzeyidir. Farklı şekillerde tanımlanabilen gelir genel anlamıyla, bir bireyin veya topluluğun verimli ve kayda değer hizmet karşılığında bir dönem içerisinde elde ettiği ve periyodik olarak devam eden satın alma gücünün parasal ifadesidir (Ülgener, 1991). Farklı bir tanımla ise gelir çalışanların emeklerinin karşılığı elde ettikleri gelirler yoluyla milli gelire ve üretim sürecine sağladıkları katkının parasal karşılığını içerir (Bakırcı, 1999).

Gelirle tüketim harcamaları arasındaki ilişki ile ilgili çalışmaların geçmişi 18. yüzyılın sonlarına kadar uzanır. Gelirle tüketim arasındaki ilişki ilk olarak Engel ve Schwabe tarafından ortaya konulmuştur. Engel Kanunu'na göre; gelirin zorunlu ihtiyaçlara harcanan kısmı, yüzde olarak, düşük gelir gruplarında yüksektir. Schwabe

Kanunu'na göre ise; ev kirasının gelir içindeki nisbi payı, düşük gelir gruplarında daha fazla, yüksek gelir gruplarında daha azdır. 19.yy'da yapılan bu gözlemler 20. yy'da yapılan araştırmalarda da doğrulanmıştır. Gerçek yaşamda da düşük gelirli sınıflar, gelirlerinin tamamını ya da büyük bir kısmını zorunlu ihtiyaçlarına ayırmaktadırlar. Yüksek gelir grubunda ise yani zengin sınıflarda durum tersinedir. Yüksek gelirli sınıflar, düşük gelirli sınıflara nazaran, hem nisbi hem de mutlak olarak daha fazla tasarrufta bulunurlar. Bu ilişkiler kısa dönemde kolay kolay değişmemektedir (Çalışkan, 2003).

3.1.2.4. Tüketiciler Arasındaki Gelir Dağılımı

Milli gelirin o geliri oluşturan fert ya da faktör sahipleri arasında dağılımı ekonomik ve sosyal gösterge bakımından hayli önemli bir konudur. Bir ülke için planlanan ana ekonomik hedeflerin başında yeterli/dengeli büyüme oranı, yüksek ve istikrarlı bir istihdam, fiyat istikrarı, ödemeler dengesinin iyileştirilmesiyle birlikte gelir dağılımının adil sağlanması gibi hedefler gelmektedir (Sadun, 1989).

Tüketicilerin farklı alanlardaki ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan üretim neticesinde oluşan toplam gelirin toplumun genelinde nasıl ve ne şekilde pay edileceği gelir dağılımı sorununu oluşturmaktadır.

Bir ekonomide belirli bir dönem içinde piyasada üretilen-satılan mal ve hizmetlerin parasal değerinin toplamı, milli geliri oluşturmaktadır. Elde edilen bu milli gelirin bireyler ve sosyal gruplar arasındaki dağılımı da gelir dağılımını ortaya çıkarır. Üretim sürecinde oluşturulan gelirin bireyler ve tüketici birimleri arasındaki dağılımı kişisel gelir dağılımını oluştururken üretim faktörleri arasındaki dağılımı da yani toplam gelirin ücret, faiz, rant, karın arasındaki bölüşümü de fonksiyonel gelir dağılımını ifade eder. Kişisel gelir dağılımı; gelir eşitsizliğinin bir göstergesi, gelirin ve refahın bir ölçüsü, ülkeler arası kıyaslamaların bir kriteri olarak fonksiyonel gelir dağılımına göre daha önemli ve önceliklidir (Sadun, 1989). Kişisel gelir bireylerin elde ettiği gelir düzeylerine göre bir ayrımı temsil ettiği gibi belirli gelir dilimlerine düşen fertlerin ya da hanelerin sayılarını gösteren dağılım olarak da bilinir. Bu dağılımın göstergesi ise Lorenz eğrileri olup gelirin nüfusa dağılımındaki eşitsizliği gösterir. Köşegene yaklaşan

eğri gelir dağılımının adil olduğuna, köşegenden uzaklaşan eğri ise dengesiz gelir dağılımına yaklaşıldığını ifade eder (Hatipoğlu, 1989).

Gelir dağılımının tüketim harcamaları üzerindeki etkisi, marjinal tüketim eğilimine göre değişir, gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi sabit kalıyorsa, gelir dağılımındaki değişmeler toplam tüketim harcamalarını etkilemez. Gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi artıyorsa, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak toplam tüketim harcamalarını da azaltır. Gelir arttıkça marjinal tüketim eğilimi azalıyorsa, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak toplam tüketim harcamalarını artırır (Yaylalı, 1992).

Ekonomik davranışları birbirlerine bağlı olan ve rekabet unsuru taşıyan bir toplumda, eğer üst gelir gruplarının gelir ve tüketimleri azalırsa, düşük gelir gruplarındakilerin tüketim harcamalarını artırmaları yönündeki baskı azalmış olacaktır. Bu grupların amaç edindikleri tüketim standartları düşürülmüş olacak ve böylece kendi tüketim standartlarına yerleşmiş olacaklardır. Toplumun tamamı düşünüldüğünde, tüketim harcamalarında bir azalma olacaktır. Bu düşüşün en önemli nedeni ise, düşük gelir grubundaki tüketicilerin özendiği yaşam standardı düşmüştür. Bu nedenle, gelir dağılımındaki eşitsizlik tüketimi kamçulamakta ve eşitlikçi bir gelir dağılımı ise tüketim artışını frenlemektedir (Çalışkan, 2003).

3.1.2.5. Zevk ve Tercihler

Tüketicilerin tamamı farklı zevk ve tercihlere sahiptir. Zevk ve tercihler çevresel, toplumsal, kişisel birçok değişkenden etkilenmektedir. Zevk ve tercihlerin talep üzerindeki etkisini anlatmak fiyat gibi değişkenlerin etkilerini anlatmak kadar kolay değildir ve analizi zordur. Tüketicilerin alışmış oldukları davranış kalıpları tercihleri etkilemektedir. Zevklerin ve tercihlerin nasıl belirdeği hakkında tam bilgi sahibi olunamaz. Zevk ve tercihlerle ilgili teorik kurallar ve ölçmedeki zorluklardan dolayı genellikle değişmediğini farz edilmekte, davranışlar üzerindeki muhtemel etkilerine bakılmaktadır (Miller, 1973).

Zevk ve tercihlerdeki bir değişme aynı yönlü olmak üzere talep eğrisini sağa ya da sola kaydıracaktır (Yaylalı, 1992).

3.1.2.6. Tüketici Sayısı

Satın alma gücüne sahip olan tüketici sayısındaki değişiklik talebi etkilemektedir. Gelir kazanacak pozisyona gelmiş bireylerin sayısının artması talep eğrisini yukarı yönlü kaydıracaktır. Aynı durum tersi içinde aşayı yönlü bir harekete sebep olacaktır (Lipsey vd. 1984).

3.1.2.7. İhtiyacın Şiddet Derecesi

Tüketicilerin ihtiyaçlarının şiddet derecesi talep üzerinde malın türüne göre değişmektedir. Zorunlu mallara olan talep malın fiyatındaki değişimlerden etkilenmeyecek ve o malın ihtiyaç şiddeti fazla olacağından fiyatı artsada talep edilecektir. Fakat lüks mal kategorisine giren mallara olan talebin şiddeti fiyata bağlı olarak azalma gösterebilir (Yaylalı, 1992).

3.1.2.8. Piyasa İşlemleri

Ekonomik durum içinde tüketici talebini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Başlıca talebe etki eden faktörler enflasyon, faiz oranları, vergi oranları, kurlar, finansal aktif (vadeli ve vadesiz mevduat, tahvil, bono ve hisse senedi vs.) denilen nakit parayı kolaylıkla nakde çeviren likit varlıklardır. Ekonomide meydana gelen bir değişim olumlu ya da olumsuz olarak tüketiciye yansımakta ve buda tüketicinin satın alma kararını etkileyecektir. Ekonomik konjoktürler arasında bazen taleplerimiz artacak bazende talepte bir azalma görülecektir. Örneğin herhangi bir kriz sonucu artan faiz oranları otomobil satın almak isteyen bir kişinin talebini etkileyecektir. Çünkü artan faiz oranları bankaların kredi maliyetlerini artıracak buda otomobil maliyetini artıracaktır (Hatipoğlu, 1989).

3.1.2.9. Nüfus

Nüfusun büyüklüğü ve yapısı talebi etkiler. Tüketici sayısı artıkça o malı talep edenlerin sayısı artmaktadır. Talep eğrisi üzerindeki nüfus artışı talep eğrisini sağa kaydıracaktır. Herhangi bir azalışta talep eğrisini sola kaydıracaktır (Yaylalı, 1992). Satın alma gücüne sahip olan genç nüfus eğer çoksa talep edilen miktar artacaktır.

3.1.3. Otomobil Talebi

Otomotiv sektöründeki ürünler dayanıklı tüketim mallarından sayıldıkları için onlara yönelik talep öngörüsü yapmak basit değildir. Bu durumun temel nedeni talep edilen mevcut ürünlerin piyasadaki başka bir ürünle ikame edilebilir olmasıdır. Örneğin otomobili olan bir tüketicinin otomobilin bozulması durumunda mevcut otomobili tamir ettirme, parasal durumuna göre yeni bir otomobil alma durumlarına sahiptir (Lorie, 1954).

Otomobil farklı gelir gruplarında farklı bir mal olma özelliği göstermektedir. Örneğin düşük gelir seviyesine sahip tüketiciler için zorunlu ihtiyaç malı olmadığı için gelirdeki artış otomobil talebine yansımayacaktır. Gelir seviyesi daha yüksek olan tüketiciler için ise gelir seviyelerinde meydana gelen artış otomobil alma talebini etkileyebilir. Gelir seviyesi daha yüksek olan tüketiciler için otomobil normal bir mal sayılırken gelir seviyesi artıkça tüketiciler üründen farklı özellikler beklediklerinden bu tüketicilerin gelirlerinin artışı mevcut otomobillerini daha lüks otomobil alma yönünde bir satın alma davranışına yönlendirmektedir. Ayrıca genel bir gelir artışı toplam nüfus içinde otomobil satın almak isteyen tüketicilerin sayısını artırarak otomobil talebinde bir artış sağlamaktadır. Bir ülkenin sosyal gelişmişlik düzeyini belirlemek için şehirleşme oranına bakılmaktadır. Şehirleşme oranı artıkça tüketicilerin piyasadan satın aldıkları ürünlerin sayısı artmaktadır. Otomobil talebide şehirleşme hızına bağlı olarak artış göstermektedir (Alper ve Mumcu, 2000).

Otomotiv sektörünün tüketici satın alma davranışı incelendiğinde ekonomik amaçların yanında sosyal olarak yaşamı kolaylaştırma, gösteriş, statü kazanma, özgürlük gibi amaçları da vardır. Tüketici herhangi bir otomobil seçimi yaparken marka karşılaştırması, kalite, uygun fiyat, yedek parça bulunurluğu, satış sonrası servis ve bakım hizmetleri gibi faktörleride dikkate almaktadır.

Motorlu araç talebini etkileyen birçok değişkenden bazıları ise; fiyat, gelir, GSMH, nüfus, kişi başına düşen milli gelir, vergiler, yakıt fiyatları, yedek parça fiyatları, karayolu uzunlukları ve ortalama tasarruf oranı sayılabilmektedir. Suits ve Griliches'nin çalışmalarına göre otomobile olan talep harcanabilir reel gelire, yollardaki mevcut araç sayısına ve yeni araç bayi perakende satış fiyatı ortalamasının otomobil kredi sözleşmeleri süreleri ayların ortalamasına bağlıdır. Bu bağlamda Suits

(1958)'e göre yeni araç piyasası dört denklem ile temsil edilmektedir; yeni araçlara olan talep, yeni araç arzı, kullanılmış araç arzı ve kullanılmış araçlara olan talep (Gönensay, Orhan ve Tanberk, 1975).

Otomobil talebi üzerinde yapılan çalışmalardan Roos ve Szeliski'nin çalışmasında ise otomobil talebinin kişisel gelire, ürünün fiyatına, piyasadaki mevcut araçların sayısına, aile sayısına, model sayısına ve hurdaya ayrılma durumlarından etkilendiğini belirtmişlerdir (Roos ve Szeliski, 1939). Suits ve Griliches'in çalışmasında ise otomobil talebini harcanabilir reel gelir, piyasadaki mevcut araç sayısına, yeni araç satış fiyatı ortalaması ve otomobil kredi sözleşmeleri süresiyle ilişkilendirmişlerdir (Griliches, 1971). Özellikle Suits'e göre yeni araç piyasası yeni araçlara olan talep, yeni araç arzı, kullanılmış araç arzı ve kullanılmış araçlara olan taleple ifade edilmektedir (Suits, 1958).

Otomobil talebi ile gelir düzeyi, fiyat ve işsizlik arasında bir etkileşim vardır (Rippe ve Feldman, 1976). Bunlar arasında talep edilen otomobil ile ikame ürünler arasında ve belirli bir dönemdeki aynı otomobil markasının farklı kalite ve özellikteki modellerden etkilemektedir (Rippe ve Feldman, 1976). Otomobil talebini etkileyen diğer bir önemli husus ise motorlu bir araç kullanımının yakıt fiyatları ile ilişkisidir. Yakıt fiyatları araç talebini etkilemektedir (Gürkaner, 1992). Örneğin 1973 yılında yaşanan petrol krizi otomobil taleplerini ciddi oranda etkilemiş ve firmaların üretim miktarları azaltmışlardır.

Tüketiciler otomobil satın alırken kompakt, sedan, coupe sınıflarından station wagon, süper araba modelleri arasından seçim yapmaktadırlar (Engin, 2002).

3.2. TALEP ESNEKLİKLERİ

Esneklik belli bir fonksiyondaki bağımlı değişkenin bağımsız değişkendeki değişimler karşısındaki hassasiyet derecesidir. Bağımlı değişkendeki % 1'lik bir değişme karşısında bağımsız değişkende meydana gelen % 'lik değişmedir ve

$$E = \frac{\text{Bağımlı değişkendeki \% değişme}}{\text{Bağımsız değişkendeki \% değişme}}$$

şeklinde yazılabilir. Esneklik fiyat ve diğer değişkenlerdeki değişmeler sonucu oluşacak tepkiyi ölçmek ve açıklamak için kullanılır (Özer, 1992).

3.2.1. Fiyat Esnekliği

Fiyat esnekliği, fiyatta meydana gelen % 1'lik değişmeye karşısında talep edilen miktarda meydana gelen % 'lik değişmeyi ifade eder ve

$$E = \frac{\text{Miktardaki \% değişme}}{\text{Fiyattaki \% değişme}}$$

şeklinde ifade edilir (Yaylalı, 1992: s. 26).

Otomobil talebi fiyata göre esnektir. Fiyatlarda meydana gelen değişiklikler normal ve lüks mal kategorisindeki malların talep edilen miktarını değiştirecektir. Otomobil talebinin fiyat esnekliğinin büyük olması vergi politikasının sonuçlarını değerlendirmesi bakımından önem göstermektedir. Otomobil talebinin fiyata göre çok esnek olduğu durumlarda, vergi oranlarında bir indirim yapılması yani fiyatlarda % 1'lik bir düşme otomobil talebinin % 1'den daha fazla artmasını sağlayacaktır. Bu nedenden dolayı otomobil üzerinden alınan vergilerdeki bir azalış vergi gelirlerini artırmaktadır. Otomobil talebinin esnek olmadığı durumlarda ise vergi oranların azaltılması vergi gelirlerinde bir azalışa neden olacaktır (Alper ve Mumcu, 2000: s 19).

3.2.2. Gelir Esnekliği

Gelir esnekliği, gelirden meydana gelen % 1'lik değişmeye karşısında talep edilen miktarda meydana gelen % 'lik değişmeyi ifade eder ve

$$EG = \frac{\Delta Q}{Q} : \frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{Q}$$

şeklinde ifade edilir (Yaylalı, 1992).

3.2.3. Çapraz Esneklik

Çapraz esneklik bir malın fiyatındaki % 1'lik değişme karşılığında diğer bir malın talep edilen miktarında meydana gelen % 'lik değişmeyi göstermektedir.

$$E_{Çab} = \frac{\text{A malının talep edilen miktarındaki \% değişme}}{\text{B malının fiyatındaki \% değişme}}$$

Bu iki mal ikame malı ise, bir malın fiyatı ile diğer malın miktarı arasındaki çapraz esneklik pozitif yönlü olacaktır. Tamamlayıcı mallarda ise, çapraz esneklik negatif yönlü olacaktır. İki mal bağımsız mal iseler bir malın fiyatındaki değişiklik diğer malın talep edilen miktarını etkilemeyeceğinden çapraz esneklik sıfır olacaktır (Yaylalı, 1992: s. 26). Örneğin otomobilin tamamlayıcı ürünü olan yakıt ürünlerinin fiyatlarının değişme ters yönlü olarak otomobil talebini etkilemektedir.

3.2.4. Beklenen Fiyat Esnekliği

Beklenen fiyat esnekliği, bir sonraki döneme ait fiyattaki tahmini nisbi değişimin cari fiyatta meydana gelen nisbi değişmeye oranıdır (Özer, 1992).

$$E = \frac{\Delta P_{t+1}}{P_{t+1}} : \frac{\Delta P_t}{P_t}$$

Burada;

ΔP_{t+1} : Bir sonraki dönem fiyatındaki mutlak değişme

P_{t+1} : Bir sonraki dönem fiyatı

$$\frac{\Delta P_{t+1}}{P_{t+1}} : \text{Bir sonraki dönem fiyatındaki nisbi değişme}$$

ΔP_t : Cari dönem fiyatındaki mutlak değişme

P_t : Cari dönem fiyatı

$\frac{\Delta P_t}{P_t}$

: Cari dönem fiyatındaki nisbi değişmedir.

Tüketicilerin bir sonraki döneme ait fiyat tahminleri; politik haberlerden, mevcut ve geçmiş dönemlerdeki iktisadi olaylardan, hava şartları hakkındaki düşüncelerden ve yetkililerin fiyat değişiklikleri hakkındaki görüşlerinden etkilenir (Türkbal, 1983).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ERZURUM İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

4.1. ERZURUM İLİNİN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

4.1.1. Erzurum'un Kısa Tarihçesi

Tarihin ilk dönem yerleşim merkezlerinden biri olan Erzurum Doğu Anadolu Bölgesi'nin de en büyük ilidir. Denizden yüksekliği yaklaşık 2000 m. olan Erzurum, önemli tarihi eserleri bünyesinde barındırmakta ve kış truzimine ve sporlarına ev sahipliği yapmaktadır (Hancı, 2009).

