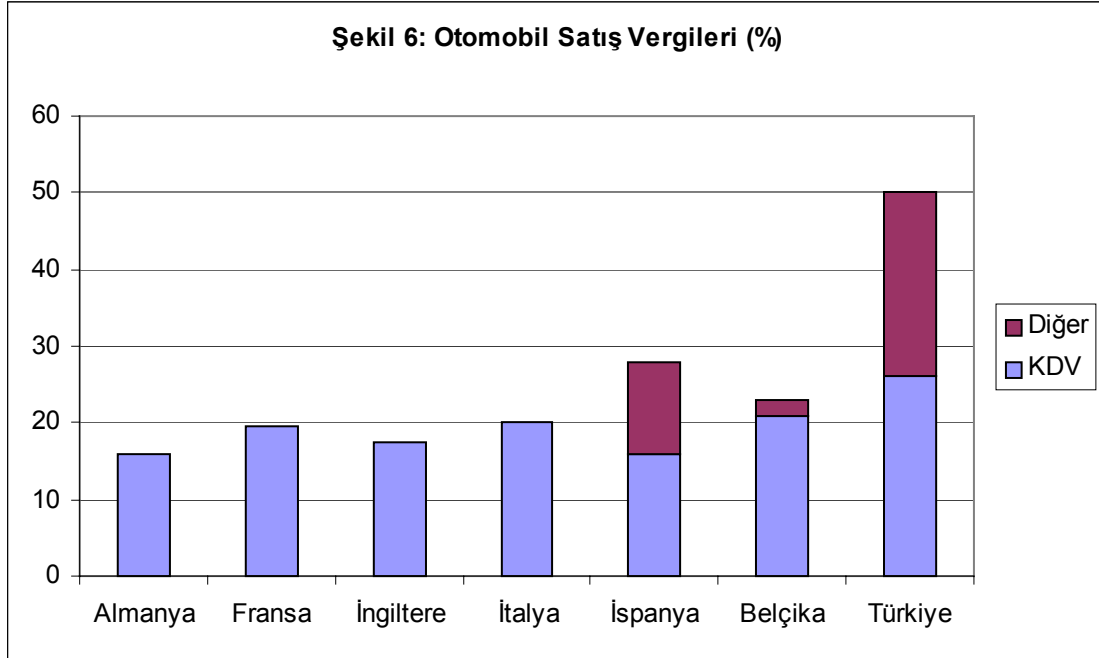


3.3.4. Satış Vergilerinin Yüksekliği

Gelişmiş otomotiv sanayiine sahip AB ülkelerinde otomobil satış vergileri yaklaşık yüzde 20’ler civarında olup satış vergilerin ağırlığını genelde KDV oluşturmaktadır.



Kaynak: ACEA- Association des Constructeurs Europeens d’Automobiles.

Not: AB ülkeleri vergi oranları, üretimde önemli bir yeri olan silindir hacmi 2000 cc araçlar için hesaplanmıştır. Türkiye’deki vergi oranı ise, üretimin ağırlıklı olduğu silindir hacmi 1600 cc’ye kadar olan araçlar için geçerli olup, daha büyük hacimli ve lüks araçlar için uygulanan vergiler daha yüksektir.

Geçmiş dönemde Türkiye’de otomobil satışlarında alınan vergiler AB Ülkelerine mukayeseyle hem yüksek, hem de KVD haricinde alınan vergiler çok sayıda ve oldukça karışıktır. Otomobil vergilerinin yüksek oluşu, talep üzerinde olumsuz bir baskı oluşturmaktadır. (Şekil 6)

12 Haziran 2002 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTV)’ile KDV dışındaki vergiler tek vergi haline getirilmiştir. ÖTV ile mevcut vergi sisteminin basitleştirildiği, KDV ve ÖTV olarak iki tür verginin uygulandığı, ancak yaklaşık olarak eski vergi düzeyinin korunduğu görülmüştür. Bu kapsamda; KDV’ye ilave olarak, satış ve üretimin ağırlıkta olduğu silindir hacmi 1600 cc’ nin altındaki otomobillerde yüzde 27 ÖTV, silindir hacmi 1600-2000

arasında yüzde 46 ÖTV ve silindir hacmi 2000 cc’nin üzerindeki otomobillerde yüzde 50 ÖTV getirilmiştir.

