

Derleme Makale

**Otomotiv Sektörünün Türkiye Ekonomisini Makroekonomik Olarak Etkileme
Mekanizmaları ve Sektöre Yönelik Bir Analiz**

*The Influence Mechanisms of Automotive Sector on Turkish Economy in
Macroeconomic Manner and A Sector Analysis*

<p>Ali Kemal BAŞBUĞ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat ABD alikemalbasbug@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-0830-5816</p>	<p>Umut EVLİMOĞLU Dr. Öğretim Üyesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İ.İ.B.F. İktisat Bölümü uevlimglu@adu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-3708-432X</p>
---	---

Makale Gönderme Tarihi 05.11.2019	Revizyon Tarihi 31.12.2019	Kabul Tarihi 13.01.2020
---	--------------------------------------	-----------------------------------

Öz

Türkiye otomotiv sektörü, 150'den fazla ülkeye ihracat yapan bir sektör durumundadır. Birçok sektörle ilişki içerisinde bulunan otomotiv sektörü Türkiye açısından büyük öneme sahiptir. Çalışmanın amacı; Türkiye otomotiv sektörünün makroekonomik açıdan ne gibi katkılarının olduğunun ortaya koymak, SWOT analizi ile sektörün güçlü ve zayıf yanlarını tespit etmek ve sektörün Türkiye ekonomisine sağladığı katkıların artması için önerilerde bulunmaktır. Bu bağlamda, otomotiv sektörünün istihdam, büyüme, ödemeler dengesi, ihracat, vergi gelirleri, doğrudan yabancı yatırımlar gibi alanlardaki katkıları ortaya konmuştur. Ayrıca, sektörün güçlü ve zayıf yönlerini tespit etmeye yönelik bir SWOT analizi yapılmıştır. Sektörün güçlü yanlarının daha çok üretim ile ilgili konularda yoğunlaşırken, zayıf yanlarının ise özellikle ithalat ve talep ile ilgili konularda ortaya çıkabildiği sonucuna ulaşılmıştır. SWOT analizinden çıkan sonuçlara göre 4 farklı strateji kapsamında yapılması gerekenler öneriler şeklinde verilmiştir. Bu stratejiler kapsamında ortaya konan önerilerin uygulamaya geçirilmesi hem sektörün gelişmesi hem de Türkiye ekonomisine olan katkılarının artması açısından büyük öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Otomotiv Sektörü, Makroekonomik Etki, SWOT Analizi

JEL Kodları: A10, L60, L62

Abstract

Turkish automotive industry exports to more than 150 countries and holds great importance for Turkey. The aims of this research are; to reveal the macroeconomic contributions of Turkish automotive industry, to identify strengths and weaknesses of the sector using SWOT analysis and to make suggestions to increase contributions to Turkish economy. In this regard, contributions of the industry in the areas such as employment, growth, balance of payment, exportation, tax revenues, and foreign direct investment are presented. Also, a SWOT analysis has been performed to determine strengths and weaknesses of the sector. It is concluded that strengths of the sector concentrate on manufacture-related topics, whereas weaknesses might appear, especially, on importation and demand-related topics. According to the results of SWOT analysis, suggestions have been made in four different strategies. Implementations of the suggestions developed within the scope of these strategies are of great importance for development and increasing the contribution of the sector to Turkish economy.

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Başbuğ, A.K., Evlimoğlu, U. 2020 Otomotiv Sektörünün Türkiye Ekonomisini Makroekonomik Olarak Etkileme Mekanizmaları ve Sektöre Yönelik Bir Analiz, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(1), 134-154

Keywords: *Automotive sector, Makroeconomic Effect, SWOT Analysis*

JEL Codes: *A10, L60, L6*

Giriş

Günümüzde otomotiv sektörü her gelir düzeyinden kişiye üretim gerçekleştiren bir sektör durumundadır. Sanayileşmeye ve kalkınmaya olan katkıları sebebiyle ülkeler açısından öneme sahiptir. Otomotiv sektörü; birçok sektörle olan ileri ve geri bağlantıları sebebiyle etkileşim halindedir. Sürekli ortaya çıkan yeni teknolojiler sektörün ürünlerini yenilemelerini gerektirmektedir. Otomotiv markaları dünyanın çeşitli yerlerinde üretim gerçekleştirerek çok uluslu şirket konumuna gelmişlerdir.

Tüketici talepleri ürünlerin geliştirilmesinde çok önemli paya sahiptir. Bu durum firmalar arasındaki rekabeti artırırken; kalitenin yükselmesine de sebep olmaktadır. Bu anlamda firmalar dünyadaki değişimleri yakından takip edip onlara ayak uydurmak için sürekli yeni yatırımlara gitmek durumunda kalmaktadırlar. Otomotiv sektöründe yan sanayiler de sektörde önemli bir yer tutmakta ve ana sanayiye parça tedarik etmektedirler. Otomotiv sektörü ülke ekonomileri açısından; ihracatın artırılması, istihdam yaratılması, yabancı yatırımların ülkeye çekilmesi gibi nedenlerle önem taşımaktadır.

Türkiye’de otomotiv sektöründe üretim faaliyetleri 1950’lerde montaj yoluyla başlamış ilerleyen zamanlarda otomotiv sektörü birçok evreden geçmiştir. Türk şirketler ile yabancı şirketlerin ortaklıkları sektörün yapısını değiştirmiştir. Ayrıca, sektör açısından Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği’nin gerçekleştirilmesi bir dönüm noktası olmuştur. Bu noktadan sonra sektör hızlı bir gelişme göstererek Türkiye ekonomisi için lokomotif sektörlerden biri haline gelmiştir. Günümüzde Türkiye küresel anlamda birçok uluslararası otomotiv firmasının üretim yaptığı bir merkez konumundadır. Yerli ve yabancı sermayeli olmak üzere birçok otomotiv şirketi faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu şirketlerin üretiminde yıldan yıla artışlar yaşanmaktadır. Üretim bir kısmı iç pazara yönelikken önemli bir kısmı da ihracata yönelik olarak gerçekleşmektedir. Avrupa’ya olan yakınlık işçilik maliyetlerinin nispeten düşüklüğü birçok yabancı sermayeli firma açısından Türkiye’yi cazip kılmaktadır. 2018 yılı itibariyle Türkiye, otomotiv üretiminde dünyada 14. sırada yer almaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde, Türkiye’de otomotiv sektörünün gelişimi incelenmiştir. İkinci bölümde ise otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisine makroekonomik olarak katkı yaptığı alanlar ve katkıları somut olarak ortaya konulmuştur. Sektör çeşitli fırsatları, tehditleri ve zayıflıkları bünyesinde barındırmaktadır. Üçüncü bölümde bunların belirlenmesi amacıyla sektöre yönelik bir SWOT analizi de yapılmıştır. Çıkan sonuçlar ışığında, güçlü yönlerin artırılmasına, fırsatların değerlendirilmesine, tehdit ve zayıflıkların azaltılmasına yönelik olarak farklı stratejiler ortaya koyularak yapılması gerekenler belirtilmiştir. Bu stratejiler sektörün, gerek makroekonomik unsurlara gerekse de ülke ekonomisine olan katkısının artırılması açısından önem taşımaktadır.

1.Türkiye’de Otomotiv Sektörünün Gelişimi

Türkiye’de otomotiv sanayi 1960’lı yıllarda başlayan süreçten itibaren önemli mesafeler kat etmiştir. Özellikle üretim, pazarlama ve satış konularında edinilen bilgi ve tecrübeler sektörü sürekli daha ileriye taşımıştır. Sektördeki firmalar bu süreçteki bilgi ve deneyimlerini; yabancı sermaye ile gerçekleştirdikleri ortaklıklar, hedef pazarlara yakınlık, maliyet avantajı, teknoloji ve üretim kapasiteleri ile birleştirence Türkiye otomotiv sektörü dünyada oldukça rekabetçi bir konuma gelmiştir (Pehlivanoglu, v.d, 2014, s. 597). 1960’larda otomobil üretimine yönelik hem ana sanayi hem de yan sanayilerin gelişmesini teşvik etmek amacıyla uygulanan politikalar sektörde olumlu olmuştur (Yaşar, 2013, s. 783). 1970’lerde ise özellikle otomobil aksam ve parçalarının üretimine yönelik olarak yerleştirme çalışmalarına önem verilmiştir (Yılmaz v.d, 2017, s. 690). Türkiye’de otomotiv sektöründeki büyüme 1990’lı yıllardan sonra hız kazanmıştır. 1996 yılında Gümrük Birliği’ne girilmesi, sektöre yönelik yabancı sermaye yatırımlarını artırmıştır. Yatırımların artmasında etkili olan diğer sebepler; ucuz işgücü, ülkenin sahip olduğu jeopolitik konumu, gelişime açık olan ve hızla büyüyen dinamik bir piyasa yapısının varlığı

şeklinde sıralanabilir (Engin ve Polat, 2010, s. 41). Gümrük Birliği'nin sağladığı ivme sayesinde, kalite artışı, yeni modellerin ortaya çıkışı ve teknik mevzuatta uyum gibi konularda ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu faktörlerin etkisiyle gelişen otomotiv sanayi, özellikle 2000-2010 döneminde küresel üretim ve ihracat merkezlerinden biri haline gelmiştir (Özdamar ve Albeni, 2011, ss. 195-196). 1960'lı yıllarda yıllık yaklaşık 10 bin olan üretim miktarı 1970'lerde 100 bini, 1980'lerde 200 bini, 1993 yılında 400 bini geçmiştir. Günümüzde yıllık 1 milyon adedin üzerindeki üretim miktarı ile Türkiye Avrupa'nın önde gelen üreticilerinden biri olmuştur (Yayar ve Yılmaz, 2016, s. 78).

Türkiye otomotiv sektörünün geçirmiş olduğu süreçler kısaca şu şekilde özetlenebilir (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, 2011, s. 9):

- 1960'lı yıllarda ithal ikamesine yönelik olarak “ticari araç ve traktörlerin montaj şeklinde üretimi”
- 1970'li yıllarda yerlileştirme amacına yönelik olarak “aksam parça üretimi”
- 1980'li yıllarda kapasitenin artırılması amacıyla yapılan “teknoloji yatırımları”
- 1990'lı yıllarda AB ile entegrasyon ve küresel rekabete yönelik olarak yeniden yapılanma
- 2000'li yıllarda küresel rekabetin sürdürülebilir olmasına yönelik olarak tasarım, üretim faaliyetleri ile daha yüksek katma değer yaratmak

Ayrıca otomotiv sektörüne yön veren diğer bazı gelişmeler kronolojik olarak Tablo 1'de gösterilmektedir.