Erzurum isminin kaynağı “Azzi”, “Erzen” (Darı), “Arze” ve özellikle Müslüman Arapların “Erzenü'r Rûm” (Erzen-i Rûm) diye isimlendirdikleri tarihi şehirden gelmektedir. Şehre Erzurum ismini ise Türkler vermişlerdir (Rehber Ansiklopedi, V, 189). Hudûd el-âlem adlı eserde; şehrin müstahkem bir kalesi olduğunu, farklı yerlerden gelen gazilerin nöbet tutarak şehri korudukları ve şehrin birçok tüccarı kendisine çektiği bildirilmektedir (Maqbul, 1992).

Anadolunun en eski yerleşim merkezlerinden olan Erzurum iklim şartları ve coğrafi konumuyla birçok medeniyet ve uygarlık merkezlerinden birisi olmuştur. Yapılan kazı çalışmalarının sonunda şehrin geçmişi “yontma taş devri”ne kadar uzanmaktadır. Erzurum ilinde ortaya çıkarılan Karaz, Pulur, Güzelova Höyük ve Sos Höyük buluntuları, İlk Tunç Çağı'nda Karaz Kültürünün bu ilde konumlanmış olduğunu göstermektedir (Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2011: s. 9). MÖ 4900 yıllarında kurulduğu tahmin edilen Erzurum ilinde Hurriler, Asurlar, Kimmerler, İskitler (Sakalar) hâkimiyet kurmuşlardır. M.Ö. 4. yüzyılda Makedonya Kralı İskender tarafından hâkimiyete alınan bölge daha sonraları Roma İmparatorluğunun eline geçmiştir. Bundan sonraki dönemlerde ise şehir Sasaniler ve Bizanslılar tarafından yönetilmiştir. Şehrin bu kadar farklı medeniyetleri üzerine çekmekteki etkisi önemli göç ve zistila yollarının üzerinde bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bizanslılardan sonra Erzurum'u kuşatan Müslüman komutan Ömer bin Hattab 633 yılında şehri fetederek buradaki Müslüman nüfusunun sayısını artırdı. O dönemin en büyük şehirlerinden biri olan Erzurum İslam ülkelerin birbirleriyle çekişmeleri sonucunda tekrar Bizanslıların

eline çekti. 1071 Malazgirt meydan muharebesinde Tuğrul Bey, kardeşi Çağrı Bey ve Süleyman Şah'ın babası Şahzade Kutalmış Bey Erzurum'u feth ettiler (Rehber Ansiklopedi, V, 189). Saltuklu Beyliği Anadolu 'da Erzurum ilinde kurulan ilk Türk beyliğidir ve Erzurum bu beyliğin başkentliğini yapmıştır (Maqbul, 1992). Erzurum daha sonraki dönemlerde, Anadolu Selçukluları, İlhanlılar, Eretna (Ertenç) Türk Beyliği, Karakoyunlular, Safeviler ve Osmanlı Devleti'nin hâkimiyeti altına girmiştir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Trabzon - Tebriz ticaret yolu üzerinde bulunmasından ve önemli savaş bölgelerine yakınlığından dolayı serhat şehir ünvanı almıştır. Şehir en fazla bu dönemde gelişme göstermiş, ticaret, kültür, sanat, sanayi ve askeri bir merkez haline dönüşmüştür (Rehber Ansiklopedi, V, 190).



Kaynak: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Erzurum_\(il\)harita](http://tr.wikipedia.org/wiki/Erzurum_(il)harita) (10.05.2014)

Şekil 4.1. Erzurum İl Haritası

Türkiye'nin yüzölçümü bakımından en büyük 3'üncü ili olan Erzurum Rize, Artvin, Ardahan, Bayburt, Erzincan, Kars, Ağrı, Bingöl ve Muş illerine komşudur. Şehrin temel ekonomisi tarım, hayvancılık, sanayi ve ticaret'e dayanmaktadır. Şehrin ipek yolu üzerinden geçmesi ekonomisini geliştirirken ticaretine de katkı sağlamaktadır. 1957'de kurulun Atatürk Üniversitesi şehrin ekonomisine katkı sağlamaktadır. Bölgesinin en önemli ticaret merkezlerinden biri olan Erzurum oltu taşı çıkarımı,

işlemesi ve satışıyla birçok insana iş olanağı sağlamakta ve dünya genelinde reklamı yapılmaktadır. Palandöken dağı kış truzimi açısından gelişmiştir. Özellikle son yıllarda kış truzimini destekleyecek altyapı ve tesisler inşa edilmiştir. Böylelikle şehir kış turizimiyle dünyanın sayılı merkezlerinden biri haline dönüşmüştür. 2011 Dünya Üniversiteler Arası Kış Olimpiyatlarının Erzurum'da yapılması hem tanıtım hemde şehir ekonomisine katkı sağlaması açısından önemli olmuştur. Erzurum karasal iklime sahip, rakım seviyesi yüksek, kar yağışın yoğun olduğu bir ildir. Türkiye'nin en soğuk illerinden biri olan Erzurum yaz sıcaklığı +35 dereceye kadar çıkabilen, kış sıcaklığı -38 dereceye kadar düşebilen sıcaklık seviyelerine sahiptir (Erzurum Valiliği, 2009).

4.1.2. Erzurum'un İlinin Genel Sosyo-Ekonomik Göstergeleri

Doğu Anadolu Bölgesin en büyük ili olan ve Türkiye il sıralamasında 14'üncü büyük il olan Erzurum 2008 yılında çıkan 5747 sayılı kanun ile büyük şehir olmuştur. Erzurum şehir merkezi Palandöken, Aziziye ve Yakutiye olmak üzere 3 merkez ilçeye ayrılmış ve diğer bölgeler ise 17 ayrı ilçeye ayrılıp toplam 20 ilçeden meydana gelmektedir. Tablo 4. 1. görüldüğü gibi Erzurum merkezine en yakın ilçeleri birinci sırada 40 km uzaklıktaki Pasinler, ikinci sırada 50 km uzaklıktaki Çat ve üçüncü sırada 54 km uzaklıktaki Aşkale gelmektedir. Erzurum merkezine en uzak ilçeleri birinci sırada 186 km uzaklıktaki Karaçoban, ikinci sırada 167 km uzaklıktaki Şenkaya ve üçüncü sırada 166 km uzaklıktaki Olur gelmektedir. Erzurum ilinin Palandöken, Aziziye ve Yakutiye ilçe nüfusları toplam 394,684 kişi olup en yoğun ilçe nüfuslarını oluşturmaktadırlar. Geriye kalan ilçe nüfusları ise 372,015 kişi olmakta ve toplam il nüfusu 766,729 kişi olmaktadır. Türkiye genelinde olduğu gibi Erzurum genelinde de erkek nüfus kadın nüfustan fazladır. Erzurum ilindeki toplam erkek nüfusu 384,015 ve toplam kadın nüfusu 382,714 kişiden oluşmaktadır.

Tablo 4.1. Erzurum İlçelere Göre İl/ilçe Merkezi ve Belde/Köy Nüfusları -2013

İlçelere göre il/ilçe merkezi ve belde/köy nüfusu - 2013				UZAKLIKLAR	
Erzurum	Toplam	Erkek	Kadın	Merkeze Uzaklık	Uzaklık Sıralama
Yakutiye	182,213	89,777	92,436		
Palandöken	161,482	80,974	80,508		
Aziziye	50,989	25,873	25,116		
Merkez İlçe Top.	394,684	196,624	198,060		
Horasan	42,403	21,490	20,913	85	6
Karayazı	31,747	16,126	15,621	121	10
Pasinler	31,581	15,974	15,607	40	1
Oltu	31,346	15,965	15,381	118	9
Hınıs	29,165	14,738	14,427	146	13
Tekman	28,772	14,627	14,145	149	14
Karacöban	24,968	12,610	12,358	186	17
Aşkale	24,270	12,075	12,195	54	3
Şenkaya	20,771	10,370	10,401	167	16
Çat	19,192	9,837	9,355	50	2
Tortum	18,819	9,348	9,471	57	4
Köprüköy	17,721	9,000	8,721	57	5
İspir	16,248	7,954	8,294	143	12
Narman	15,336	7,529	7,807	99	8
Uzındere	8,347	4,136	4,211	87	7
Olur	7,181	3,566	3,615	166	15
Pazaryolu	4,178	2,046	2,132	124	11
İlçe Toplam	372,045	187,391	184,654		
Genel Toplam	766,729	384,015	382,714	FARK	
		50.08%	49.92%	0.17%	

Kaynak: TÜİK ADNKS 2013 <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>
 KARAYOLLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ
<http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Uzakliklar/ililcelerArasiMesafeYeni.aspx>

Tablo 4.2. Erzurum İl ve İlçe, Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Nüfus - 2013

	Yaş grubu	Toplam	Erkek	Kadın	Erkek %	Kadın %
(371.060) 25 yaşın altındakiler 48.40%	'0-4'	70.457	36.22	34.24	51.40%	48.60%
	'5-9'	70.978	36.28	34.7	51.11%	48.89%
	'10-14'	78.148	39.76	38.39	50.87%	49.13%
	'15-19'	78.07	39.54	38.53	50.64%	49.36%
	'20-24'	73.407	36.66	36.75	49.94%	50.06%
(338.219) 25-65 yaş arası 44.11%	'25-29'	63.685	32.31	31.37	50.74%	49.26%
	'30-34'	58.166	29.19	28.98	50.18%	49.82%
	'35-39'	48.874	24.98	23.89	51.11%	48.89%
	'40-44'	45.476	23.09	22.38	50.78%	49.22%
	'45-49'	37.805	19.49	18.32	51.55%	48.45%
	'50-54'	33.014	16.34	16.68	49.49%	50.51%
	'55-59'	28.561	13.79	14.77	48.29%	51.71%
	'60-64'	22.638	10.83	11.81	47.83%	52.17%
(57.450) 65 yaş üstü 7.49%	'65-69'	19.696	8.988	10.71	45.63%	54.37%
	'70-74'	15.101	6.71	8.391	44.43%	55.57%
	'75-79'	9.922	4.658	5.264	46.95%	53.05%
	'80-84'	8.781	3.869	4.912	44.06%	55.94%
	'85-89'	3.025	1.055	1.97	34.88%	65.12%
	'90+'	925	275	650	29.73%	70.27%
	Toplam	766.73	384	382.7	50.08%	49.92%

Kaynak: TÜİK ADNKS 2013 <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

Türkiye İstatistik Kurumu - Adrese dayalı Nüfus kayıt sistemi (ADNKS) Veri tabanı-2013 yılı verilerine göre, ilk sırada 25 yaşın altındaki nüfus toplam nüfusun % 48.40'ını, 26-65 yaş arası grup toplam yaş gurubunun % 44.11'ini ve 65 yaş üstü grup ise toplam nüfusun % 7.49'unu oluşturmaktadır.

Tablo 4.3. Erzurum Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus

Erzurum’da Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus (6 +yaş) - 2013				
Bitirilen Eğitim Düzeyi	Toplam Sayı	Erkek	Kadın	Toplam Oran
Okuma yazma bilmeyen	45.547	7.516	38.031	7%
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	167.64	77.469	90.171	25%
İlkokul mezunu	130.505	54.026	76.479	19%
İlköğretim mezunu	126.557	70.277	56.28	19%
Ortaokul veya dengi okul mezunu	22.735	15.386	7.349	3%
Lise veya dengi okul mezunu	108.412	68.662	39.75	16%
Yüksekokul veya fakülte mezunu	54.376	33.404	20.972	8%
Yüksek lisans mezunu	3.948	2.495	1.453	1%
Doktora mezunu	1.841	1.312	529	0%
Bilinmeyen	18.443	8.714	9.729	3%
Toplam	680.004	339.261	340.743	100%

Kaynak: TÜİK ADNKS 2013<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

Tablo incelendiği zaman genel olarak erkekler kadınlara göre daha yüksek eğitim durumuna sahiptir.Tabloda önemli olumsuz bir gösterge, yüksek lisans ve doktora eğitimi alan insanların sayısının az olmasıdır.Oysa lisans eğitimin üzerinde eğitim alan kişiler toplumun beşeri sermaye yapısını oluşturması bakımından önemlidir. Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyenlerin oranının % 25 olması ildeki eğitimin kalite ve kapsamında yetersizliklerin olduğunu ortaya koymaktadır.Genel olarak şehirde yaşayan insanların eğitim seviyesi düşüktür.

Tablo 4.4. Trafiğe Kayıtlı Otomobillerin Yakıt Cinsine Göre Dağılımı, 2004 – 2014

Yıl	Toplam	Benzin	%	Dizel	%	LPG	%	Bilinmeyen	%
2004	5 400 440	4 062 486	75.2	252 629	4.7	793 081	14.7	292 244	5.4
2005	5 772 745	3 883 101	67.3	394 617	6.8	1 259 327	21.8	235 700	4.1
2006	6 140 992	3 838 598	62.5	583 794	9.5	1 522 790	24.8	195 810	3.2
2007	6 472 156	3 714 973	57.4	763 946	11.8	1 826 126	28.2	167 111	2.6
2008	6 796 629	3 531 763	52.0	947 727	13.9	2 214 661	32.6	102 478	1.5
2009	7 093 964	3 373 875	47.6	1 111 822	15.7	2 525 449	35.6	82 818	1.2
2010	7 544 871	3 191 964	42.3	1 381 631	18.3	2 900 034	38.4	71 242	0.9
2011	8 113 111	3 036 129	37.4	1 756 034	21.6	3 259 288	40.2	61 660	0.8
2012	8 648 875	2 929 216	33.9	2 101 206	24.3	3 569 143	41.3	49 310	0.6
2013	9 283 923	2 888 610	31.1	2 497 209	26.9	3 852 336	41.5	45 768	0.5
2014	9 393 391	2 889 555	30.8	2 571 216	27.4	3 887 269	41.4	45 351	0.5
ERZURUM'DA YAPILAN ANKETE		94	23.5	140	35	166	41.5		
YAPILAN ANKETE GÖRE GELECEKTEKİ YAKIT TÜRLERİ İÇİNDE TERCİH EDİLME DURUMU		43	10.8	201	50.3	71	17.8		

Kaynak: TÜİK, Motorlu Kara Taşıtları, Şubat 2014,
<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

Trafiğe kayıtlı otomobillerin yakıt cinsine göre dağılımı incelendiği zaman 2004'te benzin kullanım oranı % 75.2 iken sonraki yıllarda azalma eğilimine girmiş ve 2014'te kullanım oranı % 30.8 oranına düşmüştür. Dizel yakıt türü ise 2004'te % 4.7 oranında kullanılırken sonraki yıllarda kullanım oranı artarak 2014'te % 27.4 oranına yükselmiştir. Benzer bir eğilim gösteren LPG yakıt türünde 2004'te % 14.7 oranında kullanılırken 2014'te % 41.4 oranında kullanılmaya başlamıştır. Son on yılda kullanıcıların yakıt tercihleri daha ekonomik olan yakıt türlerine doğru kaymıştır. Erzurum ilinde yapılan ankete göre otomobil kullanıcıları ilk sırada % 41.5 oranında LPG, ikinci sırada % 35 oranında dizel, üçüncü sırada % 23.5 oranında benzin kullanmayı tercih etmektedirler. Anket cevaplayıcıları gelecekte almak istedikleri otomobilde tercih edecekleri yakıt türleri arasında % 50.3 oranında dizel, % 17.8 oranında LPG, % 10.8 oranındada benzin kullanmayı tercih etmektedirler. Bu durum yakıt fiyatının otomobil talebini etkilediğini göstermektedir.

Tablo 4.5. İllere Göre Motorlu Kara Taşıtları Sayısı (2014 Şubat ayı sonu itibarıyla)

18 094 581		#####	52%	423 112	2%	217 068	1%	2 961 262	16%	760 058	4%	2 730 485	15%	37 539	0,21%	1 571 666	9%
Erzurum	0,55%		0,52%		0,72%		0,45%		0,75%		0,74%		0,09%		1,03%		0,96%
Sıra : 42	99 036	Sıra : 41	49 275	Sıra : 41	3 051	Sıra : 43	967	Sıra : 30	22 295	Sıra : 32	5 635	Sıra :67	2 404	Sıra : 25	385	Sıra : 43	15 024
Toplam		Otomobil		Minibüs		Otobüs		Kamyonet		Kamyon		Motosiklet		Özel Amaçlı		Traktör	
İstanbul	3 257 869	İstanbul	2 169 204	İstanbul	69 991	İstanbul	50 906	İstanbul	588 325	İstanbul	126 250	Antalya	242 299	İstanbul	6 492	Manisa	76 161
Ankara	1 521 473	Ankara	1 103 895	Ankara	23 929	Ankara	17 176	Ankara	219 396	Ankara	68 778	İstanbul	225 031	Ankara	3 788	Konya	73 902
İzmir	1 109 852	İzmir	591 374	İzmir	13 984	İzmir	15 727	İzmir	188 116	İzmir	36 256	İzmir	207 977	İzmir	1 765	Balıkesir	55 567
Antalya	840 336	Antalya	372 210	Antalya	12 944	Antalya	9 838	Antalya	140 572	Konya	32 397	Manisa	156 230	Antalya	1 488	Bursa	54 683
Bursa	648 966	Bursa	343 869	Samsun	12 038	Bursa	9 748	Bursa	130 340	Mersin	27 732	Hatay	139 553	Konya	1 166	İzmir	54 653
Konya	586 230	Konya	274 683	Gaziantep	11 989	Kocaeli	7 576	Konya	89 337	Bursa	23 856	Mersin	136 877	Bursa	1 101	Ankara	46 831
Adana	539 528	Adana	253 812	Hatay	11 252	Manisa	6 250	Adana	83 933	Antalya	19 811	Muğla	127 699	Mersin	858	Samsun	46 310
Mersin	489 630	Mersin	200 967	Bursa	10 689	Mersin	5 336	Mersin	80 805	Kocaeli	19 649	Adana	122 876	Muğla	753	Adana	45 758
Manisa	483 727	Kayseri	184 239	Ordu	10 530	Konya	5 203	Gaziantep	65 885	Adana	18 147	Gaziantep	110 597	Adana	711	Denizli	42 052
Gaziantep	409 264	Gaziantep	173 904	Muğla	10 447	Adana	4 810	Kocaeli	58 527	Hatay	18 132	Aydın	100 324	Gaziantep	669	Antalya	41 174
Erzurum	99 036	Erzurum	49 275	Erzurum	3 051	Erzurum	967	Erzurum	22 295	Erzurum	5 635	Erzurum	2 404	Erzurum	385	Erzurum	15 024

Kaynak: TÜİK, Motorlu Kara Taşıtları, Şubat 2014<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

TÜİK'ten elde edilen verilere göre Türkiye'deki toplam motorlu taşıt sayısı 18.094.581 adet ve Erzurum'un toplam motorlu taşıt sayısı 99.036 adet ve il sıralamasında 42. sırada yer almaktadır. Erzurum Türkiye sıralamasında otomobil ve minibüs sayısında 41. sırada, otobüs ve traktör sayısında 43. sırada, kamyonet sayısında 30. sırada, kamyon sayısında 32. sırada, motosiklet sayısında 67. sırada, özel amaçlı araçlarda 25. sırada yer almaktadır.

