DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE OTOMOTİV SEKTÖRÜ

Dr. Kurtar Tanyılmaz*

Ayşe Nur Erten**

* **Dr. Kurtar Tanyılmaz:** Marmara Üniversitesi İİBF Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Araştırma Koordinatörü.

** **Ayşe Nur Erten:** Birleşik Metal İş Sendikası Araştırma Dairesi Uzmanı

BİRLEŞİK METAL-İŞ YAYINLARI

Tünel Yolu Cad. No.2 81110 Bostancı-İSTANBUL
Tel: (0216) 380 8590 Faks: (0216) 373 6502

Teknik Hazırlık : Birleşik Metal-İş
Baskı:

No: 01/3 Mart 2001

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ 5

AMAÇ VE YÖNTEM..... 6

I. BÖLÜM
OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE SERMAYE BİRİKİMİNİN KOŞULLARI VE DİNAMİKLERİ

1. Otomotiv Sektörü, Genel Özellikleri ve Dünya Ekonomisindeki Önemi 7

1.1 Dünya Araç Üretimi ve Satışları

2. Sermayenin Birikim Koşulları..... 10

2.1 Sermayeler Arası İlişkiler..... 10
2.1.1 Üretim Koşulları
2.1.2 Kapasite Fazlası
2.2 Sermayenin Yeniden Yapılanması..... 17
2.2.1 Sermayeler Arasında Değişen İlişkiler
2.2.2 Finansal Yeniden Yapılanma
2.2.3 Üretimde Yeniden Yapılanma
2.2.4 Ana Sanayi-Yan Sanayi İlişkilerinde Değişim
2.2.5 Sektörde Uluslararası İşbölümünde Değişim
2.3 Sermaye- Emek ilişkileri..... 29
2.3.1 Yeniden Yapılanma ve Değişen Sermaye-Emek İlişkileri

3. Devletin Sermaye Birikim Sürecindeki Rolü..... 35

II. BÖLÜM
TÜRKİYE'DE SEKTÖRÜN GENEL DURUMU..... 36

1. Sektörün Ülke Ekonomisindeki Yeri ve Önemi 36

2. Sermayeler Arası İlişkiler..... 37

2.1 Üretim Koşulları
2.2 Pazar Koşulları
2.3 Ana Sanayi-Yan Sanayi İlişkileri
2.4 Sektörde Maliyetler ve Rekabet Gücü

3. Türk Otomotiv Sektöründe Yeniden Yapılanma ve Uluslar arası İşbölümünde Oynanan rol 44

4. Sermaye-Emek İlişkileri 45

5. Devletin Sermaye Birikimindeki Rolü 47

6. Genel Değerlendirme:
Çalışanlar ve Ülke Sanayileşmesi Açısından Sonuçlar ve Olanaklar..... 48

Ekler..... 56

Ek 1: Bölgelere Göre Dünya Araç Üretimi, 1991-2000..... 56
Ek 2:
- Bölgelere Göre Dünya Araç İstihdamı, 1994-2000..... 57
- Araç Motorları Sanayiinde İstihdamdaki Değişim, 1995-1998 58

Ek 3: Sendika Stratejileri..... 59

Kaynakça .....

GRAFİKLER

Grafik 1- Dünya Otomobil Üretimi....7
Grafik 2- Dünya Araç Satışları....8
Grafik 3- Araç Satışlarında Bölgesel Değişim....9
Grafik 4- Artan Rekabette Japon Tehdidi....11
Grafik 5- Dünyanın En Büyük Otomotiv Firmalarının Pazar Payı....12
Grafik 6- Neden Opel/Vectra Toyoto'ya göre 2510 Mark Daha Pahalı Üretiliyordu?....13
Grafik 7- Toplam Maliyetler İçinde Sabit Sermaye Maliyetlerinin Payı....14
Grafik 8- Dünya Otomotiv Hasılatı ve Üretim Kapasitesi....15
Grafik 9- 1996-2001 Döneminde Küresel Kapasite Fazlası....15
Grafik 10- Kapasite Kullanım Oranları....16
Grafik 11- 1990-1995 Arasında Otomobil Sanayinde İstihdam....30
Grafik 12- Taşıt Araçları Sanayinde Üretim, İhracat, İthalat....36
Grafik 13- Taşıt araçları Sanayinde Üretim, Verimlilik ve Kapasite Kullanımı....37
Grafik 14- Türkiye'de Kapasite Kullanım Oranı....40
Grafik 15- Otomotiv Sektöründe Üretim Maliyetleri....43
Grafik 16- Türkiye'de Otomotiv Sanayi Bileşemi....45
Grafik 17- Otomotiv Sektöründe İşçilik Maliyetleri....46
Grafik 18- Seçilmiş Firmalarda Kar-Ücret Oranları....47

TABLOLAR

Tablo 1- Dünya Otomotiv Pazarının Bölgeler Arası Dağılımı (1999)....9
Tablo 2- Dünyanın En Büyük Otomobil Üreticilerinin 1999 Yılı Yıllık Üretim Miktarları....10
Tablo 3- Firmaları Satış Karlılığı....11
Tablo 4- Bazı Otomotiv Şirketlerinde Çalışma Süreleri....14
Tablo 5- Birleşmeler Ve Ortaklıklar....18
Tablo 6- Firmalarda Bütünleşme....21
Tablo 7- Volkswagen Firmasında İstihdam Dağılımları....25
Tablo 8- Satış Hasılatının Bölgesel Dağılımı....26
Tablo 9- Bazı Firmaların Yurt Dışı Aktiflerinin Ve Satışlarının Payı (%)....27
Tablo 10- Uluslararası Şirketlerin Yatırımlarında Üçüncü Ülkeleri Tercih Nedenleri....28
Tablo 11- Skoda'nın Yurtiçi Ve Yurtdışı Satış Payları....29
Tablo 12- Seçilmiş Bazı Firmalarda İstihdamın Değişimi (1978-1998)....31
Tablo 13- Yabancı Sermaye İzinlerinin Sektörel Dağılımı....38
Tablo 14- Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Yapısı....38
Tablo 15- Seçilmiş Firmaların Kapasite Kullanım Oranları....40
Tablo 16- Otomotiv Sanayi Yatırımları....41
Tablo 17- Otomobil Üreticisi Ülkelerde İthalatın Pazar Payı (1998)....41
Tablo 18- Türk Otomotiv Sektöründe Maliyeti Oluşturan Unsurlar....43

ŞEKİLLER

Şekil 1- Otomotiv Sektöründe Belli Başlı Şirketler Arasında Bağlantılar....19
Şekil 2- 1983-1996 döneminde FORD' ve TOYOTA'nın Teknoloji Sözleşmeleri Portföyü....22
Şekil 3- Mercedes Firmasının Uluslararası Üretim Ağı....25

ÇERÇEVELER

Çerçeve 1- Asya Krizi....17
Çerçeve 2- Japon Modelinin Geçirdiği Değişim....23
Çerçeve 3- Kanada Otomotiv Sektöründe Yeni Üretim Organizasyonları ve Çalışma Yaşamının Kalitesi....33
Çerçeve 4- Renault Vilvoorde Örneği....58

SUNUŞ

Otomotiv sektörü gerek dünya ve Türkiye ekonomisi gerekse çalışanların örgütlülüğü açısından oldukça önemli bir faaliyet dalıdır. Firmalar arası işbirliklerinin, birleşmelerin, satın almaların ve iflasların yoğunlaştığı günümüzde özellikle yeni teknolojilerin de etkisi ile üretim giderek küresel çapta gerçekleşmektedir.

Sektörde yaşanan bu gelişmelerin hızı sadece çalışanları istihdam, ücret ve çalışma koşulları açısından etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda çalışanların örgütlü bulunduğu sendikaları da bu gelişmeleri yakından izleme ve mevcut eğilimler konusunda bilgi üretme zorunluluğu ile karşı karşıya bırakmaktadır. Sektöre ilişkin güncel ve doğru bilgilerin derlenmesi, mevcut koşullara en uygun sendikal politikaların ve stratejilerin geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır.

Sendikamız, gerek dünya gerekse Türkiye'de otomotiv sektörüne ilişkin yapılan analizlerde yaratılan iyimser atmosfer karşısında, üyelerini zamanında ve doğru bilgilendirebilmek amacıyla daha gerçekçi bir durum değerlendirmesi yapılması düşüncesinden hareket ederek; "Araştırma Dizisi" kapsamında bu çalışmayı yayınlamayı uygun görmüştür.

Günümüzde hızla yaşanan değişimler dikkate alındığında bu ve benzeri sektör araştırmalarına ağırlık verilmesi ve bu çalışmada elde edilen bilgilerin güncelleştirilmesi gereği de önemle vurgulanmalıdır.

Sendikamız, kamuoyunun ve araştırmacıların yararlanacağı kapsam ve nitelikte olduğunu umduğumuz bu ve benzeri çalışmaları desteklemeye devam edecektir.

Birleşik Metal İşçileri Sendikası

Genel Yönetim Kurulu

AMAÇ VE YÖNTEM

Dünya ekonomisinde bir ülkede yaşanan krizin diğerlerini etkilediği, ülkeler arasında karşılıklı bağımlılıkların ve etkileşimlerin hem hız hem şiddet olarak arttığı ve derinleştiği bir dönemden geçmekteyiz. Sendikalar için örgütlü oldukları üretim dallarında çalışma hayatına ilişkin gelişimler karşısında doğru ve anlamlı bir eylemlilikte bulunmanın ön koşulu, sadece ulusal değil; aynı zamanda uluslararası düzeyde bilgi edinme süreçlerini hızlandırmak ve yeniden yapılandırmaktır. Sektör analizleri tam da bu nedenle sendikaların gerek çalışma yaşamı, gerekse işçi hareketi açısından güncel dinamiklere ilişkin bilgi edinmelerinde önemli bir araştırma alanı olarak değerlendirilebilir. Kuşkusuz makro düzeyi (dünya ve ülke ekonomisi) veya mikro düzeyi (işletmeler) ikame etmekten çok; hem toplu sözleşmelerin hala işkolları düzeyinde gerçekleşmesi, hem de tekil sermayelerin hareketliliklerinde temel kriter olan ortalama kar hadlerinin bu analiz düzeyinde ortaya çıkması nedeniyle, özellikle sendikalar açısından sektörel düzeyde yaşanan gelişmelerin izlenmesi gereklidir. Bu çalışma otomotiv sektöründe yaşanan gelişmeleri bunun temel dinamiklerini ve başta otomotiv işçileri olmak üzere geniş toplum kesimleri üzerindeki etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Sektör çalışmaları, genellikle ya pazar ve rekabete ilişkin verilerden (pazar yapısı, firma davranışı, teknolojik gelişmeler ve yenilik süreçleri, rekabet gücü vb.) ya da ülke ekonomisine ilişkin makro verilerden (üretim, talep, dış ticaret vb.) hareketle yapılmaktadır. Bu çalışmada benimsenen yaklaşım ise "tekil sermayelerin arenası" (Aglietta) olarak nitelendirilen sektörü sermaye birikiminin dinamiklerinden hareketle açıklama çabasıdır. Eğer Türkiye'de kapitalist toplumsal ilişkilerin egemen olduğu saptaması doğru ise, o takdirde bir toplumdaki güç ilişkilerinin evrimini ve dinamiklerini anlamada en merkezi/kilit değişken sermaye birikim süreci ve bu süreci ifade eden en temel sınıfsal ilişkiler de sermaye ile emek, sermaye ile sermaye ve sermaye ile devlet arasındaki ilişkilerdir[1]. Dolayısıyla bu yaklaşımda, pazardaki mübadele ilişkileri (örneğin otomotiv sektöründe arz ve talep koşulları) veya üretimin teknik ilişkilerinden (örneğin otomotiv sektöründe yeni üretim ve yönetim teknikleri) ziyade, üretimin toplumsal ilişkileri (sermayedarların kendi aralarında ve ücretli emekle kurdukları ilişkiler) üzerine odaklanılmakta ve bir yandan sermayenin hareketliliği, öte yandan sermaye ile emek arasındaki güç dengeleri ile belirlenen iktidar ilişkilerinin sektörel dokuyu nasıl değiştirdiği, bunun başta çalışanlar olmak üzere toplumun geniş kesimleri açısından doğurduğu sonuçlar ortaya konulmaktadır.

Böylesi bir yaklaşım yöntemsel açıdan iki boyutu içermektedir:

1. Sektörün dünya ölçeğinde son yıllardaki gelişiminin sergilenmesi uzun dönemli bir tarihsel ve yapısal değişim perspektifinden hareketle gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır.

2. Bir ülkedeki sanayinin/sektörün konumu ne sadece dünya ölçeğindeki değişimlerden (uluslararası işbölümü ve sanayide yeniden yapılanma) ne de sadece yurtiçi sektöre özgü sorunlardan (firmaların izledikleri stratejiler, tercihler, kısıtlar, devletin rolü vb.) hareketle; bilakis bu her iki etkenin karşılıklı etkileşiminden hareketle açıklanmaya çalışılmaktır.

[1] Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. R.Ross/K.Trachte, 1990 ve F. Ercan, 1998).

I. BÖLÜM

OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE SERMAYE BİRİKİMİNİN KOŞULLARI VE DİNAMİKLERİ

1. Otomotiv Sektörü, Genel Özellikleri ve Dünya Ekonomisindeki Önemi:

Günümüzde otomotiv sektörü gerek gelişmiş ülkelerde gerekse de gelişmekte olan ülkelerde üretimde kullanılan girdiler, sektörler arası bağıntıları ve sağladığı istihdam açısından sınai kalkınmanın lokomotif sektörlerinden biri olarak görülmekte, stratejik önem taşıyan öncelikli sektör olarak kabul edilmektedir. Gerçekten otomotiv sektörü diğer sanayi sektörlerinin en büyük müşterisi konumundadır. Sektör demir-çelikten cama, lastikten elektronik sanayiine, satış sonrası hizmetler sunan ulaştırma ve turizm sektöründen, bankacılık ve sigorta sektörlerine kadar çok değişik sektörlerin talep yaratıcısı durumundadır. Örneğin ABD'de üretilen kauçuk, yassı çelik, kurşun, cam, yarı iletkenlerin %25'i otomotiv firmaları tarafından satın alınmaktadır (İTO, 1997). Sektör, ulaşım, taşımacılık ve hizmetler sektörünün gelişiminin yanı sıra, savunma sanayinin önemli girdilerini üreten bir yapıya da sahiptir. Otomotiv endüstrisi olmasa makina ve alet endüstrisinin ayakta kalabilmesi çok zor olurdu[2].

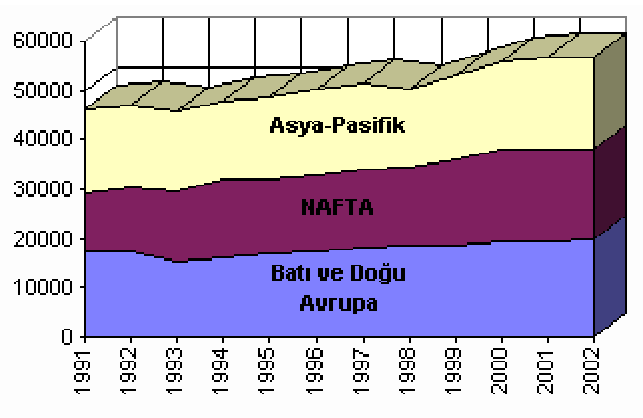
Otomotiv sektörü çok çeşitlenmiş bir ürün yelpazesine sahiptir. Otomobil, otobüs, kamyon ve kamyonet belli başlı ürünlerdir. Bu ana ürün grupları talep, üretim süreci, teknik donanım, pazarlama ve satış faaliyetleri açısından oldukça farklı özellikler içermektedir.

Sektördeki genel eğilimlere baktığımızda; otomotiv sektörü taşıdığı önem açısından dünyada rekabetin en yoğun yaşandığı, teknolojik gelişmelerin en önce uygulandığı, üretim tekniklerinin hızla değiştiği ve geliştirildiği sanayilerden biridir. Öte yandan günümüzde bir otomotiv firması üretiminin giderek artan bir bölümünü kendi ülkesinin dışında gerçekleştirmektedir. Bunun arkasında yatan temel neden uluslararası rekabetin giderek artmasıdır.

1.1 Dünya Araç Üretimi ve Satışları

Otomobil, dünyanın bütün ülkelerine satılmasına rağmen, bütün ülkelerde üretilmediği için son derece önemli bir ticari üründür. Dünya üretim ve satışlarında olduğu gibi ticaretin de üç büyük blok arasında yoğunlaştığı görülmektedir. ABD dünyanın en büyük üreticisi olmasının yanı sıra en büyük ithalatçıdır. Japonya ve Asya ülkelerinin ihracatının büyük bölümü ABD'ye yönelirken, Avrupa'nın da payı giderek artmaktadır. Bununla birlikte bazı az gelişmiş ülkelerde (AGÜ) otomobillere olan talebin artış hızı yüksek olacağından buralarda yatırımların artma eğilimi sözkonusudur.

Grafik 1: Dünya Otomobil Üretimi (bin adet)



Kaynak: IMF, 1997/2000

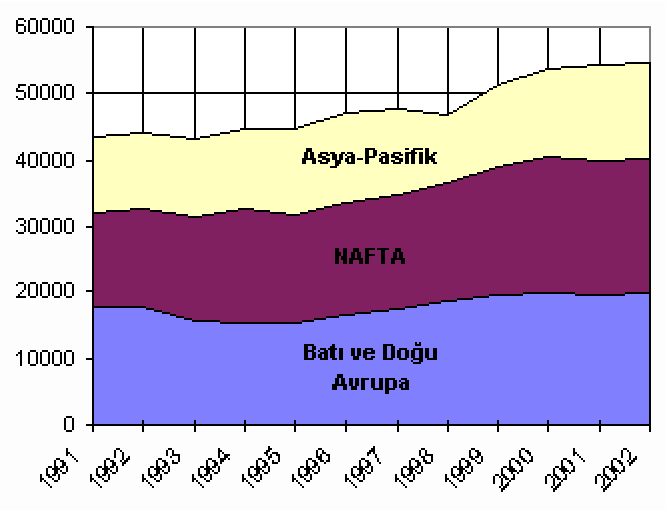
[2] Bu sektörün diğer sanayi sektörlerinin en büyük müşterisi olduğuna dair bir örnek olarak Amerika'ya bakıldığında: çelik üretiminin %21'i, alüminyum üretiminin %16'ı ve lastik üretiminin %53'ü otomobil sanayii taraf ından alınmaktadır (Thurow,1994, S. 212).

1999 yılında dünya toplam otomobil üretimi 53 milyon 810 adete ulaşarak, bir önceki yıla göre %4.7 oranında artmıştır. Asya'da yaşanan kriz nedeniyle 1998 yılında dünya üretimi %3.1 oranında azalmıştır. 1999 yılında yeniden artan üretimin, 2000 yılında 1997 düzeyine ulaşacağı tahmin edilmektedir. Dünya üretiminin %78.5'u Kuzey Amerika, Avrupa ve Japonya'da gerçekleşmektedir. Sözkonusu üç üretim bölgesine Asya-Pasifik ülkeleri de dahil edildiğinde bu oran %91'e ulaşmaktadır. Bununla birlikte Güney Amerika, Doğu Avrupa ve Asya'nın bazı gelişmekte olan ülkelerinde de önemli üretim artışları dikkati çekmektedir.

1999 yılında araç satışları bir önceki yıla göre %7.4 artarak 54.7 milyona ulaştı. 1998 yılında dünya araç satışları %2.6 oranında gerilemiştir. Asya bölgesinde yaşanan bu gerilemenin başlıca nedenleri arasında Japonya'da 1997 yılında gerçekleştirilen vergi artışı ile, 1997 yılı ortasında başlayan Asya Krizi etkilerinin devam eden sonuçları sayılabilir. Tek tek yıllar bazındaki rakamlar incelendiğinde; satışlar, 1999 yılında Asya-Pasifik bölgesinde (Japonya hariç) %36.4, Kuzey Amerika'da %9, Batı Avrupa'da ise %5.4 oranında artmıştır. 2000 yılı verileri incelendiğinde araç satışlarının %5 arttığı görülmektedir. [3]

1997 ve 1998 yılları Batı Avrupa'daki araç satışlarının 1992 yılından beri en yüksek noktaya ulaştığı patlama yılları oldu. Batı Avrupa araç satışları 1997'de 15 milyon adete ulaştı. Yalnızca Fransa'da satışlar %18 oranında düştü.

Grafik 2: Dünya Araç Satışları (bin adet)



Kaynak: IMF, 1997/2000

Dünya otomotiv satışlarının %74'ü Batı Avrupa, ABD ve Japonya arasında yapılmaktadır. Bununla birlikte bu üç büyük iktisadi blok (Triad pazarları) etrafında yeni, "gelişen" pazarların oluşmuştur. Genişleme eğilimi yalnızca emeğin ucuz olduğu pazarlara yönelmemekte, emeğin ucuzluğu kadar pazar yapısı ve işgücünün niteliği de önem taşımaktadır. 1999'da genişletilmiş pazarın dünya pazarı içindeki payı %93'e ulaşmıştı. Pazar hacmine ilişkin bu olgunun "global" strateji izleyen bir firmanın satışlarının bölgesel yapısı ve dolayısıyla ilerde değinilecek olan AGÜ'deki üretim yerlerinin işlevlerinin tanımlanmasında önemli çıkarsamaları olduğuna dikkat edilmelidir (bkz. tablo: 1).