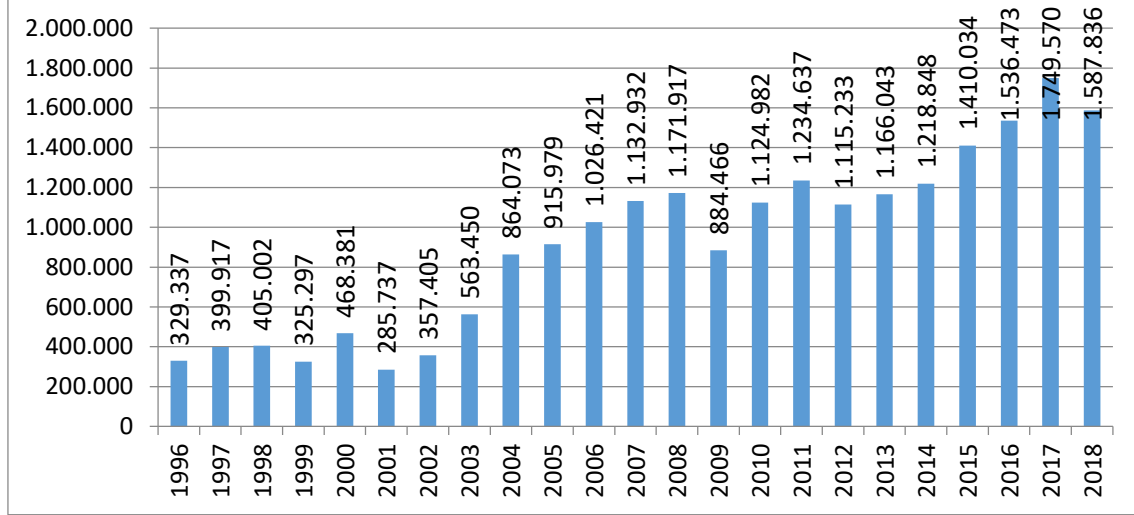
Tablo 1: Türk Otomotiv Sektöründeki Bazı Önemli Gelişmeler

1955	TOE kamyon üretmek amacıyla Triumph firmasıyla işbirliği anlaşması yaptı
1958	İstanbul'da ilk Türk otomobili Nobel 200 modeli, Fuldamobil lisansı ile üretilmeye başlandı
1959	Ford Motor Company ve Koç grubu ortaklığıyla Otosan kuruldu
1960	Otosan fabrikasında günde 4 adet Ford Consul otomobil ve 8 adet Ford Thames kamyon üretimi ne başlandı
1961	Devrim adıyla yerli otomobil projesi başlatıldı
1962	Otobüs, minibüs, kamyon, kamyonet, traktör, pick-up ve REO marka askeri araçlarla şasi, radyatör ve benzin deposu gibi araç parçalarını üretecek olan Türk Otomotiv Endüstrileri A.Ş. kuruldu
1966	Otosan, 1966'da İngiliz bir firmaya Anadol'un bir prototipini yaptırdı
1967	Otomarsan kuruldu. Hafif ticari araç olan Ford Transitin üretimi yapıldı.
1968	Tofaş kuruldu. İstanbul'da Mercedes O302 model otobüsler üretilmeye başlandı
1971	Fiat lisansı ile Murat 124 ve Oyak, Renault lisansı ile Renault 12 üretilmeye başlandı
1973	Otosan Türkiye'de üretilen ilk spor otomobil olan Anadol STC-16'yı üretti
1985	Otosan Ford Taunus modelini, Oyak Renault ise Renault 9 modelini üretmeye başladı
1987	Türkiye'nin ilk hatchback modeli olan Renault 11 üretildi. İlk dizel motor Anadol pick-up'a takıldı.
1989	Renault 12 serisinin motor ve karoseri değiştirilerek, Toros modelinin üretimine başlandı
1996	Prof. Dr. Hasan Yurdakul, “Maral” marka klasik otomobillerin üretimine başladı
1997	Honda Civic ve Hyundai Accent üretimine başlandı
2007	Gaziantep'te kurulan Müjdeci Kamyonet firması, Folkvan markalı kamyonetlerin üretim ve montajına başladı
2009	Türkiye'nin ilk 4x4 cipi Türkar'ın üretimine başlandı
2010	Fiat Doblo'nun üretimine başlandı
2012	Etox sedan ve ticari araçlar, test aşamasında üretildi
2015	T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Saab 9-3'ün bütün haklarını satın aldı ve yerli otomobil üretimine yönelik geliştirme çalışmaları başlatıldı
2017	Yerli otomobil üretimine yönelik yerli sanayicilerden oluşan bir konsorsiyum kuruldu

Kaynak: İkinciye.com/blog/oto-bellek-detay/donemlerine-gore-turk-otomotiv-sanayisinin-gelisimi Erişim tarihi:25.12.2019

Türkiye otomotiv sektörü, otomotiv üreticisi olan diğer ülkelerle karşılaştırıldığında özellikle otobüs ve kamyon üretiminde birçok açıdan rekabet gücüne sahiptir. Ayrıca, Avrupa’da ticari araç üretiminde de ilk sırada yer almaktadır (Pişkin, 2017, s. 8).

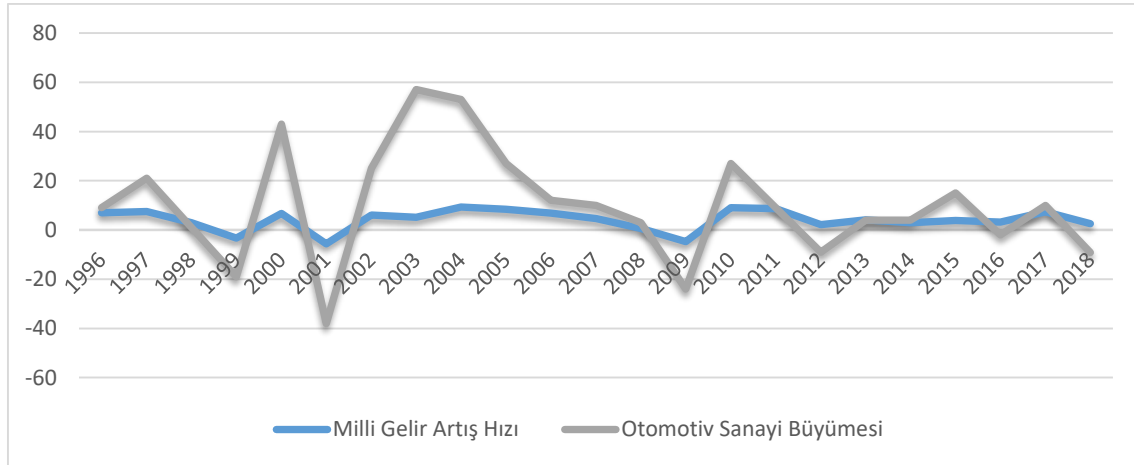
Grafik 1: Türkiye’nin Otomotiv Üretimi (Adet)



Kaynak: <http://www.osd.org.tr>, Erişim tarihi: 19.06.2019

Grafik 1’de de görüldüğü üzere 1996 ile 2018 yılları arasında sektörün üretimi, kriz yılları hariç sürekli bir artış eğilimi içindedir. Kocaeli depreminin olduğu yıllarda ve 2001, 2008 krizlerinin olduğu yıllarda gerileme eğilimine giren sektördeki üretim, kısa sürede toparlanarak hemen artış eğilimine girmiş, eski üretim seviyelerine ulaşmış, geçmiştir. 1996-2018 yılları arasında Türkiye motorlu araç üretimi 4.8 kat artarak 329.337 adetten 1.587.840 adede ulaşmıştır.

Grafik 2: Otomotiv Sektörü Büyüme Oranları ve Milli Gelir Artış Hızı



Kaynak: OSD Raporları ve TÜİK

Grafik 2’de milli gelirdeki artış hızıyla otomotiv sektöründeki büyüme hızı karşılaştırmalı şekilde verilmiştir. Grafikten çıkan sonuç Türkiye ekonomisinin hızlı büyüdüğü yıllarda (1997,2004, 2010) otomotiv sektöründeki büyüme hızının çok daha fazla olmuştur. Ayrıca Türkiye’nin potansiyel büyüme hızı olan %5’e yakın büyüdüğü yıllarda da otomotiv sektöründeki büyümenin çok daha hızlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla otomotiv sektörü bu yıllarda büyümenin yüksek olmasına da katkı sağlamıştır. Buna karşın düşük büyüme veya küçülme yaşanan yıllarda ise (1999, 2001, 2009, 2012) otomotiv sektöründeki büyümenin daha düşük kaldığı, ekonomide küçülmenin gerçekleştiği yıllarda ise otomotiv sektöründeki küçülmenin daha fazla olduğu

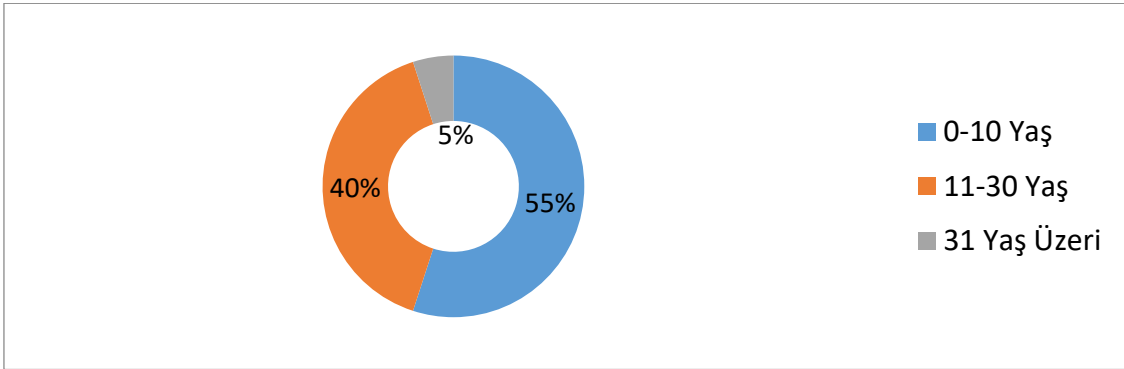
görülmektedir. Bu anlamda otomotiv sektörü milli gelirdeki değişmelere oldukça duyarlı bir yapı sergilemektedir.

Dünyada otomotiv sektöründe rekabet edebilmek için gereken unsurlar; üretimde esneklik ve yüksek kalite standartları, rekabetçi ve güçlü bir tedarik zinciri, nitelikli işgücü şeklinde sıralanabilir (Yılmaz, 2014, s. 66). Türkiye'nin gelecekte dünyada otomotiv sektöründe daha üst sıralarda yer alması için sadece bir "üretim merkezi" değil aynı zamanda "tasarım merkezi" "Ar-Ge merkezi" ve "doğrulama merkezi" olması gerekmektedir (Çakar, 2007, s. 46).

2. Türkiye'de İç Pazarın Durumu

Türkiye'de 1966 yılındaki trafikteki motorlu araç sayısı yaklaşık 232.000'dir. 2019 yılı Ocak ayı itibari ile ise bu rakam 23 milyonu geçmiştir. Bu yıllık ortalama % 9.4 artışa tekabül etmektedir. 2018 yılında 1000 kişi başına düşen motorlu araç rakamı Amerika'da 808, Avrupa'da 569 iken, Türkiye'de bu rakam sadece 189'dur (Pişkin, 2017, s. 9). Dolayısıyla diğer ülkelerle kıyaslandığında düşük kalmaktadır. Ayrıca, her yıl yeni trafiğe kayıt olan araç sayısı, trafikten kaydı silinen araç sayısının çok üzerindedir. Bunun sonucu olarak Türkiye'de araç parkı yaş ortalaması da yüksektir. Zaman zaman yürürlüğe giren hurda v.b teşvikler ile yaş ortalamasının düşmesine rağmen, araçların yarıya yakını 10 yaş üzerindedir. Bu durum sektör açısından bir potansiyel oluşturmaktadır.