3.3.5. Ana ve Yan Sanayii Arasında İşbirliği Eksikliği

Gelişmiş otomotiv sanayilerine sahip ülkelerdeki ana ve yan sanayii arasında güven unsurunun ön plana çıktığı, sağlıklı ve işbirliğine dayalı ilişkiler kurulmaktadır. Bu durum, bu ülke sanayileri için önemli bir rekabetçi üstünlük oluşturmakta olup, bu konuda büyük çaba sarf edilmektedir.

Türkiye’de otomotiv sanayiinde güçlü bir yan sanayii olduğu söylenebilir. Otomotiv sanayiinin bu avantajını iyi kullanması ve firmalar arasında işbirliğine dayalı ilişkilerin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Türkiye’de, ana ve yan sanayii ilişkileri konusunda yapılan çalışmalarda belirtilen tespitlerin bazıları aşağıda verilmektedir.²¹

- Gelişmiş otomotiv sanayilerindeki ana ve yan sanayii ilişkilerine paralel olarak, geçmiş yıllara göre Türk otomotiv ana ve yan sanayii ilişkilerinde de önemli gelişmeler olmasına ve belirli bir güvenin tesis edilmesine rağmen, gerekli seviyede işbirliği sağlanamamıştır.
- Ana ve yan sanayii arasında verimlilik artışı, maliyet düşürme ve ürün geliştirmeğe yönelik müşterek faaliyetlerde istenilen düzeye ulaşamamıştır.
- Ana ve yan sanayii arasındaki ilişkilerde sözleşme çerçevesinde çalışma düzeyi oldukça yüksektir. Ancak, sözleşme süreleri genelde kısadır.
- Yan sanayi firması üretiminde ağırlık teşkil eden ürününde tek bir ana firmayla çalışmayıp, bir çok firmaya ürün teslimatı yapmakta olup, bu durumun ana ve yan sanayici işbirliğine olumsuz etkisi olduğu düşünülmektedir.
- Yan sanayici seçiminde fiyat faktörü geçmişe göre önemini kaybetmiş olsa da ana sanayi firmalarının yan sanayi ile ilişkilerinde fiyat faktörü halen öncelik açısından öne çıkmaktadır.
- Sözleşmelerin genelde kısa süreli olması, verilen siparişlerin yatırım yapmayı ekonomik kılacak büyüklükte olmayışı ve değişken bir yapı arz etmesi, enflasyonist bir ortamda girdi fiyatlarındaki artışların zaman

zaman satış fiyatına yansıtılamaması, ödemelerdeki gecikmeler yan sanayiciyi zor durumda bırakmaktadır.

3.4. SEKTÖRÜN GÜÇLÜ YÖNLERİ

Önceki bölümde sektörün bazı temel sorunlarından bahsedilmişti. Ancak, Türkiye’deki otomotiv sanayiinin gelişimini hızlandırabilecek önemli üstünlükleri bulunmaktadır. Bunlar:

- Gelişme potansiyeli bulunan yerli pazarın varlığıyla birlikte, Türk Cumhuriyetleri ve Ortadoğu Ülkeleri gibi gelişmekte olan pazarlara ve özellikle gelişmiş AB pazarına yakınlık,
- Gümrük birliği başta olmak üzere AB ile sürdürülen entegrasyon,
- Sektörün güçlü sermaye yapısı ve dünya otomotiv sanayiinde lider durumda olan firmalarla gerçekleştirilmiş olan ortaklıklar,
- Yabancı ortakların Türkiye’yi bir üretim merkezi olarak kabullenmeleri,
- Ürün yelpazesi geniş, giderek güçlenen bir yan sanayii varlığı,
- Rekabetçi (eğitilmiş ve ekonomik) işgücü varlığı,
- Uluslararası kalite sistemlerinin ve uluslararası teknik mevzuatın uygulanması,

sektörün bazı önemli üstünlüklerini oluşturmaktadır.