[3] Bununla birlikte dünya ekonomisindeki olumsuz bir gelişme araç satışlarının hızla düşmesine neden olabilir. Örneğin ABD'de ortaya çıkabilecek bir finans krizinin tüm dünyaya yayılması durgunluk yaratacaktır. 2000 yılı hisse senedi piyasasında spekülatif sermaye hareketlerinin hızı azalmıştır. Ancak borsa değerlerinin yüksek olması finans krizi ihtimalinin tümüyle ortadan kalkmadığını göstermektedir.

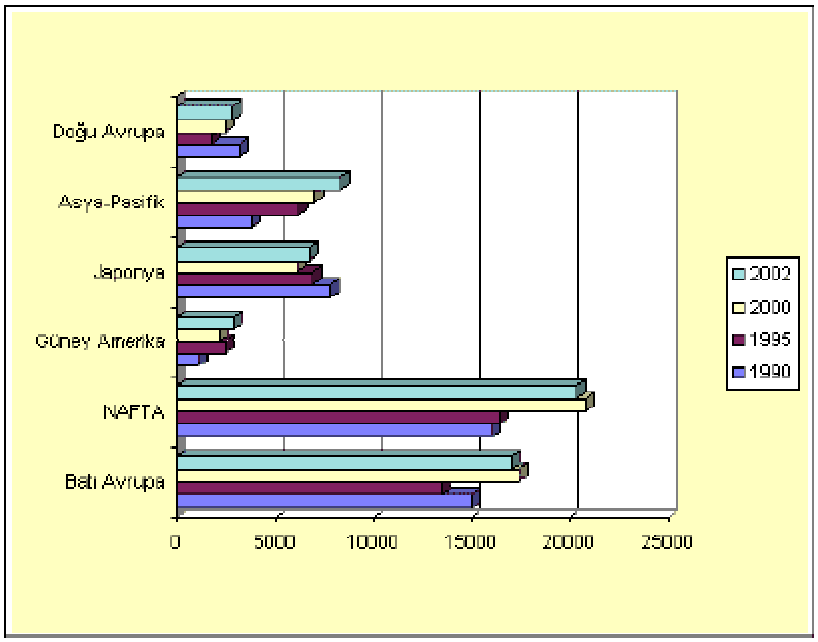
Tablo 1: Dünya otomotiv pazarının bölgeler arasında dağılımı (1999)

Triad Pazarı (%)	**Genişleme (%)**	**Genişletilmiş Triad Pazarı (%)**
Batı Avrupa %31 ABD %32 Japonya %11	Doğu/Orta Avrupa %4 Kanada, Meksika %4 Güneydoğu Asya %7 Çin %3	Avrupa %35 NAFTA %36 Doğu Asya (Japonya, Çin, Güneydoğu Asya) %21
Triad Pazarı %74	Artış %18	Genişletilmiş Triad Pazarı %93
Diğer Ülkeler %26		Diğer Ülkeler % 7

Kaynak: IMF, 2000

1991-2000 döneminde bölgelerin pazar payları incelendiğinde de, Batı Avrupa, Doğu Avrupa, Güney Amerika ve NAFTA'nın pazar payının arttığı görülmektedir. NAFTA'nın payının yükselmesindeki en önemli etken 90'lı yıllarda Meksika'ya yapılan yeni yatırımlardır. Doğu Avrupa'da pazar payını önemli ölçüde genişletmiştir. Asya Pasifik bölgesinde 1997'deki daralmanın nedeni ise 1997 yılında başlayan ekonomik krizdir. Bu dönemde özellikle Kore'de çok sayıda fabrika kapanmıştır. Ancak Çin'e yapılan yatırımların sürmesi ve Çin'in pazar payını büyütmesi 1997-2000 arasında bölgesel pazar payının çok daralmamasının en önemli nedenidir (Bkz. Grafik 3)

Grafik 3: Dünya Araç Satışlarında Bölgesel Değişim (bin adet)



Kaynak: IMF, 1997/2000

Yukarıdaki verilerden de görülebileceği gibi uluslararası otomobil üreticileri için artık kendini dayatan en önemli sorun ticaret (gönder ve sat) değil; gelişme (yerel montaj tesislerine yatırımlar) olmakta ve gerçek genişleme "bakir" topraklarda meydana gelmektedir: Latin Amerika, Meksika, Doğu Avrupa ve Uzakdoğu (M. Keller, 1996, S. 292).

2. Sermayenin Birikim Koşulları

Otomotiv sektöründe bir üretim yeri kurarken başlangıç yatırımı için oldukça yüksek miktarlar gerekmektedir. 1990 yılı itibariyle Avrupa'da yeni model bir otomobil üretimi için (tasarım, araştırma, makina teçhizatı dahil olmak üzere) 1.5 milyar dolar[4] ve Çin'de 35 bin araçlık bir montaj fabrikası için 150 milyon dolar gerekmektedir (I. Karmokolias, 1990, S. 47)[5].

Bir otomobil fabrikasının kapasitesi en az yıllık 250 bin adet araç üretiminde iktisadi olabilmektedir. Günümüzde yeni yönetim teknikleri ve esnek teknolojiler sayesinde daha az (örneğin 150 bin) araç üretimiyle de karlı olabilen fabrikalar vardır; ancak bunların kapasite kullanım oranları da talepteki düşüşlerle birlikte azalma eğiliminde olup; bu olgu karlılık üzerinde büyük baskı yapmaktadır. Özellikle otomasyona dayalı üretim için yapılan büyük çaplı yatırımlar örneğin pek çok Japon firmasının fabrika kapasitesinin ortalama %90'ının kullanılması durumunda ancak başabaş noktasına erişebildiklerini göstermektedir (manager magazin, 1993, S.143).
Her ne kadar biraz daha az ölçekli üretim gerçekleştiren fabrikalar gelecekte önem arzetmeye devam etseler de, otomotiv sektörü önümüzdeki yıllarda da kitle üretimi yapan, bu nedenle de geniş pazarlara ihtiyaç duyan bir sektör olma niteliğini koruyacaktır. Bu noktada da rekabet gücünün "mihenk taşı" olarak yurt içi pazarlara egemen olabilme kapasitesi daima öncelik taşıyacaktır.

2.1 Sermayeler Arası İlişkiler

2.1.1 Üretim koşulları:

Halen devam eden ekonomik krizin önemli bir özelliği dünya ölçeğindeki oligopolistik rekabetin hızlı bir tırmanış içinde olmasıdır. Sektörde rekabetin keskinleşmesiyle birlikte çatışma ve işbirliği elele ilerlemektedir. Sektörde artan rekabet özellikle 1970'li yıllardan itibaren Japon firmalarının pazara girmesiyle iyice şiddetlenmiş ve sektörün dünya ölçeğinde yeniden yapılanmasının itici gücü olmuştur (bkz. Grafik 4). Küresel düzeyde rekabetin bir sonucu olarak hem fiziki sermayenin (fazla kapasite) hem de insan "sermayesinin" değersizleşmesi (istihdamın azaltılması, çalışma sürelerinin uzatılması, ücretlerin aşağı çekilmesi) sözkonusudur.

Yoğun rekabette müşteri ve pazar payı için yapılan mücadele, kendini özellikle fiyat savaşlarında ve fiyat indirimlerinde ortaya koymaktadır. Bunun sonucunda firmalar azalan karlılıkla karşı karşıyadır[6] (bkz. Tablo 2).

Tablo 2: Firmaların Satış Karlılığı (%)

Firmalar	*1992*	*1994*	*1995*	*1996*	*1998*
General Motors	-0.03	5.5	3.7	4.2	1.8
Ford Motor	-0.02	8.1	4.1	3.0	5.6
Toyota	0.04	2.5	3.3	3.9	3.8
Daimler Benz	0.02	4.0	1.9	-4.5	4.3
Volkswagen	-	0.5	0.5	1.2	1.6

Kaynak: Çeşitli sektör yayınları ve firma verilerinden derlenmiştir

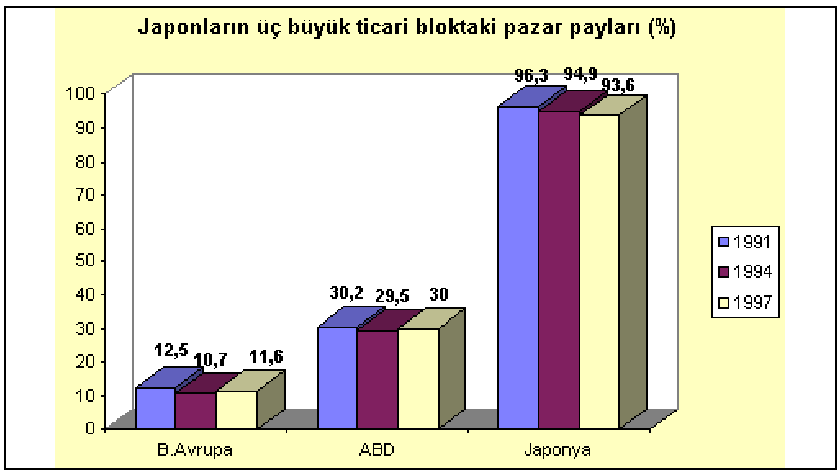
[4] Bir başka kaynakta bir otomobili sıfırdan tasarlayıp üretim aşamasına getirmenin bedelinin 3 milyar dolar olduğu belirtilmektedir. (Ekonomide Forum, 1999, S.47).

[5] Bir karşılaştırma yapmak gerekirse: Ford'un Otosan'la birlikte İzmit'te kurduğu fabrikanın başlangıç yatırımı 550 milyon dolardı. Tofaş'ın fabrikası yılda 12.500 adet kapasite ile kurulmuş ve bugün 250 bin adete ulaşmıştır. 1999 yılında kapasitesinin %26'ını kullanan fabrika sadece son 10 yılda 792 milyon dolarlık yatırım yapmıştır. Oyak-Renault 160 bin kapasiteye sahip olup, 1999 yılında kapasitesinin %79'unu kullanmıştır ve son 10 yılda 650 milyon dolarlık yatırım yapmıştır (Globus, 2000, S.148)

[6] Japonya'da birçok başarılı firma son 20 yıl içinde hükümet tahvillerine yatırım yaptığı takdirde kazanacağından çok daha az kar elde etmiştir. Honda buna iyi bir örnek oluşturmaktadır. Otomobil üretimine geçtiği 1965'ten 1980'e kadar uzanan 15 yıl içinde Honda'nın elde ettiği kar, motosiklet üreticisi olduğu dönemde sahip olduğu %9'dan %3'e düşmüştür. Yatırımdan elde edilen bu %3'lük kar, hükümet tahvillerine (Amerikan ya da Japon) yatırılacak eşit miktarda sermayenin getireceği kazancın çok altında kalmıştır.

Fiat ve bazı Güneydoğu Asya firmaları şimdiden ölüm kalım mücadelesi vermektedirler (Wirtschaftswoche,1999). Ayakta kalabilecek olan sadece yeni ürünleri cazip fiyatlarla piyasa sürebilen ve aynı zamanda fabrikalarının üretkenliğini daha da artırabilecek firmalardır.

Grafik 4: Artan Rekabette Japon tehdidi



Kaynak: manager magazin, 1995, S.119

Özellikle "Japon tehditi" birçok firmayı yeniden yapılanmaya sevketmiştir. Japonya'nın Amerikan otomobil piyasasındaki payı 1970'te %5'ti; 1990'da ise bu oran %28'e çıkmıştır (L. Thurow, 1994, S. 270).

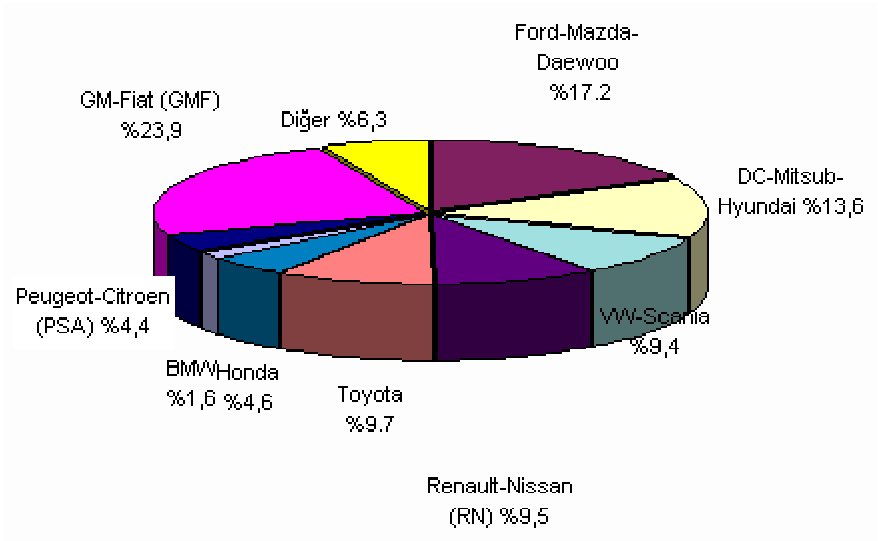
Büyük üretici firmalar bu üretim rakamları ve kuşkusuz bu rakamlardan daha yüksek olan kurulu kapasiteleriyle dünya otomotiv sektöründe belirleyici bir konumdadırlar. Tablo 3 ve Grafik 5'den de görülebileceği gibi, sektörde yoğunlaşma oranlarına baktığımızda, en büyük dört firmanın 1985-1995 yılları arasında dünya pazarındaki payları %40.9'dan %44.6'a yükselmiştir. Aynı dönemde en büyük on firmanın dünya pazarındaki payları ise %63.9'dan %71.2'e yükselmiştir. En çok üretim yapan ilk 20 firma dünya üretiminin %90'dan fazlasını, ilk 10 firma ise %70'den fazlasını gerçekleştirmektedir (Globus, 2000, S.143).

Tablo 3: Dünyanın En Büyük Otomobil Üreticilerinin 1999 Yılı Yıllık Üretim Miktarları (milyon adet araç)

Şirketler	**1999**
General Motors	11
Ford (Volvo)	7.2
Daimler-Chrysler (Mitsubishi)	6.1
Volkswagen	4.9
Toyota	4.7
Renault (Nissan)	3.8
PSA Pegoet- Citroen	2.5
Honda	2.4
Hyundai (Kia)	2.1
Suzuki	1.7

Kaynak: Wirtschaftswoche, 6.4. 2000

Grafik 5 Dünyanın En Büyük Otomotiv Firmalarının Pazar Payı



Kaynak: IMF, Auto Report 2000

Yukardaki veriler de dikkate alındığında sektörün yaşadığı dünya çapında yapısal bir aşırı üretim krizinin giderek derinleştiğini söylemek mümkündür. Görünen odur ki ancak dünyanın en büyük pazarlarında söz sahibi olan az sayıda büyük firma ("global players") ayakta kalabilecektir. Geçmiş yıllarda 52 tane olan bağımsız otomobil üreticisinden günümüzde 15 firma geriye kalmıştır. 2005 yılına kadar sadece 6 firmanın tek başına ayakta kalabileceği tahmin edilmektedir (Wirtschaftswoche, 15.7.1999, S.56).

Ulusal üreticiler kendi ülkelerinde lider konumunda olmakla birlikte, AB ülkeleri arasındaki rekabet ulusal belirleyiciliği zayıflatmaktadır. Avrupa otomobil pazarında fiyat, yeni model ve teknik gelişme konusunda yoğun bir rekabet vardır. Avrupalı firmalar pazar paylarını 1993-1995 arasında %83.6'dan %84.6'ya yükseltirken, Japon üreticilerin payı %12.5'ten %10.9'a düştü (Schwarz, 1997). Japon Yen'inin yükselmesi nedeniyle Avrupa'nın Japonya'dan yaptığı ithalat da 1994'te %16.6 iken 1995'te %7.6'ya geriledi. Avrupalı üreticiler açısından Japonya'daki pazar, 1990'ların ikinci yarısında yükselme eğilimine girmiştir. Japonların ABD'den otomobil ithalatı Japon pazarının %2'sini oluşturuyordu. Bu gelişmede yüksek kalite ve uygun fiyatların önemli bir rolü olmakla birlikte, Japonya'da ithalattaki ticaret sınırlamalarının kaldırılması ithalatın artmasının temel nedenidir.

Avrupalı üreticilerin ABD'deki pazar payları 1993'te %3.6 iken, 1994'te %4.3'e, 1995'de ise %5.2'ye yükselmiştir. Japon üreticiler gibi Avrupalı üreticiler de ABD pazarında lüks tüketimi hedeflemişlerdir.

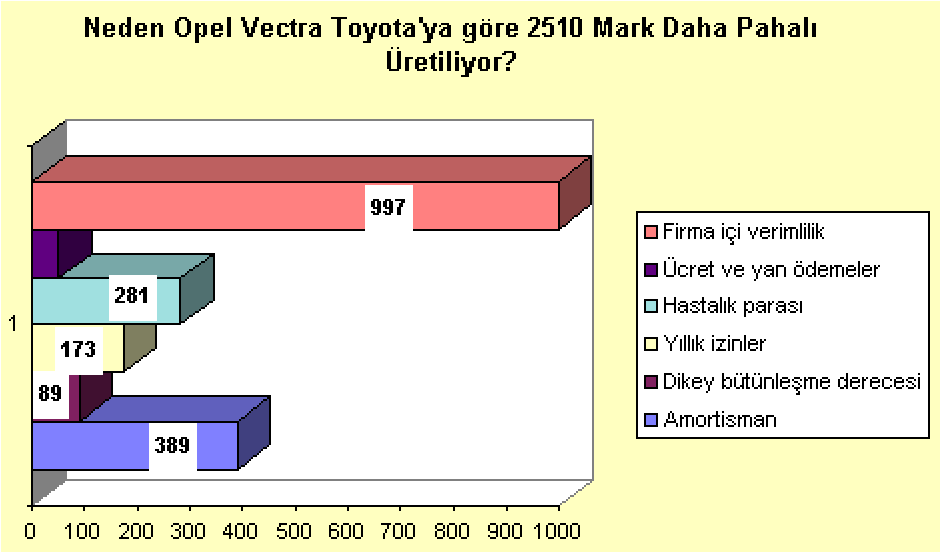
Sektöre sermaye içi açısından baktığımızda sınai sermaye bileşenler ile finansal sermayenin nasıl içiçe geçtiği görülmektedir. Almanya'nın en büyük sınai şirketlerinden Daimler Benz'in en büyük hissedarı ülkenin en büyük özel bankası olan Deutsche Bank'tır. Şirketin hisselerinin dağılımı şöyledir: Deutsche Bank %24.4, Kuveyt Emirliği %13; gerisi 450 bin hissedar arasında dağılmıştır. Bu 450 binin içinde Commerzbank AG, Dresdner Bank, Robert Bosch GmbH, R+V Allgemeine Versicherung gibi özel banka ve sigorta şirketleri yer almaktadır (A. Cengiz, 1997, S. 51-2).
Daimler-Benz AG'nin denetim kurulunda oturan kişilerin belli başlıları Commerzbank AG, Deutsche Bank AG, Dresdner Bank AG'nin yönetim kurulu üyeleridir. Öte yandan Daimler Benz'in bir çok yönetim kurulu üyesi de başka sınai ve finansal şirketlerin (Allianz, Bayerische Vereinsbank, Basf AG, Continental AG gibi) denetim kurulunda yer almaktadırlar. Yine örneğin Almanya'nın en büyük finansal kuruluşlarında hangi şirketlerin temsilcilerinin oturduğuna baktığımızda: Alman otomotiv sektörünün büyük firmalarından General Motors Deutsche Bank'ta, BMW Bayerische Vereinsbank ve

Münchener Rück'te, Daimler Benz Bayerische Vereinsbank ve Allianz'ta, VW Münchener Rück'te temsil edilmektedir (A. Cengiz, 1997, S. 63).

Diğer sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe de bir çok firmanın üretken olamayan alanlarda da faaliyet gösterme eğilimi giderek artmaktadır. Sanayi sermayesinin elinde biriken ve gerek kar oranının düşme eğilimini önlemek üzere olsun, gerekse daha hızlı ve yüksek kar olanakları sunması nedeniyle olsun, bu sermaye fazlalığı üretken yatırımlar yerine spekülatif yatırımlara yönelmektedir (örneğin VW son yıllarda VW Bank'ı kurmuştur).