Tablo 4.6. Yıllara Göre Türkiye ve Erzurum Otomobil Sayısı

Yıllar	Türkiye Otomobil Sayısı	Erzurum	Erzurumun Türkiye'ki Payı %
2000	4.417.652	21,650	0.49%
2001	4.534.624	22,637	0.50%
2002	4.600.141	23,316	0.51%
2003	4.700.343	23,854	0.51%
2004	5.400.440	26,329	0.49%
2005	5.772.745	28,259	0.49%
2006	6,140,992	30,055	0.49%
2007	6,472,156	31,501	0.49%
2008	6,796,629	33,441	0.49%
2009	7,093,964	36,046	0.51%
2010	7,544,871	39,419	0.52%
2011	8,113,111	42,859	0.53%
2012	8,648,875	46,046	0.53%
2013	9,283,923	48,869	0.53%
2014 Şubat	9,393,391	49,275	0.52%

Kaynak: TÜİK, Motorlu Kara Taşıtları, Şubat 2014,
<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

Erzurum ilindeki en eski otomobil 1939 model Packard marka, 6 silindirli, 105 HP gücünde benzinli, 5 kişilik benzinli bir otomobildir. İlk araç ise Willys marka benzinli bir kamyonettir. Erzurumdaki ilk tescil işlemi 26.10.1962 tarihinde 25 AC 001 plakalı araca verilmiştir (Erzurum Trafik Şube Müdürlüğü 2014). Tabloda görüldüğü gibi Türkiye ve Erzurum'daki otomobil sayısı yıllar itibariyle sürekli artış göstermektedir. 2000 yılında Türkiye otomobil sayısı 4.417.652 araç ve bunun 21,650 adet aracını Erzurum oluşturken, 2014 yılında Türkiye otomobil sayısı 9.393.391 aracın

21.650 adet aracını Erzurum oluşturmaktadır. Otomobil sayısının bu yıllar arasında hızla artmasında devlet teşvikleri ve vergi indirimlerin katkısı büyüktür.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ERZURUM İLİ OTOMOBİL TALEBİNDE BELİRYECİ OLAN TEMEL UNSURLARA YÖNELİK UYGULAMA

5.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Değişimin hızla yaşandığı küresel dünya pazarında her geçen gün farklılaşan piyasa koşullarında otomotiv sektörünün önemide giderek artmaktadır. Sektördeki firmalar arasındaki rekabet hız kazanmakta ve yatırım, verimlilik, istidam, büyüme, kar maksimizasyonu, kalite gibi kavramlar daha çok ön plana çıkmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler için anahtar sektör konumunda olan otomotiv sektörü büyüme, istihdam ve kalkınma gibi kavramları etkilemekte faiz, vergi, teşvik, döviz kuru, enflasyon gibi ekonomik göstergelerden etkilenmektedir.

Araştırmanın temel konusunu oluşturan otomobil talebi, şehirleşmenin artmasıyla birlikte kullanımın artması, tüketiciler için sosyal statü aracı olması, lüks mal sınıfına giren otomobillerde gösteriş etkisi göstermesi ve tükeçiler için tasarruf ve yatırım aracı olarak görülmektedir. ***“Amaç hızla gelişip değişen piyasa koşullarında otomobil talebinin beliryecilerinin ne olduğunu belirlemek ve satın alma davranışlarında etkili olan fiyat, faiz, vergi, teşvik, kredi imkânları, zevk ve tercihlerin etkilerini analiz etmeye çalışmaktır.”*** Ayrıca Türkiye, ekonomisinin giderek güçlenmesi, gelişmiş yan sanayisinin varlığı ve iç pazardaki potansiyel talep varlığından dolayı kendi markasını oluşturma sürecine girmektedir. Bu çalışmada bu yönde oluşacak bir yerli markanın talep edilme durumu ve ekonomiye katkılarıda saha araştırmasıyla belirlenmeye çalışılmaktadır.

5.2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

5.2.1. Örneklem Süreci

Araştırmanın ana kütlesini Erzurum ilindeki otomobil kullanıcıları oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. 01-15 Nisan 2014 tarihleri arasında Erzurum il merkezinde toplam 550 adet anket uygulanmış, eksik ve hatalı doldurulan anketlerin elenmesi sonucu 400 anket değerlendirmeye alınmıştır.

5.2.2. Ön Çalışma

Araştırma için kesin anket formu hazırlanıp veri toplamasına geçilmeden önce ankette kullanılan ölçeklerin anlaşılır olup olmadığını belirlemek ve eksiklerini gidermek amacıyla Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğretim görevlileriyle görüşülmüş, anket ile ilgili eleştirileri ve önerileri alınmıştır. Bu öneriler ve görüşler ışığında ankette anlaşılmayan noktalar düzeltilmiş ve ankete son hali verilmiştir.

5.2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada birincil elden veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formunda demografik sorular, cevaplayıcıların kullanmış oldukları otomobiller hakkında sorular, otomobil talebine etki eden faiz, döviz kuru, taşıt vergisi, devlet teşviki gibi değişkenlerin etkisi, otomobil satın alma kararını etkileyen faktörler ve otomobil talebini etkileyen otomobil özellikleri sorulmuştur. Ayrıca yerli otomobil talebine, yerli otomobilin ülke ekonomisine katkılarına ve yerli otomotiv sektörünün üretim sorunlarına yönelik sorularda sorulmuştur. Sorular 5’li Likert ölçeğine göre (1: Çok önemli, 5: Hiç önemli değil/ 5: Kesinlikle katılıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum) hazırlanmıştır.

Veriler SPSS 18 programı yardımıyla analiz edilmiştir. Verilerin analizinde frekans dağılımları, tanımlayıcı istatistikler ve Ki-kare analizleri kullanılmıştır.

5.3. VERİLERİN ANALİZİ

5.3.1. Demografik Özellikler

Ankete katılan cevaplayıcıların demografik özellikleri Tablo 5.7’de gösterilmiştir.

Tablo 5.7. Demografik Özellikler

Demografik Özellikler		Sayı	%	Demografik Özellikler		Sayı	%
Cinsiyet	Erkek	331	82,8	Eğitim Durumu	İlköğretim	24	6,0
	Kadın	69	17,3		Lise	106	26,5
Medeni Hal	Evli	268	67,0		Yüksekokul	68	17,0
	Bekâr	132	33,0		Lisans	158	39,5
Yaş	19-28	121	30,3		Lisansüstü	44	11,0
	29-38	136	34,0	Ailede Sizden Başka Çalışan Sayısı	0 Kişi	142	35,5
	39-48	80	20,0		1 Kişi	181	45,3
	49-58	57	14,3		2 Kişi	49	12,3
	59 ve üzeri	6	1,5		3 Kişi	17	4,3
Meslek	Memur	181	45,3		4 Kişi	6	1,5
	İşçi	44	11,0		5 Kişi	5	1,3
	Esnaf	32	8,0	Gelir Düzeyi	850-1850 TL	105	26,3
	Emekli	13	3,3		1851-2850 TL	137	34,3
	Serbest meslek	17	4,3		2851-3850 TL	110	27,5
	Özel sektör	67	16,8		3851 ve üzeri	48	12,0
	Diğer	46	11,5				
	Toplam	400	100		Toplam	400	100

Tablo’dan elde edilen sonuçlara göre, Erzurum ilinde otomobil kullanıcılarının % 82,8’i erkeklerden % 17,3’ü ise kadınlardan oluşmaktadır. Bu durumda Erzurum’da trafikte otomobil kullanıcıların daha çok erkeklerden meydana geldiği söylenebilir. Cevaplayıcıların % 67’sinin evli olması evli insanların bekârlara göre daha çok

otomobil sahibi olduklarını göstermektedir. Yaş grupları incelendiği zaman ilk sırada % 34'ü oluşturan 29-38 yaş grubu, ikinci sırada % 30,3'ü oluşturan 19-28 yaş grubundan ve üçüncü sırada ise % 20'i oluşturan 39-48 yaş grubu yer almaktadır. Bu durum kullanıcıların daha genç gruplarda yoğunlaştığını göstermektedir. Eğitim durumu analiz edildiğinde ise ilk sırada % 39,5 lisans mezunlarının, ikinci sırada % 26,5 lise mezunlarının ve üçüncü sırada % 17 ile lise mezunlarının yer aldığı görülmektedir. Cevaplayıcıların meslekleri incelendiğinde % 45,3'ü memurlardan oluşmaktadır. Anket cevapyacısından başka ailede çalışan sayısına bakıldığında, % 45,3 oranında çalışan 1 kişi bulunmaktadır. Gelir gruplarının dağılımına bakıldığında, 1851-2850 TL arasında gelir elde edenlerin % 34,3'lük pay ile birinci sırada, 2851-3850 TL arasında gelir elde edenlerin % 27,5 ile ikinci sırada ve 850-1850 TL gelir elde edenler % 26,3 pay ile üçüncü sırada yer almaktadırlar.

5.3.2. Cevaplayıcıların Otomobil Talebini Etkileyen Davranışları

Cevaplayıcılara otomobil satın alma davranışını etkileyen bilgi alma yerleri sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.8'de gösterilmiştir.

Tablo 5.8. Otomobil Satın Alma Davranışını Etkileyen Bilgi Alma Yerleri

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<i>Otomobil satın alma davranışını etkileyen bilgi alma yerleri</i>		
TV, radyo, gazete, dergi vs. yerlerdeki reklamlarla	37	9,3
İnternet aracılığıyla	127	31,8
Trafikte	44	11,0
Yakın çevrenin tavsiyesiyle	118	29,5
Diğer kaynaklar	115	28,8

Tabloda görüldüğü gibi, araştırmaya katılan cevaplayıcıların % 31,8'i internet, % 29,5'i yakın çevrenin tavsiyesiyle, % 28,8'i diğer kaynaklardan bilgi almıştır. Bu veriler internetin hayatın tüm alanlarda olduğu gibi otomobil satın alma açısından da önemli olduğunu göstermektedir.

Cevaplayıcılara otomobil satın alırken taşıt kredi kullanma durumları sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.9'da gösterilmiştir.

Tablo 5.9. Otomobil Satın Alımlarında Taşıt Kredi Kullanımları

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
Otomobilinizi satın alırken taşıt kredisi kullandınız mı?		
Evet	165	41,25
Hayır	235	58,75
Kredi kullandıysanız kullanma şekliniz nedir?		
Markanın finans kuruluşu	26	6,5
Yetkili satıcının önerdiği banka	43	10,08
Kendi bankam	96	24,0

Tabloda görüldüğü gibi, otomobili olan bireylerin % 41,25'i taşıt kredisi kullanırken % 58,75'i taşıt kredisi kullanmamaktadır. Taşıt kredisi kullanan cevaplayıcılar ilk sırada % 24 "Kendi bankam" ikinci sırada % 10,08 ile "Yetkili satıcının önerdiği banka" ve üçüncü sırada % 6,5 ile "Markanın finans kuruluşu" seçeneklerini tercih etmektedirler.

Cevaplayıcılara otomobillerinde hangi yakıt türünü kullandıkları sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.10'da gösterilmiştir.

Tablo 5.10. Otomobil Kullanıcıların Yakıt Türleri Seçimi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<i>Otomobil kullanıcıların yakıt türleri seçimi</i>		
BENZİN	94	23,5
LPG	166	41,5
MOTORİN	140	35,0
TOPLAM	400	100

Tabloda görüldüğü gibi, otomobil kullanıcılarının seçmiş oldukları yakıt türleri incelendiği zaman birinci sırada % 41,5’i LPG, ikinci sırada % 35’i motorin, üçüncü sırada ise % 23,5’i benzin kullanımını tercih etmektedirler. Bu göstergeler, Türkiye’nin yerli otomobil üretme çabalarında yakıt uygunluğunu dikkate alması gerektiğini göstermektedir.

Otomobil kullanıcılarına sorulan “Aylık bütçenizde otomobil yakıt harcamalarına ne kadar pay ayırıyorsunuz?” sorusuna en az 100 TL yakıt harcamaktalar, en fazla ise 2100 TL yakıt harcamaktadırlar. Anakütlenin ortalama yakıt harcaması ise 392,49 TL olmaktadır.

Cevaplayıcılara otomobilleri için gelecekte hangi yakıt türünü tercih edebilecekleri sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.11’de gösterilmiştir.

Tablo 5.11. Otomobil Kullanıcılarının Gelecekte Tercih Edebilecekleri Yakıt Türleri

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Yeni bir otomobil alacak olsanız yakıt sisteminin ne olmasını isterdiniz?</u>		
Dizel	201	50.3
Benzin	43	10.8
LPG	71	17.8
Hidrojenle çalışan yakıt hücresi	18	4.5
Elektrik motorlu	50	12.5
Hibrit motor	17	4.3
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre otomobil kullanıcılarının en fazla tercih ettiği yakıt türü ilk sırada % 50.3 dizel, ikinci sırada % 17,8 LPG, üçüncü sırada ise % 12,5 elektrik motorlu yer almaktadır.

Cevaplayıcılara otomobil satın alma kararlarında zevk ve tercihlerin etkisi sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.12’de gösterilmiştir.

Tablo 5.12. Otomobil Satın Alma Kararında Zevk ve Tercihlerin Etkisi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Otomobil alırken zevkiniz mi, yoksa ihtiyaçlarınız mı kararınızda daha etkili olur?</u>		
Zevkim	135	33.8
İhtiyaçlarım	265	66.3
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, otomobil satın alma kararında zevk ve tercihlerin etkisi incelendiğinde otomobil kullanıcıları üzerinde ihtiyaçların daha etkili olduğu görülmektedir. Satın alma kararının % 66,3'ünü ihtiyaçlar oluştururken % 33,8'izini zevkler oluşturmaktadır.

Cevaplayıcılara banka kredi faizlerinin değerlendirilmesi sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.13'de gösterilmiştir.

Tablo 5.13. Banka Kredi Faizlerinin Değerlendirilmesi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Banka kredilerinin faizlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?</u>		
Çok düşük	4	1.0
Düşük	11	2.8
Normal	89	22.3
Yüksek	186	46.5
Çok yüksek	110	27.5
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, banka kredi faizlerini değerlendirilmesinde birinci sırada % 46,5'i yüksek, ikinci sırada % 27,5'i çok yüksek, üçüncü sırada ise % 22,3'ü normal bulmaktadırlar.

Cevaplayıcılara motorlu taşıtlar vergisini değerlendirmesi sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.14'de gösterilmiştir.

Tablo 5.14. Otomobil Kullanıcılarının Motorlu Taşıtlar Vergisini Değerlendirmesi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Otomobilden alınan motorlu taşıtlar vergisi ile ilgili düşünceniz?</u>		
Çok düşük	6	1.5
Düşük	12	3.0
Normal	88	22.0
Yüksek	148	37.0
Çok yüksek	146	36.5
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlara göre, otomobil kullanıcılarının motorlu taşıtlar vergisini değerlendirmesinde birinci olarak % 37'si yüksek, ikinci olarak % 36,5'i çok yüksek, üçüncü olarak % 22'si normal bulmaktadırlar. Genel olarak motorlu taşıtlar vergisi % 73,5 oranında yüksek bulunmaktadır.

Cevaplayıcılara yakıt fiyatlarını değerlendirmesi sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.15'de gösterilmiştir.

Tablo 5.15. Otomobil Kullanıcılarının Yakıt Fiyatlarını Değerlendirmesi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Türkiye'deki yakıt fiyatlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?</u>		
Çok düşük	3	0.6
Düşük	5	1.3
Normal	19	4.8
Yüksek	95	23.8
Çok yüksek	278	69.5
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlara göre, Türkiye’deki yakıt fiyatları incelendiği zaman ilk sırada % 69,5’i çok yüksek, ikinci sırada % 23,8’i yüksek ve üçüncü sırada ise % 4,8’i normal olarak değerlendirilmektedir. Bu durumda genel olarak yakıt fiyatları % 93,3 oranında yüksek bulunmaktadır. Bilindiği gibi Türkiye yakıt fiyatları açısından genellikle dünyada birinci sırada yer almaktadır. Bu durumun düzeltilmesi otomobil için önemlidir.

Cevaplayıcılara “Hükümetin açıklamalarına göre enflasyon düşüyor. Enflasyondaki bu düşüş otomobil talebinizi etkiliyor mu?” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.16’da gösterilmiştir.

Tablo 5.16. Enflasyon ile Otomobil Talebi Arasındaki İlişki

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Hükümetin açıklamalarına göre enflasyon düşüyor.</u>		
<u>Enflasyondaki bu düşüş otomobil talebinizi etkiliyor mu?</u>		
Hiç etkilemiyor	124	31.0
Az etkiliyor	113	28.3
Etkiliyor	105	26.2
Çok etkiliyor	38	9.5
Çok fazla etkiliyor	20	5.0
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, enflasyondaki düşüş otomobil talebini birinci sırada % 31’i hiç etkilemiyor, ikinci sırada % 28,3’ü az etkiliyor ve üçüncü sırada ise % 26,2’i etkiliyor olarak sıralanmaktadır. Sonuç olarak enflasyondaki düşüş otomobil talebini % 59,3 oranında etkilememektedir.

Cevaplayıcılara “ Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.17’de gösterilmiştir.