3.5. GELECEĞE YÖNELİK BEKLENTİLER

Son yıllarda sektör ihracatında önemli başarılar sağlanmasına rağmen, iç talepteki yetersizlik ve ithalatın pazar payının da artması sonucu yerli üretim düşük seviyelerde olmuştur. Ayrıca 2000 Kasım ve 2001 Şubat aylarında yaşanan ekonomik krizler nedeniyle iç pazarda görülen aşırı daralma üretimde daha büyük bir düşüşe sebep olmuş ve örneğin, otomobilde kapasite kullanım oranı yüzde 25’e düşmüştür. Bu durumda, iç pazarda istikrarlı bir canlılığın sağlanması ve yabancı ortaklarla geliştiren yeni modellerin Türkiye’de üretilerek ihraç edilmesini sağlayacak ihracat projelerinin başarıyla yürütülmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede, sektörle ilgili olarak aşağıdaki beklentilerde bulunmak mümkündür:

²¹ BEDİR, a.g.e., s.107-119.

Tablo 13: Taşıt Araçlarında Toplam Satış-Üretim ve Dış Ticaret Beklentileri*

(Adet)

	2000**	2001**	2006
Yurtiçi talep	631.195	185.615	525.000
Üretim	430.917	270.685	825.000
İhracat	96.489	198.233	500.000
İthalat	339.882	94.656	200.000

(*) Traktör hariç.

(**) Gerçekleşme

Not: Geleceğe yönelik beklentiler konusunda, uygulanan ekonomik programın sonuçlarının alınmasıyla birlikte, gelecek yıllarda ekonominin istikrarlı bir büyüme sağlayacağı beklenirken; yapılan tahminlerde İSO “Otomotiv Sanayi Sektör Raporu (2002)” ve Otomotiv Sanayii Derneğinin “Otomotiv Sanayii ve Yenilikçilik (2002)”, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası “ Turkish Automotive Industry (2002)” dokümanlarından da faydalanılmıştır.

Yukarıda görüldüğü üzere, sektörle ilgili beklentilerde temel belirleyici ihracat olacaktır. Sektörün 2001 yılı kapasitesinin yılda yaklaşık 900.000 araç olduğu düşünüldüğünde; şayet yürütülen projeler başarıyla sonuçlanır ve beklenen ihracat gerçekleştirilir, ayrıca iç pazarda da istikrarlı bir büyüme sağlanırsa, sektör uygun kapasite kullanım oranlarında çalışan bir yapıya erişebilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mal ve sermaye hareketlerinin serbestleştiği küreselleşen dünyada, özellikle gelişmiş ülkelerde sanayiye girdi teşkil eden faktör fiyatlarının giderek birbirine yaklaşması, otomotiv sanayiinin rekabet üstünlüğü kazanmasında verimlilik artışına yol açacak firma içi ve firmalar arası idari ve teknik organizasyonun ve kaynakların etkin kullanımının önemini giderek artırmaktadır. Bu kapsamda, AR-GE’ye yatırım, kalite yönetimi, firmalar arasında temelde esneklik ve işbirliğine dayanan ilişkiler ve ortak ürün geliştirme, ürün ve üretim işlemlerinde sürekli gelişme, sıfır hatalı ve tam zamanında üretim ve teslimat, etkin bir pazarlama, esnek imalat yöntemlerinin uygulanması, çok yönlü/yetenekli iş gücü ve işgücünün etkin kullanımı gibi özellikler ulusal rekabetçi üstünlüğü belirleyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye’deki otomotiv sanayiinin güçlü sermaye yapısı, tesis edilen yabancı ortaklıklar, güçlü yan sanayii varlığı, kalifiye işgücü ve düşük iş gücü maliyeti, kalite yönetiminin/sisteminin sağlanmış olması, gelişmiş ve gelişmekte olan pazarlara yakınlık rekabet açısından sektörün güçlü yönlerini oluştururken; aşırı kapasite, firma başına düşük üretim ve düşük kapasite kullanım oranlarından kaynaklanan maliyet dezavantajı, yetersiz ve istikrarsız iç pazar, kalite belgelendirmesi altyapı eksikliği, ana sanayi-yan sanayi arasında yetersiz entegrasyon sektörün zayıf yönlerini oluşturmaktadır.