Sektörde yaşananan yoğun rekabet özellikle 1980'li yıllardan itibaren firmalar arasında önemli verimlilik ve maliyet farklılıkları biçiminde kendini görülmektedir (bkz. Grafik 6)

Grafik: 6



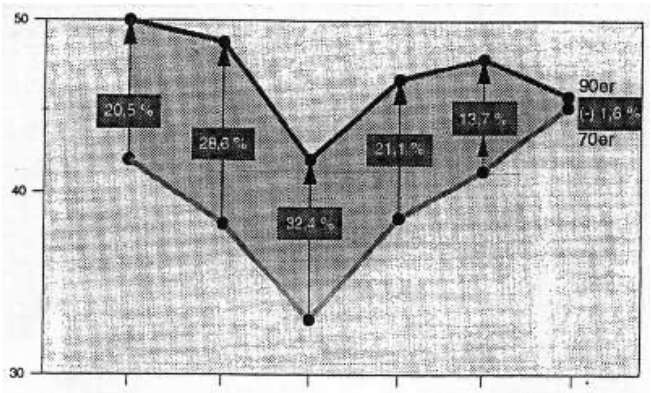
Kaynak: manager magazin, 1993, S.131

1990'lı yıllara gelirken Amerikan Otomotiv Sendikası UAW'nin ABD ile Japonya arasındaki maliyet yapılarını karşılaştırdığı bir araştırmanın bulgularına göre, maliyet farklılıkları döviz kurları (açıklayıcı etkisi %24) veya ücret düzeyleri (açıklayıcı etkisi %18) arasındaki farklılıklardan ziyade, büyük ölçüde üretim sürecindeki etkinlik ve üretkenlikten (açıklayıcı etkisi %38) kaynaklanmaktaydı (U. Jürgens/T. Malsch/K. Dohse, 1989, S. 38). Peki bu üretkenlik farklılaşmasında; dolayısıyla sektörde bir firmanın diğerleri karşısında üretkenlik açısından üstünlük sağlayabilmesi ve/veya maliyet üstünlüğü yakalayabilmesinde hangi açıklayıcı faktörler rol oynamaktadır? Buna ilişkin olarak Japon firmalarının üretkenlik üstünlüğünü açıklamak üzere Amerikan otomobil firmaları yöneticileriyle yapılan geniş çaplı bir araştırmanın (U. Jürgens/T. Malsch/K. Dohse, 1989, S. 38) bulguları ağırlık sırasına göre şu etkenleri ön plana çıkarmaktadır:

- Makine ve teçhizatın daha yüksek (kapasite) kullanım düzeyi (%40)
- Üretim süreci iş bölümünde farklılıklar ve emeğin daha esnek kullanılabilirliği (%18)
- Daha düşük boş geçen süre (%12)
- Otomasyon derecesindeki farklılıklar (%10)
- Kalite kontrol sistemi (%9)
- Ürün tasarımı (%7)
- Daha yüksek iş yoğunluğu (%4)

Gerçekten makina ve teçhizatın daha yüksek kullanım düzeyi önem kazanmaktadır, çünkü sektör oldukça sermaye yoğun nitelikdedir. Bunun kanıtı olarak sektörde toplam maliyetler içinde sabit sermaye maliyetlerinin payına baktığımızda, her ne kadar 1970'li yıllara göre 1990'lı yıllarda bu payda çok küçük bir azalma gözlense de, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında bu payın zaten yıllardır oldukça yüksek düzeyde olduğu görülmektedir (bkz. Grafik 7).

Grafik 7 Toplam Maliyetler İçinde Sabit Sermaye Maliyetleri
Sabit sermaye payları (%)



Kimya Makina Elektriksiz Enformasyon Elektro- Taşıt
Makinalar tekniği teknik araçları

Kaynak: K. Backhaus/J.Hilker, 1994, S.182

Üretkenlik farklılaşmasında en önemli faktör olarak görülen makina ve teçhizatın daha yüksek kullanım düzeyi olgusunun arkasında yatan temel faktör ise Tablo 4'de de görüldüğü üzere çalışma sürelerinin farklılaşmasıdır (K. Williams vd., 1995, S.25).

Tablo 4: Bazı Otomotiv Şirketlerinde Çalışma Süreleri

Honda	Nissan	Toyota	Ford Europe	GM Europe	VW
2036	2296	2268	1710	1657	1626

Örneğin 1990-92 yılları arasında Toyota ve Nissan firmalarındaki çalışma süresi 2300 saati aşmaktaydı. Bu iki Japon firmasındaki yıllık çalışma süresi Alman firmalarına göre 700 saat daha fazlaydı. Toyota ve Nissan'da yılda 400 saatten fazla mesai yapılmaktaydı (G. Schanz/H. Döring, 1998, S. 917).

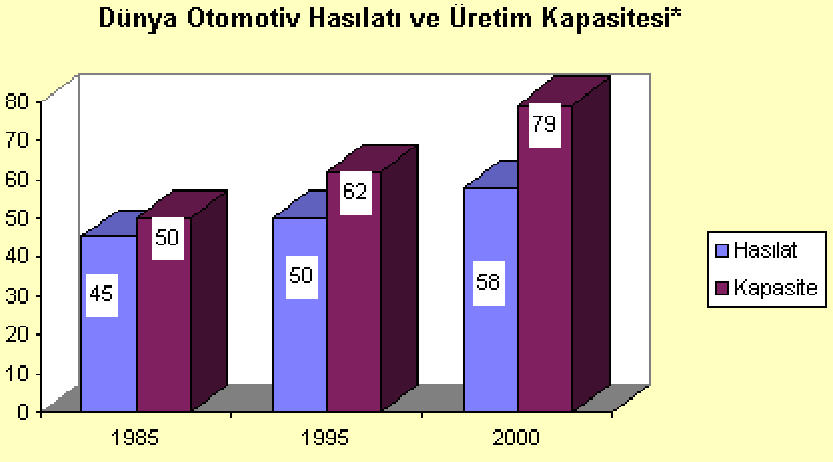
Rekabet baskısının inanılmaz boyutlarda olması nedeniyle sektörde ölçek ekonomilerinin bir kilit dinamik olarak öneminin giderek arttığı görülmekte; buna bağlı olarak sermaye yoğun sektörde makina ve teçhizatın etkin kullanımı ön plana çıkmakta; ancak bütün bu dinamikler sektörde fazla kapasitenin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

2.1.2 Kapasite fazlası:

90'lı yılların ortalarında dünya araç üretiminin 1/5'ini aşkın bir kısmı atıl kalıyordu. 90'lı yılların ortalarında yapılan bir hesaplama, tüm dünyada 12 milyon aracın atıl olarak üretildiğini, bu sayının ise Japonya'nın 1991 yılında ürettiği tüm otomobil ve kamyonlara eşit olduğunu gösteriyordu. 1996'nın sonunda Ford Motor'un Yönetim Kurulu Başkanı dünyadaki kapasite fazlasının üretim bazında 15-20 milyon birim, satış bazında ise 50 milyon birim olduğunu (bkz. Grafik 8) belirtmiştir (IMF, 1997).

Burada işaret edilmesi gereken nokta, dünya talebinin ne olduğunun bilinmesine rağmen üretimin artırılmasının artan rekabetin bir sonucu olduğudur.

Grafik 8: Dünya Otomotiv Hasılatı ve Üretim Kapasitesi



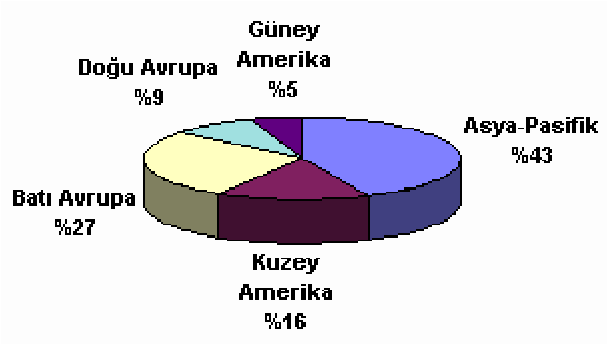
Kaynak: IMF, 1997

** 2000 yılı tahmin, milyon adet araç*

90'lı yıllar boyunca Asya'nın yeni gelişen ekonomilerindeki otomobil yatırımları, satışların yavaş büyümesine karşın büyük bir artış göstermiştir. Aynı şekilde Doğu Avrupa ve Güney Amerika'da da çokuluslu şirketlerin yatırımları hızla artmaktadır. Ancak yeni yatırımlar açısından Çin ilk sırada yer almıştır. Oysa Çin, Hindistan ve Endonezya sırasıyla dünyanın 1. 2. ve 4. en fazla nüfusa sahip ülkeleridir. Ancak bu ülkelerdeki alım gücü dünyanın en düşük düzeyindedir.

Aşağıdaki Grafik 9'da görüldüğü gibi, kapasite fazlası dünya genelinde eşit biçimde dağılmamaktadır. 90'lı yılların ortasında dünya toplam kapasite fazlasının %43'ü Asya bölgesine aitti. Asya-Pasifik bölgesi 7.3 milyon birim fazla üretime sahiptir. Bu rakamın 4 milyonu tek başına Japonya'da üretilmektedir. Japonya iç piyasada yaşanan durgunluk, para birimi dalgalanmalarının bir sonucu olarak 90'lı yıllarda ihracatını azalttı. 80'li yılların dünya ihracat şampiyonu olan Japonya 80'lerin sonu ve 90'lı yılların başında dünyanın çeşitli bölgelerinde oluşturduğu üretim birimlerindeki ürünlerini o bölgelerde arz etmektedir. 1995'te Japonya'daki kapasite fazlası Nissan, Honda ve Mitsubishi'nin 1995 üretimlerine eşitti (IMF, 1997).

Grafik 9: 1996-2001 Döneminde Küresel Kapasite Fazlası



Kaynak: IMF, 1997

Dünya ortalama kapasite fazlası ise %32'dir. 1998 yılı itibariyle sanayinin kapasitesi satılabilecek araç sayısından 20 milyon daha fazladır (Hürriyet Business Week, 1998). Otomobil ve kamyonette dünyadaki kapasite 1998 yılında 70 milyon adet iken 1997 yılı satışları 50 milyonu bulmamıştır. Yani %40'lık bir kapasite fazlası sözkonusudur ve kapasite kullanım oranı %70 civarındadır. Ama bir yandan da dev üreticiler Doğu Avrupa'dan Güney Amerika'ya ve Hindistan gibi Asya ülkelerine yeni

üretim merkezleri seçerek yatırımlara soyunmaktadırlar. Tahminler toplam taşıt araçları kapasitesinin 5 yıl içinde %13 daha artacağı ve 79.3 milyon adete yükseleceği yönündedir. Ama talepte bu ölçüde bir artış beklenmemektedir (Milliyet, 22 Mart 1998).

Japon üreticilerinin 90'lı yıllarda yaşadıkları tecrübe aşırı üretim ve kapasite fazlası faktörünün etkilerini çok iyi göstermektedir. 1995'te Yen'in değer kazanması Japonya'dan yapılan ihracatı giderek pahalı duruma getirmiş, Kuzey Amerika'daki şirketlerinin karları azalmaya başlamıştır. Japon şirketleri bu durum karşısında önemli bölümü Asya fabrikalarında olmak üzere birim emek maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere ilave kapasite yatırımları yapmışlar ve başta ABD ve İngiltere olmak üzere maliyetlerin daha düşük olduğu fabrikalarından Japonya'ya nihai ürün ithalatı yapmak zorunda kalmışlardır.

Güney Kore üreticileri de satışların düşmesine rağmen kapasite artırıcı yatırımlar yapmıştır. 1993'te Güney Kore'nin kapasitesi 2.8 milyon araç iken, kapasite kullanımı %70 idi[7].

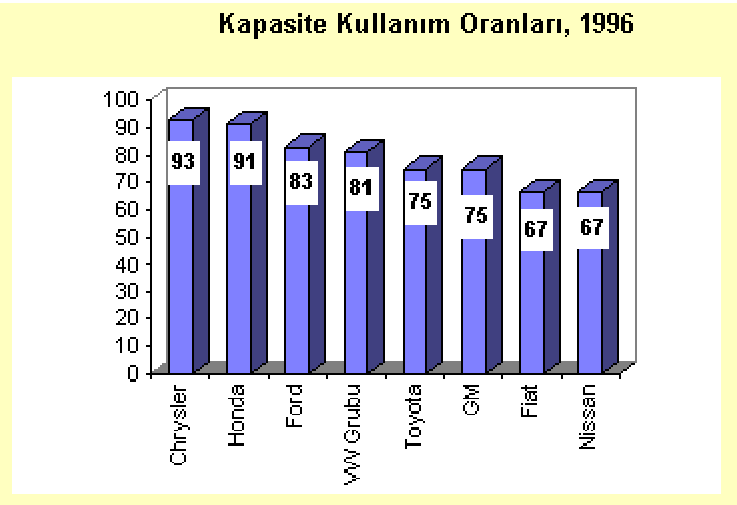
Çin'de de 1996'da otomobil satışları 382.000 iken, üretim kapasitesi 700.000'e yükseltildi, dolayısıyla kapasite kullanımı %55'dir. 1996-2001 döneminde de yapılacak yeni yatırımlarla kapasite kullanımı %60 olacaktır.

Avrupa'da da %27 kapasite fazlası vardır, bu oran dünya ortalamasına (%29) yakındır. Kuzey Amerika'da ise fazla kapasite %16'dır. Kuzey ve Batı Avrupa'da pazarların doymuş olması, kapasite azaltıcı planların yapılmasına yol açmaktadır. Bir yandan Japonlar ABD pazarına girmek için yeni yatırımlar yaparken, diğer yandan GM, Ford ve Chrysler ABD'deki bazı eski üretim birimlerini kapatmaktadır. Aynı durum Batı Avrupa için de sözkonusudur.

Güney Amerika'da kapasite kullanımı 90'ların ortasında %90 idi. Ancak planlanan yatırımların yapılması halinde kapasite kullanımı 2000'li yıllarda %70'e düşecektir.

Doğu Avrupa'da fazla kapasite %9 idi. Ancak dünya üretiminden aldıkları pay da yalnızca %4'dür. Uluslararası şirketlerin bölgeye yoğun yatırım yaptıkları ve planladıkları göz önüne alınırsa varolan kapasitenin atıl kalması beklenebilir.

Grafik 10: Kapasite Kullanım Oranları



Kaynak: IMF, 1997

[7] Rekabet sürecinde sermayenin nasıl kendisinin önündeki engel olduğuna iyi bir örnek de Güney Doğu Asya krizinden etkilenen ve dünyanın ilk on otomobil üreticisi içine girmeyi hedefleyen Güney Kore firması Daewoo'dur. 71.5.milyar dolarlık grup, Polonya'daki üretim kapasitesini yılda 670.000 otomobile çıkartmış, otomotiv sektöründeki sıkıntıya karşın Hindistan'da da genişlemeye çalışmıştır. Oysa aynı dönemde uzmanlar Koreli otomobil üreticilerinin kapasitelerini %53 daraltması gerektiğini söylemekteydiler. Bu arada Daewoo ve diğer otomobil üreticileri çalışanlarını otomobil almaya zorladıkları için toplam 1 milyon 600 bin dolarlık bir ceza aldılar (Hürriyet Business Week, 1998). Aynı firma daha sonra 80 milyar dolarlık borç yükü nedeniyle batmış ve GM tarafından satın alınmıştır (Yeni Binyıl, 30 Temmuz 2000).

Sektörde kapasite fazlalığı olgusu tek tek üreticiler düzeyinde de çarpıcı boyutlardadır. Örneğin VW'in 1996 yılı itibariyle üretim kapasitesi 3.6 milyon araç olarak belirtilmişken, firma yöneticisi aslında bunun üzerinde bir kapasiteye (yaklaşık 5 milyon araç) sahip olduklarını belirtmektedir; diğer bir ifadeyle firma aslında 1.5 milyon araçlık bir kapasite rezervine sahiptir (manager magazin, 1996, S. 46).

Üreticilerin dünya çapında fazla kapasiteye karşı mücadele vermelerinde bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak değinileceği gibi diğer otomobil firmalarını satın almaları veya işbirliğine gitmeleri de önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde birleşme dalgasının kaçınılmaz bir hale gelmesinin arkasında sektörde kapasite fazlasının bulunması yatmaktadır.

ÇERÇEVE 1:

Asya Krizi

Otomobil sanayiini olumsuz yönde etkileyen faktörlerin başında, Batı Avrupa, Kuzey Amerika, Japonya ve Kore'de giderek artan oranda yaşanan kısır rekabet döngüsü ile özellikle Asya'daki kapasite fazlası araç üretimi sayılabilir. Asya'daki aşırı kapasite kullanımı ise yeni gelişen ekonomilere dayatılan neo-liberal anlayıştan kaynaklanan ihracat politikaları ile açıklanabilir. Bu bağlamda bölge ülkeler iki ana grupta incelenebilir:

1) Ulusal paraları spekülatif saldırılar sonucunda büyük oranda devalüe edilen kriz ülkeleri - Güney Kore, Tayland, Endonezya ve Malezya.

2) Kriz ülkelerinde ekonominin düşüşe geçmesiyle birlikte ihracat kaybına uğrayan ve kriz ülkeleriyle ticaret bağlantısına sahip olduğu için ticaretten olumsuz etkilenen ülkeler. İkinci grup içerisinde sayılabilecek ülkeler arasında Japonya, Çin, Hindistan ve Avustralya ile göreceli olarak daha küçük olan Tayvan ve Filipinler de bulunmaktadır. Asya'daki aşırı kapasite banka kredileri ile yaratıldı. Yapılan yeni yatırımların çoğu yanlıştı. Bu nedenle, özen gösterilmeden verilen krediler ve paniğin şiddetlendirilmesine yardımcı olan esas unsurlardan biri yabancı kredi kuruluşlarıdır.

Dolaylı olarak krizden etkilenen ülkelerden. Japonya'nın durumu ülke ekonomisindeki durgunluk ile kararlı bir ekonomi politikasının olmayışıyla açıklanabilir. Ülkede, işsizlik yükselmekte, ulusal para "yen" sürekli değer kaybetmekte, hükümet politikalarında bocalamalar yaşanmakta, satın alma gücü ve tüketici güveni azalmakta, ekonomik manzara belirsizleşmekte ve sonuç olarak da araçlara olan talep keskin bir şekilde düşmektedir. 90'lı yılların başında araç satışlarının iki haneli rakamlarla büyüdüğü Çin'de ise 1997'deki %9'luk sağlıklı yükselişin ardından 1998 yılında %1.5 civarında bir düşüş beklenmektedir. Rakip ülkelerin zorlaması ile gerçekleştirilen devalüasyonların bir sonucu olarak ülkenin karşı karşıya kaldığı güçlükler, araç satışlarının 2000 yılından önce hızlı bir büyüme göstermesini de imkansız hale getirmektedir. Eğer Çin'de beklenen yeni devalüasyon yapılacak olursa, Asya'da yeni bir krizin yaşanması da kaçınılmaz olacaktır.

Kaynak: IMF, 1998/1999

2.2 Sermayenin Yeniden Yapılanması

2.2.1 Sermayeler arasında değişen ilişkiler:

Özellikle Japon firmalarının "mal değil, sermaye ihracı" sloganı altında izledikleri strateji gerek Amerikan gerekse de Avrupa pazarlarında rekabetin giderek şiddetlendiğine işaret etmektedir. Sektörde sözkonusu olan rekabetin azalması değil; bir yandan rakiplerin azalması ve öte yandan rekabetin artması, keskinleşmesidir. Yani aynı süreç içinde girişimciler sayıca azalmaktadır, ama sermayeler merkezileşerek büyümekte; üretim birimleri de yoğunlaşmayla büyümektedir.

Yukarıda değinildiği üzere sektörde yaşanan aşırı üretim krizi[8] sonucunda şirketler başlıca piyasalarında araba satmakta zorlandıklarında, işgücü verimliliğini artırma ve maliyetleri kısma gereksinimleri de

[8] Aşırı üretim krizi karşısında sermayenin yeniden yapılandırılması konusundaki çabalar kar oranını yükseltmek için şu ayarlamaları amaçlar: daha az karlı firmaların tasfiyesi ya da yutulması, ya da faaliyetlerinin azaltılması; daha az üretken tekniklerin daha üretken tekniklerle değiştirilmesi; talebi yapısal olarak yükselen ürün imalatında artışla birlikte, talebin yapısal olarak durgunlaştığı ya da azaldığı görülen ürünlerin imalatının azaltılması; hammadde, enerji, emek ve sabit sermaye istihdamında tasarruf yapmak suretiyle gerçekleştirilen rasyonalizasyon yatırımları, dolaşımdaki sermayenin dolaşım hızındaki artış; emek sürecinin yoğunlaştırılması ve genelde artı-değer oranını (yani işgücünün sömürülme oranını) sürekli bir temel üzerinde yükseltmek için yoğunlaştırılmış çabalar (E. Mandel, 1992, S. 143-4).

artar. Üretim maliyetlerini düşürme baskısı temel olarak iki yönde etkide bulunmaktadır: Teknolojik değişim hızının artması ve üretimin coğrafi dağılımının değişimi. Bu bağlamda büyük üreticiler arasında görülen ve 2000'li yıllara damgasını vuracak, yeniden yapılanmaya ilişkin temel eğilimler şunlardır: Şirket birleşmeleri, pazarların, üretim süreçlerinin, tedarik zincirlerinin giderek artan uluslararasılaşması, üretim ağlarının yeniden örgütlenmesi, işletmelerin yurtdışına kaydırılması, otomasyon, gittikçe artan oranda taşeronlardan ve geçiçi işçilerden yararlanılması.

2.2.2 Finansal yeniden yapılanma:

Sermaye-yoğun teknolojik gelişmeler ve sektördeki üreticilerin teknoloji yanında finansman olanaklarına da oldukça bağımlı hale gelmesi sonucunda şirketlerin (özellikle AR-GE yatırımlarını) yükseltmek amacıyla finansal işlemlere yoğunlaştıkları gözlenmektedir. Sektörde finansal yeniden yapılanmanın temel nedeni sermayenin merkezileşmesi ve yoğunlaşmasıdır.