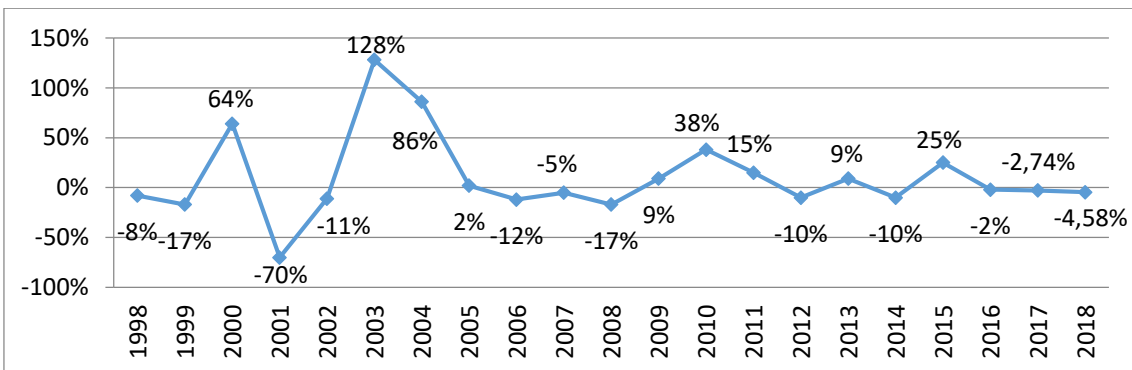
Grafik 3: Türkiye'de araç parkı yaş dağılımı



Kaynak: Pişkin, Otomotiv Sektör Raporu, s:53

Ayrıca, genç nüfusun fazlalığı, doğum oranları, kadınların işgücüne katılım oranlarındaki artış, artan kentleşme, ulaşım altyapısındaki gelişmeler, büyümeye ve kredi maliyetlerinin düşük olmasına bağlı olarak artan otomobil talebi gibi faktörler otomobil pazarının gelecekteki potansiyelini yükseltmektedir (Pişkin, 2017, s. 9). Bütün bu unsurlar bir araya getirildiğinde sektörün potansiyeli ortaya çıkmakta ülkedeki büyümeye paralel araç satışlarında da bir artış söz konusu olacağı görülmektedir.

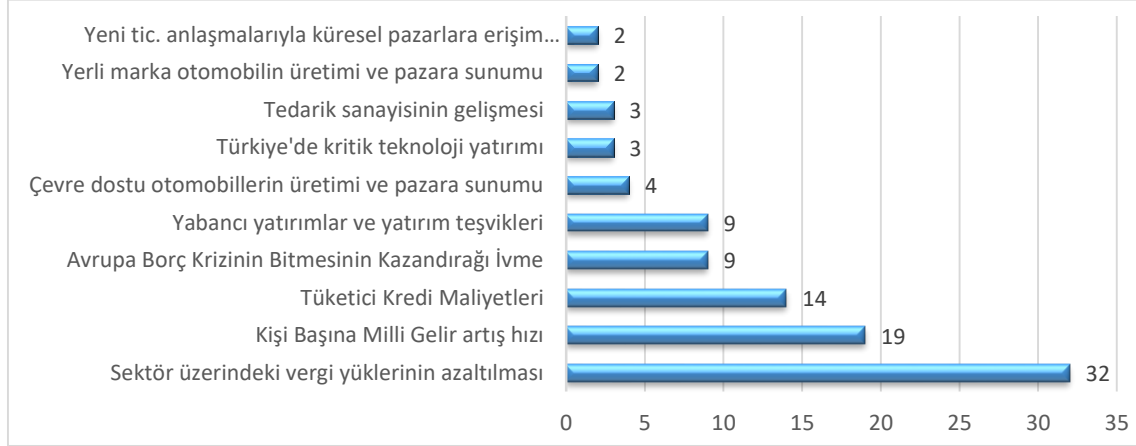
Grafik 4: Türkiye Otomotiv Pazarı Yıllık Büyüme Oranları



Kaynak: Otomotiv Sektör Raporları

Otomotiv pazarının yıllık büyüme oranlarını gösteren Grafik 4'den görüldüğü gibi pazar büyümesi zaman zaman istikrarsız bir seyir göstermektedir. Bunun sebepleri: döviz kurundaki dalgalanmalar, faiz oranlarındaki değişimler ve makroekonomik değişkenlerdeki ani değişikliklerin, taşıt talebinde yarattığı artış ya da azalışlardır.

Grafik 5: Otomotiv Sektörünün Büyümesini Etkileyen Faktörler



Kaynak: KPMG Türkiye 2015 Otomotiv Yöneticileri Araştırması

Grafik 5'de gösterilen KPMG'nin yapmış olduğu bir araştırmaya göre Türkiye'deki otomotiv sektöründeki yöneticilere, Türkiye otomotiv sektörünün büyümesini etkileyen faktörlerin ne olduğu sorulduğunda en önemli faktör olarak sektör üzerindeki vergi yükleri cevabı verilmiştir. Diğer faktörler ise, kişi başına milli gelir artış hızı ve kredi faizleri şeklinde belirtilmiştir. Dolayısıyla makroekonomik faktörlerin sektöre olan etkisi büyüktür.

3. Otomotiv Sektörünün Türkiye Ekonomisine Etki Mekanizmaları

Otomotiv sektörünün Türkiye için önemi birçok faktörden kaynaklanmaktadır. Bu faktörlerden bir tanesi otomotiv sektörünün birçok imalat ve hizmet sektörü ile bağlantı içerisinde olmasıdır. Otomotiv sektörü ile doğrudan bağlantılı sektörler tedarikçi sektörler, destekleyici sektörler ve tüketici sektörler olarak üçe ayrılabilir. Otomotiv sektörü kendisine doğrudan parça tedarik eden cam, lastik, boya, tekstil v.b, otomotiv sektörünü destekleyen sigortacılık, akaryakıt, bakım v.b. ve hizmet sağladığı ulaştırma, turizm, inşaat, tarım gibi sektörlerle bağlantı içerisinde.

Dolayısıyla otomotiv sektörü tüm bu sektörler ile olan ileri ve geri bağlantıları sayesinde özellikle; istihdam, vergi gelirleri, ödemeler dengesi, ihracat, yabancı yatırımlar gibi makroekonomik alanlarda Türkiye ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

3.1. İstihdama Etkisi

İstihdam, Türkiye ekonomisi için en önemli konuların başında gelmektedir. İşsizlikle mücadelenin önemli olduğu Türkiye'de, istihdam yaratan sektörler bu açıdan ayrı bir öneme sahiptirler. Otomotiv sektörü de Türkiye'de önemli istihdam yaratan sektörlerden biridir. Otomotiv sektörünün istihdam yarattığı alanlara bakılacak olursa; otomotiv ana sanayi ile başlayıp, yan sanayilere kadar uzanan birçok sektörü içine almaktadır. Üretim, satış, ve satış sonrası olmak üzere birçok eleman sektörde ya da sektörle bağlantılı diğer alanlarda istihdam edilmektedir.

Kargül ve Erol (1994) yaptıkları çalışmalarında; otomotiv sektöründeki doğrudan istihdamın dolaylı istihdama oranını 1/20 olarak tespit etmişlerdir. Başka bir deyişle sektörde bir kişinin istihdam edilmesi, 20 kişiye dolaylı olarak istihdam olanağı sağlamaktadır. Günümüzde ise otomotiv sektörü Türkiye'deki sanayi içindeki istihdama doğrudan yüzde 4, dolaylı olarak ise yaklaşık yüzde 15 katkı sağlamaktadır (www.dunya.com). Bu oldukça yüksek bir orandır. Ayrıca bu durum, diğer sektörlerle olan ileri ve geri bağlantıların yüksek olduğunun da bir göstergesidir.

Türkiye otomotiv ana sanayide yaklaşık olarak 50.000 kişi, yan sanayide 250.000, dağıtım pazarlama ve satış ağlarında çalışanlar da eklendiğinde yaklaşık 450.000 kişiye istihdam sağlandığı tahmin edilmektedir (Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı, 2016, s. 12). Otomobil ana sanayi ve yan sanayinde çalışanların çok büyük bir kısmı Marmara Bölgesi'nde istihdam edilmektedir. Bu durumda etkili olan faktörler, nüfus yoğunluğu ile bağlantılı ucuz ve nitelikli işgücünün varlığı, esnek yapıya sahip güçlü bir yan sanayinin varlığı, tedarik zincirinin etkinliği, geri ve ileri bağlantı etkileri, hedef pazarlara yakınlık, ihracat ve ithalat kolaylığı gibi etkenlerdir (Yaşar, 2013, ss. 797-799).

Otomotiv sanayi yüksek teknoloji ile üretim gerçekleştiren bir sektördür. Sürekli yeni teknolojiler üretime uygulanmaktadır. Bu durum sektörde yetişmiş elemana ihtiyaç duyulmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu ihtiyacı karşılamak için gerek meslek yüksekokullarında gerekse de sektörde eğitim faaliyetleri verilmektedir (İSO, 2002, s. 22).

Tablo 2: Türk Otomotiv Sanayinde İstihdam

Yıllar	1996	1999	2001	2002	2006	2008	2009	2011	2015	2016	2017	2018
İşçi	19.984	20.014	19.268	20.745	32.606	36.149	31.191	35.274	37.554	41.860	42.772	40.259
Büro Personeli	3.316	4.131	4.032	3.800	3.287	3.642	3.428	4.250	4.210	4.320	4.340	4.484
İdareci	643	783	874	737	872	740	543	546	1.355	1.094	1.081	1.069
Mühendis	974	1.612	1.785	1.760	2.801	3.596	3.363	3.480	4.198	4.578	4.853	4.745
İdareci Mühendis	521	705	721	881	908	1.026	1.059	1.346	1.431	1.525	1.549	1.509
Toplam	25.438	27.245	26.680	27.923	40.474	45.153	38.584	44.896	48.748	53.377	54.595	52.066

Kaynak: <http://www.osd.org.tr>, Erişim tarihi: 05.25.2019

Tablo 2'de otomotiv sanayinde çalışan çeşitli iş gruplarına mensup çalışanların yıllar itibariyle değişimi görülmektedir. Tabloya göre yıllar itibariyle sektördeki istihdamın hızlı bir gelişim gösterdiği görülmektedir. Meslek gruplarına göre istihdam artışına bakacak olursak, en fazla işçi sayısında artış olduğu göze çarpmaktadır. Sektörde 1996 yılında işçi olarak çalışanların sayısı 19.984 kişi iken bu rakam 2018 yılı itibariyle yüzde yüzlük bir artış göstererek 40.259 kişiye ulaşmıştır. Benzer şekilde sektörün büyümesine paralel olarak nitelikli eleman ihtiyacı artmış ve mühendis, büro personeli, idareci olarak istihdam edilenlerin sayısında da artış yaşanmıştır. Doğrudan otomotiv sanayinde çalışanların sayısı 55.000 kişiye ulaşmıştır. Yan sanayiler ve otomotiv sanayi ile bağlantılı diğer sektörlerde yaratılan istihdam da göz önüne alındığında bu katkının boyutu çok daha büyük seviyelere ulaşmaktadır. Otomotiv sanayi Türkiye'de toplam istihdamın yaklaşık %5'ini oluşturmaktadır. Sadece sanayi sektörü baz alındığında ise sektörün sanayi istihdamı içindeki payı %15'ler seviyesindedir.