Diğer taraftan, iç talep potansiyeli ve dünya otomotiv sanayiinde bir üretim ve ihracat merkezi olabilme imkanı sektör açısından değerlendirilmesi gereken fırsatlardır.

Bu kapsamda, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında otomotiv sanayii özelinde;

“ 1154. Otomotiv sanayiinde, ekonomik ölçekte üretimin yapıldığı, yeni teknolojilerin uygulandığı, ihracata dayalı ve sürdürülebilir rekabet gücünün sağlandığı bir yapının oluşturulması önem arz etmektedir.” ilkesi belirlenmiştir.

Türk otomotiv sanayiinin sorunlarını çözüp, rekabetçi üstünlüklerini geliştirerek mevcut potansiyelinin değerlendirilebilmesi için aşağıdaki hususlara özen gösterilmesi faydalı görülmektedir:

- Türk otomotiv ana sanayi firmaları, Dünya otomotiv sanayiinde oldukça güçlü konumda bulunan firmalarla ortaklıklar tesis etmiş olup, bu

firmaların lisansı ile üretim yapmaktadırlar. Son yıllarda bu konuda önemli ölçüde de başarı sağlanmış olduğu gibi, lisansör firmanın geliştirdiği bazı yeni modellerin, sadece Türkiye’de üretilip yabancı ortağın satış ağlarından da faydalanarak istikrarlı şekilde Dünya pazarlarına ihracat çalışmalarının sürdürülmesinin önemi büyüktür. Bu kapsamda, Türkiye’nin bir üretim ve ihracat merkezi olma potansiyeli mevcuttur. Bu potansiyelin değerlendirilebilmesi için, öncelikle verimlilik ve kalite artırıcı yatırımlara/faaliyetlere önem verilmelidir. Diğer taraftan, yukarıda bahsedildiği şekilde ihracat gerçekleştirilirken, zaman içerisinde Türk otomotiv ana ve yan sanayii işbirliğinde, rekabet edebilir fiyat ve kalitede ve belirli ölçüde dahi olsa yerli tasarıma dayalı araçların üretim ve ihracatının sağlanabilmesi, sektörün uzun dönemli kazanımı açısından da önemli görülmektedir. Otomotiv sanayiinde yeni model geliştirme maliyetleri oldukça yüksek olduğundan firmaların bu konudaki AR-GE faaliyetlerine destek sağlanmalıdır.

- Son yıllarda otomotiv yan sanayiinde istikrarlı bir ihracat artışı gerçekleştirilmektedir. Yan sanayii firmalarının, edinmiş oldukları ve zaman içerisinde de edinecekleri deneyimlerini uluslararası marka yaratma yönünde kullanmaları faydalı görülmektedir. Yan sanayii firmalarının finansman yetersizliği sorununu da dikkate alarak, firmaların bu yöndeki faaliyetlerine destek sağlanması faydalı görülmektedir.
- İthal ikameci politikaların da bir sonucu olarak Türk otomotiv yan sanayiinde her bir ürünü üreten çok sayıda firma bulunmakta ve ekonomik ölçekten uzak üretim yapmaktadırlar. Bu firmaların yerli ve yabancı firmalarla yatay birleşmeler/ortaklıklar yaparak güç birliğine gitmelerinde yarar görülmektedir. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki, yan sanayiinde, ana firmaya direk tedarik yapan firmalar arasında yabancı sermayeli firmaların oranı küçümsenmeyecek sayıdadır. Söz konusu firmalar başta Almanya olmak üzere diğer Avrupa ülkeleri ve ABD firmaları ağırlıklıdır. İhracatın artırılması amacıyla, buralardaki araç ve aksam üreticileri arasında yeni müşteriler bulunması konusunda çaba sarf edilmesi önem arz etmektedir. Ayrıca, Türkiyede’ki otomotiv yan sanayii firmalarının, dünya otomotiv sanayiinde güçlü konumdaki araç üretici firmaların yan

sanayicileriyle ortaklıklar tesis ederek, bu araç üretici firmaların global tedarik zincirine girmeleri önemli bulunmaktadır.