Tablo 5.17. Ekonomik Büyüme Hedefi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?</u>		
Evet	244	61.0
Hayır	156	39.0
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, cevaplayıcılar % 61 ile hükümetin ekonomik büyüme hedefinin gerçekleştiğini düşünmektedir. Hayır diyen % 39'luk kısma göre ise hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşmiyor. Bu oranların 18 Ağustos 2014'te yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerindeki hükümetin temsilci adayına verilen oy oranıyla uyuşması anlamlıdır.

Cevaplayıcılara “Daha öncede yapılmış olan, eski otomobilleri trafikten çekme karşılığında yeni otomobillere ÖTV indirimi sağlayan hurda uygulanmasının yeniden yapılmasını ister misiniz?” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.18’de gösterilmiştir.

Tablo 5.18. ÖTV İndirimi Sağlayan Hurda Teşvik Uygulaması

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Daha öncede yapılmış olan, eski otomobilleri trafikten çekme karşılığında yeni otomobillerde ÖTV indirimi sağlayan hurda uygulanmasının yeniden yapılmasını ister misiniz?</u>		
Evet	227	56.8
Hayır	24	6.0
İlgilenmiyorum	149	37.2
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, anket cevaplayıcılarının ÖTV indirimi sağlayan hurda teşvik uygulaması değerlendirildiğinde ilk sırada % 56,8 “evet”, ikinci sırada % 37,2 “ilgilenmiyorum” ve üçüncü sırada % 6,0 “hayır” gelmektedir. Bu durumda yapılacak olan ÖTV indirimi sağlayan hurda teşvik uygulaması yeni otomobil alım talebini artıracaktır.

Cevaplayıcılara “ Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000,00TL-6000,00TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alır mısınız” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.19’da gösterilmiştir.

Tablo 5.19. Devlet Teşviki ile Otomobil Talebi Arasındaki İlişki

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000,00TL-6000,00TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alır mısınız?</u>		
Evet	245	61.3
Hayır	155	38.8
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, % 61,3 evet ile devlet teşvikiyle otomobil alırken % 38,8 hayır ile devlet teşvikinden etkilenmemektedir. Genel olarak ise yapılacak olan herhangi bir devlet teşviki uygulaması otomobil talebini olumlu yönde artırabilir.

Cevaplayıcılara “ Ekonomik istikrarın sağladığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi ?” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.20’de gösterilmiştir.

Tablo 5.20. Döviz Kurları ve Faiz Oranlarının Otomobil Talebine Etkisi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Ekonomik istikrarın sağladığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi ?</u>		
Evet	269	67.3
Hayır	131	32.8
Toplam	400	100.0

Tablodaki veriler incelendiği zaman genel olarak döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebini artırmaktadır. Tablo verilerine göre döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması % 67,3 evet ile otomobil talebi etkilenirken % 32,8 hayır ile otomobil talebini etkilenmemektedir.

Cevaplayıcılara “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?” sorusu sorulmuştur. Alınan cevaplar Tablo 5.21’de gösterilmiştir.

Tablo 5.21. Yerli Malı Otomobil Talebinin İncelenmesi

Değişken	Sayı	Yüzde (%)
<u>Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?</u>		
Evet, kesinlikle yerli malı tercih eder alırım.	183	45.8
Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar uygun bulursam alırım.	190	47.5
Hayır, yerli üretim almam.	27	6.8
Toplam	400	100.0

Tablo sonuçlarına göre, yerli malı otomobil talebine birinci sırada % 47,5 “Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar uygun bulursam alırım.” diyenler, ikinci sırada % 45,8 “Evet, kesinlikle yerli malı tercih eder alırım” diyenler ve üçüncü sırada % 6,8 ile “Hayır, yerli üretim almam” diyenler yer almaktadır. Genel olarak yüzde yüz yerli marka ile piyasaya sunulan bir otomobile talep evet ve koşullu evet diyenlerin toplamı olan % 93,3 ile oldukça fazladır.

5.5.3. Otomobil Talebinin Belirleyici Değişkenlerinin Tanımlayıcı İstatistikleri

Anket cevaplayıcılarının otomobil satın alma kararlarını etkileyen faktörlere verdikleri cevapların ortalama ve standart sapmaları incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5.22’de gösterilmiştir.

Tablo 5.22. Otomobil Satın Alma Kararını Etkileyen Faktörler

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR	STANDART SAPMA
Bireysel ve ailesel ihtiyaçları karşılaması	1,41	,709
Fiyatının diğer otomobillere göre uygun olması	1,66	,857
Yakıt fiyatların uygun olması	1,47	,785
Parçasının kolay bulunurluğu ve markaya güven	1,39	,654
Aile bütçesine uygun olması	1,47	,604
Gelirdeki artış	1,59	,747
Bireylerin günlük hayatını kolaylaştırması ve sosyal statü aracı olması	1,80	,833
Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi	1,86	,913
Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu	1,99	1,131

Tablo değerlerine göre, cevaplayıcıların “Parçasının kolay bulunurluğu ve markaya güven” ifadesine katılım düzeyleri 1, 39 ortalama ile en düşük değere sahiptir. Bu ifadeyi 1,41 ortalama ile “Bireysel ve ailesel ihtiyaçları karşılaması” ve 1,47 ortalama ile “Yakıt fiyatların uygun olması” ve “Aile bütçesine uygun olması” ifadeleri takip etmektedir. Cevaplayıcıların “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ifadesine katılım düzeyleri ise 1,99 ortalama ile en yüksek değere sahiptir. Genel olarak tablo incelendiği zaman tüm ifadelere verilen cevapların ortalamalarının yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Anket cevaplayıcılarının otomobil alırken taleplerini etkileyen otomobilin özelliklerine verdikleri cevapların ortalama ve standart sapmaları Tablo 5.23’de gösterilmiştir.

Tablo 5.23. Otomobil Talebini Etkileyen Otomobil Özellikleri

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR	STANDART SAPMA
Otomobilin markası ve imajı beni etkiler.	1,83	,950
Otomobilin fiyatı ve kredi kolaylığı etkilidir.	1,72	,944
Yerli üretim araç olması önemlidir.	2,47	1,278
Araç güvenliği, kişisel destek hizmetleri önemlidir.	1,55	,730
Çevreye duyarlılığı, artırılmış araç ömrü önemlidir.	1,66	,852
Teknoloji ve bilgi kullanımı beni etkiler.	1,64	,836
Yakıt verimliği, alternatif yakıt teknolojileri kullanımı etkilidir.	1,45	,702
Aracın stili, estetiği, ergonomi ve rahatlığı önemlidir.	1,56	,795
Yedek parça bulma kolaylığı önemlidir.	1,39	,700
Otomobilin servis ve satış sonrası hizmetleri önemlidir.	1,40	,740

Tablo değerlerine göre, cevaplayıcıların “Yedek parça bulma kolaylığı önemlidir” ifadesine katılım düzeyi katılım düzeyleri 1,39 ortalama ile en düşük değere sahiptir. Bu ifadeyi 1,40 ortalama ile “Otomobilin servis ve satış sonrası hizmetleri önemlidir” ve 1,45 ortalama ile “Yakıt verimliği, alternatif yakıt teknolojileri kullanımı etkilidir” ifadeleri takip etmektedir. Cevaplayıcıların “Yerli üretim araç olması önemlidir” ifadesine katılım düzeyleri ise 2,47 ortalama ile en yüksek değere sahiptir. Cevaplayıcılar otomobil yerli üretim olmasını diğerlerinden daha az önemsemektedirler. Genel olarak tablo incelendiği zaman tüm ifadeler birbirine yakın önemsenmektedir.

Anket cevaplayıcılarının Türkiye’de hala yüzde yüz yerli otomobilin üretilmemesine yönelik verdikleri cevapların ortalama ve standart sapmaları Tablo 5.24’de gösterilmiştir.

Tablo 5.24. Türkiye’de Yerli Otomobilin Üretilmemesine Yönelik Nedenler

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR	STANDART SAPMA
Yerli sanayiye yeterince destek verilmiyor.	3,48	1,384
Yeterli bilgi ve teknolojik donanımın olmamasından kaynaklanıyor.	3,43	1,323
Otomobil fiyatlarını düşüreceği için yabancı yatırımcıların istememesinden.	3,62	1,277
Lükse ve marka düşkünlüğü nedeniyle ithal arabalara çok fazla talep gösteriyoruz.	3,76	1,316
Ülkemizde çok fazla fason üretim otomobil var.	3,47	1,199

Tablo analiz edilğinde birinci sırada “ Lükse ve marka düşkünlüğü nedeniyle ithal arabalara çok fazla talep gösteriyoruz” ifadesine katılım düzeyleri 3,76 ortalama ile en yüksek değere sahiptir. Bu ifadelere ikinci sırada 3,62 ortalama ile “Otomobil fiyatlarını düşüreceği için yabancı yatırımcıların istememesinden” ve üçüncü sırada 3,48 ortalama ile “Yerli sanayiye yeterince destek verilmiyor” ifadesi ile katılmaktadırlar. Cevaplayıcılar genel olarak tüm ifadelere birbirine yakın ortalamalar ile katılmaktadırlar.

Anket cevaplayıcılarının yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine yönelik verdikleri cevapların ortalama ve standart sapmaları Tablo 5.25’de gösterilmiştir.

Tablo 5.25. Yerli Otomobilin Türkiye Ekonomisine Katkıları

DEĞİŞKENLER	ORTALAMALAR	STANDART SAPMA
İşsizliği azaltır-İstihdamı artırır.	4,14	1,120
İthalatı azaltır-Cari açığı düşürür.	4,15	1,004
İhracatı artırır-Döviz gelirlerini yükselir.	3,96	1,116
Yan sanayiye geliştirir.	4,20	1,009
Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler.	3,95	1,089
Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar.	4,17	1,003

Tablo incelendiği zaman birinci sırada “ Yan sanayiye geliştirir” ifadesine katılım düzeyleri 4,20 ortalama ile en yüksek değere sa“ Yan sanayiye geliştirir” ifadesine hiptir. Bu ifadeyi ikinci sırada 4,17 ortalama ile “Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar” ifadesi ve üçüncü sırada 4,15 ortalama ile “İthalatı azaltır-Cari açığı düşürür” ifadesi yer almaktadır. Cevaplayıcıların “Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler” ifadesine katılım düzeyi 3,95 ortalama ile en düşük değere sahiptir. Tablodaki tüm ifadeler cevaplayıcılar birbirine yakın ortalamalar ile katılmaktadırlar.

5.3.4. Otomobil Talebini Belirleyen Faktörlerin Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Cevaplayıcıların demografik özelliklerinden eğitim durumu ile motorlu taşıtlar vergisi arasındaki ilişkinin incelenmesi için ki kare analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.26’da gösterilmiştir.

Tablo 5.26. Eğitim Durumu ile Motorlu Taşıtlar Vergisi Arasındaki İlişki

MOTORLU TAŞITLAR VERGİSİ		ÇOK DÜŞÜK	DÜŞÜK	NORMAL	YÜKSEK	ÇOK YÜKSEK	TOPLAM
EĞİTİM DURUMU	İLKÖĞRETİM	0	3	6	7	8	24
	%	,0%	12,5%	25,0%	29,2%	33,3%	100,0%
	LİSE	2	6	28	33	37	106
	%	1,9%	5,7%	26,4%	31,1%	34,9%	100,0%
	YÜKSEKOKUL	2	1	12	22	31	68
	%	2,9%	1,5%	17,6%	32,4%	45,6%	100,0%
	LİSANS	1	1	29	75	52	158
	%	,6%	,6%	18,4%	47,5%	32,9%	100,0%
	LİSANSÜSTÜ	1	1	13	11	18	44
	%	2,3%	2,3%	29,5%	25,0%	40,9%	100,0%
	TOPLAM	6	12	88	148	146	400
	%	1,5%	3,0%	22,0%	37,0%	36,5%	100,0%

Tablo 5.26’da görüldüğü gibi eğitim durumu ile motorlu taşıtlar vergisi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 30,014, sd:16, sig:0.018). Araştırmaya katılan cevaplayıcılar motorlu taşıtlar vergisini eğitim durumlarına göre değerlendirdiklerinde ilk sırada ilköğretim mezunlarının % 33,3’ü “çok yüksek” ikinci sırada % 29,2’si “yüksek” ve üçüncü sırada % 25,2’si “normal” bulmaktadırlar. Lise mezunları ise ilk sırada % 34,9’u “çok yüksek” ikinci sırada % 31,1’i “yüksek” ve üçüncü sırada % 26,4’ü “normal” bulmaktadırlar. Yüksekokul mezunlarını ise ilk sırada % 45,6’si “çok yüksek” ikinci sırada % 32,4’ü “yüksek” ve üçüncü sırada % 17,6’si “normal” bulmaktadırlar. Lisans mezunlarının ise ilk sırada % 47,5’i “yüksek”, ikinci sırada % 32,9’u “çok yüksek” ve üçüncü sırada % 18,4’ü “normal” bulmaktadır. Lisansüstü mezunlarını ise ilk sırada % 40,9’u “çok yüksek”, ikinci sırada % 25,0’i “yüksek” ve üçüncü sırada % 25’i “normal” bulmaktadırlar. Genel olarak tüm eğitim düzeylerinde motorlu taşıtlar vergisi yüksek bulunmaktadır. Ayrıca eğitim seviyesi arttıkça motorlu taşıtlar vergisini daha yüksek bulanların sayısı artmaktadır.

Cevaplayıcıların demografik özelliklerinden eğitim ile yerli malı otomobil talebi arasındaki ilişkinin incelemesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.27’de gösterilmiştir.

Tablo 5.27. Eğitim İle Yerli Malı Otomobil Talebi Arasındaki İlişki

EĞİTİM		İlköğretim	Lise	Yüksekokul	Lisans	Lisansüstü	Toplam
YERLİ MALI OTOMOBİL TALEBİ							
Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alırmısınız?	Evet, kesinlikle yerli malı tercih eder alırım	15	63	36	55	14	183
	%	62,5	59,4	52,9	34,8	31,8	45,8
	Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar uygun bulursam alırım	8	36	30	90	26	190
	%	33,3	34,0	44,1	57,0	59,1	47,5
	Hayır, yerli üretim almam	1	7	2	13	13	27
	%	4,2	6,6	2,9	8,2	9,1	6,8
	Toplam	4	106	68	110	158	400
	%	100	100	100	100	100	100

Tablo 5.27’de görüldüğü gibi eğitim ile yerli malı otomobil talebi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 24,640 sd:8, sig:0.002). Araştırmaya katılan cevaplayıcılardan “Evet, kesinlikle yerli malı tercih eder alırım.” diyen % 47,5’lik kısımda eğitim seviyesi artıkça yerli malı otomobile olan talep azalmaktadır. Örneğin; ilköğretim mezunlardan % 62,5’i yerli malı otomobil tercih ederken lisansüstü mezunlarında % 31,8’i yerli malı otomobil talep etmektedir. Koşullu evet diyenler ise % 47,5 ile en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Burada ise eğitim seviyesi artıkça yerli malı otomobil tercih etme oranı artmaktadır. Örneğin ilköğretim mezunlarının % 33,3’ü

tercih ederken lisansüstü mezunlarının % 59,1'i yerli malını tercih etmektedir. Hayır, yerli malı otomobil almam diyenlerin sayısı oldukça düşüktür ve % 6,8 oranındadır.

Cevaplayıcıların demografik özelliklerinden gelir ile yakıt türleri arasındaki ilişkinin incelemesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.28'de gösterilmiştir.

Tablo 5.28. Gelir Gruplarına Göre Tercih Edilen Yakıt Türleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

YAKIT TÜRÜ GELİR GURUBLARI		Benzin	%	LPG	%	Motorin	%	Toplam	%
Aylık Net geliriniz?	850,00 TL-1850,00TL	26	24,8	54	51,4	25	23,8	105	100
	1851,00TL-2850,00TL	31	22,6	58	42,3	48	35,0	137	100
	2851,00 TL-3850,00 TL	21	19,1	43	39,1	46	41,8	110	100
	3851,00 TL ve üzeri	16	33,3	11	22,9	21	43,8	48	100
	TOPLAM	96	23,5	166	41,5	140	35,0	400	100

Tabloda görüldüğü gibi, gelir ile yakıt türleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 15,934 sd: 6, sig: 0.014). Araştırmaya katılan 850, 00 TL-1850, 00TL arasındaki gelir grubundaki kişiler birinci sırada % 51,42 oranında LPG, ikinci sırada % 23,8 oranında motorin, üçüncü sırada % 24,8 oranında benzin tercih edilmektedirler.1851,00TL-2850,00TL arasındaki gruptaki kişiler ise birinci sırada % 42,3 oranında LPG, ikinci sırada % 35 oranında motorin ve üçüncü sırada % 22,6 oranında benzin tercih edilmektedirler. 2851,00 TL- 3850,00 TL arasındaki gruptaki

kişiler ise birinci sırada % 41,8 oranında motorin, ikinci sırada % 39,1 oranında LPG, üçüncü sırada % 19,1 oranında benzin tercih edilmektedir. 3851,00 TL ve üzeri gruptaki kişiler ise birinci sırada % 43,8 oranında motorin, ikinci sırada % 33,3 oranında benzin, üçüncü sırada % 22,9 oranında LPG tercih edilmektedirler. Gelir gurubu 850,00 TL-1850,00TL ve 1851,00TL-2850,00TL arasındaki kişiler daha çok LPG tercih ederken , 2851,00 TL- 3850,00 TL ve 3851,00 TL ve üzerinde olan kişiler ise daha çok motorin yakıt türünü tercih etmektedirler.

Cevaplayıcıların demografik özelliklerinden gelir ile sıfır ve ikinci el otomobil tercihi arasındaki ilişkinin incelenmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.29’da gösterilmiştir.

Tablo 5.29. Sıfır ve İkinci El Otomobil Tercihi Arasındaki İlişki

SIFIR VE İKİNCİ EL OTOMOBİL TERCİHİ		SIFIR ARAÇ	%	İKİNCİ EL ARAÇ	%	TOPLAM	%
GELİR GURUBLARI							
Aylık Net geliriniz?	850,00 TL- 1850,00TL	28	26,7	77	73,3	105	100
	1851,00TL- 2850,00TL	45	32,5	92	67,2	137	100
	2851,00 TL- 3850,00 TL	51	46,4	59	53,6	110	100
	3851,00 TL ve üzeri	32	66,7	16	33,3	48	100
	TOPLAM	156	39,0	244	61,0	400	100

Tablo incelendiğinde sıfır ve ikinci el otomobil tercihi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 26,845 sd: 3, sig: 0.000). Araştırmaya katılanların gelir

seviyesi yükseldikçe ikinci el otomobil tercihi azalmakta, gelir seviyesi artıkça sıfır otomobil talebi artmaktadır. Örneğin gelir grubu 850,00 TL-1850,00TL arasında ikinci el otomobil tercihi % 73,3 iken 3851,00 TL ve üzeri grupta ikinci el otomobil talebi % 33,3 olmaktadır.