Ekonomideki olumsuz gelişmeler ve özellikle kriz dönemlerindeki talepteki hızlı düşüslere paralel, üretim düşüşleri sektörü işçi çıkarmak durumunda bırakmaktadır (Tekel ve Felekoğlu, 2007, ss. 28-29). Buna karşın krizlerden sonra hızlı toparlanma eğilimine paralel olarak istihdamda da hızlı artışlar söz konusu olmuştur.

3.2.Ödemeler Dengesine Etkisi

Özellikle süregelen dış ticaret açığı sorununun olduğu Türkiye gibi ülkelerde, bu açığı kapatıcı unsurlar büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda, otomotiv sektörünün gerçekleştirmiş olduğu ihracat, dış ticaret açısından son derece önemlidir. Otomotiv sektörü gerek ileri bağlantı etkileri gerekse de yerli ürünler ile ithal ürünler arasındaki ikame esnekliğinin yüksek olmasından dolayı, öncelikle dış ticaret dengesini, sonrasında da ödemeler dengesini etkilemektedir (Aktaş, 2007, ss.149-162). Dünya markalarının Türkiye'de üretimlerini gerçekleştirerek buradan diğer ülkelere ihraç etmeleri bir yandan ülkenin ihracatına katkı sağlarken diğer yandan ithalatın azalmasını sağlayarak, dış ticaret bilançosuna ve ödemeler dengesine pozitif katkılar sağlamaktadır.

Popüler olan yeni dış ticaret teorilerinden biri gelişmişlik seviyesi benzer olan ülkelerin aynı mal grubundaki ürünleri aynı anda hem ihraç hem de ithal etmeleri olarak tanımlanan endüstri içi ticaret teorisi. Bu tezinin açıklanmasında ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomilerinden yararlanılmıştır. Endüstri-içi ticaret; aynı endüstriye ait malların ülkeler tarafından aynı anda bir

yandan ihracatı yapılırken diğer yandan ithalatının yapılması şeklinde tanımlanabilir (Brühlhart, 2009, s.401). Otomobil sektörü için düşünüldüğünde Türkiye'nin Almanya'ya Renault marka otomobil ihraç ederken Volkswagen ithal etmesi veya bu araçların aksam ve parçalarını hem ihraç hem de ithal etmesi endüstri-içi ticarete iyi bir örnektir. Endüstri-içi ticaretin oluşmasının bazı nedenleri; ürün farklılaştırması, nakliye masrafları, coğrafi konum, gelir dağılımındaki farklılık, ürün kümelenmesinin derecesi, dinamik ölçek ekonomileri şeklinde sıralanabilir (Can, 2011, ss.8-10). Bakan ve Selci(2019), 2008-2017 dönemi itibarıyla Türkiye otomotiv sektörünün diğer ülkelerle olan endüstri içi ticaretini Grubel-Lloyd endekslerini kullanarak incelemiş; sektörün özellikle Almanya, Fransa ve İspanya ile yoğun bir endüstri içi ticarete sahip olduğunu, İngiltere ve Çekya gibi ülkelerle ise daha düşük yoğunlukta olsa da endüstri içi ticaretin bulunduğunu tespit etmiştir.

1980'li yıllardaki liberal politikalar sonucunda gümrük vergilerinde azalışlar sektörde ithalatı artırmıştır. Gümrük Birliğine giriş sektör açısından bir milat niteliği taşımıştır. Gümrük Birliğinin ilk yıllarında ithalatın artması sektörün ödemeler dengesi bilançosuna olumsuz etki etmesine neden olsa da, ilerleyen yıllarda Gümrük Birliğinin etkisiyle gerek sektöre olan doğrudan yabancı yatırımların artması gerekse sektörün net ihracatçı bir niteliğe dönüşmesi, sektörün ödemeler bilançosu dengesi üzerindeki etkisini pozitif yöne döndürmüştür.

Tablo 3: Otomotiv Sektörü Dış Ticaret Verileri (Milyon \$)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
İhracat	12.251	13.812	15.803	15.148	17.000	18.063	17.462	19.801	23.941	26.758
İthalat	8.975	13.419	17.184	14.514	16.808	15.735	17.543	17.840	17.428	13.895
Dış Tic.(Açığı-Fazlası)	3.275	393	-1.380	633	191	2.327	-80	1.961	6.513	12.863
İhr.İth.Karş.Oranı	136%	103%	92%	104%	101%	115%	100%	111%	137%	211%

Kaynak: OSD Otomotiv Sanayi Dış Ticaret Raporu 2017:3

Otomotiv sektörünün ödemeler dengesine olan etkisini daha net ortaya koyabilmek için Tablo 3'den sektörün son on yılda iki yıl hariç dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. 2018 yılında dış ticaret fazlası 12.8 milyar \$ seviyesine kadar yükselmiştir. Türkiye ekonomisi için otomotiv sanayi Türkiye'de dış ticaret fazlası yaratan ikinci fasıl konumundadır. 90'lı yılların başında otomotiv sektöründe ihracatın ithalatı karşılama oranı %11 gibi son derece düşük bir seviyede iken, 1990'ların sonunda bu oran %52'ye yükselmiştir. Son yıllara bakıldığında ise 2018 yılına kadar (2011 yılı hariç) sektörde ihracatın ithalatı karşılama oranının %100'ün üzerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu süreçte ihracat performansının artarak, ithalatın önüne geçmesi; cari açığın kapanması ve ödemeler bilançosu dengesi açısından önem taşımaktadır. **3.3.İhracata Etkisi**

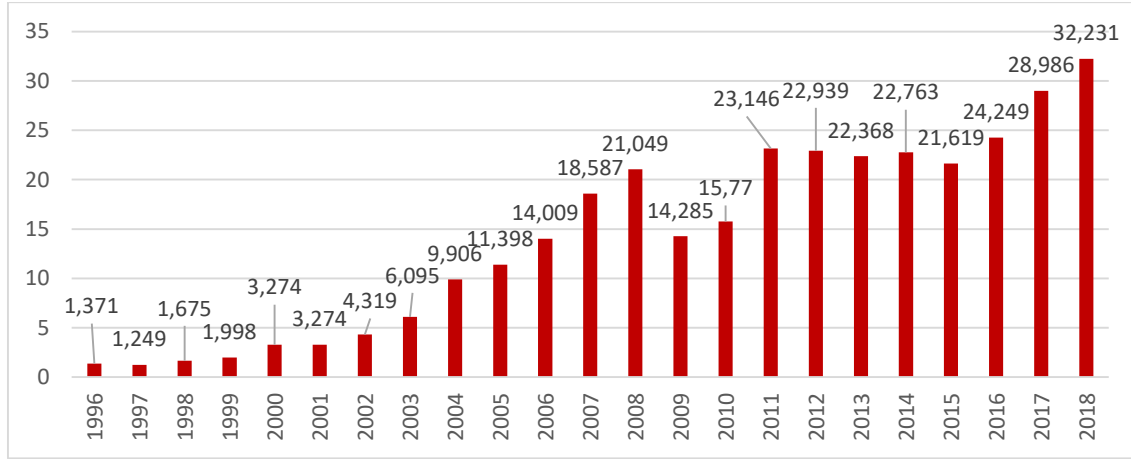
Sektördeki 1980'li yıllara kadar iç pazar odaklı üretim yapısı, 1980'den sonra ise ihracata yönelik kalkınma stratejisinin benimsenmesiyle birlikte değişmeye başlamıştır. Gümrük Birliği sonrasında artan yatırımlar hem nicelikte hem de nitelikte bir artış meydana getirmiştir. Bu süreçte zaman zaman ortaya çıkan küresel krizler ve durgunluklar Türkiye'den yapılan ihracatın azalmasına sebep olmuştur. Buna karşın, yaşanan devalüasyonlar sonucunda, Türk Lirası'nın değer kaybetmesi sektöre olumlu yansımış ihracatta artış yaşanmıştır. Örnek verilecek olursa; TL'nin ciddi değer kaybettiği 1999 yılında %87, 2001 yılında ise %52 oranında sektör ihracatında bir artış söz konusu olmuştur.

Tablo 4: Yıllar İtibariyle Otomotiv Sektöründe Üretim ve İhracat (Adet)

Yıllar	1996	1999	2002	2005	2008	2011	2014	2018
Üretim	329.000	325.000	357.000	915.000	1.171.000	1.234.000	1.218.000	1.587.000
İhracat	30.000	85.000	253.000	561.000	907.000	779.000	902.000	1.334.000
İhrac/Üre (%)	%9	%26	%70	%61	%77	%63	%74	%84

Kaynak: Otomotiv Sanayi Genel İstatistik Bültenleri

Üretim ve ihracat adetlerinin verildiği Tablo 4 incelendiğinde; 1996 yılında toplam üretimin sadece %9'unun ihraç edildiği görülmektedir. 2002 yılında bu rakam %70'e, 2018 yılında ise %84 gibi yüksek bir orana çıkmıştır. Dolayısıyla, Türkiye'de üretilen otomobillerin büyük bir kısmı ihraç edilmektedir. Bu durum ihracat gelirleri açısından son derece önem taşımaktadır. Otomotiv sektörünün 1996-2018 yılları arasında gerçekleştirmiş olduğu dolar cinsi toplam ihracat (ana ve yan sanayi) rakamları ise Grafik 6'de gösterilmektedir.

Grafik 6: Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Toplam İhracat Tutarı (Milyon\$)

Kaynak: TÜİK

Grafik incelendiğinde otomotiv sektörünün gerçekleştirmiş olduğu ihracatta ciddi bir artış olduğu görülmektedir. 1996 yılında 1.3 milyar \$, 2005 yılında 11.3 milyar \$ olan ana ve yan sanayi ihracat tutarı 2018 yılı itibarıyla 32.231.877.843 dolara yükselmiştir.

Tablo 5: Otomotiv İthalat, İhracatının Toplam İthalat ve İhracatındaki Payı

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Otomotiv İthalatının Toplam İthalat İçindeki Payı (%)	6.3	6.4	7.2	7.1	6.1	6.7	6.5	8.5	9	7.5	6.2
Otomotiv İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	13.9	12	12.1	11.7	9.9	11.2	11.5	12.1	13.9	15.2	15.9

Kaynak: OSD Otomotiv Sanayi Dış Ticaret Raporu 2019:1

Tablo 5’de ise otomotiv ihracat ve ithalatının Türkiye’nin toplam ihracatı ve ithalatı içindeki payı görülmektedir. Özellikle ihracat içindeki payda meydana gelen artış dikkat çekicidir. 1996 yılında otomotiv sektörünün toplam ihracat içerisindeki payı %2.4 iken yıllar içerisinde giderek artarak, 2018 yılı itibariyle %15.9 yükselmiştir. Bu rakamlar otomotiv sektörünün ihracata sağlamış olduğu katkıyı net olarak ortaya koymaktadır.