- Otomobil satışları üzerindeki vergi yükünün bütçe dengeside dikkate alınarak kademeli şekilde indirilmesi faydalı görülmektedir.
- Ana ve yan sanayide karşılıklı fayda ve güven unsurunu tesis eden, aralarındaki ilişkilerin uzun dönemli ve işbirliğine dayalı olmasını sağlayan, ana ve yan sanayiini bir bütün olarak daha rekabetçi kılmayı amaçlayan bir yapının tesis edilmesine çalışılmalıdır.
- Türk otomotiv ana ve yan sanayi firmaları arasında, araç üretimi için gerekli olan aksam ve parça ihtiyacının çok büyük bir bölümünün ana fabrika dışından tedarik yoluyla temin ediliyor olması önemli bir gelişme olup, kademe şeklinde bir yapılanma (kerietsu) varlığından söz etmek mümkündür. Bu çerçevede, ana sanayii, az sayıda ve sistem/ünite üreten yan sanayii firması ile uzun dönemli sözleşmeler yaparak, kalite artışı, yeni ürün geliştirme ve tam zamanında üretim ilkesine dayalı ilişkiler kurma çalışmalarını sürdürmeli, yan sanayii arasında da kademelenmeye önem verilmelidir.
- Yan sanayi firmasının üreteceği ürünün tasarımını da yapmasının veya ana ve yan sanayide ortak ürün geliştirilmesinin özendirilmesi, bu amaçla AR-GE desteklerinin ve danışmanlık hizmetlerinin etkin olarak kullanılması sağlanmalıdır.
- Tam zamanında üretim/teslimat tekniklerinin özellikle yan sanayide uygulanması hususunda gerekli bilinçlendirme ve destek verilmelidir.
- KOBİ niteliğindeki yan sanayi firmalarının çağdaş işletmecilik anlayışıyla yönetilmeleri hususunda gerekli destek verilmelidir.
- Sektör derneklerinin, sektörün girdi-çıkı ilişkisini de dikkate alarak sektörler arası işbirliğine katkıda bulunacak şekilde hizmet sunması faydalı görülmektedir.

KAYNAKLAR

- AAM-The Alliance of Automobile Manufacturers-www.autoalliance.org
- ACEA-Association des Constructeurs Europeens d’Automobiles, www.acea.be
- AKBULUT A., Yağmur, AB ile Entegrasyon Sürecinde Türk otomotiv Sanayiinde Ana Sanayii Yan Sanayii İlişkilerinin İncelenmesi, V. Otomotiv ve Yan Sanayii Sempozyumu Bildiriler Kitabı, TMMOB Yayını, Kasım 1997.
- ASANUMA, Banri, “The Contractual Framework for Parts Supply in the Japanese Automotive Industry”, Japanese Economic Studies, vol.13.no:4., 1985.
- , “The Organisation of Parts Purchases in the Japanese Automotive Industry”, Japanese Economic Studies, vol.13.no:4., 1985.
- BEDİR, Atila, Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri Ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayiinin Geleceği, DPT-Uzmanlık Tezi, 1999.
- , Atila, “Büyük Sanayi-Küçük Sanayi İlişkileri ve İşbirliği Geliştirme Yöntemleri: Otomotiv Ana ve Yan Sanayii Üzerine Bir İnceleme”, Ekim 1999.
- BLOMMFIELD, Gerald, The World Automotive Industry, David &Charles Inc., Vermont, 1978.
- CCFA-Comite des Constructeurs Français d’Automobiles, www.ccfa.fr
- CLARK, Kim B., Product Development Performance- Strategy, Organisation, and Management in the World Auto Industry, Harvard Business School Press, Boston, 1991.
- DPT- Uzun Vadeli Strateji ve VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, Ankara, 2000.
- DPT- VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Karayolu Taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2001.
- DPT, Uluslararası Ekonomik Göstergeler, 2000.
- FUJIMATO, Takahiro, A Note on the Origin of “Black Box Parts” Practice in the Japanese Motor Vehicle Industry, 1995.
- FUSS, Melvyn A., and WAVERMAN, Leonard, “The Extent and Sources of Cost and Efficiency Differences between U.S. and Japanese Motor Vehicle Producers”, Journal of the Japanese and International Economics, vol.4, 1990.
- , Cost and Productivity in Automobile Production, Cambridge University Press, 1992.
- HUMPHREY, John, Globalisation and Supply Chain Networks: Auto Industry in Brazil and India, published in G.Gereffi, F.Palpacuer and A.Parisotto (eds), Global Production and Local Jobs, Geneva, 1999
- İSO, Otomotiv Sanayii Sektörü, 2002/4, Şubat 2002.
- JAMA- Japon Automobile Manufacturers Association, www.japanauto.com