Anket sorularından “Banka kredilerinin faizlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?” ile “Ekonomik istikrarın sağladığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi?” soruları arasındaki ilişkinin incelenmesi için Ki-kare analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.30’da gösterilmiştir.

Tablo 5.30. Banka Kredi Faiz Oranları ile Otomobil Talepi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Banka kredi faiz oranları		Çok düşük	Düşük	Normal	Yüksek	Çok Yüksek	Toplam
Yeni bir otomobil Talebi							
Ekonomik istikrarın sağladığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi?	Evet	1	3	55	139	71	269
	Etkiler						
	%	25,0	27,3	61,8	74,7	64,5	67,3
	Hayır	3	8	34	47	39	131
	Etkilemez						
	%	75,0	72,7	38,2	25,3	35,5	32,7
	Toplam	4	11	89	186	110	400
	%	100	100	100	100	100	100

Tablo görüldüğü gibi banka kredi faiz oranları ile otomobil talebi anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 17,517, sd:4, sig:0.002). Araştırmaya katılan cevaplayıcılar

“Ekonomik istikrarın sağlandığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi? sorusuna % 67,3 oranında evet etkiler cevabını vermişlerdir. Evet, etkiliyor diyen bu kişiler çoğunlukla banka kredi faiz oranlarını yüksek bulmaktadırlar. “Ekonomik istikrarın sağlandığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi?” sorusuna % 32,7 oranında hayır etkilemiyor diyen kişilerde faiz oranlarını genellikle yüksek bulmaktadırlar.

Anket sorularından otomobil satın alma kararını etkileyen faktörler incelenmiş ve bunlar arasından yakıt fiyatların uygun olması ile “ Otomobil alırken zevkiniz mi, yoksa ihtiyaçlarınız mı kararınızda daha etkili olur?” sorusu arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.31’de gösterilmiştir.

Tablo 5.31. Zevk ve İhtiyaçlar İle Yakıt Fiyatlarının Uygunluğu Arasındaki İlişki

Yakıt Fiyatların Uygun Olması		ÇOK ÖNEMLİ	ÖNEMLİ	KARARSIZIM	ÖNEMSİZ	HİÇ ÖNEMLİ DEĞİL	TOPLAM
Zevk & İhtiyaç	ZEVKİM	86	32	7	6	4	135
	%	33,0	28,8	53,8	60,0	80,0	33,8
	İHTİYAÇLARIM	175	79	6	4	1	265
	%	67,0	71,2	46,2	40,0	20,0	66,3
TOPLAM		261	111	13	10	5	400
%		100	100	100	100	100	100

Tablo 5.31’de görüldüğü gibi, zevk ve ihtiyaçlar ile yakıt fiyatlarının uygunluğu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 27.687, sd:1, sig:0.000). Araştırmaya katılan cevaplayıcılar “Otomobil alırken zevkiniz mi, yoksa ihtiyaçlarınız mı kararınızda daha etkili olur?” sorusunu % 66,3 oranında ihtiyaçlarım daha etkili olur cevabını vermişlerdir. Bu kişiler için yakıt fiyatlarının uygun olmasını genel olarak önemlidir. İhtiyaçları daha etkili olan kişiler için yakıt fiyatlarının uygun olması % 67 oranında çok önemli iken zevkleri etkileri olan kişilerde yakıt fiyatlarının uygun olması % 80 oranında hiç önemli değil olarak ifade edilmiştir. Zevkleri daha etkili olan

cevaplayıcılar için beğenilerine hitap eden ürünler tercih edilirken ihtiyaçları daha etkili olan cevaplayıcılar için yakıt fiyatlarının uygun olması çok önemsenmektedir.

Anket sorularından otomobil satın alma kararını etkileyen faktörlerden “Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi” ile demografik özelliklerden yaş sorusu arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.32’de gösterilmiştir.

Tablo 5.32. Aracın Özelliklerinin Bireyin Zevk ve Beklentilerine Hitap Etmesi ile Yaş Arasındaki İlişki

Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi		Çok Önemli	Önemli	Kararsız	Önemsiz	Hiç Önemli Değil	Toplam
Yaş	19-28	53	56	8	3	1	121
	%	43.80%	46.28%	6.61%	2.48%	0.83%	100%
	29-38	51	58	12	12	3	136
	%	37.50%	42.65%	8.82%	8.82%	2.21%	100%
	39-48	23	51	1	2	3	80
	%	28.75%	63.75%	1.25%	2.50%	3.75%	100%
	49-58	20	29	4	2	2	57
	%	35.09%	50.88%	7.02%	3.51%	3.51%	100%
	59ve üzeri	3	2	0	0	1	6
	%	50.00%	33.33%	0.00%	0.00%	16.67%	100%
	Toplam	150	196	25	19	10	400
	%	37.50%	49.00%	6.25%	4.75%	2.50%	100%

Tablo verileri analiz edildiğinde aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 27,883 sd:16, sig:0.033). Araştırmaya katılan cevaplayıcılardan tüm yaş grupları için “Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi” genel olarak önemlidir. Yaş gruplarından 19-28 ile 29-38 arasındaki kişiler için “Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi” 49-58 ile 59 ve üzeri yaşlar arasında bulunan kişilerden daha çok önemsemektedir. Elde edilen sonuçlar tablo 5.32’de gösterilmiştir.

Anket sorularından otomobil satın alma kararını etkileyen faktörlerden “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ile banka kredilerinin faiz oranları arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.33’de gösterilmiştir.

Tablo 5.33. Ekonominin Geleceğine Güven ve Kredi Faizlerinin Uygunluğu İle Banka Kredi Faiz Oranları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu		Çok Önemli	Önemli	Kararsız	Önemsiz	Hiç Önemli Değil	Toplam
Banka Kredi Faiz Oranları	Çok Düşük	0	2	0	2	0	4
	%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100%
	Düşük	3	2	4	2	0	11
	%	27.3%	18.2%	36.4%	18.2%	0.0%	100%
	Normal	26	39	7	10	7	89
	%	29.2%	43.8%	7.9%	11.2%	7.9%	100%
	Yüksek	84	61	23	14	4	186
	%	45.2%	32.8%	12.4%	7.5%	2.2%	100%
	Çok yüksek	56	33	6	9	6	110
	%	50.9%	30.0%	5.5%	8.2%	5.5%	100%
	Toplam	169	137	40	37	17	400
	%	42.25%	34.25%	10.00%	9.25%	4.25%	100%

Tablo verileri analiz edildiğinde ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu ile banka kredi faiz oranları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 39,059 sd:16, sig:0.001). Araştırmaya katılan cevaplayıcılar otomobil satın alma kararını etkileyen faktörlerden “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ifadesini ilk sırada % 42,25 oranında çok önemli, ikinci sırada % 34,25 oranında önemli ve üçüncü sırada % 10 oranında kararsız olarak önemsemektedirler. Genel olarak bu kişiler için “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ifadesinin önem seviyesi artıkcı banka kredi faiz oranlarını yüksek değerdendirilmektedir.

Anket sorularından otomobil satın alma kararını etkileyen faktörlerden “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ile devlet teşviki arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.34’de gösterilmiştir.

Tablo 5.34. Ekonominin Geleceğine Güven ve Kredi Faizlerinin Uygunluğu İle Devlet Teşviki Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu		ÇOK ÖNEMLİ	ÖNEMLİ	KARARSIZIM	ÖNEMSİZ	HiÇ ÖNEMLİ DEĞİL	TOPLAM
Devlet Teşviki							
Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000, 00TL-6000, 00TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alırmısınız?	Evet Alırım %	1 68	3 52,6	55 62,5	139 67,6	71 47,1	269 61,3
	Hayır Almam %	3 32	48 47,4	34 37,5	47 32,4	39 52,9	131 38,8
	Toplam %	4 100	11 100	89 100	186 100	110 100	400 100

Tablo'da görüldüğü gibi “Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu” ile devlet teşviki arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 9,745 sd:4, sig:0.045). Araştırmaya katılan cevaplayıcılardan “Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000,00TL-6000,00 TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alır mısınız?” sorusuna 269 kişi (% 61,3 oranında) evet alırım demektedirler. Bunlar için ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu genel olarak çok önemli değildir. Örneğin 139 kişi için (% 67,6 oranında) ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu önemsizdir. Hayır almam diyenler ise 131 kişidir (% 38,8 oranında). Bunlar için ise ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu genel olarak önemlidir. Örneğin ilk sırada 48 kişi (% 47,4 oranında) ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğunu önemli bulmaktadırlar.

Anket sorularından “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” başlıklı soruda otomobilin markası ve imajı ile yedek parça bulma kolaylığı ifadesi ile yaş arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.35’de gösterilmiştir.

Tablo 5.35. Otomobilin Markası ve İmajı ile Yedek Parça Bulma Kolaylığının Yaşla İlişkisinin İncelenmesi

Yaş		19-28	%	29-38	%	39-48	%	49-58	%	59 ve Üzeri	%	Toplam	%
Yedek Parça Bulma kolaylığı	Çok Önemli	82	67,8%	96	70.6%	55	68.8%	40	70.2%	4	66.7%	277	69.3%
	Önemli	30	24.8%	30	22.1%	23	28.8%	16	28.1%	1	16.7%	100	25.0%
	Kararsız	5	4.1%	6	4.4%	2	2.5%	1	1.8%	0	0.0%	14	3.5%
	Önemsiz	3	2.5%	3	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	1.5%
	Hiç Önemli Değil	1	0.8%	1	0.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	16.7%	3	0.8%
	Toplam	121	100%	136	100%	80	100%	57	100%	6	100%	400	100%
Otomobilin marka ve İmajı	Çok Önemli	67	55.4%	60	44.1%	26	32.5%	14	24.6%	3	50.0%	170	42.50%
	Önemli	49	40.5%	52	38.2%	33	41.3%	31	54.4%	3	50.0%	168	42.00%
	Kararsız	2	1.7%	12	8.8%	9	11.3%	6	10.5%	0	0.0%	29	7.25%
	Önemsiz	2	1.7%	9	6.6%	9	11.3%	5	8.8%	0	0.0%	25	6.25%
	Hiç Önemli Değil	1	0.8%	3	2.2%	3	3.8%	1	1.8%	0	0.0%	8	2.00%
	Toplam	121	100%	136	100%	80	100%	57	105%	6	100%	400	100%

Anket cevaplayıcılarından “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” sorusunun yedek parça bulma kolaylığı ifadesi ile demografik özelliklerden yaşla aralarında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 27.464, sd:16, sig:0.037). Genel olarak tüm yaş gruplarında yedek parça bulma kolaylığı önemli bulunmaktadır. Otomobilin markası ve imajı ile yaşla aralarında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Ki-kare: 33.024, sd:16, sig:0.007). Genel olarak tüm yaş gruplarında otomobilin markası ve imajı önemli bulunmaktadır.

Anket sorularından “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” başlıklı sorusuda araç güvenliği kişisel destek, teknoloji bilgi kullanımı, yerli

üretim araç olması ifadelerinin eğitim durumu ile aralarında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.36’da gösterilmiştir.

Tablo 5.36.Araç Güvenliği Kişisel Destek, Teknoloji Bilgi Kullanımı, Yerli Üretim Araç Olması Durumlarının Eğitimle İlişkisinin İncelenmesi

Eğitim Durumu		İlk öğretim	%	Lise	%	Yüksek Okul	%	Lisans	%	Lisans Üstü	Toplam
Araç Güvenliği Kişisel Destek	Çok Önemli	13	54.2%	56	52.8%	39	57.4%	88	55.7%	27	223
	Önemli	9	37.5%	43	40.6%	21	30.9%	61	38.6%	11	145
	Kararsız	0	0.0%	3	2.8%	6	8.8%	6	3.8%	6	21
	Önemsiz	1	4.2%	4	3.8%	2	2.9%	3	1.9%	0	10
	Hiç Önemli Değil	1	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	1
	Toplam	24	100%	106	100%	68	100%	158	100%	44	400
Teknoloji Bilgi Kullanımı	Çok Önemli	12	50.0%	56	52.8%	41	60.3%	80	55.7%	26	215
	Önemli	5	20.8%	36	34.0%	19	27.9%	62	39.2%	13	135
	Kararsız	3	12.5%	9	8.5%	5	7.4%	14	8.9%	5	36
	Önemsiz	4	16.7%	3	2.8%	1	1.5%	1	0.6%	0	9
	Hiç Önemli Değil	0	0.0%	2	1.9%	2	2.9%	1	0.6%	0	5
	Toplam	24	100%	106	100%	68	100%	158	105%	44	400
Yerli Üretim Araç Olması	Çok Önemli	9	37.5%	41	38.7%	19	27.9%	30	19.0%	12	111
	Önemli	5	20.8%	33	31.1%	22	32.4%	42	26.6%	15	117
	Kararsız	6	25.0%	13	12.3%	18	26.5%	33	20.9%	11	81
	Önemsiz	3	12.5%	8	7.5%	6	8.8%	34	21.5%	3	54
	Hiç Önemli Değil	1	4.2%	11	10.4%	3	4.4%	19	12.0%	3	37
	Toplam	24	100%	106	100%	68	100%	158	100%	44	400

Anket cevaplayıcılarından “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” sorusunun araç güvenliği, kişisel destek hizmetleri ifadeleri ile demografik özelliklerden eğitim arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 31.955, sd:16, sig:0.010). Genel olarak tüm eğitim durumlarında araç güvenliği, kişisel destek hizmetleri önemslenmekte ve eğitim durumu artıkça bu durum daha fazla önem kazanmaktadır.

Teknolojik bilgi kullanımı ile eğitim durumu analiz edilğinde ise (Ki-kare: 34.058, sd:16, sig:0.005) aralarında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Genel olarak tüm eğitim durumlarında teknolojik bilgi kullanımı önemli bulunmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça teknoloji bilgi kullanımı daha çok önemsenmektedir. Örneğin ilköğretim mezunlarının % 50 oranında çok önemli bulurken yüksek okul mezunlarının % 60'ı teknolojik bilgi kullanımını çok önemli bulmaktadırlar.

Yerli üretim araç olması ile eğitim durumu analiz edilğinde ise (Ki-kare: 33.875, sd:16, sig:0.006) aralarında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça yerli üretim araç olmasını daha az önemsemektedirler. Örneğin lise mezunlarında yerli üretim araç olması % 38,7 çok önemli iken lisans mezunlarında % 19 çok önemli bulunmaktadır.

Anket sorularından “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” başlıklı sorusunun yerli üretim araç olması ifadesi ile “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?” sorusu arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.37’de gösterilmiştir.

Tablo 5.37. Otomobil Özelliklerinden Yerli Malı Araç Olması ile Yerli Marka Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

<u>Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?</u>		Evet Kesinlikle Yerli Mali Tercih Ederim.	Koşullu Evet, Özelliklerine Bakar,Karşılaştırma Yapar,Uygun Bulursam Alırım	Hayır, Yerli Üretim Almam.	Toplam
Yerli üretim araç olması önemlidir.	Çok Önemli %	89 48,6	19 10,0	3 11,1	111 27,8
	Önemli %	56 30,6	54 28,4	7 25,9	117 29,3
	Kararsızım %	18 9,8	57 30,0	6 22,2	81 20,3
	Önemsiz %	13 7,1	38 20,0	3 11,1	54 13,5
	Hiç Önemli Değil %	7 3,8	22 11,6	8 29,6	37 9,3
	Toplam %	183 100	190 100	27 100	400 100

Tablo analiz edildiğinde “Otomobil alırken talebinizi otomobilin hangi özellikleri etkiler?” sorusunun yerli üretim araç olması ifadesi ile “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?” sorusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 102.725, sd:8, sig:0.000) “Evet kesinlikle yerli mali tercih ederim” diyen cevaplayıcılar % 48,6 oranında yerli üretim araç olmasına çok önem vermektedirler. “Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar, uygun bulursam alırım” diyen cevaplayıcılar yerli üretim araç olmasını ilk sırada % 30 oranında kararsız ve ikinci sırada % 28,4 oranında önemli bulmaktadırlar “Hayır, yerli üretim almadım” diyenler yerli üretim araç olmasını birinci sırada % 29, 6 oranında hiç önemli değil seçeneğini seçmektedirler. Sonuç olarak “Evet kesinlikle yerli mali tercih ederim” diyenler için otomobilin yerli malı olması önemli iken “Hayır, yerli üretim almadım” diyenler için bu durum çok önemli bulunmamaktadır”. Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar, uygun bulursam alırım” diyen cevaplayıcılar yerli üretim araç satın alma konusunda kararsız kalmaktadırlar.

Anket sorularından yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine sorusunun “Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler”ifadesi ile “Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?” sorusu arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.38’de gösterilmiştir.

Tablo 5.38. Ekonomik Büyüme Hedefi ile Vergi Gelirleri ve Bütçe Dengesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?		EVET	HAYIR	ZAMAN ZAMAN	TOPLAM
<u>Yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarından; Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler.</u>	Kesinlikle Katılmıyorum	5	9	6	20
	%	3,2	8,8	4,3	5,0
	Katılmıyorum	9	9	7	25
	%	5,7	8,8	5,0	6,3
	Kararsızım	16	9	28	53
	%	10,1	8,8	20,0	13,3
	Katılıyorum	64	39	58	161
	%	40,5	38,2	41,4	40,3
	Kesinlikle Katılıyorum	64	36	41	141
	%	40,5	35,3	29,3	35,3
Toplam		158	102	140	400
%		100	100	100	100

Tablo incelendiği zaman sorulan sorulardan yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine yönelik ifadelerden “ Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler.” ile “Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?” sorusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 15,989 sd:8, sig:0.043) Yerli otomobil satın almanın vergi gelirlerini artıracak ve bütçe dengesini besleyeceğine katılan cevaplayıcılar hükümetin ekonomik büyüme hedefinin gerçekleşmesine % 40,5 oranında evet demişlerdir. Hayır ve zammam zaman cevabını veren kişilerde çoğunlukla yerli otomobil satın almanın vergi gelirlerini artıracak ve bütçe dengesini besleyeceğine katılmaktadırlar.