Sektörün ihracatının dağılımına Avrupa Birliği ülkelerinin payının %70’den daha yüksek olduğu görülmektedir. Son yıllarda Avrupa Birliği ülkelerinde görülen düşük büyüme rakamlarının ilerleyen yıllarda yerini yüksek büyümeye bırakması sektörün bu bölgeye olan ihracatında bir ivme yaratacaktır. Ayrıca, sektörün diğer bölgelere gerçekleştirdiği ihracatın artması Avrupa Birliği pazarına olan bağımlılığı azaltarak sektöre yarar sağlayacaktır.

3.4. Vergi Gelirlerine Etkisi

Gelişmekte olan ülkelerde artan kamu harcamaları, bütçe açıkları, kayıt dışı ekonomi ve vergi toplamadaki zorluklar vergi gelirlerinin önemini artırmaktadır. Dolayısıyla vergi geliri yaratan unsurlar ayrı bir öneme sahiptir. Bu bağlamda; otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisi açısından yarattığı diğer bir pozitif katkısı vergiler alanında olmaktadır. Sektörün faaliyetlerinin sürekli kayıt altında olması nedeniyle devletin kolay vergi toplayabildiği sektörler arasında yer almaktadır.

Sadece otomotiv sektörünün toplam vergi gelirleri içindeki payı %6’lar seviyesindedir. Ayrıca, sektörle bağlantılı diğer sektörler üzerinden doğrudan ve dolaylı vergiler olarak birçok vergi alınmaktadır. Bu vergi türleri; kurumlar vergisi, gümrük vergileri, KDV, ÖTV, MTV, gelir vergisi şeklinde sıralanabilir. Özellikle Türkiye’de ilk otomobil satışında alınan vergiler bazı modellerde %100’den fazladır. Ayrıca, akaryakıttan alınan vergiler de otomotiv sektörü ile doğrudan bağlantılıdır. Birçok yabancı markanın ithal edilmesi sonucunda da otomotivden alınan gümrük vergileri artmaktadır. Vergi gelirleri üzerindeki diğer bir etki de yaklaşık 55 bin kişiye istihdam sağlayan sektörde istihdam üzerinden alınan vergilerdir. 2016 yılı için açıklanan rakamlar incelendiğinde otomotiv sektöründen 18.9 milyar TL’lik bir özel tüketim vergisi, 10-15 milyar TL arası katma değer vergisi, 10 milyar TL’lik motorlu taşıtlar vergisi, 10-15 milyar TL arası gelir vergisi ve stopaj vergi geliri elde edilmiştir (OSD Aylık Değerlendirme Raporları). Dolayısıyla otomotiv sektörü, vergi gelirlerine önemli katkı sağlamaktadır.

Sektördeki vergilerin yüksekliği zaman zaman tüketiciler ve üreticiler tarafından belirtilmektedir. Bu anlamda, sektörden alınan vergiler de kademeli bir indirimle gidilmesi halinde ilk etapta bir vergi kaybı söz konusu olsa da sektördeki canlanmaya paralel üretimin artması sonucunda bu kayıplar ortadan kalkacaktır.

3.5. Doğrudan Yabancı Yatırımlara Etkisi

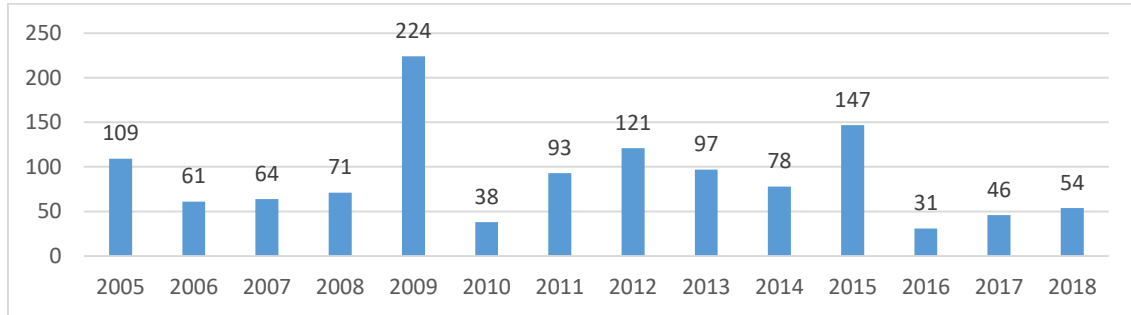
Doğrudan yabancı yatırımlar hem ülke hem de sektör açısından büyük önem taşımaktadır. Özellikle sektöre rekabet gücü kazandırmak, teknoloji transferi sağlamak, kısa dönemde üretimi artırmak, uzun dönemde ise ihracatı artırmak gibi birçok katkıları vardır (Altıntaş, 2009).

Türkiye’de otomotiv sektöründeki yabancı sermayenin payı diğer sektörlerle karşılaştırıldığında oldukça yüksektir.

Türkiye açısından ölçek ekonomileri ve ürün farklılaştırması önem kazandıkça, sermaye yoğun faktör donanımı arttıkça, yüksek teknoloji gerektiren ve yüksek katma değer sağlayan ürünlerin üretiminde uzmanlaşıldıkça, endüstri-içi ticaret de artacaktır. Türkiye’deki dışa açık sektörler (otomotiv sektörü de bunlardan biri) Avrupa Birliğindeki sektörlerle rakip olmak yerine, tamamlayıcı bir nitelik sergilemektedir. Endüstri-içi ticaretteki artışlar ülkeler açısından doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırmakta ve çok uluslu şirketler vasıtasıyla teknoloji transferi sağlamaktadır (Aydın, 2006, s. 87). Gümrük Birliği ve beraberinde ortaya çıkan serbest dolaşım ilkesi şirketlere dış ticarete büyük bir esneklik sağlamıştır. Serbest dolaşım prensibi çerçevesinde Türkiye’ye yönelik doğrudan yatırımlar özellikle Gümrük Birliğinden sonra elektronik ve otomotiv sektörlerinin dış ticaret yapılarındaki değişiminde ve gelişiminde kritik bir rol oynamıştır. Özellikle bu endüstrilerin EİT seviyelerindeki artış ile serbest dolaşım ilksinin şirketlere sağladığı esneklik arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, uzun vadeli yatırımlar, ortaklıkların artması ve üretim yapılarının iç içe geçmesi gibi unsurların orta ve uzun vadede Türkiye-Avrupa Birliği ticaretinde EİT oranlarını artırması beklenebilir. Örnek olarak otomotiv sektöründeki EİT oranlarındaki gelişim bu beklentiyi doğrulamaktadır (Çalışkan, 2010, ss. 13-40). Bu bağlamda, Türkiye’de endüstri-içi ticaretin en yoğun olduğu sektörlerden biri otomotiv sektörüdür. Otomotiv sektöründeki gelişmeler ve endüstri içi ticaretteki artışlar, doğrudan yabancı yatırımların ülkeye çekilmesinde ve teknoloji transferinde önemli bir rol oynamaktadır.

Otomotiv sektörüne yapılan son on yıldaki yabancı yatırımlar sektörün gelişiminde ve ivme kazanmasında önemli rol oynamışlardır. Doğrudan sermaye yatırımları sayesinde yabancı yatırımcılar; Türkiye’deki ucuz işgücü, sektöre verilen teşviklerden faydalanırlarken, Türkiye ekonomisi de sektördeki teknolojik bilginin artması, küresel rekabet, AR-GE harcamalarının artması, istihdama ve ihracata olan katkılarından faydalanmaktadır. Sektördeki dinamik yapı ve sürekli yenilenen teknolojiler, yeni yatırım ihtiyacını doğurmaktadır. Bu anlamda, elektrikli otomobillerin üretimi ve yeni teknolojiler nedeniyle sektöre olan yabancı sermaye girişinin ilerleyen yıllarda artarak devam edeceği söylenebilir.

Grafik 7: Otomotiv sektöründe yabancı sermaye yatırımları (Milyon \$)



Kaynak: TCMB Evds Veri tabanı

Grafik 7’de 2005 yılından bugüne kadar sektöre yönelik yabancı sermaye yatırımları görülmektedir. Bu yatırımlar ülke ekonomisi açısından üretim hacminin, istihdamın artması anlamında önemlidir. Bu anlamda, Volkswagen firmasının Manisa’da yaklaşık 1 milyar Euro yatırım yaparak fabrika kuracağını açıklaması büyük önem taşımaktadır.

3.6. Yan Sanayilere Olan Katkısı

Otomotiv yan sanayi, ana sanayiye yedek parça ve çeşitli aksamlar tedarik eden bir sanayi koludur. Otomotiv yan sanayi kuruluşları, otomotiv üreticisinin bir yan kuruluşu olabildiği gibi, ana sanayinden bağımsız olarak birçok parça ve aksam üreten firmalar da olabilmektedirler. Bunların bir kısmı ana üreticilerin desteği ile kurulmuş iken bir kısmı ise girişimciler tarafından kurulmuştur (NG Proje Grubu, 2016, s. 6).

Otomotiv sektörü gerek üretim ve tedarik aşamasında gerekse de satış sonrası aşamada geri ve ileri bağlantı etkileri sebebiyle birçok sektörle bağlantı içerisindedir. Hammadde ve otomotiv yan sanayi aksam ve parçaları, satış, servis, sigorta ve akaryakıt sektörleri bunlardan sadece birkaçıdır. Otomotiv sektörünün gelişmesi yan sanayilerin de gelişmesini sağlarken, yan sanayilerdeki gelişme ise ithal parça kullanımını azaltmakta ve yerlilik seviyesini artırmaktadır. Dolayısıyla otomotiv ana ve yan sanayi birbirini besleyen bir nitelik taşımaktadır.

Türkiye'deki duruma bakıldığında, otomotiv yan sanayideki gelişimin, otomotiv ana sanayinin gerisinde olduğu görülmektedir. Otomotiv yan sanayi, ana sanayinin yarısı düzeyinde ciro yaratabilmekte çeşitli unsurlar açısından ana sanayinin beklentilerini tam olarak karşılayamamaktadır. Elektronik parçaların üretildiği faaliyet kolunda daha kurumsal bir yapı söz konusu iken, diğer parça ve aksamların üretildiği faaliyet kolunda, kurumsallıktan uzak bir yapı göze çarpmaktadır. Otomotiv ana sanayiye göre, yan saniyede firma büyüklüğü açısından daha küçük işletmeler faaliyet göstermektedir (Şahin, 2015, s. 6). Bütün bunlara rağmen Türkiye'de 5.000 civarında otomotiv yan sanayi firması mevcuttur. Bu firmalar ulaştıkları; üretim kapasitesi, ürün çeşitliliği ve standartlar sonucunda Türkiye'de üretilen araçların yedek parçalarının %85'ini karşılayacak düzeye gelmişlerdir. Üretilen aksam ve parçalar ihraç edilmekte, Türkiye'den yıllık yaklaşık 9 milyar \$ civarında bir otomotiv yan sanayi ihracatı söz olmaktadır (Ekonomi Bakanlığı, 2016, ss. 5-6).