Daha önceleri firmalararası satın almaların temel nedeni üretimde ölçek ekonomileri iken, günümüzde her şeyden önce fırlayan AR-GE maliyetleri firmaları dünya ölçeğinde üretimi yaymaya zorlamaktadır. İkinci önemli neden ise sözkonusu firmaların finansman ihtiyaçlarını karşılayan -daha önce aynı zamanda firmanın hissedarı konumunda olan ve otomotiv firmalarına kredi temin eden- bankaların yerini giderek anglo-sakson kurallara göre yönetilen borsa ve fon kuruluşlarının almasıdır. Bunun anlamı özetle firma yöneticilerinin eğer yatırım ve AR-GE için para bulmak istiyorlarsa giderek daha fazla borsa kurumlarına bağımlı hale geldikleri ve onların acımasız karlılık oranı taleplerini yerine getirmek yükümlülüğü altına girdikleridir (Wirtschaftswoche, 15.7.1999, S. 56). Buna göre otomobil üreticileri firma değerini artıran stratejiler izlemekte ("shareholder value" yaklaşımı) ve belli faaliyet dallarının yatırılan sermayeye oranla "talep edilen" karı (en az %12) getirip getirmediği sürekli olarak denetlenmektedir (Wirtschaftswoche,, 6.4.2000). Beklenen kar oranını getirmeyen üretim birimleri, faaliyet dalları elden çıkarılmaktadır.

Firma ele geçirmelerinin (mergers&acquisitions) giderek artma eğilimine bağlı olarak şirketlerarası birleşmeler ve işbirliklerine dair son gelişmeler şöyledir:

Tablo 5: Birleşmeler ve Ortaklıklar

1990 General Motors ve Opel Saab'ın %50'sini aldı
1994 BMW Rover'i aldı (2000'de Rover yeniden ayrıldı)
1996 Ford Mazda'nın çoğunluk hissesini aldı
1998 Daimler ve Chrysler birleşti
1998 Daewoo Ssangyong'u aldı
1998 Hyundai Kia'yı aldı
1998 Toyota Daihatsu'nun çoğunluk hissesini aldı ve Hino'daki hisselerini arttırdı
1998 VW Rolls Royce ve Lamborghini'niyi aldı; Bentley markası korunacak ve RollsRoyce markası 2002'de BMW'ye verilecek
1999 Ford Volvo'dan PkwSparte'yi aldı
2000 Renault Samsung'un çoğunluk hissesini aldı
2000 Daimler/Chrysler Mitsubishi'nin %34 hissesini ve aldı ve en büyük hisse sahibi oldu
2000 General Motors Fiat'ın hisselerinin %20'sini satın aldı ve kalan %80 hissenin satışa çıkarılması durumunda 4 yıl süresince ilk alım hakkını elde etti. Buna karşılık Fiat'ta General Motors'un %5.1 hissesini satın aldı[9].
2000 VW şirketi İsveç kamyon üreticisi Scania'nın %34 oy hakkını ve %18.7 sermayesini aldı.

Kaynak: IG Metall, 2000

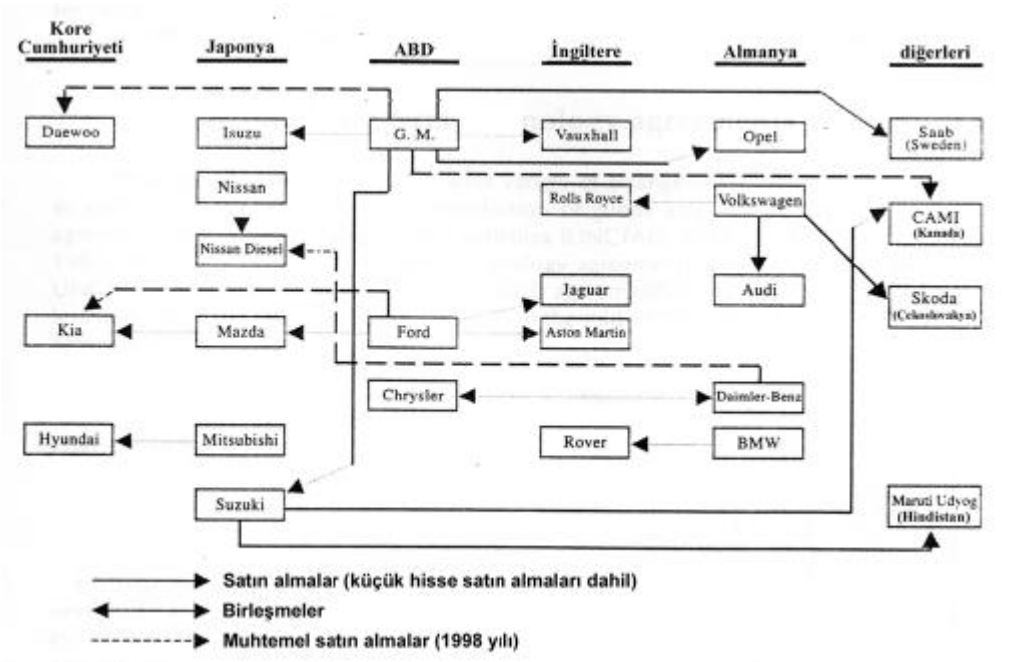
[9] GM ile Fiat'ın 2.4 milyar dolarlık işbirliğinin, her iki şirketin de maliyetlerini azaltarak rekabetin yoğun olduğu Avrupa ve Güney Amerika pazarlarındaki paylarını artırma imkanı sağlayacağı iddia edilmektedir. GM'in Fiat'ın %20 hissesine karşılık %5 hissesini değiş tokuş etmesine dayanan işbirliğiyle iki firmanın 2005 yılına kadar maliyetlerini toplam 2 milyar dolar azaltacağı tahmin edilmektedir (Milliyet, 15 Mart 2000).

Özellikle 1980'li yıllarda "Japon tehditi" olarak nitelendirilen dünya otomotiv sektöründeki gelişmeler bizzat Japon firmaları açısından bir kabusa dönüşmüştür. Mali krize girip Batılı şirketlerle zoraki evlilik yapan Japon otomotiv üreticilerinin durumuna baktığımızda; %33.4 oranındaki hissesini Ford'a satan Mazda'nın hala mali krizden çıkamamış olduğu, aynı durumun Fransız Renault ile birleşen Nissan için de geçerli olduğu (Renault Nissan Motor'un %36.8 hissesine sahiptir); Mitsubishi Motors'un kontrolünü Daimler Chrysler'e devrettiği (firma en az %33.4'lük hissesini Daimler Chrysler'e satmıştır) görülmektedir. Mitsubishi'nin de satılmasıyla Japon otomotiv pazarında kendi sermayesi ile ayakta kalan iki şirket Toyota ve Honda'dır.

Bu bağlamda dünya otomotiv sektörü dev birleşme ve işbirliklerine sahne olmaktadır. Uzmanlar yakın gelecekte (tahminen 2010 yılına kadar) birleşmeler sonucu 15 şirketten geriye 5-10 şirketin kalacağını ve muhtemel kurbanların BMW, Fiat, Peugeot-Citroen olacağını söylemektedirler (UNCTAD, World Investment Report, 1998, S. 22)[10]. Firmalararası bu birleşme-yutma furyasından ise en çok yönetici kesim karlı çıkmaktadır[11]. Bu birleşmelerin Türkiye açısından önemi ise şuradadır: Ana firmalar yeni işbirlikleri çerçevesinde şu anda Türkiye'de üretilen araçların üretimini yeni ortaklıklar sonucu başka alanlara veya ülkelere kaydırabilirler.

Öte yandan sermayenin merkezileşmesi ve yoğunlaşması firmalar arasında hem işbirliklerinin hem de satınalmaların artmasıyla paralel olarak gerçekleşmektedir. UŞ'ler Avrupa, ABD ve Japonya düzeyinde işbirliğini, ittifakları ve biraraya gelme eğilimlerini güçlendirmektedirler (bkz. Şekil 1).

Şekil 1: Otomotiv sektöründe belli başlı şirketler arasındaki bağlantılar



Kaynak: Unctad, 1998, S.22

[10] Pek yakında çok az sayıda firmanın tek başına ayakta kalabileceği görüşünü savunan Ford firması başkanı, bu konuya ilişkin olarak kendisine yöneltilen "Avrupalılar ve Japonlar giderek oto parçalarını standart hale getiriyorlar ve birbirleri için bileşenler üretiyorlar; böylece General Motors, Ford, Toyota gibi dünya devi firmalarla üretim ölçeği açısından rekabet edebilecek düzeye gelmek istiyorlar. Neden bu hesap tutmasın?" sorusuna şöyle cevap vermektedir: "(...) İşbirliği stratejileri bütün 'oyuncuların' yaşamını yapay olarak uzatamaz. Önce büyük balıklar küçük balıkları yuttu; şimdi artık sıra büyük balıkların birbirlerine saldırmalarında" (manager magazin, 1995).

[11] Örneğin Daimler-Chrysler birleşmesinde Chrysler yöneticisi B. Eaton "katkılarının" karşılığı olarak yaklaşık 25 milyon dolar elde etmiştir (Wirtschaftswoche, 15.7.1999, S. 54).

2.2.3 Üretimde yeniden yapılanma:

r **Otomotiv sektöründe teknolojik gelişmeler:**

1. Sektörde ürün ve üretim süreçlerine ilişkin yeniliklerin ve böylece rekabet gücünü artırma çabasının başında elektronik alanında geliştirilen ürünlerin kitlesel kullanımı gelmektedir. Otomotiv sektöründe rekabet gücü elde edebilme açısından bu teknolojinin rolü oldukça fazladır. Taşıt araçlarında yapılan yeniliklerin %90'ının gelecekte elektronik ve yazılım temelli olacağı iddia edilmektedir (Wirtschaftswoche, 1999). Elektroniğin otomobil teknolojisini kökten değiştireceği ve salt mekaniğin yerini "Mechatronik" (mekanik aksamlarla elektrik aksamlarının akıllı bir bileşimi) kavramının alacağı beklenmektedir. 4-5 sene içinde bu sistemlerin toplam üretim maliyetleri içindeki payının ortalama %30-35 olacağı tahmin edilmektedir. Günümüzde bu pay yaklaşık %25 civarındadır. Buna paralel olarak otomotiv sektörünün mikroçiplere, sensörlere ve diğer yarıiletken bileşenlere olan ihtiyacı artacaktır; sektörün mikroçiplere olan dünya çapında talebinde de bir artış sözkonusu olacaktır (Wirtschaftswoche, 2.9.1999).
2. Sadece Amerikalı değil; Avrupalı, Japon ve hatta Güney Koreli bir çok otomobil üreticisi firmanın AR-GE ve tasarım bölümleri ABD'de (özellikle Kaliforniya ve Sillicon Valley) bulunmaktadır (Wirtschaftswoche, 2.9.1999). Gerek teknolojik altyapısı gerekse de yeni eğilimlerin geliştirilme kapasitesi bu ülkenin seçilmesindeki temel nedendir.

r **Otomobil üretim sisteminin yeniden yapılanmasına ilişkin temel eğilimler:**

Üretimde yeniden yapılanmanın en önemli unsurları sabit sermayede artış, sabit sermayenin hareketliliği ve ekonomik kullanımıdır. Bu kendini iki boyutta açığa vurmaktadır:

1- Lego ilkesi: Eskiden GM, diğer otomobil üreticileri gibi, örneğin İspanya'daki fabrikasında daha yatırımın ilk safhasından itibaren yılda 400 bin araç üretebilecek kapasitede teçhizat ve gereç yerleştirmekte ve 1 milyar dolarlık yatırımın bir gün gelip karşılığını alacağını ummaktaydı. Ancak günümüzde GM yöneticileri artık dünya ölçeğinde bütün işletmelerinde tek tip üretim yöntemleri uygulama kararı almışlardır. Bu "modüler fabrikalarda" temel ilke üretim yerleşim yerinin ve üretim akışının maksimum üretim miktarına (kural olarak yılda 200 bin araç) göre düzenlenmesidir. Ancak GM başlangıç evresinde montaj hatlarını ve gerekli parçaları 50 bin veya daha az aracı üretebilecek şekilde kurmaktadır. Talep artarsa, müteakip olarak yeni imalat makineleri (örneğin ikinci bir boyahane veya ek bir kaynak robotu) bunlara eklenmektedir. Fabrikanın temel yapısında bir değişiklik olmadan teçhizatlar "Lego" ilkesinden hareketle birbirleri üzerine yerleştirilmektedir (manager magazin, 1996).

2- Platform stratejisi: Bu strateji, "müşteri siparişine göre üretim ve birliğe dayalı çeşitlilik" sloganı altında başta Toyota ve VW olmak üzere bir çok firma tarafından uygulanmaya başlanmıştır. Buna göre üretim sürecinde otomobil montajında kullanılan parçaların (modüllerin) %60-80'i aynıdır. Örneğin VW bu konuda daha da ileri giderek 2005 yılına kadar dünyadaki bütün üretiminin %90'ını sadece dört platform üzerinde gerçekleştirmeyi planlamaktadır (Wirtschaftswoche,2.9.1999). Bu stratejinin uygulanmasının temel nedeni şudur: Aynı aksamların sayısının artması hem ürün çeşitliliğinde bir seçim imkanı tanımakta hem de üretim maliyetlerini aşağı çekmektedir. Maliyetlerde tasarruf tasarım aşamasında başlamakta ve satınalma, lojistik ve stoklama gibi diğer üretim aşamalarında kendini göstermektedir. VW yöneticisi Piech maliyetlerdeki düşüşlerin en azından %20 oranında olduğunu ileri sürmektedir. Ne kadar çok araç bir platformda üretilirse, o platformun tasarımı ve üretime hazırlanma aşamaları için ödenen 2.5-3 milyar mark o kadar çabuk geri dönmektedir.

Öte yandan bu stratejinin uygulanması aynı zamanda sektörde toplumsal kaynakların israfına da bir örnek oluşturmaktadır: Bir çok otomobil firmasının uyguladığı "Platform stratejisi" (üretim sürecinde aynı parça kullanımının yoğunlaşması) sonucunda ki bunu aslında bir ürün geliştirme ve aynı zamanda pazarlama stratejisi olarak nitelemek mümkündür; pazara bir çok model sürülmektedir. Bu modellerin

temel özelliği aralarında teknik olarak hiç bir farklılık yokken, buna karşılık büyük çaplı fiyat farklılıklarının bulunmasıdır (Wirtschaftswoche, 11.11. 1999).

3- Büyük çaplı üretkenlik artışları: Opel'in Almanya Rüsselsheim'deki en gelişkin ve modern fabrikasında 2002 yılından itibaren yılda 270 bin araç üretilecek olup; çalışan sayısı şu andaki 10 bin kişiden sadece 6 bine düşecektir (Wirtschaftswoche, 2.9.1999, S.139). Firma fabrikaya rasyonalizasyon yatırımı olarak 820 milyon mark harcamaktadır.

2.2.4 Ana sanayi-yan sanayi ilişkilerinde değişim:

Sektörde dünya ölçeğinde yaşanan temel eğilim, bugüne kadar görece bağımsız olan yan sanayi firmalarının giderek ana sanayi firmaları ile bütünleşme olgusudur ("outsourcing"). Burada temel amaç üretim sürelerinin kısılarak sermaye devir hızının artırılması ve stokların azaltılmasıdır. Otomotiv sektörü üreticileri hissettikleri baskıyı ilişkide bulundukları yan sanayi firmalarına da yansıtmaktadır. Bu baskı altında ise bir çok yan sanayi firmasının "just in time" (tam zamanında) tedarik yapabilmek için hala(!) tampon stoklara güvendiğini bilmekte fayda vardır.

Dikey bütünleşme olgusu ve ana sanayi-yan sanayi ilişkileri, yeni üretim ve organizayon teknolojileri ile birlikte köklü bir dönüşüme uğramıştır. 1996 yılı itibariyle sadece Ford ve Volvo üretimde kullandıkları parçaların %60'tan fazlasını kendi firmalarında üretmişlerdir (bkz. Tablo 5). Diğer firmalara ilişkin veriler ise şöyledir:

Tablo 6: Firmalarda bütünleşme

Firma adı	Firmanın kendi işletmeleri dışında ürettiği parçaların oranı (%)
Volkswagen	43
Mercedes-Benz	38
General Motors	37
BMW, Renault, Peugeot	33
Fiat	30
Honda, Nissan, Toyota	25

Kaynak: Unctad 1998, S.26

BMW ve Mercedes firmalarının ABD'deki pilot fabrikalarında bizatihi işletmede gerçekleştirilmesi planlanan üretimin (motorlar hariç) payı sadece %15-20'dir. Üretimin geri kalan aşamaları bütün montaj aksamlarını üretim bandına getirmekle yükümlü olan yan sanayi firmaları tarafından gerçekleştirilmekte olup; bunlar da giderek daha az miktarlarda Almanya'dan ithal edilmektedir (manager magazin, 1995, S. 39-46). 1985 yılıyla karşılaştırıldığında firma dışında yaratılan katma değerin payının 2005 yılına kadar %30'dan %80'e çıkacağı ileri sürülmektedir. Ana firmaların pazarlık güçleri de dikkate alındığında, yapılan araştırma bulgularına göre bu sayede sektörde üretim maliyetlerinin %25'e varan oranlarda düşürülebildiği saptanmıştır (Wirtschaftswoche, 8.7.1999).

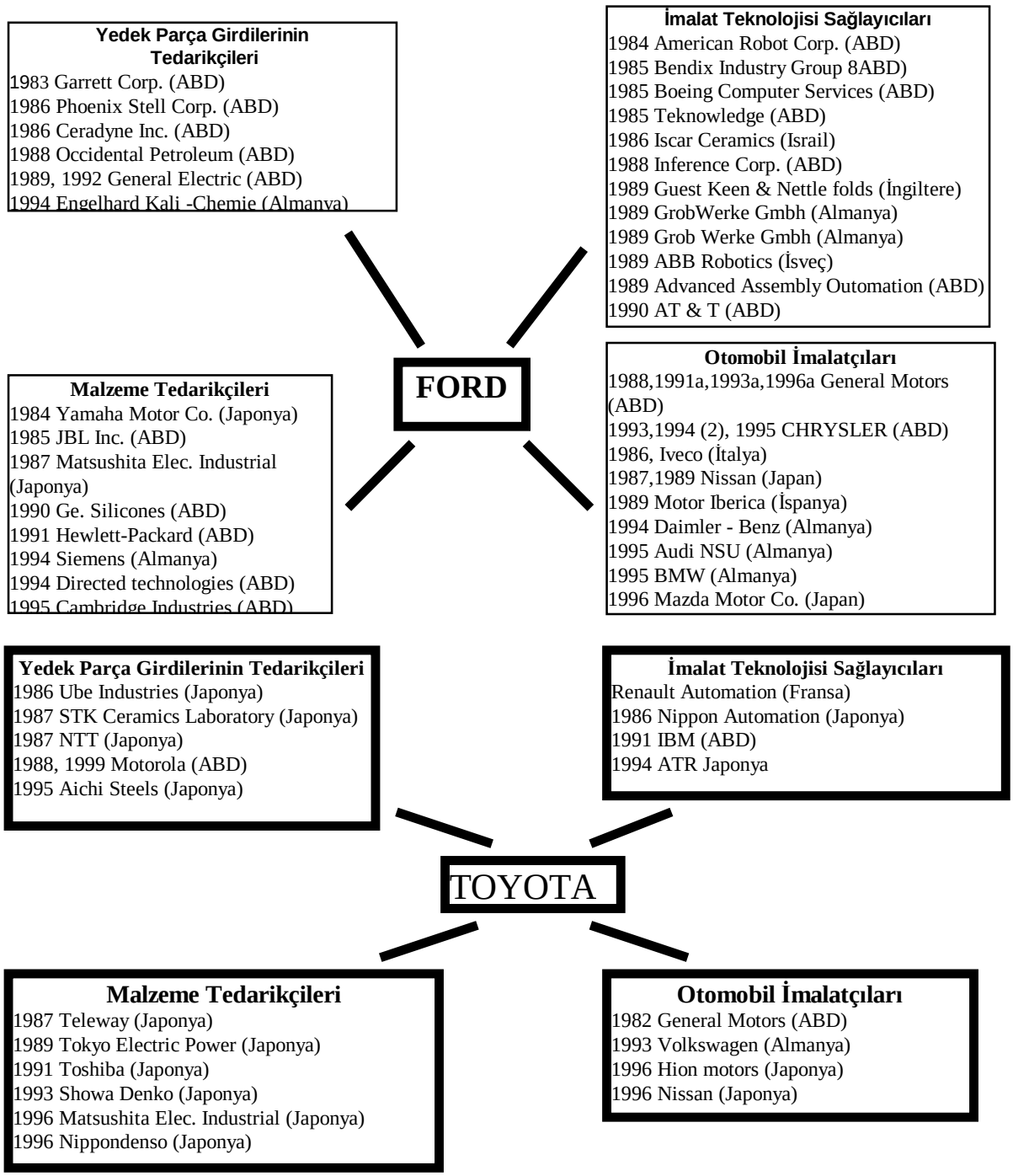
Otomotiv Yan Sanayi: Modüler Parçalar ve Satıcı Firmaların Bütünleşmesi

Modüler parça kullanımında başka bir gelişme, yan sanayideki şirketlerin ürün geliştirme ve lojistik konularda daha fazla sorumluluk almasıdır. Yan sanayi entegrasyonu Japon modeli örnek alınarak denenmektedir (bkz. Şekil 2). Buna göre;

1. Yan sanayi/ana firma arasında istikrarlı ve sıkı ilişkiler kurulmaktadır. Çok sayıda yan sanayi firmalarından bir piramit oluşturulmaktadır. Bu piramidin en üstündeki yan sanayi firmasının ana firma ile ilişkisi vardır. Bu firma dizayn ve yedek parça geliştirme konusunda da sorumluluğu üstlenmiştir.
2. Zamanında teslim (JİT): Yedek parçanın lojistik ve kalite kontrolünün sorumluluğu yan sanayi şirketine aittir.