Anket sorularından yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine yönelik ifadelerden “Yan sanayiye geliştirmesi” ve “Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar” seçenekleri ile “ Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız? ” sorusu arasında bir ilişkinin olduğu Ki-kare analiziyle tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5.39’da gösterilmiştir.

Tablo 5.39. Yerli Malı Otomobil Satın Alma ile Yan Sanayi ve Etkin Kaynak Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?		Evet Kesinlikle Yerli Mali Tercih Ederim.	Koşullu Evet, Özelliklerine Bakar, Karşılaştırma Yapar,Uygun Bulursam Alırım	Hayır, Yerli Üretim Almam	Toplam
<u>Yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının; Yan sanayiye geliştirmesi.</u>	Kesinlikle katılmıyorum %	8 4,4	6 3,2	3 11,1	17 4,3
	Katılmıyorum %	12 6,6	4 2,1	1 3,7	17 4,3
	Kararsızım %	6 3,3	6 3,2	6 22,2	18 4,5
	Katılıyorum %	71 38,8	81 42,6	13 48,1	165 41,3
	Kesinlikle Katılıyorum %	86 47,0	93 48,9	4 14,8	183 45,8
	Toplam %	183 100	190 100	27 100	400 100

Tablo 5.39. (Devam)

<u>Yerli</u> <u>otomobilin</u> <u>Türkiye</u> <u>ekonomisine</u> <u>katkılarının;</u> Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar.	Kesinlikle katılmıyorum %	9 4,9	6 3,2	2 7,4	17 4,3
	Katılmıyorum %	8 4,4	5 2,6	0 ,0	13 3,3
	Kararsızım %	7 3,8	19 10,0	6 22,2	32 8,0
	Katılıyorum %	71 38,8	84 44,2	7 25,9	162 40,5
	Kesinlikle Katılıyorum %	88 48,1	76 40,0	12 44,4	176 44,0
	Toplam %	183 100	190 100	27 100	400 100

Tablo analiz edildiğinde sorulardan yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine yönelik ifadelerden “Yan sanayiye geliştirmesi” ifadesi ile “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alırmısınız?” sorusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 34,910 sd: 8, sig: 0.000) “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alırmısınız? sorusuna “Koşullu evet, özelliklerine bakar,karkılaştırma yapar,uygun bulursam alırım” cevabını verenler birinci sırada % 48,9 oranında kesinlikle katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir.İkinci olarak % 42,6 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. “Evet kesinlikle yerli mali tercih ederim” cevabını veren kişiler ise birinci sırada % 47 oranında kesinlikle katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. İkinci olarak kişi % 38, 8 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. “Hayır, yerli üretim almam” diyen kişiler birinci sırada % 48,1 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. İkinci sırada % 22,2 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. Genel olarak yerli otomotil satın almanın yan sanayiye geliştirerek ülke ekonomisine katkı sağlayacağına katılmaktadırlar.

Tablo verileri incelendiği zaman yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine yönelik ifadelerden “Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar” ifadesi ile “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alırmısınız?” sorusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. (Ki-kare: 18.512 sd: 8, sig: 0.0018). “Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alırmısınız? sorusuna “Koşullu evet, özelliklerine bakar,

karşılaştırma yapar, uygun bulursam alırım’’ cevabını veren kişiler birinci sırada % 44,2 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. İkinci olarak % 40 oranında kesinlikle katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. “Evet, kesinlikle yerli mali tercih ederim’’ cevabını veren kişiler ise birinci sırada % 48,1 oranında kesinlikle katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. İkinci olarak % 38,8 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. “Hayır, yerli üretim almam’’ diyen kişiler birinci sırada % 44,4 oranında kesinlikle katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. İkinci olarak % 25,9 oranında katılıyorum seçeneğini seçmişlerdir. Genel olarak yerli otomotil satın almanın ulusal kaynakları etkin kullanarak ülke ekonomisine katkı sağlayacağına katılmaktadırlar.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişmekte olan ülkeler için büyüme hareketini hızlandırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak önemlidir. Lokomotif sektörlerden biri olan otomotiv sektörü, beslendiği ve beslediği bir çok sektörle istihdama katkı sağlamaktadır. Küreselleşmenin artmasıyla birlikte mal ve sermaye hareketlerinin dünya geneline yayılması, ürün girdi fiyatlarının giderek birbirine yaklaşması, meydana gelen teknolojik yenilikler firmaları daha çetin rekabet koşullarına zorlamaktadır. Otomotiv sektöründe üretim yapan firmalar verimlilik artışına, etkin kaynak kullanıma, kalite kontrolüne, AR-GE yatırım çalışmalarına, talebe göre şekillenebilen esnek üretim hatlarına ve sektördeki diğer firmalarla işbirliğine dayanan bir çalışma seyri izlemelidirler.

Türkiye'deki otomotiv sektörü daha çok yabancı ortaklıklara dayalı olarak faaliyet göstermektedir. Türkiye etkin çalışan bir yan sanayine ve güçlü bir sermaye yapısına sahip olmasına rağmen halen kendi yerli markasını üretememiştir. Otomotiv sektörü sağlam bir vergi kaynağı sağlaması, istidamı artırması ve ödemeler dengesi üzerindeki iyileştirici özellikleri bakımından ülke ekonomisi için önemlidir. Kendi markasını oluşturacak donanım ve işgücüne sahip olan Türkiye yerli üretim yaparak sektörde daha güçlü konuma geçmelidir.

Otomotiv sektöründeki ürünler dayanıklı tüketim malları olmasından, dolayı talep öngörülerinin yapılması kolay değildir ve talep edilen ürünler piyasadaki mevcut diğer ürünlerin sayısından etkilenmektedir. Otomobil kullanıcıları yeni bir otomobil talebi oluştururken; mevcut otomobilleri tamir ettirmek yada özellik ekletmek suretiyle kullanmanın maliyetiyle piyasadan ikame başka bir ürünü finansal durumlarına bağlı olarak değiştirilmesinin fırsat maliyetini karşılaştırabilirler.

Otomobil talebi ve talebinin belirleyicilerine yönelik tutumlar arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Anket cevaplayıcıları çoğunlukla 19-28 yaş grubundan % 30,3 ve 29-38 yaş grubundan % 34 olarak meydana gelmekte, gelir düzeyleri 1851-2850 TL olanlar ise % 34,3 oranında ve 2851-3850 TL olanlar ise % 27,5 oranında olmaktadır. Anket cevaplayıcılarının %17,3'ü kadın ve % 82,8'i erkeklerden oluşmaktadır. Satın alma kararında bilgi alma yerlerinden en çok tercih edilen %31,8 oranında internet

olmaktadır. Otomobil satın alma davranışlarında ihtiyaçlar (% 66,3) zevkten (% 33,8) daha etkili olmaktadır.

Otomobil üzerinden alınan motorlu taşıtlar vergisi cevaplayıcılar tarafından genellikle yüksek bulunmakta ve genel olarak eğitim seviyesi artıkça vergi oranları daha yüksek bulunmaktadır. Otomobil satış vergileri olumlu yönde yeniden düzenlenirse talep edilen miktar artabilir ve vergi yükünü azaltan otomobil sektörü daha hızlı büyüyebilir. Ayrıca çevre dostu otomobillere yönelik daha çok vergi indirimleri sağlanarak tüketiciler daha çok çevre koruma bilincine kavuşturulabilir.

Cevaplayıcıların yerli malı otomobil talebi genel olarak yüksek olmakla beraber, eğitim seviyesi daha düşük olanlar etnosentrik davranışlar göstererek daha çok yerli malı otomobil tercih etmektedirler. Eğitim seviyesi artıkça tüketicilerin üründen beklentileri daha çok artmakta ve dünya pazarındaki markalarla yerli markayı kıyaslamaktadırlar. Bu kişiler için kalite ve ürün özellikleri daha ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yapılan çalışma sonucuna bağlı olarak araç güvenliği kişisel destek hizmetleri ve teknolojik bilgi kullanımı eğitim seviyesi artıkça daha çok önemsenmektedir.

Cevaplayıcıların gelir grupları ile yakıt türleri arasındaki ilişki incelenmiş daha düşük gelir gruplarındaki kişiler daha uygun yakıt türü olan LPG'yi tercih etmekte iken gelir seviyesi daha yüksek olan kişiler daha çok benzin ve motorin tercih etmektedirler. Benzinli motor, yakıt ateşleme üstünlüğü sayesinde daha kısa sürede hızlanabilmesi, daha sessiz çalışan motor yapısına sahip olması, motor bakımı, aşınma ve yıpranma gibi mevzularda daha uzun ömürlü olması, yüksek devirlerde maximum performansı sağlaması gibi avantajları sağlamaktadır. Öte yandan benzin tüketimi motorine göre % 25 daha fazladır ve güç üretimleri de daha zordur. Dizel motor yakıt tasarrufu sağlarken, bakım ve servis olanakları daha pahalı olmakta ve kış aylarında -10 derece sıcaklıkta yakıtı dondurma riski taşımaktadır. Erzurum'daki otomobil kullanıcılarını motorin (dizel) yakıt türü en çok tercih ettikleri gözlenmiştir. Gelir grupları ile sıfır ve ikinci el otomobil tercihi arasındaki ilişki incelenmiş *düşük gelir gruplarında ikinci el otomobil talebi fazla iken yüksek gelir gruplarında daha çok sıfır otomobil talebi olmaktadır.*

Yaş gruplarının ihtiyaç ve ilgi duydukları ürün özellikleri farklılık gösterdiğinden daha genç yaş gruplarındaki kişiler için aracın zevk ve beklentileri üzerinde sosyal statü aracı olması, gösteriş etkisi gibi etkenler etkili iken daha üst yaş gruplarında ailesel

ihtiyaçlar, tecrübe, marka bağımlılığı gibi etkenler zevk ve beklentiler üzerinde etkili olmaktadır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda şu önerilerde bulunulabilir:

Ekonomi politikalarının sonuçlarına göre şekillenen talep, faiz oranlarının hareketlerinden çok etkilenmektedir. Ekonomiyi canlandırmak isteyen hükümetler faiz oranları düşürerek talep edilen miktarı arttırmaktadırlar. Çalışma sonuçlarına göre otomobil satın alma davranışı üzerinde ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu çok önemli bulunmakta ve genel olarak banka kredi faiz oranları yüksek değerlendirilmektedir. Buradan hareketle genel olarak faiz oranları daha düşük seviyelere çekilirse otomotiv piyasasındaki talep olumlu yönde etkilenecektir. Ekonomik konjonktür içinde güven ortamı oluşmak ve bu ortamın sürdürülebilirliğini sağlamak talep dalgalanmalarını azaltacaktır. Talep edilen miktarın sadece belli dönemler artması diğer dönemlerde ise azaltılması piyasalarda otomotiv sektörün hareketlerinden etkilen diğer sektörleri de olumsuz etkileyeceğinden istikrarlı talep ortamı oluşturulmalıdır.

Çalışma sonuçlarına göre “ Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000,00 TL-6000,00 TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alır mısınız?” sorusuna % 61,3 oranında evet alırım demişler ve bu kişiler için ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu çok önemsenmektedir. Otomobil talebi üzerinde etkili olan devlet teşvikleri; Türkiye’nin gelecek dönemlerdeki otomotiv sektörünün üretim miktarını ve ihracatını artırmasıyla büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahip olacaktır. Devlet teşvikleri sayesinde otomotiv sektörünün ana ve yan sanayi yatırımları artmakta satış miktarlarına önemli bir destek sağlanmaktadır. Bazı teşvik paketlerinin vergi indirimleri, muafiyetleri ve aflarla da desteklenmesi hem üreticileri hem de tüketicileri olumlu yönde etkileyebilir.

Çalışma kapsamında yerli otomobil talebi ve yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkıları incelenmiştir. Genel olarak üretilecek yerli markaya yönelik talep olumlu yönde olmaktadır. Buna bağlı olarak Türkiye yerli marka oluşturma çabalarını hızlandırmalıdır. Oluşturulan marka Dünya genelinde etkili olan markaların özelliklerini iyi analiz etmeli, farklı müşteri gruplarına hitap eden farklı seçenekleri sunmalı, fiyat, maliyet ve donanım özellikleri bakımından rekabet şartlarını zorlamalıdır. Yerli

otomobilin Türkiye ekonomisine katkıları incelendiği zaman otomobil satışlarından elde edilen vergi gelirleri ekonomiye katkı sağlayarak bütçe dengesini beslemektedir. Yerli otomobil beklentileri karşılar ve piyasadaki diğer ürünlerle kıyasen hem özellikler hem de fiyat açısından üstünlükler yakalarsa iç pazarın talebini karşılamasına ek olarak dış pazarlara ihraç edilerek ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkiler oluşturabilir. Yerli otomobilin oluşması ile yan sanayinin; tasarım, projelendirme ve ürün geliştirme gibi konularda sorumlulukları artmakta ve teknoloji, insan kaynakları, bilgi ve kalite alanlarına ise daha çok önem vermeleri gerekmektedir. Türkiye'deki otomotiv sanayisi küresel otomobil firmalarının lisanslı üretimlerini yapmakta ve dünya pazarlarına ihraç etmektedir. Bu firmaların gereksim duyduğu ürünleri yan sanayi etkin biçimde tedarik etmektedir. Yan sanayi AR-GE çalışmalarına ağırlık vermekte, tasarım ve bilgi birikimine ve yetkin eleman sayısına sahip olmaktadır. Yerli otomobil yan sanayi bu tecrübesinden güç alarak kendisine açılan fırsat pencerelerini iyi değerlendirmelidir. Türk otomotiv sanayisi de etkili fiyatlandırma politikaları ve satış teşvikleri ile desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akad, G. Z. (2003). “Türkiye’de Demir Çelik, Otomotiv, Elektronik Sektörlerinde Karakterizasyon Çalışması, Küreselleşme ve AB Süreçlerinin Ülke Sanayi ve Mühendislerine Etkileri”. *TMMOB Sanayi Kongresi Bildiriler Kitabı*, (ss.389-405) Ankara: TMMOB.
- Aktaş, C. (2007). “Otomobil İhracatı ve İthalatı Fiyat Endeks Verilerinin Farklı Varyanslığının İncelenmesi”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 11, Bahar, 149-162.
- Alper, C. E. Mumcu, A. (2000). “Türkiye’de Otomobil Talebinin Tahmini”. İstanbul: *Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (ss.25-30.)
- Annan, A. (1999). “2000’lere Doğru Türkiye’de Yabancı Yatırımlar”. *Yeni Türkiye Dergisi Türkiye Ekonomi Özel Sayısı*, (ss, 28)
- Bakırcı, F. (1999). *Tüketici Karar ve Davranışlarını Belirleyen Faktörler ve İki Grup İlde Tüketim Fonksiyonları Mukayesesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bedir, A. (2002). *Türkiye de Otomotiv Sanayi ve Gelişme Perspektifi (Rapor No: DPT: 2660)*. Ankara: DPT Yayınları.
- Bedir, A. (1999). *Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkiler ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği*. (Uzmanlık Tezleri). Ankara: DPT Yayınları.
- Blommfield, G. (1978). *The World Automotive Industry*. David &Charles Inc., Vermont.
- Blotevogel, V. (2002-2003). *Sektorele Betrachtung III: Automobilindustric*. Weltwirtschaftsgeographic Lecture Notes, Duisburg University.
- Boratav, K. (2003). *Türk İktisat Tarihi (1908-2002)*. (7.Baskı). İstanbul: İmgeYayınları.
- Büyükdere, K. (2005). “Türkiye’nin Dış Ticaretinin Gelişimi”. *Gümrük Dünyası Dergisi*, 47(1), 1-9
- Çalışkan, Ş. (2003). *Kocaeli İlinde Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çelebi, E. (2002). “Atatürk’ün Ekonomik Reformları ve Türkiye Ekonomisine Etkileri (1923-2002)”. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 5.
- Cemal, Ü. (1971,75). “Türkiye’de Otomotiv Sanayiinin Tarihçesi”, *Mühendis ve Makina Dergisi*, Sayı: 166.
- Cengiz, E. (1999). *Uluslararası Pazarlarda Tutundurma ve Uluslararası Otomotiv Firmalarının Türkiye’deki Tutundurma Faaliyetlerine İlişkin Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Colell-Mas, A. Whinston, D.M. Green, J.R. (1995). *Microeconomic Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Demircan, H. (2003). *Dünyada ve Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Stratejileri*. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Dikmen, I. (2006). *Otomotiv Sektörü ve Rekabet*. ODD Genel Sekreteri, s.1, http://www.kalder.org.tr/genel/15kongre/sunumlar/isik_dikmen.doc.
- Ediz, A.ve Keskin H. (2005). “Bursa İl Otomotiv Sektöründe TS 16949 Kalite Yönetim Sisteminin Rekabetçi Avantajları”. *V.Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Eker, A. (1993) *Rehber Ansiklopedi*, İstanbul, Türkiye Gazetesi Yayınları.
- Elmas.E. (2004).A&G Bülten Araştırma ve Meslekleri Geliştirme Müdürlüğü, *Otomotiv Sektör Profili*. İzmir: İzmir Ticaret Odası.
- Engin, E.S. (2002). *Türkiye’de Lüks Otomobil Sektöründe Showroom Tecrübesinin Satınalma Davranışına Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, S. (1989). *İstihdam Para ve İktisadi Politika*. Ankara: Savaş Yayınları.
- Erzurum (ty.). <http://www.erkurum.gov.tr/>, <http://erkurum.meb.gov.tr>
- Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2011). *Anadolu'nun Önsözü*. Erzurum.
- Erzurum Trafik Şube Müdürlüğü
- Erzurum Valiliği (2009). *2010-2014 Stratejik Planı*. Erzurum: İl Milli Eğitim Müdürlüğü.
- Ferguson, C.E., Gould, J.P., (1975). *Microeconomic Theory*. Texas Üniversty Press.