- JONES, Daniel T., ROOS, Daniel and WOMACK, James P., The Machine That Changed The World, NY,1990.
- LAW, Christopher M., Restructuring the Global Automobile Industry, London, 1991.
- OECD, Differences in Economic Growth Across The OECD in the 1990s: The Role of Innovation and Information Technologies, 2000.
- OICA-International Organization of Motor Vehicle Manufacturers., www.oica.net
- OKUR, Serdaroğlu A., The Role of the Small Scale Suppliers within the Dynamics of the Turkish Automotive Industry/ A Historical Perspective, Massachusetts Institute of Technology, USA, Doktora Tezi, 1994.
- OSD, Otomotiv Sanayii Derneği, Türk Otomotiv Sanayii Genel İstatistiki Bilgiler Bültenleri ve Aylık İstatistiki Bilgiler Bültenleri.
- OSD, Otomotiv Sanayii ve Yenilikçilik, 2002.
- RAE, John B., The American Automobile Industry, Twayne Publishers, G.K.Hall & Company, 1984.
- , The American Automobile, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1965.
- SAYER, Andrew, “Post Fordism in Question”, International Journal of Urban and Regional Research, 1989, vol.3.
- SHIMOKAVA, Koichi, “Japan’s Keiretsu System: The Case of the Automobile Industry”, Japanese Economic Studies, summer 1985.
- SMITKA, Micheal J., Competitive Ties, Colombia University Press, NY, 1991.
- TAYSAD, Rekabet Gücü Yüksek bir Otomotiv Sektörü & Bağımsız bir Savunma Sanayii İçin Vazgeçilemeyecek Önemli Bir Teknoloji ve İnsan Gücü Birikimi, 1998.
- TEZER, Prof.Dr.Ercan, Dünya Otomotiv Sanayiine Bir Bakış, V.Otomotiv ve Yan Sanayii Sempozyumu Bildiriler Kitabı, TMMOB Yayını, Kasım 1997.
- The Automotive Consulting Group, Inc., Best Practices in Product Development Among Automotive Supplier, 1997
- The European Commission, White Paper on Growth , Competitiveness, and Employment, COM(93) 700 final, 1993
- The World Bank, World Development Indicators, CD-ROM, 2000.
- TSKB, Turkish Otomotiv Industry, May 2002.
- TÜSİAD, Rekabet Stratejileri ve En İyi Uygulamalar-Türk Otomotiv Sektörü, 1997.
- VDA-Verband Der Automobilindustrie E.V., www.vda.de
- WASTİ, Nazli S., Supplier Involvement in Component Design:A study of the U.S. and Japan automobile Industry, The University of Michigan, Doktora Tezi, 1995.
- WILLIAMS, Karel, CUTLER, Tony and WILLIAMS, John, “The End of Mass Production”, Economy and Society, vol.16,no:3,1987.