Otomotiv yan sanayinin yaklaşık olarak 300.000 kişiye doğrudan, 750.000 kişiye ise dolaylı olarak istihdam olanağı yarattığı tahmin edilmektedir. Sektörde yetişmiş, teknik personel istihdamı fazladır. Sektör bir yandan kalifiye elemanlar yetiştirirken diğer yandan yetişmiş elemanların kendi işyerlerini açmasıyla yan sanayilere ve sektörün bütününe katkı sağlanmaktadır. Yan sanayiler açısından AR-GE faaliyetleri de önem taşımaktadır. Bu anlamda, AR-GE harcamalarına verilen teşvikler sonucunda sektörde son yıllarda artışlar olmuştur. Sektörün dünyada sürekli değişen rekabet koşullarına uyum sağlamak amacıyla kaliteye, inovasyona ve insan kaynaklarına yapmış olduğu yatırımlar ülkenin rekabet gücünün de artmasını sağlamayacaktır. Volkswagen gibi yeni yatırımlarla birlikte, otomotiv ana sanayindeki gelişim ivmesi arttıkça yan sanayilerde de gerek nicelik gerekse nitelik ve kalite açısından ilerlemeler artacaktır. Bu durum yan sanayilerde üretim ve istihdam artışını da beraberinde getirecektir.

4. Türkiye Otomotiv Sektörüne Yönelik Bir SWOT Analizi

1970'li yıllarda iş yönetimini daha sağlıklı gerçekleştirmek için kullanılmaya başlanan SWOT analizi, ilerleyen yıllarda birçok alanda bir planlama aracı olarak kullanılmıştır. Geleceğe yönelik planlama yapmak için sahip olunan avantaj ve dezavantajlara ilişkin bilgiler toplanmaktadır. Analizin güçlü tarafı, avantaj ve dezavantajların birlikte ortaya konmasıdır (Uçar ve Doğru, 2005).

SWOT analizi; incelenen yapının kendisi ve çevresi arasında iyi bir uyum sağlanırsa başarının yakalanacağı temeline dayanmaktadır. Kavramsal temellerinde, dikkat çekici ayrıntıların doğru bir şekilde tanımlanması, sınıflandırılması ve stratejik etkilerin türetilmesi yatmaktadır (Valentin, 2005, s. 91). SWOT analizinde elde edilen bilgiler, mantıksal bir düzene sokularak içinde bulunulan durumun daha kolay anlaşılmasını sağlamaktadır (Fine, 2009). SWOT analizinde güçlü yanlar, zayıf yanlar, fırsatlar ve tehditler değerlendirilmektedir. Güçlü yanlar; kaynaklar, yetenekler, temel yetkinlikler ve rekabet avantajlarını ortaya koymak için kullanılır. Fırsat ve tehditleri belirlerken; rakiplerin kaynaklarına, endüstri ortamına ve genel ortama bakılmalıdır. SWOT analizinin amacı: bir kuruluşun veya endüstrinin içsel ve dışsal çevreleri hakkındaki bilgileri kullanarak stratejisini buna göre formüle etmektir (Bonnici ve Galea, 2015). SWOT

analizinde güçlü yönler, tehditler, fırsatlar ve zayıflıklar bir matris şeklinde gösterilmektedir. Bu matristen elde edilen sonuçlara yönelik olarak dört farklı strateji geliştirilebilir. Bu stratejileri şu şekilde özetlemek mümkündür (Usta ve Öztayşi 2001):

- WT Stratejisi (mini-mini): Bu stratejinin amacı, tehditleri ve zayıflıkları minimize eden stratejiler oluşturmaktır.
- WO Stratejisi (mini-maxi): Bu strateji, zayıf yönlerin minimize edilmesi, fırsatların ise maksimize edilmesi temeline dayanmaktadır. Fırsatların sağlayacaklarından yararlanarak, zayıflıkların azaltılmasına yönelik yeni stratejiler geliştirilir.
- ST Stratejisi (maxi-mini): Bu stratejide de; güçlü yönlerin dış tehditlerle mücadele etmesi söz konusudur. Güçlü yönlerden maksimum seviyede yararlanarak tehditler minimize edilmeye çalışılmaktadır.
- SO Stratejisi (maxi-maxi): Bu stratejide, bir taraftan güçlü taraflar diğer taraftan ise fırsatlar maksimize edilmektedir. Amaç güçlü yönlerin kullanılarak, bütün fırsatlardan yararlanılmasına yönelik stratejileri ortaya koymaktır.

SWOT analizi, daha etkin bir organizasyon yapısı ve daha rekabetçi bir strateji oluşturmak için kullanılabilir. Bir organizasyon kendi içinde ve kendi dışında olmak üzere iki ortamda bulunur. Kendi içindeki boyutta; örgüt ile ilgili faktörler, güçlü ve zayıf yönler yer alırken, dışsal boyutta çevresel faktörler, fırsatlar ve tehditler yer almaktadır. SWOT analizindeki dört temel alan 2x2 matristeki 4 kutu şeklinde gösterilmektedir. Güçlü yönler ve zayıf taraflar, incelenen birimin içsel faktörlerini ve niteliklerini yansıtmakta iken; fırsatlar ve tehditler çevresel faktörlerden kaynaklanan dışsal faktörleri yansıtmaktadır (Gürel ve Tat, 2017, ss. 995-996).

Otomotiv sektörünün güçlü ve zayıf yönlerinin, içerden veya dışarıdan kaynaklanabilecek tehditlerin ve geleceğe yönelik muhtemel fırsatların tespiti için bir SWOT analizi yapılmıştır. Böylece bir durum tespiti yapılarak sektöre yönelik projeksiyonlar ve planlamalar daha net bir şekilde ortaya konulabilir. Sorunların çözümüne yönelik olarak da politikalar geliştirilebilir. Fırsatlardan ne şekilde yararlanılabileceği ve tehditlerin yaratacağı olumsuz etkilerin hafifletilmesine yönelik olarak ne gibi stratejilerin geliştirilebileceği ortaya çıkar.

Tablo 6: Otomotiv Sektörü SWOT Analizi

Sektörün Güçlü Yönleri	Sektörün Zayıf Yönleri
<ul style="list-style-type: none"> • Ortadoğu ve Avrupa pazarına yakınlık sonucu düşük lojistik maliyeti • Yabancı sermaye ile ortaklık neticesinde artan kurumsal yapı ve know-how • Geniş ürün yelpazesi ve farklı talepleri karşılayabilecek bir üretim yapısı • Genç nüfus ve otomotiv ürünlerine olan talep • Yüksek büyüme oranlarının sektörde daha yüksek bir büyüme sağlaması • Yan sanayilerde görülen nicelik ve nitelik artışı • Sektörde ihtiyaç duyulan nitelikli işgücündeki sürekli artış • Uluslararası teknik mevzuata ve standartlara uygun kalitede ürün üretilmesi • Avrupa Birliği ile gümrük birliğinin gerçekleşmiş olması • Üretim ve işçilik maliyetindeki görece düşüklük 	<ul style="list-style-type: none"> • Akaryakıt fiyatlarının yüksekliği • Girdi maliyetlerinin yüksekliği • Ana sanayi ile yan sanayiler arasındaki işbirliklerinin yetersizliği ve zaman zaman kapasite kullanım oranlarında ortaya çıkan düşüklük (Görener ve Görener, 2008) • KBMG artış hızının düşük olmasına bağlı olarak 1000 kişiye düşen motorlu araç sayısının düşüklüğü • Türkiye’de üretilecek modellere yurtdışındaki ana merkezin karar vermesi • Bir kısım testlerin yurtdışında yapılması gerekliliği • İthalata bağımlı üretim yapısı • Sektörden alınan vergilerin yüksekliği

<ul style="list-style-type: none"> • Devletin otomotiv sektörüne verdiği önem, Türkiye'nin Stratejik Vizyonu 2023 Projesi kapsamındaki lokomotif sektörlerden biri olarak görülmesi • Üretimin artırılmasına yönelik teşviklerin verilmesi • Ar-Ge faaliyetlerine verilen önem 	
<p>Fırsatlar</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1000 kişi başına düşen motorlu araç sayısının düşüklüğü (Zayıf yönlerde de yer alan bu durum aslında gelecek açısından da bir fırsat yaratmaktadır. Çünkü pazarın daha doymadığının göstergesidir) • Devlet tarafından sektöre yatırım yapacaklara sağlanan vergi indirimleri ve teşvikler • Hızla artan nüfus ve genç nüfusun yoğunluğu sayesinde, hızlı bir gelişim potansiyeline sahip pazar • İhracata yönelik teşvikler • Zaman zaman gelen hurda ve vergi indirimleri • TL'deki değer kaybı sonucu artan rekabet gücü • Yerli otomobilin, sektörün ve yan sanayilerin gelişimine sağlayacağı katkı • Araç parkı yaş ortalamasının yüksekliği • Komşu ülkelerle ilişkilerin artması sonucunda yeni pazarların ortaya çıkması • Üretim ve yatırıma verilen teşviklerin yarattığı fırsatın sektörü daha ileriye taşıması 	<p>Tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> • Makroekonomik dengesizliklerden ve krizlerden; sektörün diğer sektörlerle göre daha fazla etkilenmesi • Fiyat artışlarına bağlı olarak zaman zaman ortaya çıkan talep daralması • Endüstri 4.0 ile ucuz işçiliğin yerini robotların alması sonucunda yatırımların başka ülkelere doğru kaydırılması olasılığı • Faiz oranları ve döviz kurundaki oynaklıkların finansman ve üretim maliyetleri üzerinde yaratacağı olumsuz etkiler • Faiz oranlarının yüksekliğinden kaynaklı talep daralması • Elektrikli otomobillerin yaygınlaşmasına paralel ortaya çıkacak olan yeni yatırım ihtiyacı • Ucuz işçiliğe sahip AB üyesi diğer ülkelere yatırımların kaydırılması • Küresel piyasalardaki yavaşlama eğilimi

Sektöre yönelik tehditlerin etkilerinin daha hafif şekilde hissedilmesi gerek iç gerekse de dış faktörlere bağlıdır. İçsel faktörler olan döviz kuru, faiz oranı gibi unsular makroekonomik dengeler sağlandıktan sonra ortadan kalkacaktır. Dışsal faktörlerden kaynaklı küresel yavaşlamanın ne yönde şekilleneceğini tam belli değilken, üretimin kaydırılması gibi unsurların önüne yeni teşviklerle geçilebilir. SWOT analizine göre oluşturulan bazı stratejiler ise şu şekildedir.