- Forbes (ty). Erişim Tarihi: 05.09.2013, <http://www.forbes.com.tr/>
- Ford Otosan (ty). *Kurumsal Tarihçe*. Erişim tarihi: 20.04.2014, http://media.ford.com/article_display.cfm?article_id=32868.
- Gönensay, E., Orhan, A., Tanberk, S. (1975). *Türkiye Otomotiv Sanayii Ürünleri Talep Tahminleri*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, yayın no:75- 51/002.
- Görener, A. ve Görener, Ö. (ty). “Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler”. *Journal of Yasar University*, Erişim Tarihi: 10.11.2013, <Http://py.yasar.edu.tr>
- Görener, Ö. ve Görener, A. (2008). “Otomotiv Endüstrisinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri: Sektörel Bir İnceleme”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26), 314-315.
- Görener, Ö. ve Görener, A. (2008). “Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler”. *Journal of Yaşar University*, 3(10).
- Griliches, Z. (1971). “Hedonic Price Indices for Automobiles: An Econometric Analysis of Quality Change”. in *Price Indices and Quality Change*, (ed.) by Z. Griliches. Cam-bridge: Harvard University Press
- Gürkaner, K. (1992). *Türkiye’de Otomobil Endüstrisinin Ekonometrik Talep Analizi (1967-1986)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hancı, H. (2009). *Seyyahların Gözüyle Erzurum*. (1. Baskı). Erzurum: ER-VAK Yayınları.
- Hanson, G. (January-2010). *Export Dependence in Developing Countries*. UC San Diego and NBER, 4-5.
- Hatipoğlu, Z. (1989). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayınları, No: 220.
- Hazine Müsteşarlığı (2001). *Türkiye’nin Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı*, Erişim tarihi: 29.05.2014, <http://www.hazine.gov.tr>
- İktisadi Kalkınma Vakfı (İKV) (1999). *Gümrük Birliği Çerçevesinde Avrupa Birliği ve Türkiye’de Otomotiv Sektörü*. İstanbul: İKV, Yayın No: İKV 154.

- İstanbul Sanayi Odası (2002). “Avrupa Birliğine Tam Üyelik Sürecinde İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Geliştirilmesi Projesi”. *Otomotiv Sanayi Sektörü*. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası.
- İTO, (2007). *Otomotiv Sanayi Sektör Raporu*. Erişim Tarihi: 20.02.2014. <http://www.ito.org.tr/ITOPortal/SDMMMain.aspx?tabid=511>
- Karayolları Genel Müdürlüğü (ty) <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Uzakliklar/ililcelerArasiMesafeYeni.aspx>
- Karbuç F, Silahçi A, Çalışkan E. (ty). *Otomotiv Sektör Raporu*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Şubesi
- Katz, M.L., Rosen H.S. (1998). *Microeconomics*. (Third Edition), New York: Irwin McGraw Hill.
- KPMG (2013). “Türkiye Otomotiv Sektörünün Geleceğe Yolculuğu 2017 Öngörülleri”, *KPMG Türkiye 2013 Otomotiv Yöneticileri Araştırması*, 16, Erişim Tarihi: 17 Nisan 2014. <http://www.kpmg.com.tr>.
- Lipsey, R. G., Purvis, D. D., (1963). *Macroeconomics*, New York: Harper & Row
- Lorie, J.H. (1954). “Forecasting the Demand for Consumer Durable Goods”. *The Journal of Business*, 27(1), 62-70
- Mansfield, E.-Yohe, G. (2004). *Microeconomics*. (Elevent Edition). New York: Norton.
- Maqbul, A. - Bosworth C. E. ve Asimov M. S. (Yayımcı) (1992). *History of Civilizations of Central Asia*. Cilt IV, Bölüm 2.
- McKinsey Global Institute (2003). *Türkiye Verimlilik ve Büyüme Atılımının Gerçekleştirilmesi*. Otomotiv Yan Sanayi, 408-409.
- Miller, R. L., (1973). *Intermediate Microeconomics, Theory, Issues-Applications*. London: Dryden Press
- Ngeno N.K., (2000). *External Debt and Capital, Flight in Sub-Saharan Africa*. Washington: D.C.
- OICA (ty). www.oica.net, Erişim Tarihi: 01.02.2014
- Oksay, S. (2000). “Çokuluslu Şirketler Teorileri Çerçevesinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının İncelenerek Değerlendirilmesi”. *Dış Ticaret Müsteşarlığı Dergisi*, 8(1).

- Ongun, M.T., (2002). “Türkiye’de Cari Açıklar ve Ekonomik Krizler”. *Kriz ve IMF Politikaları*, (Ed: Ömer Faruk Çolak). İstanbul: Alkım Yayınları.
- Otomotiv Distirübüterler Derneği (ty). Erişim Tarihi: 10 Ocak 2012, http://www.odd.org.tr/web_2837_1/index.aspx
- Otomotiv Teknoloji Platformu Stratejik Araştırma Programı (Sap) Raporu, Erişim Tarihi: 10. 07. 2013, <http://www.otepe.org.tr/pdf/OTEP-SAP-1.0-06.2011.pdf>
- Özer, H. (1992). *Erzurum’da Tüketim Harcamalarının Ekonomik Analizi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: A.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parkin, M. (1990). *Microeconomics*. U.S.A: Wesley Publishing Company.
- Pınar, A. (2010). *Maliye Politikaları Teori ve Uygulamaları*. Ankara: Naturel Yayıncılık.
- Rippe, R.D., Feldman, R.L. (1976). “The Impact of Residential Construction on the Demand for Automobiles: An Omitted Variable”. *The Journal of Business*, 49(3), July, 389-401.
- Roos, C. F., Szeliski, V.V., (1939). *Factors Governing Change in Domestic Automobile Demand*. New York: General Motors Corporation.
- Ruppert, W. (1996). *Bisiklet, Otomobil, Televizyon – Gündelik Eşyaların Kültür Tarihi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2010). *Otomotiv Sektörü Raporu*. Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü Yayını.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü (2009). *2009 Yılı Otomotiv Sanayide Ülkemiz ve Dünyadaki Gelişmeler 2009 Yılı Raporu*. Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı.
- Saygılı Ş., Cihan C., Yalçın C., Hamsici T. (2009). *Türkiye İmalat Sanayinin İthalat Yapısı*. (Taslak Rapor Özeti). Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Araştırma ve Para Politikası Genel Müdürlüğü.
- Seyitoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori ve Uygulamaları*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Skousen, M. (2003). *Modern İktisatın İnşası*. (Çev.: Mustafa Acar, Ekrem Erdem, Metin Toprak) Ankara: Liberte Yayınları.

- Soydal, H. (2006). *Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- Suits, D. (1958). “The Demand for Automobiles in the U.S.A.”. *Review of Economics and Statistics*, 40, 273-280.
- T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı (1999). *Küresel Pazarlama Kapsamında Dünya Otomotiv Sanayi ve Türkiye Otomotiv Sanayini Durumu*. Erişim Tarihi: 19.01.2014, [http://www.dtm.gov/dtmweb /index.cfm](http://www.dtm.gov/dtmweb/index.cfm).
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü (2011). *Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı, 2011-2014*, Ankara: T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü.
- Teker, E., Felekoğlu, B. (ty). “Dünya Otomotiv Endüstrisinde Küresel Gelişmeler ve Bu Gelişmelerin Türk Otomotiv Endüstrisi Üzerindeki Etkileri”. *Mühendis ve Makina*, 48(568).
- Teker, E., Gülçubuk, A. (9-10 Aralık 2005). “Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde İşbirliklerinin Önemi ve Başarı Koşulları”. *V. Endüstri-İşletme Mühendisliği Kurultayı*. Zonguldak.
- Tezer, E. (1995). “Gümrük Birliği ve Otomotiv Sanayii”. İstanbul: Esbank, Yayın No: 6.
- Tiken, F. (2005). *Türk Otomotiv Sanayi*. İstanbul: TSKB.
- TÜİK ADNKS (2013). <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>
- Türkbal, A. (1983). “*Fiyat Teorisi (Mikro İktisat)*”. (Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 2. Baskı). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Basımevi.
- Türkiye Vakıflar Bankası (2003). *Otomotiv Sektörü*. Türkiye Vakıflar Bankası Sektör Araştırmaları Serisi, No: 28, Erişim Tarihi: 04:03:2013, www.vakifbank.com.tr/earastirma.
- Ülgener, S. (1991). *Milli Gelir, İstihdam ve İktisadi Büyüme*. (7. Baskı). İstanbul: DER Yayınları.
- Ülken, Y. (1982). *Fiyat Teorisi-Mal Piyasası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayını, No: 458.

Ünsal, M. E., (2005). Mikro İktisat. Ankara: İmaj Yayıncılık. s. 49-50.

www.taysad.org.tr, Erişim Tarihi: 03.05.2014

YASED (ty). *Priority List of Foreign Investors Problems*, Erişim Tarihi: 03 Mart 2012, <http://www.yased.org.tr/>,

Yaylalı, M. (1992). *Erzurum'da Tüketim Harcamalarının Ekonometrik Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yaylalı, M. (1994). *Mikro İktisat*. (2. Baskı). Cilt 1. İstanbul: Beta Yayınları.

Yaz, A.D. (2006). *Banka Kredisi ile Binek Oto Alımı ve Muhasebesi*, Erişim Tarihi: 28 Nisan 2014, [http:// www.muhasibetr.com](http://www.muhasibetr.com).

Yeldan, E. (1996). *Az Gelişmiş Ülkere Yönelik Kısa Vadeli Sermaye Akımlarının Makro Ekonomik Etkileri Üzerine Gözlemler*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.

Yüzal, S. (2007). *Otomotiv Ana ve Yan Sanayi*. Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi.

İNTERNET ADRESLERİ

http://tr.wikipedia.org/wiki/1973_Petrol_Krizi, Erişim Tarihi: 03.01.2013

<http://www.devrimarabasi.com/tarihce.html>

http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/OtomotivElektrikDb/otomotiv_sektoru.doc, Erişim Tarihi: 05/05/2013

<http://www.etox.com.tr>, Erişim Tarihi: 22 Mart 2014

<http://www.hazine.gov.tr/default.aspx?nsw=BKsmUPQeFbnBXCDahrXm1A==H7deC+LxBI8=&mid=251&cid=25&nm=39>, Erişim Tarihi: 07.11.2013

<http://www.oica.net>, Erişim Tarihi: 01.02.2014

<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>, Erişim Tarihi: 11.01.2014

<http://www.taysad.org.tr>, Erişim Tarihi: 03.05.2014

<http://www.osd.org.tr>, Erişim Tarihi: 09.05.2014

http://www.odd.org.tr/web_2837_1/index.aspx, Erişim Tarihi: 06.04.2014

<http://www.oyder-tr.org/>, Erişim Tarihi: 27.04.2014

<http://www.otd.com.tr/>, Erişim Tarihi: 10.04.2014

<http://www.taysad.org.tr/tr/>, Erişim Tarihi: 15.04.2014

EKLER

EK 1. 2010 OICA Verilerine Göre Motorlu Taşıt Üretimleri

Sıra	Ülke	2010	2005	2000
—	Dünya	77,857,705	66,482,439	58,374,162
01	 Çin	18,264,667	5,708,421	2,069,069
—	 Avrupa Birliği	17,102,459	18,176,860	17,142,142
02	 Japonya	9,625,940	10,799,659	10,140,796
03	 ABD	7,761,443	11,946,653	12,799,857
04	 Almanya	5,905,985	5,757,710	5,526,615
05	 Güney Kore	4,271,941	3,699,350	3,114,998
06	 Brezilya	3,648,358	2,530,840	1,681,517
07	 Hindistan	3,536,783	1,638,674	801,360
08	 İspanya	2,387,900	2,752,500	3,032,874
09	 Meksika	2,345,124	1,624,238	1,935,527
10	 Fransa	2,227,742	3,549,008	3,348,361
11	 Kanada	2,071,026	2,688,363	2,961,636
12	 Tayland	1,644,513	1,122,712	411,721
13	 İran	1,599,454	817,200	277,985
14	 Rusya	1,403,244	1,351,199	1,205,581
15	 Birleşik Krallık	1,393,463	1,803,109	1,813,894
16	 Türkiye	1,094,557	879,452	430,947
17	 Çek Cumhuriyeti	1,076,385	602,237	455,492
18	 Polonya	869,376	613,200	504,972
19	 İtalya	838,400	1,038,352	1,738,315
20	 Arjantin	716,540	319,755	339,632
21	 Endonezya	702,508	500,710	292,710
22	 Malezya	567,715	563,408	282,830
23	 Slovakya	556,941	218,349	181,783
24	 Belçika	555,302	928,965	1,033,294
25	 Güney Afrika	472,049	525,227	357,364
26	 Romanya	350,912	194,802	78,165
27	 Tayvan	303,456	446,345	372,613
28	 Avustralya	243,495	394,713	347,122
29	 İsveç	217,084	339,229	301,343
30	 Macaristan	211,461	152,015	137,398
31	 Slovenya	205,711	187,247	98,953
32	 Portekiz	158,723	226,834	245,784

Sıra	Ülke	2010	2005	2000
33	 Özbekistan	156,880	94,437	52,264
34	 Pakistan	109,433	153,393	102,578
35	 Avusturya	104,814	253,279	141,026
36	 Venezuela	104,357	135,425	123,324
37	 Hollanda	94,106	102,204	98,823
38	 Mısır	92,339	123,425	78,852
39	 Ukrayna	83,133	215,759	31,255
40	 Filipinler	63,530	64,492	38,877
41	 Fas	42,066	33,992	31,314
42	 Kolombiya	41,714	109,333	23,979
43	 Vietnam	32,920	31,600	6,862
44	 Ekvador	22,335	32,254	41,047
45	 Sırbistan	18,033	14,179	12,740
46	 Beyaz Rusya	16,650	26,995	19,324
47	 Finlandiya	6,500	21,644	38,926
48	 Şili	4,700	6,660	5,245

EK 2. LMC Automotiv Dünya Otomotiv Üretimi

<i>BÖLGE</i>	<i>ARAÇ TÜRÜ</i>	<i>2012/ (‘000adet)</i>	<i>2013 (‘000adet)</i>	<i>Değişim</i>	<i>2014 (‘000)</i>	<i>2014/2013 Değişim</i>
KUZEY AMERİKA	OTOMOBİL	7.001 8.403	7.218	3,1%	7.462	3,4%
	H.TİCARİ	474	8.951	6,5%	9.170	2,4%
	A.TİCARİ	15.878	461	-2,7%	498	8,0%
	TOPLAM		16.630	4,7%	17.130	3,0%
MERCOSUR	OTOMOBİL	3.093	3.269	5,7%	3.378	3,3%
	H.TİCARİ	907	1.042	14,9%	1.073	3,3%
	A.TİCARİ	179	246	37,4%	251	2,0%
	TOPLAM	4.179	4557	9,0%	4.702	3,2%
BATI AVRUPA	OTOMOBİL	11.466	11.262	-1,8%	10.994	-2,4%
	H.TİCARİ	1.279	1.188	-7,1%	1.233	3,8%
	A.TİCARİ	406	404	-0,5%	394	-2,5%
	TOPLAM	13.151	12.854	-2,3%	12.621	-1,8%
DOĞU AVRUPA	OTOMOBİL	5.952	6.071	2,0%	6.599	8,7%
	H.TİCARİ	735	696	-5,3%	714	2,6%
	A.TİCARİ	276	282	2,2%	303	7,4%
	TOPLAM	6,963	7.049	1,2%	7.616	8,0%
JAPONYA	OTOMOBİL	8.549	8.226	-3,8%	7.917	-3,8%
	H.TİCARİ	966	923	-4,5%	855	-7,4%
	A.TİCARİ	307	320	4,2%	347	8,4%
	TOPLAM	9.822	9.469	-3,6%	9.119	-3,7%
ASYA/PASİFİK	OTOMOBİL	23.279	25.516	9,6%	28.393	11,3%
	H.TİCARİ	7.679	7.514	-2,1%	8.018	6,7%
	A.TİCARİ	1.643	1.638	-0,3%	1.742	6,3%
	TOPLAM	32.601	34.668	6,3%	38.153	10,1%
DİĞERLERİ	OTOMOBİL	1.840	1.476	-19,8%	1.700	15,2%
	H.TİCARİ	579	571	-1,4%	687	20,3%
	A.TİCARİ	102	102	0,0%	103	1,0%
	TOPLAM	2.521	2.149	-14,8%	2.490	15,9%
DÜNYA	OTOMOBİL	61,180	63.038	3,0%	66.443	5,4%
	H.TİCARİ	20.548	20.885	1,6%	21.750	4,1%
	A.TİCARİ	3.387	3.453	1,9%	3.638	5,4%
	TOPLAM	85.115	87.376	2,7%	91.831	5,1%
ABD	OTOMOBİL	4.115	4.413	7,2%	4.527	2,6%
	H.TİCARİ	5.990	6.464	7,9%	6.656	3,0%
	A.TİCARİ	330	334	1,2%	340	1,8%
	TOPLAM	10.435	11.211	7,4%	11.523	2,8%

BREZİLYA	OTOMOBİL	2.613	2.755	5,4%	2.882	4,6%
	H.TİCARİ	631	747	18,4%	767	2,7%
	A.TİCARİ	170	237	39,4%	242	2,1%
	TOPLAM	3.414	3.739	9,5%	3.891	4,1%
RUSYA	OTOMOBİL	1.967	1.920	-2,4%	2.106	9,7%
	H.TİCARİ	154	146	-5,2%	156	6,8%
	A.TİCARİ	187	196	4,8%	208	6,1%
	TOPLAM	2.308	2.262	-2,0%	2.470	9,2%
HİNDİSTAN	OTOMOBİL	3.187	2.971	-6,8%	3.265	9,9%
	H.TİCARİ	853	590	-30,8%	620	5,1%
	A.TİCARİ	383	303	-20,9%	331	9,2%
	TOPLAM	4.423	3.864	-12,6%	4.216	9,1%
ÇİN	OTOMOBİL	13.252	15.412	16,3%	17.459	13,3%
	H.TİCARİ	4.972	5.091	2,4%	5.456	7,2%
	A.TİCARİ	1.049	1.114	6,2%	1.178	5,7%
	TOPLAM	19.273	21.617	12,2%	24.093	11,5%
KORE	OTOMOBİL	4.194	4.184	-0,2%	4.321	3,3%
	H.TİCARİ	306	315	2,9%	318	1,0%
	A.TİCARİ	42	45	7,1%	49	8,9%
	TOPLAM	4.542	4.544	0,0%	4.688	3,2%
BRIC	OTOMOBİL	21.019	23.058	9,7%	25.712	11,5%
	H.TİCARİ	6.610	6.574	-0,5%	6.999	6,5%
	A.TİCARİ	1.789	1.850	3,4%	1.959	5,9%
	TOPLAM	29.418	31.482	7,0%	34.670	10,1%