3. Yan sanayi işletmeleri ana sanayinin yakınında veya yakın bir bölgede kurulan yan sanayi bölgesinde yer almaktadır.
4. Modüler parçalar: İlk yan sanayi şirketinin tam zamanında teslim temelinde tüm modüler parçaları teslim etmesidir.
5. Ana firmadaki taşeronlar: Montaj bandı gerektirmeyen modüler montajın, taşeron işçileri tarafından ana şirkette yapılmalıdır.
6. Son montajın yan sanayi tarafından yapılması: Montaj bandında monte edilmeyen parçaların, yan sanayinin (taşeronun) işçileri tarafından aracın içinde yapılmasıdır.
7. Ana firma-taşeron konsorsiyumu: Bu konsorsiyumda taşeronlar montaja yatırım yaparlar, yönetimde etki sahibi olurlar ve kardan pay alırlar.

Şekil 2: 1983-1996 döneminde FORD'un teknoloji sözleşmeleri portföyü (UNCTAD, 1998, S.27-8)



Bu gelişmeler sonucunda yan sanayi firmaları arasında, sistem tedarikçileri, bileşenler alanında uzmanlaşan yan sanayi şirketleri ve parça imalatı yapan yan sanayi firmalarından oluşan piramid tarzı örgütlenme biçimleri ortaya çıkmaktadır (IMF,1997, S.53). Hemen bütün üreticiler taşıt parça ve aksamlarının fabrika bandında montajını sistem tedarikçilerinin üstlenmelerini talep etmekte; koltuk ve kontrol paneli üretimini yan sanayiye vermektedirler. Kapılar, motor ve aks montajları, süspansiyon sistemleri, egzos ve lastik-tekerlek montajları ise ya yan sanayi tarafından yapılmakta, ya da planlanmaktadır. Bir çok otomobil üreticisi, montajı tamemen yan sanayi firmalarına bile devretmeyi düşünebilmektedir. Örneğin VW'den GM ve Ford'a kadar sektörün büyük firmalarının tek bir çatı altında ortak üretimi gerçekleştirmeyi denedikleri yer Brezilya'dır (Wirtschaftswoche, 2.9.1999). 2000 yılına kadar Opel bu yolla kendi montaj süresini yarı yarıya azaltmayı planlamaktadır (manager magazin, 1995). Zira üretkenliği artırmada en büyük potansiyeller sadece fabrika içinde değil; aynı zamanda parçaların, yüksek üretim miktarlarının ve eşanlı tasarımın (Simultaneous Engineering) birlikteliğini sağlamakta da gizlidir. Yan sanayi firmalarının daha tasarım aşamasında yönetimle işbirliği içinde olmaları sonucunda tasarım ve ürün geliştirme süreleri çok büyük ölçülerde kısalabilmektedir[12]; böylece sermaye devir hızı artırılabilmektedir. Öte yandan yan sanayi firmalarının organize sanayi bölgelerinde ve ana firmaların fabrikalarının etrafında yerleşmiş olmaları üretimde kullanılan bileşenlerin ve modüllerin montaj bandına en kısa sürede iletilmesini mümkün kılmaktadır. Böylece oldukça masraflı olan stok tutma ortadan kalkmakta, ulaşım maliyetlerinde ciddi düşüşler sözkonusu olmakta ve üretim için gerekli süre kısalmaktadır. Üretim aşamalarının ve süreçlerinin böylesine içiçe girmesi sonu bir araç 17 saatte üretilebilmekte ve bu da yılda yüzlerce milyon marklık tasarrufa yol açmaktadır.

ÇERÇEVE: 2

JAPON MODELİNİN GEÇİRDİĞİ DEĞİŞİM (IMF, 1997 S. 54)

- "Japonya'da üretim yapan çokuluslu şirketlerin taşeron ağları bir piramit yapısına sahiptir. İlk sırada yaklaşık 500, ikinci sırada birkaç bin, üçüncü sırada ise 20 bin taşeron şirket, bu piramidi oluşturmaktadır. Ana şirket bu sistem içinde, çalışma ağındaki ilişkiler ve koordinasyonu sağlamakla görevli olup, kilit bir rol üstlenmiştir. Ancak birinci taşeron şirketlerle arasında finansal bir ilişki bulunmakta, böylece ikinci sıradaki taşeronlarla bağlantı kurabilmektedir. Zamanında Teslim Sistemi (JIT), Japon üreticilerinin uyguladığı ve taşeronların üreticilere coğrafi yakınlığı prensibine dayandırılmış bir sistemdir.

Japon çokuluslu şirketleri, kendi ortaklıklarının bulunduğu fabrikalara yakın olan yabancı bölgelerdeki önemli yan sanayi şirketleri tarafından işletmeler kurma girişimlerinde önemli bir rol oynamışlardır. Japon otomobil çokuluslularına ortak olan satıcıların %75'inden fazlası çokuluslularla yakın ilişkiyi sürdürebilmek için, ABD'deki üreticilerle de ortaklık yapmıştır. Buna karşılık gelişmekte olan ülkelerdeki küçük sermayeli yan sanayicilerle kurulan ilişkiler görece azdır. Ancak, birinci sıradaki şirketler tarafından yerel üreticilerle oluşturulan bağlar, Japon çokuluslu şirketleri ile onların Japon yan sanayicilerinin çalışma ağlarına doğru genişlemektedir."(UNCTAD- World Investment Report, 1995, S. 204-205)

Japon modelinin yaygınlaşması aşağıdaki değişimleri beraberinde getirmektedir:

- Bütün otomobil birimlerinde taşeronluk dalgasının yayıldığı sendikalar tarafından bildirilmektedir.
- Birkaç yıldır taşeronların sayısında azalma sözkonusudur. Avrupa'da yapılan çalışmalara göre sayının 1400 araç için ortalama 1 üretici düzeyinden, birkaç yüz araç için 1 üretici düzeyine düşmesi beklenmektedir. Başka bir çalışmada ise Avrupa'da 1995'ten beri faaliyet gösteren 3000'in üzerindeki birinci sıradaki taşeron sayısının, 2000 yılında 300 dolayına inmesi beklenmektedir.

Birleşmeler ve şirket satın almaları yan sanayide de çok hızlanmıştır. Ölçekler, boyutları açısından fikir vermektedir. Bazı analizciler, bir süre sonra dünya genelinde otomobil yan sanayinde 20 tane yan sanayi şirketinin kalacağını, geri kalanların ise, piramitdeki yeri ikinci veya üçüncü sırada yer alan, düşük maliyetli bölgelerin üreticileri olabileceğini öngörmektedir. Japonya'da olduğu gibi K. Amerika ve B. Avrupa araç üreticileri tarafından, yeni gelişen ekonomilerde yapılan otomotiv yatırımlarını, yine kendilerince oluşturulacak yan sanayi yatırımları izleyecektir.

[12] örneğin ürün geliştirme süresi GM'de 24 aydan 18 aya düşmüştür (Wirtschaftswoche, 29.6.2000;).

Yukarda da belirtildiği üzere sektörde dünya ölçeğinde rekabetin artması bir çok firmayı yeniden yapılanmak ve kendi firma içi örgütlenme yapılarını değiştirmek (bir tür rasyonalizasyon) zorunda bırakmıştır. Firmalar faaliyet alanlarını karlılık esasına göre yeniden gözden geçirmekte; yeteri kadar karlı olmayan işletmeler ve/veya üretim aşamaları ya tamamen elden çıkarılmakta ya da başka bir firmaya (yan sanayi, taşeron) devredilmektedir. Dikey bütünleşmeden böylesi bir kopuş (disintegration), kaynakların dağılımına ilişkin kararların merkezi olarak alınmasında firma yönetimi açısından bir *denetim* sorununu ortaya çıkarmaktadır. "Sınırlı ademimerkezileşme" diye tanımlanabilecek bir organizasyon yapısı içinde firmalar bir yandan kar merkezleri (profit center) oluşturmakta ve belli bir sorumluluğu bu alt birimlere devretmekte; öte yandan yatırım kararlarına ilişkin bir uyum ve denetim sorunuyla karşılaşmaktadırlar. Halbuki üretim birimleri arasında rekabeti artırarak karlılığı yükseltme amacı kendi içinde bir çelişki barındırmaktadır. Zira bir kar merkezi olarak değerlendirilen üretim biriminin karlılığı onun denetimi dışında olan bir çok unsurdan etkilenmektedir. Örneğin Ford firmasının ABD'de olan ana merkezi, İskandinavya pazarına Brezilya'da üretilen Escort marka araçları sürmeye karar verdiğinde, bunun o ana kadar bu pazara üretim yapan Saarlouis (Amerika) fabrikasını etkilememesi mümkün değildir. Çünkü böylece işletmenin karlılığı kendisinin etkisi dışında azalacaktır (K. Dohse, 1989, S. 111).

Firmalar özellikle zaman ekonomisi (economies of time) anlamında belli ürünlerin üretimi için etkinlik kriteri olarak standart süreler tespit etmekte ve bunları da özellikle bazı yeni açılan işletmelerinde test etmektedirler. Böylece aynı firmanın çeşitli üretim yerlerinin birbirleriyle kıyaslanabilirlik koşulları ve işletmeler arasındaki rekabet artmaktadır. Bu artan rekabet, (sendikacılar arasında "whipsawing": aba altından sopa gösterme diye nitelenen) dayatılan etkinlik kriterlerinin gerçekleştirilmesinde sendikaların hareket alanını daraltıcı bir rol oynamakta ve endüstriyel ilişkiler üzerinde bir tehdit unsuru olmaktadır. Enformasyon teknolojilerinin gelişmesiyle de desteklenen bu denetim mekanizmaları firma merkezlerinin başta yatırımlar olmak üzere bir çok kaynak dağılımına ilişkin kararlarda tekil işletmeleri üzerindeki yaptırım gücünün artmasına yol açmaktadır. Uluslararası firmaların doğrudan yatırımlarında "küresel"stratejilerinden hareketle çeşitli üretim birimleri arasındaki rekabetin "merkezi" denetiminin önemine örnek olarak, Toyota firmasının Türkiye'deki işletmesine ilişkin şu gözleme dikkat çekmek gerekir: "Dünyadaki 26 fabrikadan her gün üretim ve kalite konusundaki bilgisayar kayıtları Tokyo'ya gidiyor. Nihai kontrol orada yapılıyor. Toyota-SA bu kayıtlarda Japon, Amerikan ve İngiliz Toyota'larıyla eş düzeydedir (aktaran T. Akyol, Milliyet, 25 Nisan 1995).

2.2.5 Sektörde uluslararası işbölümünün değişimi:

Dünya otomotiv sektöründe uluslararası işbölümünün dönüşümü 1920'ler, 1950'ler ve 1980'ler olmak üzere üç ayrı evreden geçmiştir (R. C. Hill, 1987, S. 24). Her bir evrenin ortak olarak paylaştıkları özellik, bu dönüşümlerin iktisadi kriz, durgun yurtiçi talep aşırı kapasite ve artan ulusal korumacılık eğilimleriyle tanımlanan bir aşırı birikim krizine denk düşmesidir. Ancak her bir evrede bu eğilimlerden biri veya birkaçı "baskın" ve/veya "kritik" bir rol oynamıştır. 1920'lerde kapasite fazlası ve yavaşlayan yurtiçi talep karşısında uluslararası firmalar yurtdışında montaj fabrikaları kurarak ve ihracata yönelerek tepki gösterirken, 1950'ler ve 1960'ların başlarında yine durgun yurtiçi talep koşulları ve yurtiçinde aşırı kapasite olguları, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulması (özellikle Amerikan sermayesinin Avrupa'ya ilişkin stratejisi) ve Üçüncü Dünya ülkelerinde ithal ikameci kalkınma politikalarıyla (bu ülkelerin kendi otomotiv sektörlerini kurma çabaları ve bu doğrultuda aldıkları korumacı tedbirler) birleşerek, elde biriken fazla sermaye ve fazla kapasite için yeni pazarlar aramak üzere yurtdışına yabancı doğrudan yatırımlarda (özellikle ABD uluslararası şirketleri) yeni bir dalgaya yol açmıştır. Nihayet içinden geçmekte olduğumuz üçüncü evre de diğer evrelerle aynı özellikleri paylaşmaktadır. Ancak yine de niteliksel bir farklılaşmadan sözetmek gerekmektedir. Kar oranlarının düşme eğiliminden kaynaklanan aşırı birikim krizinin yol açtığı uzun süreli bir bunalım evresinden geçen dünya ekonomisinin "yapısal" sorunları otomotiv sektöründe de sermayeye dünya ölçeğinde bir yeniden yapılanmayı dayatmaktadır. Bu evrenin ayırdedici özelliği, Avrupa ve özellikle Japon firmalarının artan rekabetiyle birlikte otomotiv sektöründeki ulusal sermayelerin dünya ölçeğinde giderek artan bir hareketlilik kazanmış olmalarıdır. Bu stratejinin temel ayağı "üretim maliyetleri

bakımından en elverişli ülkede üret ve oradan dünyaya sat" ilkesinden hareketle izlenen bir "küresel bütünleşme" stratejisidir (global integration, global sourcing).

Büyük üretici firmaların küresel bütünleşme stratejisini ve bu anlamda üretimin uluslararasılaşmasını ifade eden artık klasikleşmiş bir örnek şudur: "Bir Amerikalı, General Motors'dan bir Pontiac Le Mans aldığında bilmeden uluslararası bir anlaşmaya girer. Otomobil için General Motors'a ödenen 20.000 doların yaklaşık 6.000 doları el emeği ve montaj için Güney Kore'ye, 3.500 doları motor ve elektronik aygıtlar gibi gelişmiş parçalar için Japonya'ya, 1.500 doları model ve çizim mühendisliği için Almanya'ya, 800 doları küçük parçalar için Tayvan ve Singapur'a, 500 doları pazarlama için İngiltere'ye, 100 doları bilgi işlemleri için Barbados ya da İrlanda'ya gidiyor. Kalan 7.600 dolar ise Detroit'teki strateji uzmanlar, New York'taki banker ve avukatlar, Washington'da şirketin lobisini yapanlar, ülke çapında sigorta elemanları ve General Motors hisse sahipleri arasında paylaşılıyor" (R. Reich. 1992, S.69).

Şekil 3: Mercedes firmasının uluslararası üretim ağı

Kaynak: manager magazin, 1995, S. 119

Böylece ortaya bir firma-içi uluslararası işbölümü çıkmakta, üretim birçok ülkede birden gerçekleşmekte (bkz. şekil 3) ve bu "dünya fabrikasında" her bir ülke üretimin maliyet üstünlüğü bulunan aşamasında uzmanlaşarak işlev görmektedir. Bu olguya ilişkin iki temel eğilim sözkonusudur:

1. Üretimin bazı aşamalarını veya parçaları taşeron bir firmaya yaptırmak (subcontracting),
2. Üretim sürecinin belli bir aşamasını firmanın uluslararası üretim ağı içinde yer alan bir üretim yerinde gerçekleştirmek

Örneğin aşağıda Volkswagen firmasının üretim birimlerinin uluslararası ölçekte istihdam dağılımları görülmektedir.

Tablo 7: Volkswagen Firmasında İstihdam Dağılımları

VW Firmasında İstihdam Dağılımı (%) (1970-1988)

	1970	1980	1988
Avrupa	82	62	65
Diğer	18	38	35

VW Firmasında İstihdam Dağılımı (%) 1996

Almanya 58
B.Avrupa 8
D.Avrupa 8
G.Doğu Asya 6
K.Amerika 5
G.Amerika 13
G. Afrika 2

VW Firmasında Üretimde Çalışan İşçi Sayısı (1996)

Almanya.....153.556
Belçika 5.700
Portekiz 3.900
İspanya 12.900
Çekoslavakya 16.800
Slovakya 2.300
Polonya 1.260
Macaristan 1.000
Çin H.C 14.000
Tayvan 665
Brezilya.....30.500
Arjantin 3.600
Meksika 12.900
ABD 1.188
G. Afrika 6.400
266.699

Yukarıdaki veriler ışığında firmanın üretimde çalışan işçilerinin ağırlıklı olarak ana ülkede yoğunlaştığı, bununla birlikte bazı çevre ülkelerde ve gelişen pazarlarda da yeni kurulan üretim birimlerinin bir sonucu olarak artma eğiliminde olduğu söylenebilir.

Gerçekten otomotiv sektörü en fazla uluslararasılaşan sektörlerin başında yer almakta ve bu süreç devam etmektedir. Sektördeki uluslararasılaşma eğilimlerinin bir göstergesi olarak örneğin Alman otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların toplam satış hasılatları içinde yurtdışı satış hasılatlarının payına baktığımızda bu oran 1993 yılı itibariyle %41'dir (A. Hermanns/U.K.Wissmeier, 1995, S. 391). Mercedes firmasının 1995 yılı itibariyle toplam satışları içinde yurtdışı satışlarının oranı %44 ve toplam üretim içinde yurtdışı üretimin payı %40'dır (diğer otomotiv firmalarının satış hasılatlarının bölgesel dağılımı için bkz. tablo 8)

Tablo 8: Satış Hasılatının Bölgesel Dağılımı

	Avrupa	**K.Amerika**	**L.Amerika**	**Asya**	**Diğer**
Fiat(1)	77	6	12	5	
Daimler Benz (2)	65	19	4	8	4
VW	74	7	13	4	2
Renault	87	8	3	2	

(1) *1995 yılı*
(2) *1996 yılı*

Sektördeki bazı firmaların yurtdışı aktiflerinin ve satışlarının payları da bu eğilimi destekler niteliktedir.

Tablo 9: Bazı firmaların yurtdışı aktiflerinin ve satışlarının payı (%)

Firmalar	Toplam Aktifler içinde yurt dışındaki aktiflerin payı (%)	Toplam satışlar içinde yurt dışındaki satışların payı (%)	Toplam çalışanlar içinde yabancı istihdamının payı (%)
Ford Motor Company	31	45	38
General Motors Corp.	25	32	34
Toyota Motor Corp.	35	47	23
Volkswagen Grubu	55	64	47
Mitsubishi Corp.	41	39	43
Nissan Motor Corp.	46	54	50
Fiat Spa	38	39	38
Daimler-Benz	40	63	23
Renault SA	45	54	31
Honda Motor Corp.	53	62	54
BMW AG	59	73	45
Daweoo Corp.	46	39	79
Chrysler Corp.	15	13	21

Kaynak: Unctad, 1998, S. 321-3

Kuzey Amerikalı üreticiler çok uzun yıllardır Batı Avrupa, Avustralya ve Latin Amerika'da üretimlerini sürdürmektedir. 1990'lı yılların başında Japon üreticileri İngiltere, Hollanda'ya, Batı Avrupa üreticileri de Doğu Avrupa ülkelerine yatırım yaptılar ve yeni yatırımlar devam etmektedir. Avrupa Birliği (AB) firmaları oto üretiminin %24'ünü, ABD firmaları %46'ını, Japon firmaları ise %32'ini yurtdışında gerçekleştirmektedirler. Ancak büyük üreticilerin bulunduğu ülkeler aynı zamanda büyük pazarları da oluşturduğundan, yurtdışı üretimler de daha çok bu ülkelerde gerçekleşmektedir. Örneğin ABD firmalarının dış üretimi AB ülkelerinde, Japon firmalarının dış üretimi ise ABD'de yoğunlaşma eğilimindedir (Globus, 2000, S.142)).

- Batı Avrupalı üreticiler (Ford ve Opel/Vauxhall'da dahil olmak üzere) üretimlerinin %20'sini Batı Avrupa sınırları dışında yapmaktadır. Yakın gelecekte Avrupa dışındaki üretimin artması beklenmektedir. Avrupalı üreticilerin üretimlerini ABD ve Doğu Avrupa başta olmak üzere Asya ve Latin Amerika'nın yeni gelişen pazarlarına kaydırmaları beklenmektedir. Örneğin;
    - Mercedes-Benz ve BMW ABD'de fabrika kurmuştur,
    - PSA/Citroen ve Volkswagen/Audi üretimlerini Çin'e kaydırmışlar,
    - Diğer üreticilerin planları arasında da Çin'de üretim birimi kurmak yer almaktadır.
    - Fiat, Ford, GM, Mercedes-Benz, Peugeot ve Rover Hindistan'da işbirliği anlaşmaları (Joint Ventures) yapmışlar, BMW ve Volkswagen'in de aynı yolu izlemesi beklenmektedir (Schwarz, 1997).

Böylece üretici firmalar açısından "bölgesel ağırlık merkezleri" oluşmaktadır. Avrupa bu "ticaret savaşında" en kritik öneme sahip arena konumundadır. Bu da bize aslında ulusal yerleşim yerlerinin rolü konusunda sermayenin ikircikli ve çelişkili konumunu, hem nasıl uluslararası boyutta hareketli hem de nasıl kendi ulusal (değişken ve değişmeyen) sermaye altyapısının gelişmişliğine bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır[13].

Sektörde ticaret kısıtlarından kurtulma stratejisi olarak pazar neredeyse üretimin orada yapılması ve böylece pazar paylarının artırılması amaçlanmakta, yeni pazarların ele geçirilmesinin artık sadece klasik bir ihracat stratejisi ile mümkün olmadığını anlayan bir çok firma, pazar nerdeyse üretimin orada yapılmasının kaçınılmaz olduğunu görmektedir. İhracatta karlılığın azalmasıyla birlikte yeni dönemde başarı "gönder ve sat" kuralıyla değil; yerel montaj tesislerine yatırımlarla belirlenmektedir.