WT Stratejisi Kapsamında Yapılması Gerekenler (mini-mini)

Ana sanayi ve yan sanayi işbirliğinin geliştirilmesi için otomobilin üretim aşamasının ilk safhasından son safhasına kadar üretimim her bir aşaması birlikte planlanmalı, işbirliğine yönelik bir yapı oluşturulmalıdır. Yan sanayiler, otomotiv firmalarından kendilerine gelen talepler doğrultusunda kaliteli ürün üretmeye yönelik planlarını yapmalıdır. Ana sanayi firmaları gerektiğinde yeni ürün gelişimi için yan sanayi firmalara Ar-ge desteği sağlamalıdır. Bu durum bir yandan yan sanayilerin gelişmesini sağlarken diğer yandan ithalata bağımlı üretim yapısının da kırılmasını sağlayacaktır. Girdi maliyetlerinin yüksekliği ise sektöre verilen ve verilmesi planlanan teşvikler ile aşılanacaktır. Vergi oranlarındaki olası azalışlar, “normal bir konjoktürde” pazarın daha da canlanmasında etkili olacaktır.

Otomobil sektöründe ana yan sanayi arasındaki işbirliği ve ortaklıkları geliştirecek, ithalata dayalı üretim yapısının kırılmasını sağlayacak ve Türk otomotiv sanayinin rekabet gücü kazanmasını sağlayacak projelere katkı sağlanmalı, dikey bütünleşme stratejileri geliştirilmelidir.

WO Stratejisi Kapsamında Yapılması Gerekenler (mini-maxi)

Sektörün zayıf yönlerini güçlendirmek için uygulanması gereken politikaların bir kısmı kısa vadeli iken bir kısmı uzun vadede sonuç elde edilebilecek politikalardan oluşmaktadır. Örneğin ana-yan sanayi işbirliğinin geliştirilmesi ve ithalata bağımlı üretim yapısının kırılması uzun vadeli plan ve programlar gerektirmektedir. Bu bağlamda yerli otomobil projesi bir katalizör etkisi yaratacaktır. Ar-Ge ve katma değeri yüksek ürün üretimine yönelik teşvikler de başka bir katalizördür. Bazı sorunların çözümü ise ekonomik konjonktürdeki toparlanmaya bağlı görülmektedir. Vergilerin yüksek oluşu sektör temsilcileri tarafından da sıkça dile getirilen bir konudur. Yeni bir vergi reformu ile doğrudan vergilerin, vergi gelirleri içindeki payı artırılarak otomotiv sektörü üzerindeki vergi yükünün azaltılmasına yönelik stratejiler geliştirilmelidir.

Otomotiv sektöründe faaliyet gösterecek tamamı yerli bir otomotiv markası üretmek amacıyla devlet tarafından yapılan araştırmalar sonucunda, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ilgili gruplarla anlaşmalar imzalanmış, bu gruplar tarafından tasarım ve ürün geliştirme çalışmaları ise halen devam etmektedir (Yılmaz, v.d, 2017, s. 690). Yerli otomobil projesinin hayata geçirilmesinin hızlandırılmasına ve dünyadaki diğer markalarla kalite ve diğer unsurlar açısından rekabet edebilir seviyede olmasına yönelik olarak stratejiler oluşturulmalıdır.

ST Stratejisi Kapsamında Yapılması Gerekenler (maxi-mini)

Sektöre verilen teşvikler, sektördeki nitelikli işgücü, işçilik maliyetleri ve sektörde uluslararası kalitede ürün üretilmesi gibi güçlü yönler kullanılarak sektöre daha fazla yabancı sermaye çekilmesi sağlanmalı, Türkiye’de faaliyet göstermeyen markaların ülkeye getirilmesi ve yatırımların benzer nitelikteki ülkelere kayması engellenmelidir.

Ekonomi Bakanlığı’ndan alınan verilere göre 2017 yılında yatırım teşviki için verilen belge adedi son on yılın en yüksek rakamına ulaşmıştır (KPMG, 2018:15). Bu durumun getireceği olumlu etkilerin ilerleyen yıllarda sektörü daha ileriye taşıması için bu teşvikler devam ettirilmelidir. Otomotiv sektörü ciddi bir ihracat gerçekleştirmektedir. Bunun daha artırılması için Türkiye’de üretimi gerçekleştirilen modellerin sayısını artırıcı, yeni markaların ülkede üretim yapmasını sağlayıcı stratejilere ihtiyaç vardır. Diğer ülkelere göre Türkiye’nin avantajı ortaya konarak yatırım çekilmesi amaçlanmalıdır. Bu bağlamda Cumhurbaşkanlığı yatırım ofisinin yaptığı çalışmalar önem taşımaktadır.

SO Stratejisi Kapsamında Yapılması Gerekenler (Maxi-maxi)

Otomotiv sektörünün daha rekabetçi bir yapıya kavuşturulması için uygulanacak politikaların ve verilecek teşvikler hem ana sanayi hem de yan sanayiye yönelik olmalıdır. Ana ve yan sanayide, yerli üretime katkı sağlayacak, otomotivde yerlilik oranını yükseltecek projelere öncelikli destek sağlanması, ürün geliştirme amacına yönelik olarak verilen Ar-Ge teşviklerinin artırılması sektör ve ülke açısından yerinde olacaktır (Çakar, 2007, s. 43 ve DPT, 2007, s. 40).

Özellikle hızla artan nüfus, genç nüfus, 1000 kişi başına düşen araç sayısının (Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında) düşük oluşu gibi etkenler pazarın henüz doymamış olduğunun önemli bir göstergesidir. Talep yönlü bu durumların hem yerli hem de uluslararası üreticiler açısından bir fırsat yaratması sağlanmalıdır.

Sonuç

Otomotiv sektörünün Türkiye ekonomisi açısından çok önemli bir sektör olduğu bilinmektedir. Sektör Türkiye ekonomisine birçok açıdan önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle makroekonomik anlamda katkı sağlanan alanlara bakıldığında; istihdam, büyüme, ödemeler dengesi, ihracat, vergi gelirleri, doğrudan yabancı yatırımlar ve yan sanayilerin gelişmesine sağlanan katkılar ilk etapta göze çarpmaktadır.

İstihdam açısından bakıldığında sektör işçi, büro personeli, idareci, mühendis gibi farklı eğitim düzeylerine ve yeteneklere sahip birçok elemanın istihdamını sağlamaktadır. Sektörün gelişmesine paralel yapılacak yeni yatırımlarla istihdam seviyesinin ileride daha da artması mümkündür. Sektörün büyüme üzerindeki pozitif etkisi farklı kanallardan olmaktadır. Bunların

en önemlileri üretim miktarındaki ve ihracattaki artıştır. Sektör, Türkiye'nin toplam ihracatı içerisinde sürekli artan bir paya sahiptir. Ayrıca Türkiye'de dış ticaret fazlası veren 2. sektör konumuna sahip olması sebebiyle; ödemeler bilançosu dengesinin sağlanması ve cari açığın kapanması hususunda önemli bir yere sahiptir. Ayrıca sektörde ithalattan, satıştan, satış sonrasında olmak üzere KDV, ÖTV, gümrük vergisi MTV gibi birçok vergi alınmaktadır. Bu anlamda sektörün devletin vergi gelirlerine olan katkısı yüksektir. Sektörün birçok açıdan kayıt altında olması bu etkiyi kolaylaştırmaktadır.

Sektörün güçlü ve zayıf yanlarına bakılacak olursa; güçlü yanlarının daha çok üretim ve satış ile ilgili konularda yoğunlaştığı, zayıf yanlarının ise ithalat ve talep ile ilgili konularda ortaya çıktığı görülmektedir. Tehditler ve fırsatlar açısından bakıldığında ise konjonktürel daralmalara, makroekonomik koşullardaki olumsuzluklara aşırı duyarlı bir yapı ana tehdit unsurunu oluştururken, talebin henüz doymamış olması, makroekonomik koşullardaki düzelmeye birlikte sektördeki toparlanmanın hızı ise bir fırsat yaratmaktadır.

Sektörün makroekonomik açıdan ve Türkiye ekonomisi açısından bu konumunu sürdürmesi ve daha da geliştirmesi için atılması gereken bazı adımlar da söz konusudur. Bu adımlardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür: rekabetçi yapı korunmalı ve güçlendirilmeli, yan sanayi ile bağlantı daha da güçlendirilmeli, yerli otomobil projesi ile devlet özel sektör işbirliği artırılmalı, yerli otomobil projesinin yan sanayileri geliştirmesi sağlanmalı, ithalata bağımlı yapı kırılmalı, net ihracata daha fazla katkı sağlayan firmalara yönelik teşviklerin kapsamı genişletilmeli, sektör üzerindeki vergi yükü azaltılmalıdır. Sektörün ihtiyaç duyduğu yetişmiş insan gücü ve ara eleman ihtiyacının devamlılığının sağlanması açısından, meslek yüksekokullarının ilgili bölümlerinin otomotiv sanayinin yoğun olduğu organize sanayi bölgelerine taşınması önemlidir. Girdi maliyetlerinde yapılacak bir azalma da sektör açısından önem taşımaktadır. Özellikle yan sanayi firmalara verilen Ar-Ge desteklerinin artırılması bu sektörün gelişimini sağlayarak hammadde de dışa bağımlılığını azaltabilecektir.

Bundan sonraki süreçte Endüstri 4.0 ile beraber, kişiye özgü üretim, esnek üretim yapısı ön plana çıkacaktır. Bu yüzden sektördeki firmaların rekabette geri kalmamaları için sahip oldukları kaynakları daha etkin kullanmaları, teknolojiye, verimliliğe, kaliteye önem vererek, esnek üretim yapısına uyum sağlamaları gerekmektedir. Ar-ge faaliyetlerinin önemi bundan sonraki süreçte bir kat daha artacaktır.

Kaynakça

- Aktaş, C., (2007). "Otomobil İhracatı ve İthalatı Fiyat Endeksi Verilerinin Farklı Varyanslılığının İncelenmesi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt. 6, Sayı:11, 149-162.
- Altıntaş, H., (2009). "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Girişi ve Dış Ticaret Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi: 1997-2007", *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt.64, Sayı:2, 1-30.
- Aydın, A., (2006). "Türkiye Ekonomisinde Endüstri İçi Ticaretin Yapısı", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmalar Dergisi*, Sayı:9, 73-96
- Bakan S., Selci H., (2019). "Türkiye'nin Seçilmiş Beş Avrupa Birliği Ülkesiyle Otomotiv Sektöründe Endüstri İçi Ticaretinin İncelenmesi (2008-2017)" *Assam Uluslararası Hakemli Dergi*, Cilt.6, Sayı:13, 30-53.
- Bonnici T.S., Galea, D., (2015). SWOT Analysis, *Wiley Encyclopedia of Management*, Ed. Cary L. Cooper
- Brühlhart, M., (2009). "An Account of Global Intra-Industry Trade, 1962-2006", *The World Economy*, Cilt.32, Sayı:3, ss. 401-459
- Can, M., (2011). Türkiye'nin Bölge Ülkeleriyle Endüstri-İçi Ticaretinin Gelişimi: 1995-2009, Süleyman Demirel Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.