EK 3. Motorlu Kara Taşıtlar Sayısı

Yıl	Toplam	Otomobil	Minibüs	Otobüs	Kamyonet	Kamyon	Motosiklet	Özel amaçlı taşıtlar	Yol ve iş makineleri	Traktör
1966	231 977	91 469	10 913	12 041	31 462	47 931	32 099	3 610	2 452	-
1967	284 194	112 367	16 008	13 332	39 927	56 889	39 647	3 641	2 383	-
1968	318 768	125 375	18 967	13 948	43 441	62 616	47 062	4 033	3 326	-
1969	354 398	137 345	20 540	15 529	48 655	69 478	52 959	4 568	5 324	-
1970	369 808	137 771	20 916	15 980	52 152	70 730	60 994	5 070	6 195	-
1971	403 880	153 676	22 380	17 140	57 011	73 433	68 417	5 349	6 474	-
1972	460 087	187 272	25 559	18 504	62 796	78 920	74 402	5 747	6 887	-
1973	543 318	240 360	30 055	20 011	71 043	86 780	80 860	6 420	7 789	-
1974	647 947	313 160	34 122	21 404	81 025	95 309	86 028	7 338	9 561	-
1975	785 920	403 546	40 623	23 763	98 579	108 381	91 421	8 450	11 157	-
1976	920 141	488 894	46 066	25 388	116 861	122 176	96 984	9 224	14 548	-
1977	1 042 239	560 424	51 999	27 096	134 213	138 093	102 127	10 137	18 150	-
1978	1 142 561	624 438	56 836	28 559	144 695	146 551	109 890	10 698	20 894	-
1979	1 566 405	688 687	61 596	30 634	155 278	157 095	120 378	11 291	22 875	318 571
1980	1 696 681	742 252	64 707	32 783	165 821	164 893	137 931	11 777	24 090	352 427
1981	1 802 742	776 432	66 514	33 839	172 269	172 372	160 557	12 459	26 246	382 054
1982	1 901 926	811 465	69 598	35 432	178 762	180 772	182 795	13 386	30 160	399 556
1983	2 041 244	856 350	73 585	38 478	186 427	190 277	217 327	14 705	33 532	430 563
1984	2 215 174	919 577	80 697	43 638	198 106	197 721	256 338	16 312	39 445	463 340
1985	2 391 357	983 444	87 951	47 119	212 505	205 496	289 052	17 639	45 561	502 590
1986	2 641 353	1 087 234	97 917	50 798	224 755	217 111	327 326	19 448	50 819	565 945
1987	2 887 287	1 193 021	106 314	53 554	233 480	225 872	369 894	21 236	55 129	628 787
1988	3 140 265	1 310 257	112 885	56 172	240 718	234 166	420 889	23 301	58 300	683 577
1989	3 388 259	1 434 830	118 026	58 859	248 567	241 392	472 853	25 060	60 191	728 481
1990	3 750 678	1 649 879	125 399	63 700	263 407	257 353	531 941	26 519	63 024	769 456
1991	4 101 975	1 864 344	133 632	68 973	280 891	273 409	590 488	28 606	66 981	794 651
1992	4 584 717	2 181 388	145 312	75 592	308 180	287 160	655 347	31 158	72 000	828 580
1993	5 250 622	2 619 852	159 900	84 254	354 290	305 511	743 320	33 703	79 233	870 559
1994	5 606 712	2 861 640	166 424	87 545	374 473	313 771	788 786	35 495	83 072	895 506
1995	5 922 859	3 058 511	173 051	90 197	397 743	321 421	819 922	37 272	87 214	937 528
1996	6 305 707	3 274 156	182 694	94 978	442 788	333 269	854 150	40 212	95 318	988 142
1997	6 863 462	3 570 105	197 057	101 896	529 838	353 586	905 121	45 327	107 151	1 053 381
1998	7 371 541	3 838 288	211 495	108 361	626 004	371 163	940 935	49 925	117 913	1 107 457
1999	7 758 511	4 072 326	221 683	112 186	692 935	378 967	975 746	52 105	120 937	1 131 626
2000	8 320 449	4 422 180	235 885	118 454	794 459	394 283	1 011 284	55 677	129 157	1 159 070
2001	8 521 956	4 534 803	239 381	119 306	833 175	396 493	1 031 221	57 490	131 019	1 179 068
2002	8 655 170	4 600 140	241 700	120 097	875 381	399 025	1 046 907	58 790	133 003	1 180 127
2003	8 903 843	4 700 343	245 394	123 500	973 457	405 034	1 073 415	60 511	137 933	1 184 256
2004	10 236 357	5 400 440	318 954	152 712	1 259 867	647 420	1 218 677	28 004	- ⁽²⁾	1 210 283
2005	11 145 826	5 772 745	338 539	163 390	1 475 057	676 929	1 441 066	30 333	- ⁽²⁾	1 247 767
2006	12 227 393	6 140 992	357 523	175 949	1 695 624	709 535	1 822 831	34 260	- ⁽²⁾	1 290 679
2007	13 022 945	6 472 156	372 601	189 128	1 890 459	729 202	2 003 492	38 573	- ⁽²⁾	1 327 334
2008	13 765 395	6 796 629	383 548	199 934	2 066 007	744 217	2 181 383	35 100	- ⁽²⁾	1 358 577
2009	14 316 700	7 093 964	384 053	201 033	2 204 951	727 302	2 303 261	34 104	- ⁽²⁾	1 368 032
2010	15 095 603	7 544 871	386 973	208 510	2 399 038	726 359	2 389 488	35 492	- ⁽²⁾	1 404 872
2011	16 089 528	8 113 111	389 435	219 906	2 611 104	728 458	2 527 190	34 116	- ⁽²⁾	1 466 208
2012	17 033 413	8 648 875	396 119	235 949	2 794 606	751 650	2 657 722	33 071	- ⁽²⁾	1 515 421
2013	17 939 447	9 283 923	421 848	219 885	2 933 050	755 950	2 722 826	36 148	- ⁽²⁾	1 565 817
2014 ⁽¹⁾	18 094 581	9 393 391	423 112	217 068	2 961 262	760 058	2 730 485	37 539	- ⁽²⁾	1 571 666

Kaynak: Emniyet Genel Müdürlüğü

EK 4. Motorlu Taşıt Aracı Üreten Firmalar ve 2012 Üretim Kapasiteleri

KURULU Ş ADI	ÜRETİM YERİ	ÜRETİME BAŞLAMA TARİHİ	LİSANS	ÜRETİM KONUSU	YERLİ SERMAYE PAYI (%)	KAPASİT E (2012)
Hattat Tarım	Çerkezköy- Tekirdağ	2002	Valtra/ Universal/ Hattat	Traktör	100	15.000
M. Benz Türk	Esenyurt- İstanbul Aksaray	1968 1985	Mercedes Benz	Kamyon, Otobüs	15	18.500
Anadolu Isuzu	Gebze- Kocaeli	1966	Isuzu	Kamyon, Kamyonet Minibüs Midibüs	70.26	13.155
Honda Türkiye	Gebze- Kocaeli	1997	Honda Motor Europe Ltd	Otomobil	-	50.000
Hyundai Assan	Kocaeli	1997	Hyundai Motor Comp.	Otomobil Kamyonet Minibüs	30	125.000
Toyota	Sakarya	1994	Toyota	Otomobil	-	150.000
Otokar	Arifiye- Sakarya	1963	Land Rover/ Fruehauf	Kamyonet Otobüs Minibüs Midibüs	100	8.800
Ford Otosan	Eskişehir Gölcük- Kocaeli	1983 2001	Ford	Kamyon Kamyonet Minibüs	59	330.000

Karsan	Nilüfer-Bursa	1966	Karsan/Peugeot/ Hyundai Motor Company/ Renault Trucks/Breda Menarini Bus	Kamyon Kamyonet Minibüs Otobüs	100	95.050
Tofaş	Bursa	1971	Fiat	Otomobil	62.2	400.000
Oyak Renault	Bursa	1971	Renault	Otomobil	49	360.000
M.A.N Türkiye	Akyurt-Ankara	1966	Man Truck & Bus AG	Kamyon Otobüs	0,1	1.700
T. Traktör	Ankara	1954	-	Traktör	62,2	40.000
B.M.C.	Pınarbaşı-İzmir	1966	-	Kamyon Kamyonet Otobüs Midibüs	100	20.000
Temsa Global	Adana Sakarya	1987 2008	Temsa/Mitsubishi Fuso Truck&Buss Corp	Kamyon Kamyonet Otobüs Minibüs	100	10.750
Toplam						1.637.955

Kaynak: Otomotiv Sanayi Derneği (OSD). www.osd.org.tr

EK 5. Anket Formu

Sayın İlgili; bu anket Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı İktisat Politikası Bölümünde yürütülmekte olan “Otomotiv Sektörünün İktisadi Analizi; Erzurum İl Merkezinde Otomobil Talebi ve Talebinin Belirleyicileri Üzerine Bir Saha Araştırması” adlı yüksek lisans tezi için veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Anket isim yazılmayacak ve bilgiler bilimsel amaç dışında kullanılmayacaktır. Araştırmanın başarıya ulaşması her şeyden önce vereceğiniz bilgilerin doğruluğuna bağlıdır. İlginize teşekkür ederim.

YÜKSEK LİSANS ÖĞRENCİSİ SEVDANUR DURMUŞ

- 1-Cinsiyetiniz? ☐ Erkek ☐ Kadın
- 2-Yaşınız? ☐ 19-28 ☐ 29-38 ☐ 39-48 ☐ 49-58 ☐ 59- ve üzeri.
- 3-Medeni Durumunuz? ☐ Evli ☐ Bekâr ☐ Evli ve çocuklu
- 4-Ailenizdeki kişi sayısı? (.....)
- 5-Eğitim Durumunuz? ☐ İlköğretim ☐ Lise ☐ Yüksekokul ☐ Lisans ☐ Yüksek lisans/Doktora
- 6-Mesleğiniz?
☐ Memur ☐ İşçi ☐ Esnaf ☐ Emekli ☐ Serbest meslek ☐ Özel sektör çalışanı ☐ Diğer
- 7-Aylık Net geliriniz? ☐ 850,00 TL-1850,00TL ☐ 1851,00TL-2850,00TL ☐ 2851,00 TL- 3850,00 TL
☐ 3851,00 TL ve üzeri.
- 8-Varsa ailenizde sizden başka çalışan kişi sayısı?
☐ 1 kişi ☐ 2 kişi ☐ 3 kişi ☐ 4 kişi ☐ 5 kişi ve üzeri
- 9-Otomobiliniz var mı? ☐ evet, var ☐ hayır yok
- 10- Otomobiliniz varsa, otomobilinizin model yılı nedir? (.....)
- 11-Otomobilinizi satın alırken; sıfır mı yoksa ikinci el mi satın aldınız?(.....)
- 12-Ailenizde sizde başka otomobili olan var mı?(...)
- 13-Satın aldığınız otomobil nasıl dikkatinizi çekti?
☐ TV, radyo, gazete, dergi vs. yerlerdeki reklamlarla ☐ İnternet aracılığıyla
☐ Trafikte ☐ Yakın çevrenin tavsiyesiyle ☐ Diğer kaynaklar
- 14-Otomobiliniz varsa, aylık bütçenizde otomobil yakıt harcamalarına ne kadar pay ayırıyorsunuz?(.....)
- 15-Otomobil alımını tasarruf aracı olarak görüyor musunuz? ☐ evet, görüyorum ☐ hayır görmüyorum
- 16-Tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?
☐ Bankada ☐ Hisse senedi ve tahvil olarak ☐ Döviz olarak
☐ Gayrimenkul olarak ☐ Altın olarak ☐ Diğer
- 17-Tasarruf araçlarının getirilerindeki değişimler otomobil talebinizi etkiler mi?
☐ evet, etkiler ☐ hayır etkilemez
- 18-Otomobilinizi satın alırken taşıt kredisi kullandınız mı? ☐ evet ☐ hayır
- 19-Kredi kullandıysanız kullanma şekliniz nedir?
☐ Markanın finans kuruluşu
☐ Yetkili satıcının önerdiği banka
☐ Kendi bankam
- 20-Otomobilinizin fiyatının ne kadarı için kredi kullandınız?(%)
- 21-Banka kredilerinin faizlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?
☐ Çok düşük ☐ Düşük ☐ Normal ☐ Yüksek ☐ Çok yüksek
- 22-Otomobiliniz hangi yakıt ile çalışıyor?
☐ Benzin ☐ LPG ☐ Motorin
- 23-Yeni bir otomobil alacak olsanız yakıt sisteminin ne olmasını isterdiniz?
☐ Dizel ☐ Benzin ☐ LPG ☐ Hidrojenle çalışan yakıt hücresi ☐ Elektrik motorlu ☐ Hibrit motor
- 24-Otomobil alırken zevkiniz mi, yoksa ihtiyaçlarınız mı kararınızda daha etkili olur?
☐ Zevkim ☐ İhtiyaçlarım
- 25-Otomobilden alınan motorlu taşıtlar vergisi ile ilgili düşüncenize uygun olan seçeneği işaretleyiniz?
☐ Çok düşük ☐ Düşük ☐ Normal ☐ Yüksek ☐ Çok yüksek
- 26-Türkiye’deki yakıt fiyatlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
☐ Çok düşük ☐ Düşük ☐ Normal ☐ Yüksek ☐ Çok yüksek

27-Sizce hükümetin ekonomik büyüme hedefi gerçekleşiyor mu?()evet ()hayır ()zaman zaman

28-Hükümetin açıklamalarına göre enflasyon düşüyor. Enflasyondaki bu düşüş otomobil talebinizi etkiliyor mu?

()Hiç etkilemiyor ()Az etkiliyor ()Etkiliyor ()Çok etkiliyor ()Çok fazla etkiliyor

29-Son on yıl içinde ekonomik durumunuz gelişti mi? ()evet ()hayır

30-Daha öncede yapılmış olan, eski otomobilleri trafiktan çekme karşılığında yeni otomobillerde ÖTV indirimi sağlayan hurda uygulanmasının yeniden yapılmasını ister misiniz?

()Evet, ()Hayır ()İlgilenmiyorum

31-Eski bir otomobiliniz olsa devlet 3000,00TL-6000,00TL arasında bir teşvik verse yeni bir otomobil alır mısınız?

() Evet, alırım ()Hayır almam

32- Ekonomik istikrarın sağladığını varsayarsak, döviz kurlarının düşmesi ve faiz oranlarının azalması yeni bir otomobil alma talebinizi etkiler mi ?()Evet etkiler ()Hayır etkilemez

33-Ülkemizde yerli bir marka ile yüzde yüz yerli malı bir otomobil üretilse satın alır mısınız?

() Evet, kesinlikle yerli malı tercih eder alırım

() Koşullu evet, özelliklerine bakar, karşılaştırma yapar uygun bulursam alırım

() Hayır, yerli üretim almam

	Çok Önemli	Önemli	Kararsızım	Önemsiz	Hiç Önemli Değil
34- Otomobil <u>satın alma kararınızı</u> etkileyen faktörleri ne kadar önemli bulduğunuzu dikkate alarak işaretleyiniz.					
Bireysel ve ailesel ihtiyaçları karşılaması	☐	☐	☐	☐	☐
Fiyatının diğer otomobillere göre uygun olması	☐	☐	☐	☐	☐
Yakıt fiyatların uygun olması	☐	☐	☐	☐	☐
Parçasının kolay bulunurluğu ve markaya güven	☐	☐	☐	☐	☐
Aile bütçesine uygun olması	☐	☐	☐	☐	☐
Gelirdeki artış	☐	☐	☐	☐	☐
Bireylerin günlük hayatını kolaylaştırması ve sosyal statü aracı olması	☐	☐	☐	☐	☐
Aracın özelliklerinin bireyin zevk ve beklentilerine hitap etmesi	☐	☐	☐	☐	☐
Ekonominin geleceğine güven ve kredi faizlerinin uygunluğu	☐	☐	☐	☐	☐
35-Otomobil alırken talebinizi <u>otomobilin hangi özellikleri</u> etkiler?					
Otomobilin markası ve imajı beni etkiler	☐	☐	☐	☐	☐
Otomobilin fiyatı ve kredi kolaylığı etkilidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Yerli üretim araç olması önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Araç güvenliği, kişisel destek hizmetleri önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Çevreye duyarlılığı, artırılmış araç ömrü önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Teknoloji ve bilgi kullanımı beni etkiler.	☐	☐	☐	☐	☐
Yakıt verimliği, alternatif yakıt teknolojileri kullanımı etkilidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Aracın stili, estetiği, ergonomi ve rahatlığı önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Yedek parça bulma kolaylığı önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐
Otomobilin servis ve satış sonrası hizmetleri önemlidir.	☐	☐	☐	☐	☐

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
36-Türkiye’de hala <u>yüzde yüz yerli otomobilin üretilmemesine</u> yönelik aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi belirtiniz.					
Yerli sanayiye yeterince destek verilmiyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Yeterli bilgi ve teknolojik donanımın olmamasından kaynaklanıyor.	☐	☐	☐	☐	☐
Otomobil fiyatlarını düşüreceği için yabancı yatırımcıların istememesinden.	☐	☐	☐	☐	☐
Lükse ve marka düşkünlüğü nedeniyle ithal arabalara çok fazla talep gösteriyoruz.	☐	☐	☐	☐	☐
Ülkemizde çok fazla fason üretim otomobil var.	☐	☐	☐	☐	☐
37- <u>Yerli otomobilin Türkiye ekonomisine katkılarının neler olabileceğine</u> yönelik aşağıdaki ifadelere katılım derecenizi belirtiniz.					
İşsizliği azaltır-İstihdamı artırır	☐	☐	☐	☐	☐
İthalatı azaltır-Cari açığı düşürür	☐	☐	☐	☐	☐
İhracatı artırır-Döviz gelirlerini yükselir	☐	☐	☐	☐	☐
Yan sanayiye geliştirir	☐	☐	☐	☐	☐
Vergi gelirlerini artırır-Bütçe dengesini besler	☐	☐	☐	☐	☐
Ulusal kaynakların etkin kullanımını sağlar	☐	☐	☐	☐	☐

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı soyadı	Sevdanur DURMUŞ
Doğum Yeri ve Tarihi	ERZURUM 14.10.1985
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Selçuk Üniversitesi. İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi. İktisat Bölümü
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı. İktisat Politikası Bölümü
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	Telekom'da Muhasebe ve Finansman bölümünde staj
Projeler	
Çalıştığı kurumlar	PTT, Muhasebe Memurluğu
İletişim	
E-Posta Adresi	sultan-isevda@hotmail.com
Tarih	2014