[13] Mc Kinsey danışmanlık firmasının Almanya bölge müdürü kendisiyle yapılan röportajda "peki bu gelişmeler (uluslararasılaşma) yerli firmalarda bir kitlesel göçe yol açar mı?" sorusuna "firma merkezleri de eski sanayiler de *uygun* koşullarda yerlerinde kalacaklardır. Bunları başka yerlere kaydırmak çok pahalı olurdu" diye cevap vermektedir (Wirtschaftswoche, 15.7.1999).

Uluslararası otomobil üreticileri için en önemli sorun ihracat değil; genişlemedir. Gerçek genişleme ise Latin Amerika, Meksika, Doğu Avrupa ve Güneydoğu Asya gibi gelişen pazarlarda (emerging markets) gerçekleşmektedir. En büyük kapışma şirketlerin iç pazarları dışındaki alanlarda - ki büyük otomotiv şirketlerinin her biri aslında kendi iç pazarlarının en büyüğüdür ve asıl güçlerinin kaynağı buradan sağlanmaktadır - yaşanmaktadır.

Bu doğrultuda bir çok uluslararası firma hem diğer gelişmiş ülkelerin pazarlarını ele geçirmek ve bu amaçla ulusal koruma duvarlarını aşmak üzere sanayileşmiş ülkelerde hem de bazı "seçilmiş" gelişmekte olan ülkelerde doğrudan yatırımlarını artırmaktadırlar. Uluslararası şirketlerle (UŞ) yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilere göre otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmalar üretim yeri seçiminde izledikleri stratejilere göre bazı ülkeleri tercih etmektedirler (bkz. tablo 7).

Tablo 10: Uluslararası şirketlerin yatırımlarında üçüncü ülkeleri tercih nedenleri

Amerikan Firmaları		**Avrupa Firmaları**	
Yatay Strateji (Pazar amaçlı)	Dikey Strateji (Maliyet amaçlı)	Yatay Strateji (Pazar amaçlı)	Dikey Strateji (Maliyet amaçlı)
Türkiye 3.4	Macaristan 3.7	Türkiye 4.2	Polonya 5.5
Rusya 3.3	Polonya 3.0	Polonya 3.8	Türkiye 5.5
Portekiz 2.8	Portekiz 2.5	Malezya 3.7	Portekiz 4.0
Polonya 2.7	Malezya 2.5	Portekiz 3.3	Tayland 3.0
Macaristan 2.3	Tayland 2.8	Tayland 2.8	Malezya 3.0
Tayland 2.2	Türkiye 2.3	Rusya 2.8	Mısır 3.0
Malezya 2.0	Rusya 2.2	Macaristan 2.2	Macaristan 1.0
Mısır 1.6	Ukranya 1.5	Mısır 2.0	Rusya 1.0
Tunus 1.5	Mısır 1.4	Fas 2.0	Ukranya 1.0
Ukranya 1.5	Tunus 1.4	Tunus 1.8	Litvanya 1.0
Fas 1.3	Slovakya 1.1	Slovakya 1.5	Slovakya 1.0
Litvanya 1.0	Fas 1.0	Litvanya 1.0	Fas 1.0

Kaynak: C.A. Michalet, 1997

Gelişmekte olan ülkelere uluslararası otomobil şirketleri tarafından uzun yıllar sadece ürünlerinin satılacağı bir pazar olma işlevi yüklenirken, 70'li yıllardan itibaren bir çok AGÜ'de üretim yerleri de kurulmuştur. Bu gelişmelerin Üçüncü Dünya ülkeleri açısından anlamı, yatırım yapılan "bazı" ülkelerin sektörde tam bir üretici konumuna gelmekten ziyade, özellikle ihracat amacıyla üretilen otomobil parça ve aksamında uzmanlaşmaları ve/veya ihracat üssü işlevi görmeleri; kısacası "global sourcing" stratejisinin bir uzantısı olarak işlev görmeleridir (R. C. Hill, 1987, S. 24). Örneğin Doğu Avrupa, Batı'nın güçlü işletmelerinin montaj hatlarının uzantısı konumundadır ve ucuz işgücü bölgesi olarak aynı zamanda Avrupa Birliği üyesi ülkeler İspanya, Portekiz ve kısmen İrlanda ile rekabet etmek zorundadır.

Skoda firmasına daha ayrıntılı olarak bakarsak (tablo 11): VW'nin Skoda'ya gösterdiği ilginin asıl nedeni işgücünün ucuz olduğu bir piyasaya yapacağı üretimle maliyetleri düşürmekti (M. Keller, 1996, S. 292). Ücret artışları Skoda işçilerinin Çekoslavakya'da en yüksek ücretli kesime girmesini sağlamış olmakla birlikte, bir aylık kazançları hala Wolfsburg işçilerinin bir günlük ücretleri düzeyindedir[14]. Öte yandan VW yöneticileri vergilerin indirilmesi ve gerekli malzemenin Almanya'dan gümrüksüz getirilmesi konusunda Çek hükümetiyle sıkı pazarlıklar yürütmüşlerdir. Bu görüşmelerde üstü kapalı bir tehdit daima sıcak tutulmaktadır. Ücret maliyetinin çok yükselmesi durumunda, Volkswagen'in bir yatırım hatası(!) yaptığına karar verilebileceği belirtilmektedir (M. Keller, 1996, S. 293).

[14] 22 bin Skoda çalışanı Almanya'da VW işletmesinde çalışanların kazançlarının %20'ini elde etmektedirler (Wirtschaftswoche, Nr. 23, 1.6.2000).

Tablo 11: Skoda'nın yurtiçi ve yurtdışı satış payları (%)

	1991	1996	1997	1998	1999
Çek Cumhuriyeti	30	33	28	22	20
İhracat	70	67	72	78	80

Kaynak: Wirtschaftswoche, 1.6.2000

Günümüzde üretimin kaydırılması olgusunun önemli bir özelliği de düşük ücretli işgücüyle sermaye-yoğun makina parkının "evliliği" ve bunu sağlamada eğitimin rolüdür[15]. Sektörde maliyet yapılarındaki değişim nedeniyle toplam üretim maliyetleri içinde emek maliyetlerinin payı azalmakta (toplam üretim maliyetleri içinde payı %15); kalite ve esnekliğin artması çalışanların daha nitelikli olmasını gerektirmektedir. Düşük ücret düzeyi ile yeni yatırımlarla gelişen oldukça modern imalat tesislerinin birlikteliği, yüksek emek üretkenliği ve düşük birim emek maliyetleri sayesinde dünya pazarlarında rekabet gücünü artırıcı etkide bulunmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde geliştirilen üretim yöntemlerini öğrenmiş kalifiye işçiler Meksika, Kore, Hindistan ve diğer gelişmekte olan ülkelerde de yüksek kalitede otomobil üretebilmektedirler.

AGÜ'de otomotiv sektörü sanayileşmiş ülkelerden farklı niteliktedir. Birçok AGÜ'de üretim hacmi oldukça düşük olup, sektörün üretim sürecinde kilit rol oynayan AR-GE, tasarım gibi faaliyetler hemen hemen yok denecek kadar az düzeydedir. Araç tasarımı oldukça önem taşımaktadır, çünkü bir otomobilin toplam üretim maliyetlerinin %70'inden fazlasını bu aşamaya ilişkin alınan kararlar oluşturmaktadır (I. Karmokolias, 1990, S. 48).

Uluslararası işbölümüne ilişkin olarak AGÜ'e çeşitli öneriler yapılmaktadır: Modern otomobil teknolojisi ile AGÜ'in teknik "yetenekleri" arasındaki açık giderek açıldığından, AGÜ üreticilerinin yapması gerekenin, yabancı üreticilerle işbirliğine (lisans anlaşmaları, joint-ventures) gitmek olduğu ileri sürülmektedir. Gerçekten nerdeyse hemen her AGÜ üreticisi firmanın bir yabancı firma ile mülki bir bağ içinde olduğu ve/veya işbirliği (joint venture) yaptığı görülmektedir (I. Karmokolias, 1990, S. 47). AGÜ'de taşıt aracı üretimindense parça ve aksam üretiminde yoğunlaşmak daha çok fırsat taşımaktadır (I. Karmokolias, 1990, S. 48)[16]. Ayrıca sekördeki teknolojik gelişmelerin izlenmesi ve teknoloji transferinden en iyi şekilde faydalanabilmek için AGÜ uluslararası şirketlerle akılcı işbirliklerine gitmelidirler (D. Jones/J. Womack, 1985, S.406). Öte yandan ev sahibi bir çok gelişmekte olan ülke hükümetleri de otomotiv alanındaki yatırımları kendilerine çekmek istemektedirler. Çünkü bunu hem ihracat yoluyla döviz getirecek önemli bir kaynak, hem de teknoloji elde etmeye ve istihdam yaratmaya yönelik bir araç olarak görmektedirler. Halbuki dünya otomotiv sektöründe uluslararası işbölümünde yaşanan bu değişimler, merkezde dış ticaret açıkları, yapısal işsizlik ve mali çelişkiler; çevrede yoksulluk ve ihracat bağımlılığı gibi toplumsal bedelleri oldukça ağır olan sonuçlara yol açmaktadır.

2.3 Sermaye-Emek İlişkisi

r Otomobil Sanayiinde İstihdam:

Ekonominin küreselleşmesi, yeni teknolojiler ve yeni üretim teknikleri 1970'lerin son yıllarından itibaren endüstri ülkelerinde istihdamı olumsuz yönde etkilemiştir. Örneğin Avrupa'da 1980'li yıllar ile

[15] Örneğin Ford 250 milyon dolarlık bir yatırım karşılığında Meksika'da 1100 kişilik bir kadroyla yılda 400.000 motor üretebilecek, en son teknolojiye sahip bir fabrika kurmuştur. Fabrika bir emek-yoğun montaj bandından ve her biri bir futbol sahası büyüklüğünde dört tane sermaye-yoğun transfer bandından oluşmaktadır H. Shaiken'den aktaran Barnett/Cavangh, 1995, S. 252).

[16] AGÜ için yapılan bu öneri başka bir çok ülkede gerçekleşmekte olup; örneğin Türkiye için de her geçen gün geçerlilik kazanmaktadır. Otomotiv yan sanayinin ihracat yaptığı ülke sayısı 1980'de 4 iken, günümüzde 189'dur (Ekonomist, 12 Ekim 1997). Daha önce açıklandığı üzere bu olgunun arkasında sektörde dünya ölçeğinde artan rekabete bağlı olarak maliyet baskısı nedeniyle taşeron üretimin giderek ağırlık kazanması yatmaktadır.

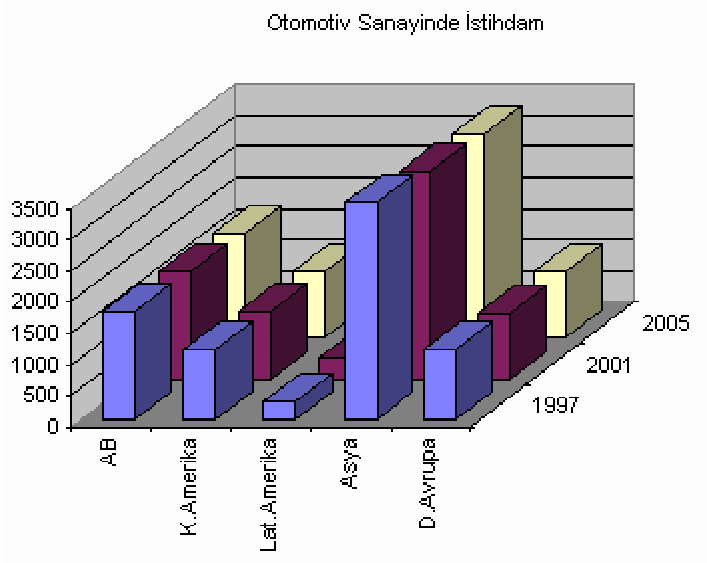
karşılaştırıldığında istihdam düzeyinde önemli azalmalar meydana gelmiştir. 1980 ile 1987 yılları arasında istihdam düzeyinde meydana gelen azalmalar 400 bin civarında olmakla birlikte, otomotiv faaliyetlerini içeren tüm sektörler göz önüne alındığında bu rakamın 600 bine ulaştığı kabul edilmektedir (İTO, 1997, S. 58). İstihdam düzeyindeki bu azalma otomotiv sektörünün yeniden yapılanmasının bir sonucu olup, artan rekabet baskısının etkisiyle gelişen teknoloji emeğin yerini makinenin almasına yol açmıştır. 1997'de otomotiv sektöründe istihdamın 8 milyonu aştığı tahmin edilmektedir. (IMF,2000,s.37)

Verilerin yetersiz olmasına karşın bölgeler itibarı ile genel eğilim;

- Asya-Pasifik bölgesinde istihdam artışı,
- Amerika'da istihdamın aynı düzeyde seyretmesi,
- Japonya ve Avrupa'da ise istihdamın daralması şeklindedir.

Araç üretiminde Asya-Pasifik bölgesi istihdamın en yoğun olduğu bölge olarak dikkati çekmektedir. Asya krizinin etkisi ile özellikle Güney Kore'de binlerce kişinin işsiz kalmasına rağmen otomobil sanayinde istihdam 3.3 milyona ulaşmaktadır.

Grafik 11: Otomotiv Sanayiinde İstihdam (bin kişi)



Kaynak: IMF, 2000, S.47

Otomobil sanayi istihdamında Çin dünya genelinde ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte istihdamın artış hızı 1994'ten itibaren yavaşlamıştır. Ancak Asya krizi sonrasında bölge istihdamında önemli azalmalar olduğu bilinmektedir. Japonya ve Kore'ye ilişkin yeni istihdam bilgilerinin olmamasına rağmen üretimin önemli ölçüde azalması nedeniyle istihdamın da azalması kaçınılmazdır.

Güney Amerika ve Doğu Avrupa'da güvenilir istatistikler olmamasına karşın, Brezilya ve Arjantin'de 1997'de istihdamın arttığı bilinmektedir. Araç motoru üretiminde 1997'de istihdam 1994'e oranla %4 artarak 106.000 kişiye, Arjantin'de ise 26.300'e yükselmiştir. 1998 yılında ise her iki ülkede de istihdam azalmıştır. Brezilya ekonomisinin krizi nedeniyle istihdamın 10.000 dolayında azaldığı tahmin edilmektedir. (IMF, 1998-99, S.31)

1992-1993 arasında Doğu Avrupa'da istihdamın 1.6 milyon olduğu tahmin ediliyordu. 1994-1997 arasında ise uluslararası şirketlerin yeni yatırımlarına rağmen istihdamda önemli bir artış olmadığı bilinmektedir. İstihdamın en yoğun olduğu ülke olan Rusya'yı, Polonya, Romanya, Çekoslovakya ve Ukrayna izlemektedir. Sözkonusu ülkelerde istihdam 1991-1994 arasında azalmıştır. Çokuluslu şirketlerin yoğun yatırımlarının olduğu Çekoslovakya ve Polonya'da önemli istihdam artışı olmamış,

hatta 1994-1997 döneminde Çekoslovakya'da istihdam 110.000 kişiden 91.000'e düşmüştür. Belarus, Bulgaristan, Sırbistan ve Romanya'da istihdam çok az da olsa artmıştır.

Dünya otomotiv sanayi istihdamının ikinci büyük bölgesi (1995 verilerine göre 1.7 milyon) Avrupa'dır. 1994-1997 döneminde Almanya, İspanya, İsveç, Portekiz ve İngiltere'de istihdam artmıştır. 90'ların ilk yıllarında Avrupa otomobil piyasasında yaşanan durgunluğun yerini 1995'e doğru canlanmaya bırakması istihdam artışının en önemli nedenlerinden biridir. Ancak otomobil firmalarının yeniden yapılanma süreçleri devam ettiği için istihdamda önemli bir artış beklenmemektedir.

ABD ve Kanada'da istihdam %3.8 artarken, Meksika'nın Maquiladora serbest bölgesinde istihdam patlaması yaşanmıştır. (Bkz. Ek, S. 57)
Bütün bu gelişmelere karşın Prognos-Institut tarafından yapılan bir projeksiyon, otomobil sanayinde 2005 yılına kadar Latin Amerika dışında dünyanın bütün bölgelerinde istihdamın azalacağını göstermektedir (IG Metall 2000, S. 19)

***Tablo 12: Seçilmiş Bazı Firmalarda İstihdam Değişimi* (1978-1998)**

Firma	1978	1982	1992	1998
GM	839.000	657.000	750.000	594.000
Ford	506.000	404.000	325.000	345.000
Toyota	45.000	56.000	108.200	159.000
VW	207.000	239.000	273.300	294.400
Fiat	134.000	124.000	285.500	242.000
Renault	143.000	132.000	146.600	138.300

Kaynak: Çeşitli yayınlardan ve firma verilerinden derlenmiştir.

Tek tek firmalara da baktığımızda uzun dönemde istihdamın azalış eğilimi göze çarpmaktadır.

2.3.1 Yeniden yapılanma ve değişen sermaye-emek ilişkileri:

Yukarda da ifade edildiği üzere, krizle birlikte canlı sermayenin değersizleşmesi olgusu kendini açığa çıkarmaktadır ve yeniden yapılanma kapsamında yoğun işten çıkarmalar[17] veya erken emeklilik uygulamaları sözkonusudur[18]

Küresel rekabetin artan baskısı altındaki otomobil üreticilerinin önünde açılan küresel seçenekler en çok nitelikli işçileri etkilemiştir. Otomotiv endüstrisi çok genel bir eğilimin özellikle çarpıcı örneğini sergilemektedir. Şirketler için dünya çapındaki işgücüne ulaşmak kolaylaştıkça sanayileşmiş ülkelerde ücretler üzerinde bir baskı kurulmuştur. İşgücü pazarındaki güç dengesi sendikaların aleyhine dönmüştür. Endüstriyel sendikaların temel taşı işçi dayanışmasıdır. Ancak esnek üretim gitgide şirketlerin, aynı sendikada olsalar bile, bir fabrikadaki işçileri bir diğerindekine karşı koz olarak kullanıp işgücü maliyetlerini kısmalarını sağlamaktadır[19] (Barnet/Cavanagh, 1995, S. 252)

---

[17] Detroit'te Amerikan otomotiv sanayinin üç büyük devi rekor kar rakamları açıklarken, bu durum örneğin üç devden biri olan General Motors firmasının azalan pazar payı nedeniyle ve verimliliği artırmak amacıyla 2 milyar dolarlık bir yeniden yapılanma programını uygulamaya koymasına engel olmamaktadır. Yeniden yapılanma kapsamında şirket 2005 yılına kadar toplam 40 bin kişiyi işten çıkarmayı amaçladığını belirtmiştir (Hürriyet Business Week, 18 Ocak 1998).

[18] Renault firması 57 yaş ve üzeri personelin erken emekliliğini de kapsayan maliyet düşürme çalışmalarından 20 milyar frank tasarruf beklediğini açıklamıştır (Radikal 1999).

[19] Örneğin 1992 yılında Kuzey Amerika'da tarihinin bir yıl içindeki en büyük zararı olan 8.7 milyar doları kaybeden GM, ABD ve Kanada'da 20 fabrikayı kapatacağını ve 74000 kişiyi işten çıkaracağını açıkladı. Michigan ile Texas arasında bir seçim yapılacaktı. 1988 yılında yapılan bir şirket içi "rekabet" araştırması Michigan'daki fabrikaya beş üzerinden 4.1, Texas'takine ise yüksek nakliye giderleri nedeniyle yalnızca 1.5 vermişti. Ancak GM, Michigan'daki işçileri başka fabrikalarında daha kolay değerlendirebileceği düşüncesiyle Texas fabrikasını seçti. Kararı etkileyen bir diğer (!) önemli gerekçe de Texas'taki işçilerin fazla mesai almadan üç vardiya çalışmayı kabul etmiş olmalarıydı (Barnett/Cavanagh, 1995, S. 252; Keller, 1996, S. 64).

Açıkça otomotiv şirketleri verimlilik artışlarının meyvelerini işçileriyle paylaşmaya pek gönüllü değillerdir. Ücret ve istihdam düzeyinin korunarak, çalışma sürelerinin kısaltılması gibi bir yaklaşım yerine kapitalist üretim tarzının bencil yaklaşımı ("benden sonrası tufan") kendini dayatmakta ve sermaye üzerinde oluşan baskı çalışanlara yansıtılmaktadır[20].