- Çakar, A.E., (2007). “9. Kalkınma Planı Perspektifinde Otomotiv Sanayinde Sürdürülebilir Küresel Rekabet”, *Mühendis ve Makine Dergisi*, Cilt.48, Sayı:568, 38-46.
- Çalışkan, Ö., (2010). “Türkiye AB Ticaretinde Endüstri-İç Ticaret Olgusu, 1990-2007” H.Ü. *İktisadi ve idari Bilimler Fakültesi Dergisi* Cilt.28, Sayı:2, 1-45
- Engin, C., Polat, E., (2010). “Türk Otomotiv Sektörü ve Küresel Finansal Krizin Sektöre Etkileri (1996 – 2009)” *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, Cilt.2, Sayı:1, 35-43.
- Fine, L.G., (2009). *The Swot Analysis: Using your Strength to overcome Weaknesses, Using Opportunities to overcome Threats*, Createspace Independent Publishing Platform, North Charleston SC.
- Gürel, E., Tat, M., (2017). “Swot Analysis: A Theoretical Review”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt.10, Sayı:51, ss. 994-1006
- Görener, A., Görener, Ö., (2008). “Otomotiv Endüstrisinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri: Sektörel Bir İnceleme”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt.7, Sayı:26, 306-319.
- İSO, (2002). *Otomotiv Sanayi Raporu*, Yayın No:2002/4, İstanbul.
- Kargül, D., Erol, M., (1994). *Ekonomik Rapor 1994*, Otomotiv Yetkili Satıcılar Derneği. İstanbul.
- KPMG, (2018). *Otomotiv Sektörel Bakış*.
- Ng Proje Grubu, (2016). *Türkiye’de Otomotiv Endüstrisi, Otomotiv Yan Sanayi ve Kütahya, Rapor*.
- Özdamar, G., Albeni, M., (2011). “Türkiye Otomotiv Sanayisi Dış Ticaret Rekabet Gücü Üzerine Bir İnceleme”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt.1, Sayı:13, 193-216.
- Pehlivanoglu, F., Erarslan, C., Beşel, F., (2014). “Türkiye Otomotiv Piyasasında Arz Şokları: 1963-2012 Dönemi”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, Cilt.13, Sayı:2, 589-612.
- Pişkin, S., (2017). “Türkiye Otomotiv Sanayii Rekabet Gücü ve Talep Dinamikleri Perspektifinde 2020 İç Pazar Beklentileri” *Otomotiv Sektör Raporu*, TSKB Ekonomik Araştırmalar.
- Şahin, İ., (2015), *Otomotiv Sektörü, İktisadi Araştırmalar Bölümü, Türkiye İş Bankası, Haziran*.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı, (2016). *Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Sektör Raporu*.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, (2011). *Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2011-2014*.
- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Genel Müdürlüğü, (2016). *Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2016-2019*.
- Teker, E., Felekoğlu, B., (2007). “Dünya Otomotiv Endüstrisinde Küresel Gelişmeler ve Bu Gelişmelerin Türk Otomotiv Endüstrisi Üzerindeki Etkileri”, *Makine ve Mühendis Dergisi*, *Otomotiv Özel Sayısı*, Cilt.48, Sayı:568, 26-30.
- Usta, Y., Öztayşi, B., (2001). *Stratejik Yaklaşım*
[http://danismend.com/kategori/altkategori/stratejik-yaklasim/\(15.04.2019\)](http://danismend.com/kategori/altkategori/stratejik-yaklasim/(15.04.2019))
- Yaşar, O., (2013). “Türkiye’de Otomotiv Ana ve Yan Sanayi ve Marmara Bölgesi’nde Kümelene”, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, Cilt.8, Sayı:6, 779-805.
- Yayar, R., Yılmaz, E., (2016). “Dünya Ve Türkiye Otomotiv Sanayi Üzerine Genel Bir Değerlendirme”, *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt.2, Sayı:7, 71-85.
- Yılmaz, M., (2014). “Otomotiv Sektörünün Potansiyeli”, *İTO Ekonomik Vizyon Dergisi*, Ocak Sayısı, 64-66.

- Yılmaz, S., Taştan, K., Ecek, N., Çınar, E., (2017). “Otomotiv Sektörünün Dünyadaki ve Türkiye’deki Değişimi”, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt.7, Sayı:3, 685-695.
- Uçar, D., Doğru, A.Ö., (2005). CBS Projelerinin Stratejik Planlaması ve SWOT Analizinin Yeri, ‘TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 10. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı, 28 Mart - 1 Nisan.
- Valentin, E.K., (2005). “Away With SWOT Analysis: Use Defensive/Offensive Evaluation Instead”, *The Journal of Applied Business Research*, Cilt.21, Sayı:2, ss. 91-105.
- <https://www.dunya.com/sektorler/otomotiv/otomotiv-sektoru-bakanlik-istiyor-haberi-356909>
(Erişim Tar:02.05.2019)

Review Article

**Otomotiv Sektörünün Türkiye Ekonomisini Makroekonomik Olarak Etkileme
Mekanizmaları ve Sektöre Yönelik Bir Analiz**

*The Influence Mechanisms of Automotive Sector on Turkish Economy in
Macroeconomic Manner and A Sector Analysis*

<p>Ali Kemal BAŞBUĞ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat ABD alikemalbasbug@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-0830-5816</p>	<p>Umut EVLİMOĞLU Dr. Öğretim Üyesi Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İ.İ.B.F. İktisat Bölümü uevlimoglu@adu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-3708-432X</p>
---	---

Extensive Summary

Importance of the automotive industry stems from both its scale size and its connections with other manufacturing and service sectors. Automotive sector is divided into two divisions, namely key industry and subsidiary industry. Countries perceive the automotive sector as a driving force of industrialization and economic development. Therefore, they attach special importance to the automotive industry.

The industrialization of the automotive sector in Turkey began in 1950's by assembling the parts and showing a rapid development in the following years, became one of the leading sectors of Turkish economy. Turkey today is also the production base for many international automotive companies. Gaining acceleration in recent years, Turkey is an important production center that exports to over 150 countries. In 2018, she manufactured more than 1.5 million motor vehicles and ranked 14th in the world.

Due to gained acceleration thanks to cooperation with foreign partners and customs union, the sector quality increased, new models started to be produced, progress has been made on compliance with technical legislation (Özdamar and Albeni, 2011, pp. 195-196). When information and experience gained in this process combined with factors such as closeness to target market, cost advantage and technological accumulation, Turkish automotive industry reached a competitive position in the world (Pehlivanoglu, et al, 2014, p. 597). Attractive factors of Turkish automotive sector for foreigners are; cheap labor, geopolitical location, and presence of a potent, fast growing and dynamic market.

The aims of the research are to present the importance of automotive sector for Turkish economy and contributions to different macro economical variables, and to determine strengths and weaknesses of the sector using a SWOT analysis. For this purpose, first, the macroeconomic variables of the automotive sector have been identified and their contributions to these variables explained through tables. Second, a SWOT analysis was performed to identify the strengths and weaknesses of the sector. According to the results of SWOT analysis, suggestions have been made in four different strategies. Implementations of the suggestions developed within the scope of these strategies are of great importance for development and increasing the contribution of the sector to Turkish economy.

Other results of the study are as follows: automotive production in Turkey has an ongoing growth trend in between 1996-2018 (except for crisis period and following years). It is observed that, the production in the sector which entered into recession and even declined in times of crisis and Kocaeli earthquake has reached and passed its old levels by overcoming the effects of crises in a short time. Motor vehicle production in Turkey increased by 4.8 times between the years 1996-2018, reaching 1.587.840 units from 329.337. The growth rate in the automotive sector has been much higher in the years (1997, 2004, 2010) when Turkey's economy grew faster. It is also seen that, in times when Turkey's growth rate is close to 5% which is her potential growth rate, the growth in the automotive sector is also higher. Hence, the automotive sector also contributed to the high growth rate in these years. On the other hand,

On the other hand, in the years of low growth (1999, 2001, 2009, 2012), the growth in the automotive sector remained lower than the annual growth rate, and in the years of contraction in the economy, the contraction in the automotive sector was proportionally higher. On the other hand, in the years of low growth (1999, 2001, 2009, 2012), the growth in the automotive sector remained lower than the annual growth rate, and in the years of contraction in the economy, the contraction in the automotive sector was proportionally higher. In this sense, the automotive sector seems to be highly sensitive to changes in national income.

The importance of the automotive sector for Turkish economy stems from several factors: from a macroeconomic perspective, the automotive sector together with other related sectors, provides important contribution to Turkey's economy, particularly in areas such as employment, tax revenues, balance of payments, exportation and foreign investment. In terms of employment, the number of employees in the automotive industry alone reached 55,000. When numbers of employees in the sub-industries and automotive-related sectors also considered, sector's contribution to employment is in fact much greater.

Factors reducing current account deficit are of vital importance for Turkey who has been experiencing this problem for many years. In this sense, the automotive sector is one of the sectors with foreign trade surplus. In this sense, the automotive sector is one of the sectors which produce foreign trade surplus. The sector contributed positively to the current account deficit by giving a foreign trade surplus of USD 12.863 million in 2018. In addition, since it is one of the biggest export chapters, it also contributes significantly to export revenues. The fact that, due to the continuous registration, the sector is among the most easily taxable sectors increase the importance of the sector in the economy and its impact on the budget.

As a result of SWOT analysis; it is observed that the strengths of the sector are concentrated on production and sales, while the weaknesses are on import and demand issues. In terms of threats and opportunities, a structure extremely sensitive to cyclical constrictions and unfavorable macroeconomic conditions is the main threat. With the unsatisfied demand and the improvement in macroeconomic conditions, the pace of recovery in the sector creates a serious opportunity. According to the results of the analysis, 4 different strategies which are WT, WO, ST, SO are suggested to improve the sector and to increase its contribution to Turkey's economy.

Within the scope of WT strategy; in order to develop the main and sub-industry cooperation, from the first to the last each stage of production should be planned together and a structure for cooperation should be established. In addition, sub-industries should make plans to develop quality according to demands of automotive companies. The main industrial companies should provide R&D to the sub-industry companies for new product development. In this context, projects that will improve the cooperation and partnerships between the main and sub-industry, and that will turn down the import-based production structure and enable the Turkish automotive industry to gain competitiveness should be contributed and vertical integration strategies should be developed.

Within the scope of the WO strategy; with a new tax reform, the share of direct taxes in tax revenues should be increased to reduce the tax burden on the automotive sector. Strategies should

be taken to accelerate the implementation of the domestic automobile project and to ensure its competitiveness in terms of quality and other elements with global brands.

Within the scope of ST strategy; incentives given to the sector should be increased. The presence of qualified labor force in the sector, cheap labor costs and the production of international quality products should be used to attract more foreign capital. The shift of investments to other countries of a similar nature should be avoided by ensuring the arrival of the brand operations in Turkey. In addition, to further increase the exports, new strategies are needed that increases the number of models conducted in Turkey and ensures the new brands' producing in the country.

Within the scope of SO strategy; policies and incentives that will be implemented should be in a way to cover both the main and sub-industry. In the main and side industries, lowering the amount of investment allowance rate according to graduated investment, priority of support to projects that have high domestic contribution rate, increasing the incentives given to R&D for product development will be beneficial for both the sector and for the Turkish economy. Factors such as the rapidly growing population, the young population rate and the low number of vehicles per 1000 person (compared to European countries) are important indicators that the market is not yet saturated. These demand-side situations should be used to create an opportunity for both domestic and international producers.