Bazı "seçilen" AGÜ'de hükümetin uyumlu, çalışkan işgücü vaatleri ve sendikaların itaatkar tutumu[21] sözkonusudur, bu ülkelerde ücretlerin düzeyi oldukça düşüktür[22] ve yeni üretim teknikleri ile birlikte iş yoğunluğu artmaktadır[23]. Ağırlaşan çalışma koşullarına en iyi örnek herhalde Japon üretim sisteminin çalışanlar üzerindeki etkileri olsa gerektir. Örneğin işçilerin öneride bulunmasının teşvik edilmesi politikasına bakacak olursak "içerden" bir çalışanın gözlemleri oldukça ilginçtir: "İlk bakışta işçilere şirketin yönetimine katılma duygusu vermenin bir yolu gibiydi; yakından bakıldığında ise durum daha farklı görünüyordu. Toyota bir yılda tam 1 milyon 906 bin teklif almıştı (işçi başına 39 teklif). Bunların %95'i benimsenmiş, bir yıl içinde 1.8 milyondan daha çok yeni fikir uygulamaya konulmuştu. Önerilerin büyük bir bölümü katılım yönündeki baskılara boyun eğen işçilerin def-i bela kabilinden katkılarından ibaretti. Değişim rüzgarı hiç bir sonuç alınmadan kendiliğinden sona erdi; hiç bir işe yaramamış, uygulayıcılarının üzerinde ağır baskılar yaratmıştı" (M. Keller, 1996, S. 258). Japon otomotiv sektöründe çalışanların memnuniyeti ve iş tatmini üzerine yapılan bir anketin sonuçları da bu saptamaları destekleyici niteliktedir. Buna göre görüşülen çalışanlardan sadece %4.5'u çocuklarına bu sektörde iş aramalarını tavsiye edeceklerini belirtmiştir (G.Schanz/H.Döring, 1998, S.930). Gereksiz hareketleri ortadan kaldırmak ve boşa geçen zamanları doldurmak amaçlı yalın üretim kavramı da işçilerin daha çok ve daha hızlı çalışmalarını gerektiriyordu. Mazda fabrikasındaki işçiler arasında yapılan bir ankette %70, "halihazırdaki iş yoğunluğuyla emeklilik zamanı gelmeden yaralanma ya da tükenme olasılıklarının yüksek olduğu" yolunda yanıt vermişlerdir (R. Barnet/J. Cavanagh, 1995, S. 248).

---

[20] Gerçekleştirilmesi pekala mümkün olan çalışma sürelerinin kısaltılması gündemi karşısında sermayenin tercihleri çok açıktır. Örneğin Mercedes firmasının eski yöneticisi H. Werner kendisi ile yapılan röportajda şu cevapları vermektedir (Wirtschaftswoche, Nr. 10, 4.3.1994): Soru: "Yeni işyerleri artık sadece yurtdışında mı oluşacak?" Werner: "Yurtdışındaki Mercedes fabrikaları Almanya'daki işyerlerini tehdit etmemektedir. Alman sınırları dışında üretim yapıyorsak bu yeni pazarları ele geçirmek içindir". Soru: Mercedes iki yıl içinde Almanya'da 20 bin çalışanı işten çıkarttı. Bütün sektörde sadece 1993 yılında 70 bin çalışan işini kaybetti. Neden VW gibi siz de haftada dört gün uygulamasını getirip, işyerlerini tutmadınız? Werner: "VW formülü bize uymaz. Wolfsburg'da gerçekleşen sadece çalışma sürelerinin değil; aynı zamanda gelirlerin de (ücretlerin de) düşürülmesidir. Bu, konjonktür sarmalını her halükarda yanlış yöne çevirir. İnanıyorum ki çalışanlarımız artık bir karar alınması gerektiğini iyi biliyorlar".

[21] Örneğin Ford Meksika'daki fabrikasında ABD'de yaygın olan ve yeni işçileri deneyimli işçilerin çırağı olarak gören uygulamadan kaçınmakta, eskilerin fabrikaya eski tavırları ve çalışma yöntemlerini sokacağından korkmaktadır. Sendika ise fabrika içinde olup biten konusunda hemen hemen hiç söz sahibi değildir. Ford burada Meksika'daki daha eski fabrikalarında ödediği ücretlerin yarısını vermekte ve ek yardımların üçte birini kesmektedir. Amerikalı bir yönetici "bana kalırsa" demektedir, "burada sendika filan yok" (Barnett/Cavanagh, 1995, S. 252)

[22] Japonya'daki en ileri Mazda fabrikasının hemen hemen tam bir kopyası olan Ford'un Meksika'daki fabrikasında çalışanlara saat başına 2 dolar ödenmektedir. Bu rakam Detroit'te 30 dolar olup, araç başına saat ücretinde toplam 672 dolar tasarruf anlamına gelmektedir (Shaiken, 1991, S. 130) .

[23] 1982 yılında Toyota'da çalışmaya başlayan bir Japon gazeteci deneyimlerini aktardığı The Auto Factory of Despair (Ümitsizliğin Fabrikası) adlı kitabında bu yorucu çalışmayı şöyle ifade etmektedir: "Günün 8-10 saatini küçücük yerlerde geçiren işçilere sadece kısa molalar veriliyor ve kendilerinden makine ritminde çalışmaları isteniyordu; işlerine konsantre olamadıkları için sık sık yaralanan yorgun işçiler vardı. İşgücü devir oranı bazı istisnalar dışında çok hızlıydı ve bazen üzücü intihar olaylarına rastlanıyordu" (Keller, 1996, S. 255).

ÇERÇEVE: 3

Kanada Otomotiv Sektörü'nde Yeni Üretim Organizasyonları ve Çalışma Yaşamının Kalitesi (IMF, 1998/1999)

Sendikaların en önemli sorumluluklarından biri işçinin refah düzeyinin yükselmesini sağlamaktır. Bu nedenle yeni üretim organizasyonlarını gerçekleştiren şirketler, işçilerine sürdürülebilir bir yaşam sağlıyorlar mı, yoksa işçileri yalnızca bir makina veya hammadde gibi mi kullanıyorlar sorusunun yanıtını bilmek çok önemlidir. Üretim sürecindeki ve iş organizasyonlarındaki yenilikler otomotiv sektöründe çalışma ilişkilerini nasıl etkiliyordu? Bu sorunun yanıtını bulabilmek için Kanada Metal İşçileri Sendikası (CAW) bir araştırma yaptı (IMF 1997, s.59). Araştırma, CAMI (General-Motors/Suzuki işvereni), Chrysler, Ford ve General Motors işyerlerinde çalışan 2424 işçiyi kapsamaktadır. McMaster Üniversitesi ile birlikte yapılan CAW araştırması, üretim sürecindeki değişiklikler ve yeni iş organizasyonlarının işçilerin bakış açısı ile yaşam kalitelerini nasıl etkilediğini tesbit etmeyi amaçlamıştır.

İşletmeler Arası Kıyaslama Sistemi (Management-Benchmarking) İnsan Faktörünü Dışlıyor: Economist Intelligence Unit'e göre kıyaslama sistemi "rekabet avantajı sağlamak için yapılan arayışlarda sürekli iyileştirmenin bir aşamasıdır. Bu yöntem, şirketin rakiplerinin üretim, hizmet ve uygulamalarını izleyerek, kendini güncel tutmasına yardım eden bir sistemdir." Bu yöntemin amacı, "değişim amaçlı çalışmalarda yol almak ve işçileri radikal iş değişiklerini kabul edecekleri şekilde hazırlamak, böylece şirketin dünyadaki gelişmeleri yakalamasını sağlamaktır."Ancak CAW araştırması bu anlayışın çok önemli bir noktayı göz ardı ettiğini göstermektedir. Kıyaslama adına yapılanlar üretimi gerçekleştiren emeği dikkate almamaktadır.
Araştırmanın en önemli bulguları aşağıdaki gibidir:

Yalın Üretim Montaj Sektöründe Yedek Parça Sektörüne Oranla Daha Fazla Gelişecektir: Montaj sektöründe yeniden yapılanma daha önce başladığı için, genel eğilim bu sektörün daha da gelişeceği yönündedir. Montaj sektöründe 9 ayrı işyerinde yapılan araştırma;

- Çalışma sürecindeki korumaların azaltıldığını,
- Zamanında teslim sisteminin yaygınlaştığını,
- Çalışanların maksimum iş yüküne ulaşabilmeleri için, endüstriyel mühendisliği uygulamalarına, zaman etütlerine dayalı yeni bir sistemin kullanılmaya başlandığını,
- Araştırma yapılan bütün tesislerde önceki yıllara göre daha fazla yalın üretim uygulamasına geçildiğini göstermiştir.

Montaj Sektöründeki Üretim Süreçleri ve Yeniliklerde Büyük Benzerlikler Görülüyor: Saatte 53-66 araçın hareket ettiği montaj bandındaki genel bakış açısı bir işyeri dışında aynıdır. Bu da ortalama iş çevriminin yaklaşık bir dakika olduğu anlamına gelmektedir. Montaj bantı yerine taşerona verilmiş montaj modülü kullanılan bir işyerinde, çalışanların büyük bölümü daha önce montaj bandına yüksek bir tempo ile uyum sağlamıştı.

Değişik firmalarda yalın üretim uygulaması önemli farklılıklar göstermektedir. Takım çalışması ve iş rotasyon sistemleri ise yalnızca iki şirkette yaygın olarak kullanılmaktadır. Bunların yerine zamanında teslim (JİT), sürekli iyileştirme (kaizen) ve endüstriyel mühendislik gibi sistemler önem kazanmaktadır. En çok uygulanan yöntemler ise;

- İş kapsam analizleri,
- Önceden belirlenmiş zaman standartları,
- Elektronik iş kontrol sistemleridir.

Yeni Yönetim Teknikleri İşçilerin Yetkilerini/Sorumluklarını Artırmıyor: Yeni yönetim teknikleri tartışmaları, işçilerin niteliklerinin arttığı/artmadığı; işçinin üretim sürecinde daha fazla söz ve yetki sahibi olup/olmadığı konusunda yoğunlaşmaktadır. CAW araştırmasına verilen yanıtlar bu konuda bize ışık tutuyor;

- İşçilerin %75'nin işlerine uygun olmayan şeyleri değiştirebilmeleri çok zor,
- İşçilerin %58'nin gün içinde çalışma temposunun değiştirilmesi için çok az veya hiç olanakları yok,
- İşçilerin %62'nin günlük kişisel ihtiyaçlarını karşılamaları sırasında (tuvalet ihtiyacı gibi) gerekli yedek personel yok,
- İşçilerin %57'sinin, kendi yaptıkları işi yapabilmesi için, herhangi bir kimsenin yalnızca birkaç gün veya daha kısa bir süre eğitim alması yeterli,
- İşçilerin %63'ü, yönetimin günlük çalışma performansı konusunda giderek daha sıkı bir takibe geçtiğini belirtiyor.

İşçi İşveren /İlişkileri Giderek Tatminsizlik Artıyor: CAW araştırması, yeni üretim organizasyonunun işçi-işveren ilişkilerinin özünün "karşılıklı saygı anlayış ve iyi ilişkilere dayandığı" iddialarının tam tersine, ilişkilerin giderek bozulduğunu gösteriyor;

- İşçilerin %28'inin şefleri ile ilişkileri bozuk,
- İşçilerin %48'ine göre yönetim politikaları başarısız,
- İşçilerin %66'sı yönetimin işçilerin refahları konusunda ilgisiz olduğunu düşünüyor.

İş Yükü Artıyor: Araştırma giderek artan oranda iş yükünün arttığını gösteriyor;

- İşçilerin %75'inin üzerindeki iş yükü çok yüksek veya zor, çok az insanla veya çok kısa sürede tamamlanması gerekiyor,
- İşçilerin %73'ünün son iki yılda üzerlerindeki iş yükü, işin hızlandırılması veya kısa sürede yaptırılması yolu ile ağırlaştı ve arttırıldı, (İşçilerin %11'i ise iş yüklerinin azaldığını belirtmiştir.)
- İşçilerin %58'ine göre mevcut çalışma temposu çok hızlı,
- İşçilerin %39'nun mevcut fiziksel iş yükü aşırı ağır.

Stres ve Sağlık Riskleri Artıyor: Araştırma, çalışanların en azından yarısının, işleri ile başa çıkabilmek için zamanlarının asgari yarısında yüksek çalışma temposu sürdürmek zorunda olduklarını gösteriyor;

- İşçilerin %55'i son ay, günün yarısını fiziksel rahatsızlık veya ağrı ile geçirdi,
- İşçilerin %51'i günün en az yarısını fiziksel olarak rahatsız pozisyonda çalışarak geçirdi,
- İşçilerin %53'ü, birkaç yıl öncesine oranla çalışma sırasında huzursuzluk ve gergindi,
- İşçilerin %62'si, birkaç yıl öncesine oranla 8 saatlik işgününün ardından fazla çalışma nedeniyle yoruldu,
- İşçilerin %61'i zamanlarının yarısını yaptıkları işten nefret ederek geçirdi.

İş Güvencesi Kalmadı: Araştırma, işyerlerinde çalışanların en azından %60'ının işini kaybetme korkusuyla çalıştığını göstermektedir;

- İşçilerin %72'si gelecek üç yıl içinde işsiz kalmaktan korkuyor,
- 50 yaşın altında olan işçilerin %78'i bu çalışma temposu ile 60 yaşına kadar çalışabileceklerine inanmıyor,
- 50 yaşın altındaki işçilerin %61'i, 60 yaşına geldiklerinde karşılaşacakları işin daha olabileceğine inanmıyor,

Sosyal Hayata ve Aile Yaşamına Zaman Kalmadı: Araştırma, fazla mesailerden kaynaklanan uzun çalışma sürelerinin, vardiyaların ve yorgunluğun çalışanlarda aile yaşamına ve sosyal hayata ayıracak zaman bırakmadığını gösteriyor;

- İşçilerin %41'i son hafta 80 saatin, %20'si ise 90 saatin üzerinde çalıştı,
- İşçilerin %83'ü değişen vardiyalar veya sürekli gece vardiyasında çalışıyor,
- İşçilerin %77'si işten arta kalan zamanın ancak yarısını ailelerine ayırabiliyor,
- İşçilerin %44'ünde, son ay içinde aile gezilerinin iptal edilmesine neden olan fazla mesai yüzenden aile içi stres arttı,
- İşçilerin %40'ı, çocuğunun hastalanması gibi kişisel ihtiyaçlarını giderebilmek için işten izin almalarının çok zor olduğunu belirtiyor.

Kanada Otomobil İşletmelerinde Çalışma Koşulları

	Çalışma Koşulları			
	Kötü		İyi	
	Direkt İşçiler/İndirekt İşçiler		Direkt İşçiler/İndirekt İşçiler	
İş Yükü	GM	GM	Ford	Ford
İş Yükünde Değişim	GM	GM	Ford/Chrysler	Chrysler
Bedensel Riskler	GM	GM	Chrysler	Ford
Stres Riski	GM	CAMI	Ford	Ford
Kontrol/Özerklik	GM	CAMI	Chrysler	Chrysler
Yönetimle İlişkiler	CAMI	CAMI	Ford/Chrysler	Chrysler

3. Devletin Sermaye Birikim Sürecindeki Rolü

Günümüzde uluslararası ekonomide yalnız şirketler arasında değil; şirketlerin rekabet gücünün artırılmasını destekleyen, onların davranışlarını biçimlendiren çerçeveyi belirleyen temel bir etken olarak sosyo-ekonomik sistemler arasında da bir rekabet sözkonusudur. Ev sahibi ülkelerin otomotiv alanındaki yatırımları istemelerinin nedeni, bunu hem ihracat yoluyla döviz getirecek önemli bir kaynak, hem de teknoloji elde etmeye ve istihdam yaratmaya yönelik bir araç olarak görmeleridir. Dolayısıyla izlenen ticaret ve sanayi politikaları sözkonusu rekabet dinamiklerine göre şekillenmektedir.

70'li yıllardan itibaren dünya otomobil ticaretine politik müdahaleler ve kısıtlamaların hacmi giderek artmaktadır. Özellikle gümrük tarifelerine dayalı kısıtlamaların yerini tarife-dışı ticaret engelleri ("yeni korumacılık") almaktadır. Bloklaşma eğilimi giderek belirginleşmekte ve yerli-üretim (local-content) miktarları saptanmaktadır. Üretimde kullanılan yan ürünlerin veya parçaların belli oranlarda (%80'lere kadar varan) ilgili blok içinde üretilmiş olması koşulu aranmaktadır. Örneğin İngiltere'de üretilen Nissan marka Japon arabaları, Fransa ve İtalya tarafından, bu araçların üretiminde kullanılan parçaların %80'i Avrupa'da üretilmediği takdirde "Japon kotasına" sayılmaktadır (D. Nolte, 1991, S. 369).

Avrupalı ve Amerikalı hükümetler, ülkelerindeki yerel otomotiv şirketleri rekabet güçlerini tam anlamıyla kazanana kadar ticari kısıtlama eğilimi içindedirler. Özellikle Avrupalı hükümetler Japonların ulusal pazarlarını istila etmelerine karşı direnme konusunda kesin bir kararlılık göstermektedirler. "Japon istilası" konusundaki özel kaygılarından hareketle "Avrupalılar bütün Japon arabalarına karşı 1992'de başlayıp, 1999'da sona erecek bir kota sistemi planladılar. Böylece Japon yayılmacılığı, Batı ve Doğu Avrupa'da açılan yeni pazarlara ulaşmadan önce sanayilerine biraz nefes aldıracaklardı" (M. Keller, 1996, S. 40). Bu nedenle otomobiller ister Japonya'dan ithal edilsin, isterse Avrupa'da üretilsin, Japonların 2000 yılı itibariyle pazar payını %16'ya düşürmesini öngören tasarılar hazırlanmıştır (L. Thurow, 1994, S. 84).

Öte yandan günümüzün artan rekabet koşullarında yeniden yapılanma süreci, devletin sermaye birikim sürecinde oynadığı rolün yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir. Çünkü salt korumacı politikalara dayalı yaklaşımlar, örneğin çeşitli ülke hükümetlerinin sınırlarını ithalata kapama çabaları önünde bizatihi rekabet koşulları bu çabaları sınırlayan önemli bir engel teşkil etmektedir[24]. Dolayısıyla sermayenin uluslararasılaşma gereksinimleriyle artan korumacılık ve bloklaşma eğilimlerinin çelişkilerini birarada ele almak gerekmektedir. Çünkü küresel bir şirketin ulusal kökeni ulus-devletlerden oluşan bir dünyada hala önemlidir. Örneğin "Tayvan ile Güney Kore hükümetleri kendi yerel endüstrilerini korumak için Japon arabalarını yasaklamışlardır. Ancak küreselleşme mucizesi Japon arabalarını Amerikan arabalarına çevirir ve Honda Ohio'daki fabrikasından Tayvan, Kore ve İsrail'e Accord'larını yollar" (aktaran R. Barnet/J. Cavanagh, 1995, S. 223). Bir başka örnek vermek gerekirse, Japonlar Amerika'da kullanabileceklerinin çok üzerinde üretim kapasitesi oluşturmaktadırlar. Peki bunları ne yapacaklardır? "Bunun yanıtı, Honda'nın şu sıralar girişimde bulunduğu gibi, Amerika'da üretilen otomobilleri Avrupa'ya satmak olacaktır. Demek ki Japonya-Avrupa savaşı, bir çırpıda Amerika-Avrupa savaşına dönüşecektir" (L. Thurow,1994, S. 84).

Sermaye-emek ilişkileri açısından devletlerin rolüne baktığımızda, artan rekabet karşısında ulusal devletlerin yapabileceklerinin sınırlarını da görmek mümkündür. Örneğin Amerika'da Amerikalı üreticileri işçi çıkartmaya yönelten küresel baskılar, hükümeti de işsizlere verilen yardımı kısmaya zorlamıştır. Sendikalar grev kırma taktiklerini sınırlandıracak yasalar için gözlerini Kongre'ye çevirirken, bunlar somutlaşmamıştır. Küresel rekabet, hükümetin örgütlü işgücünün pazarlık gücünden geriye kalanı korumasını engelleyecek güçlü bir gerekçe olarak kullanılmıştır.

---

[24] "Amerikalı otomobil üreticileri Japonya'dan araç ithalatına karşı daha sıkı sınırlamalar getirilmesi için yaygara kopardığında, Japon şirketlerinin tepkisi ABD'de on tane montaj fabrikası açmak oldu. Bunu sözkonusu fabrikalarla bağlantılı yüzlerce Japon yan sanayi şirketi izledi" (Keller, 1996, S. 283).

II. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE SEKTÖRÜN GENEL DURUMU

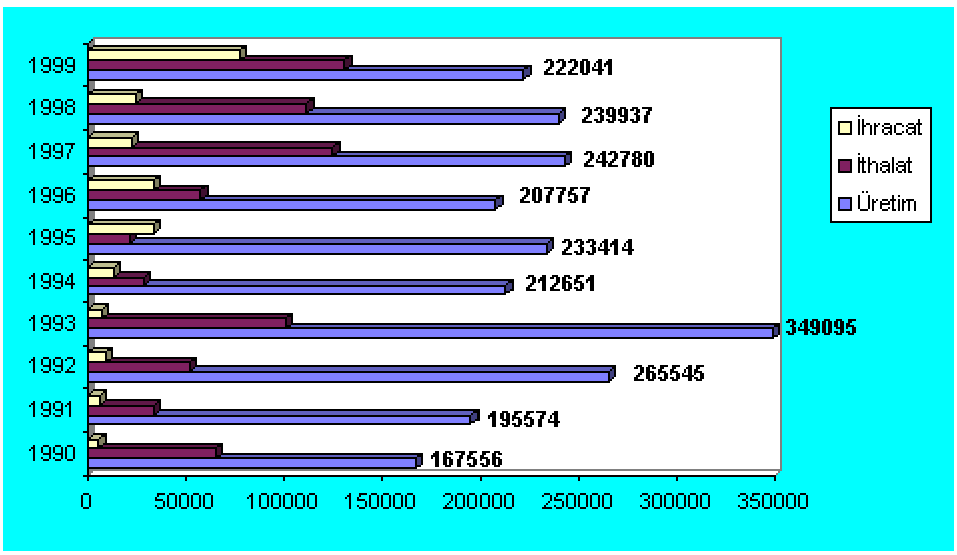
1. Sektörün Ülke Ekonomisindeki Yeri Ve Önemi

Otomotiv sektörü sanayileşmek isteyen bir ülke için en güçlü lokomotif sektörlerden biri olarak görülmektedir. Türkiye'de de otomotiv sektörü, sektörün ileriye doğru bağlantı etkisinin yüksekliği, yerli ürünle ithal malları arasındaki ikame esnekliğinin yüksekliği, dolayısıyla sektörü ilgilendiren hemen her parametre değişikliğinin cari işlemler dengesini doğrudan etkilemesi nedeniyle oldukça önemlidir (K. Boratav/E. Türkcan 1994, S. 153).

Türkiye'de otomotiv sektörü 1989 yılına kadar yüksek gümrük duvarları ile korunmuş; 1990 yılında alınan bir kararla gümrük duvarları %75'lerden %33'e indirilmiştir. 1990 yılında sektör içi yeni teşvikler belirlenmiş, bunun sonucunda Toyota, Opel gibi firmalar tarafından yatırımlar gerçekleştirilmiştir (Ç. Ünüsan, 1994, S. 71). Sektörde 1996 yılında gerçekleşen Gümrük Birliği sonrası gümrük vergileri sıfırlanmış, ithalat ve ihracat önünde bulunan önemli engeller kaldırılmıştır. Bu tarihten sonra diğer bir çok büyük uluslararası firma yatırımlarını Türkiye'ye kaydırmaya başlamış, firmalar arasında artan rekabete bağlı olarak yerli ve yabancı firmalar arasında işbirlikleri artmıştır.

Otomotiv sektörü, ekonomik konjonktüre, özellikle büyüme oranlarına oldukça duyarlı olup, iç pazardaki talep daralmasından en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Krizler ve ağır durgunluk dönemlerinde ilk yarayı otomotiv sektörü almaktadır (Hürriyet Business Week, 21 Aralık 1997).

Grafik 12: Taşıt Araçları Sanayinde Üretim, İhracat ve İthalat (adet araç)



Kaynak: OSD, Genel ve İstatistik Bülteni, 2000

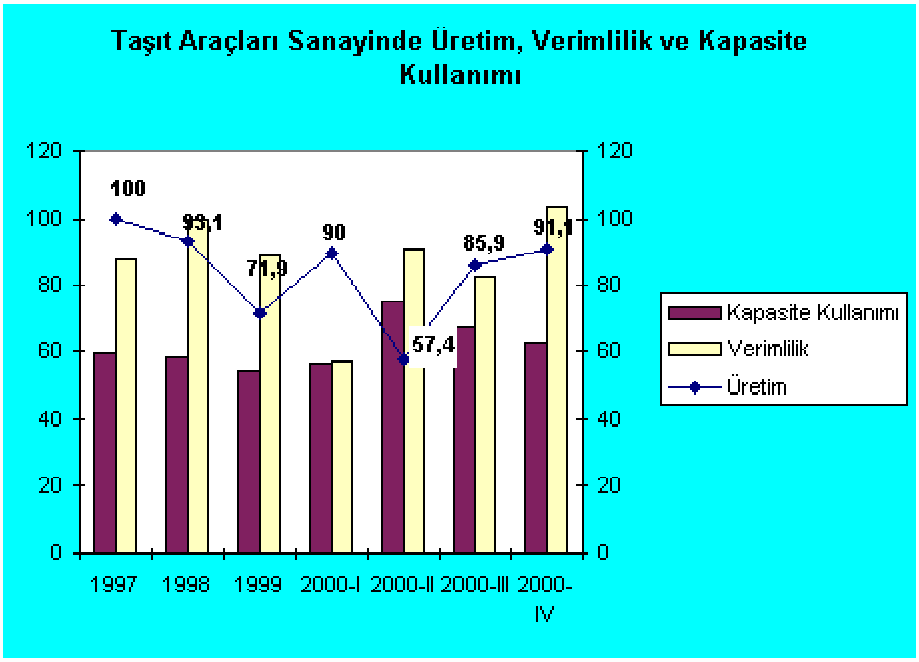
Sektörün 1994 yılında krize girmesinden sonra, üretimde ciddi bir daralma yaşanırken ithalat ve ihracatta önemli artış sözkonusudur. Sektörün 2000 yılında biraz canlandığı söylenebilir. Otomobile olan talep artışını sağlayan en önemli etken üreticilerin kampanyalı satışlara ağırlık vermesidir. Bunun da arka planında bankaların tüketiciye düşük faizli kredi kullandırmaları yatmakta ve böylece otomobil kredileriyle gerçekleşen satışlar artmaktadır.

2. Sermayeler Arası İlişkiler

2.1 Üretim Koşulları:

Sektörde üretim koşullarına ilişkin temel eğilimler şunlardır: Üretici firma sayısı artarken satış miktarları yerinde saymış, kapasite kullanım oranları oldukça düşük seviyelerde kalmıştır (bkz.Grafik.13). Sektörde toplam üretici firma sayısı 20'dir. Bunlardan Oyak-Renault, Tofaş, Honda, Opel ve Toyotasa sadece otomobil üretmektedir. Diğer tip araçları da üreten Ford-Otosan ve Hyundai Assan'la birlikte toplam 7 oto üreticisi vardır. Sektörde çeşitli tiplerde kamyon ve kamyonet üreten 11 firma, otobüs üreten 4 firma, minibüs ve midibüs üreten 8, traktör üreten 4 firma vardır (Globus, Mart 2000). Sektörde faaliyet gösteren firmalar dikkate alındığında, bunlar üretimin %90'ını gerçekleştirmekte ve halen %40'ın altında kapasite ile çalışmaktadırlar.

Grafik13: Taşıt Araçları Sanayinde Üretim, Verimlilik ve Kapasite



Kaynak: DİE, Aylık İstatistik Bülteni, Haziran 2000

Tofaş ve Renault gibi iki büyük üretici 1971 yılında üretime başlamışken, 1990 yılından itibaren ikinci büyük üretici dalgası başlamıştır. Opel, Toyotasa, Hyundai, Honda gibi üreticiler Türkiye'de faaliyete geçmişlerdir (bkz. Tablo 14). Ancak bu üreticiler "montaj" ağırlıklı üretim yapmakta olup hem Türkiye pazarına hem de çevre pazarlara ihracat hakkını ellerinde bulundurmaktadırlar (Globus, Mart 2000).

Tablo 14: Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Yapısı

Firmalar	Üretim Yeri	Kuruluş Yılı	Lisans	Yabancı Sermaye	Kapasite	Pay*
A.Honda	Gebze/Kocaeli	1997	Honda Motor Co.Ltd	50	30.000	3
A.I.O.S	İstanbul	1966	ISUZU	29.75	13.200	1
B.M.C	İzmir	1996	CUMMINS	0	21.500	2
Chrysler	Gebze/Kocaeli	1964	Chrysler Int.	35	9.000	1
Ford-OTOSAN	İst/Eskişehir	1959/1983	Ford	41	64.400	7
HYUNDAI/ASSAN	Kocaeli	1997	Hyundai Motor Comp	50	120.000	13
KARSAN	Bursa	1966	Peugeot	0	25.000	3
M.A.N	Ankara	1966	M.A.N	97.8	3.750	0
M.Benz.Türk	İst/Aksaray	1968/1985	Mercedes Benz	85	10.200	1
Opel Türkiye	Torbalı/İzmir	1990	Opel	100	25.000	3
OTOKAR	Sakarya	1963	KHD/LAND ROVER	0	6.700	1
OTOYOL	Sakarya	1966	IVECO-FIAT	27	12.200	1
O.RENAULT	Bursa	1971	Renault	51	160.000	17
TEMSA	Adana	1987	Mitsubishi	0	15.600	2
TOFAŞ	Bursa	1971	FIAT	37.8	250.000	27
TOYOTASA	Sakarya	1994	TOYOTA	50	100.000	11
UZEL	İstanbul	1962	M.Ferguson/Perkins	0	30.000	3
TOPLAM					931.550	100

Kaynak: OSD, Türk Otomotiv Sanayi Genel ve İstatistik Bülteni, 2000

r Yabancı sermayenin sektör içindeki yeri

Otomotiv sektörü yabancı sermayenin gözde sektörlerinden biridir. 20 üreticiden BMC hariç, tamamında yabancı sermaye vardır. Sektördeki sermayenin yaklaşık yarısı yabancı olup; en büyük paya sahip firmalar yabancı sermayenin elinde bulunmaktadır. Otomotivdeki yabancı sermayenin toplam yabancı sermaye içindeki payı da %10.58'dir (Globus, Mart 2000).

Dolayısıyla iç pazarın liberalleştirilmesi sonucunda ve küreselleşme ile ana otomobil fabrikalarının ve yan sanayi firmalarının yabancı ortak hisseleri ve işbirlikleri artmıştır. Başka bir deyişle "Türkiye'deki otomotiv fabrikaları yabancı ortaklarının buradaki şubeleri haline geldiler. Şirketlerin yönetiminde yabancıların etkisi ön plana geçti" (Ö. Bilgin,1999, S. 30).

Türkiye pazarında giderek şiddetlenen bir rekabet sözkonusudur. Özellikle bir çok yabancı firma üretimini Türkiye ve benzeri gelişmekte olan pazarlara kaydırma stratejisi izlemektedir. Yabancı sermayenin 1988-1992 döneminde en çok tercih ettiği sektörler turizm, gıda ve çimento iken; 1993-1997 yıllar arasında özellikle otomotiv sektörü önplana çıkmıştır. Yabancı sermayenin yöneldiği belli başlı sektörlerin toplam yabancı sermaye izinleri içindeki payları şöyledir:

Tablo 13: Yabancı Sermaye İzinlerinin Sektörel Dağılımı

Sektörler	1988-1992	1993-1997
Gıda-İçki	11.7	6.3
Çimento	8.4	4.7
Kimya	8.7	4.5
Lastik	2.0	1.4
Tekstil	2.4	1.8
Demir-Çelik	4.3	1.0
Elektrik-Elektronik	5.0	5.6
Taşıt Araçları	**8.3**	**15.5**
Taşıt Yan Sanayi	2.1	2.8
Ticaret	5.3	5.1
Turizm	13.1	4.8
Bankacılık	4.9	2.5
Yatırım-Finansman	1.2	4.4

Kaynak: DPT- Hazine Müsteşarlığı verilerinden aktaran Hürriyet Business Week, 18 Ocak 1998. S:12

Bu bağlamda sektörde Türkiye'nin stratejik ve merkezi bir yatırım üssü olarak seçilmesi yönünde gelişmeler sözkonusudur[25]. Bunun en temel nedenleri bölgede en büyük pazar olması (genç nüfus, doygunluğa ulaşmamış pazar), -bu sektörde her 1000 kişiye düşen otomobil sayısı 55 iken, Avrupa ülkelerinde her 1000 kişiye 200 ile 400 arası otomobil düşmektedir (Hürriyet Business Week, 18 Ocak 1998, 1 Şubat 1998)- stratejik ve coğrafi açıdan merkezi konumu, altyapının varlığı, nitelikli ve ucuz işgücü bulunabilirliği, bölge ülkelerine kıyasla politik istikrar ve hepsinden önemlisi oldukça karlı üretimin -örneğin Renault firması'nın Türkiye'deki kar marjı %26.5 (1997) iken, Avrupa'da bu oran aynı yıl itibariyle sadece %5'tir (Hürriyet Business Week, 4 Ekim 1998)- mümkün olmasıdır. Dolayısıyla Türkiye ve benzeri gelişmekte olan piyasalarda firmalar aşırı karlar elde edebilmektedirler[26].

Bu doğrultuda geçtiğimiz yıl Türkiye'den yapılan otomobil ihracatı bir önceki yıla göre iki kat artarak 1 milyar dolara çıkmıştır[27]. Böylece Türkiye'nin bazı üreticiler için ihracat üssü olması sözkonusudur. Yine de ihracatta en başarılı geçirilen 1999 rakamlarına göre bile Türkiye ihracatı, dünya otomotiv ihracatının %0.4'ü kadardır (Globus, 2000 S.142). Öte yandan ihracat gücünü artırmada iç pazarın önemine işaret edilmektedir[28]. Bütün bu gelişmelerin yanı sıra Türk sermayesinin de yurtdışına üretimi kaydırması olgusu giderek artmaktadır[29].

Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de bir aşırı kapasite sözkonusudur. Yeni yatırımlar ile birlikte artan üretim kapasitesi pazardaki genişlemeyi geride bırakmaktadır

2.2. Pazar Koşulları:

Sektörde aşırı kapasite sorunu vardır[30]. Aşırı yatırımlara izin verilirken (üretim kapasitesi 700-800.000), pazarın genişlemesine (iç pazar 1999'da 289.000, ihracat olmasa sadece 150 bin) izin

---

[25] Tofaş, İtalyan ortağı Fiat tarafından ihracat üssü ve yedek parça üretim merkezi (hedef bölgeler: BDT, Ortadoğu, Kuzey Afrika) olarak seçilmiş, Fransız Renault sadece Türkiye için otomobil üretme çalışmalarını sürdürmekte olup, Koç Grubu'nun diğer otomotiv şirketi Ford-Otosan (Ford'un payı %41.01) Özbekistan'da hafif ticari araç üretimine başlamış; sektördeki her üç büyük otomotiv firması da Türki Cumhuriyetlerindeki operasyonlarını Türkiye'den yürütme ve Türkiye'yi ihracat üssü olarak kullanma kararı almışlardır (Hürriyet Business Week, 7 Haziran 1998; Radikal, 23 Temmuz 2000). Öte yandan sektördeki yan sanayi firmalarından Bosch'un yöneticisi: Türkiye'de dizel motorlar için enjeksiyon sistemi üretiyoruz. Türkiye'deki üretimimizin %90'ını ihraç ediyoruz" demektedir (The Wall Street Journal gazetesinden aktaran Hürriyet Pazar Ekonomi, 30 Temmuz 2000). Aynı haberde "Ford'un Gölcük yatırımında ısrar etmesi, Avrupalı yatırımcılar için Türkiye'nin nasıl bir stratejik üs haline geldiğini gösteriyor. ABD açısından Meksika ne ise, Avrupa açısından da Türkiye aynı anlama geliyor" denmekte. Ford yöneticisi A. Trotman Türkiye'yi yatırım ve ihracat için stratejik bir üs olarak seçmelerinin nedenini şöyle açıklamaktadır: "kaliteli işgücü, düşük maliyet, verimlilik, coğrafi konum avantajları" (Milliyet, 22 Mart 1998).

[26] Her ne kadar Renault yöneticisi (L.Schweitzer) yüksek fiyatlardan dolayı vergilerden yakınsa da aslında henüz Avrupa'daki kadar yoğunlaşmayan rekabet nedeniyle otomobil fiyatlarını daha da aşağı indirmek mümkündür (Hürriyet Business Week, 4 Ekim 1998, S.19). Öte yandan artan rekabete bağlı olarak, özellikle Uzakdoğu'dan gelen otomobillerin rekabeti nedeniyle fiyatların artış hızı düşme eğilimindedir; bu da kar marjları üzerinde daraltıcı bir baskı uygulamaktadır (Hürriyet Business Week, 15 Mart 1998, S. 15).

[27] İtalyan Fiat Türkiye'deki fabrikasına 184 milyar dolar ek yatırım yaparak Avrupa'ya yılda 85 bin ticari araç ihraç etmeye hazırlanırken; Türkiye'deki üretimini 100 bin otomobile çıkartmayı planlayan Toyota, bu üretimin bir bölümünü ihraç etmek istiyor (Hürriyet, Pazar Ekonomi Eki, "Yeni Meksika Türkiye", 30 Temmuz 2000).

[28] Otomobil Sanayicileri Derneği (OSD) Genel Sekreteri E. Tezer, "2002'ye kadar 2.5 milyar dolarlık yatırım ve 300.000 adet ihracat hedefi olan bir sektörden söz ediyoruz. Bütün bunlar olurken iç pazarı ihmal edemezsiniz. Böyle bir ithalat oranıyla ihracatı sürdürmek mümkün değil" demektedir (Milliyet, 4 Ağustos2000).

[29] Anadolu Grubu Kuzey Afrika'da midibüs üretmeyi planlamakta ve Yürütme Kurulu Başkanı: "Isuzu'nun bu bölgedeki üretim merkeziyiz ve Anadolu Isuzu olarak bölgedeki bazı ülkelere yatırım yapacağız. Bir Kuzey Afrika ülkesinde bir aile şirketiyle üretim yapmayı planlıyoruz" demektedir (Milliyet, 8 Nisan 2000). Koç Holding ise Özbekistan'da kamyon-midibüs üretimi için oldukça büyük çaplı bir yatırım gerçekleştirmektedir (64.2 milyon dolarlık bu yatırımın 23.2 milyon doları Türk Eximbank kredisiyle karşılanmıştır. Devletin bu konudaki katkılarını küçümsememek gerek!).

[30] Oyak-Renault Genel müdürünün Türkiye pazarı hakkındaki yorumu: "Bugün için (1997) ithal modeller pazarın üçte birini oluşturmakta olup, bu oran diğer Avrupa pazarları ile karşılaştırıldığında anormal değil. Esas sorun, yerli üreticilerin kapasite fazlası ile, Türkiye ile Avrupa arasında imzalanmış olan Gümrük Birliği anlaşmasına aykırı koşullarda Türkiye'ye otomobil ithal etmek amacıyla bazı Uzakdoğulu markaların yararlandığı usulsüz avantajlardır" (Hürriyet Business Week, 21 Aralık 1997). Öte yandan ithal oto satışlarının neredeyse yarısı Opel, Volswagen ve Hyundai tarafından yapılmaktadır! Fiat'ın üst düzey yöneticisinin Türk otomotiv sektörü hakkındaki yorumu ise şöyledir: "Bu sektörde kapasite fazlalığı var. Geçen yıl (1997) Türkiye'ye fazlasıyla otomobil şirketi geldi. Küçük bir pazar için çok fazla otomobil şirketi bulunuyor. Üretim miktarı pazarın kaldırabileceğinden daha fazla. Tabii üretimin belli bir miktarı ihraç da ediliyor, ama ihracat düşünülerek üretim yapılmamalı. Çünkü bugün Almanya da, Kore de, İtalya da ihraç etmeye çalışıyor. Şu anda Türkiye'de üretimi karşılayacak talep yok ve

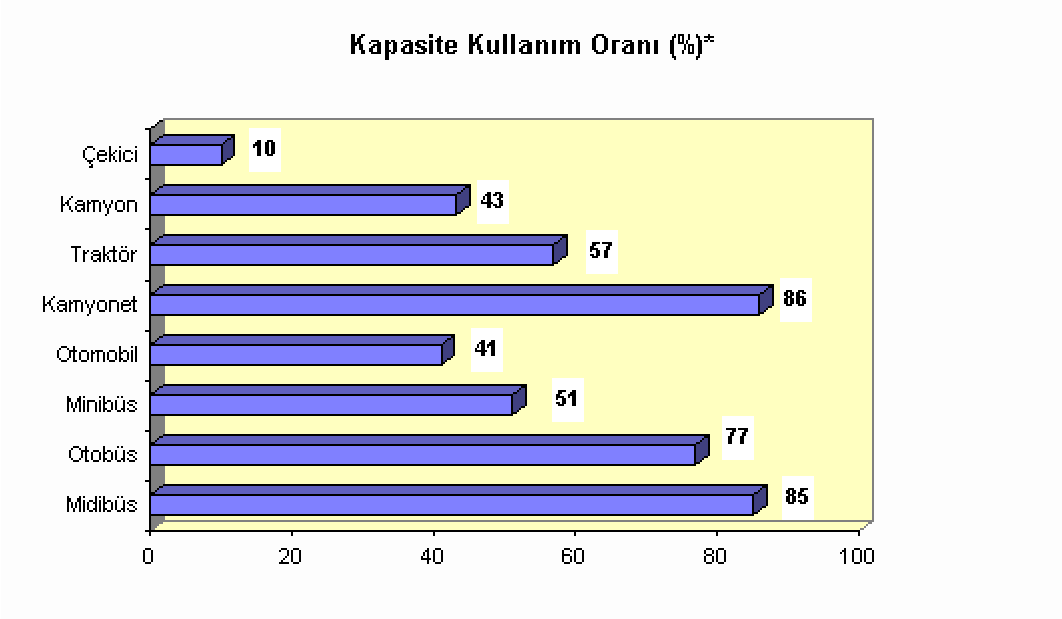
verilmemiştir. Otomotiv sanayi mevcut 750 bin adetlik kapasitesini bile kullanamazken yeni yatırımlarla oluşacak 300 bin ek kapasiteye ihtiyaç yoktur. Yıllık satışların 350 bini aşamadığı pazarda modernizasyon ve kalite artırımına dayalı yatırımlar artmaktadır. Bu da kapasitelerin oldukça yükselmesine yol açmakta, firmalar düşük kapasite kullanımı ile çalışmaktadırlar.

Tablo 15: Seçilmiş Firmaların Kapasite Kullanım Oranları

Üretici	**Kapasite Kullanım Oranı (%)**
Honda	24
Ford Otosan	24
Hyundai Assan	60
Opel	27
Oyak-Renault	53
Tofaş	35
Toyota	14
Avrupa Ortalaması	82
Asya Ortalaması	61
G.Amerika Ortalaması	59
DünyaOrtalaması	72

Kaynak: Ekonomik Forum, 1999, S. 47

Grafik 14: Türkiye'de Kapasite Kullanım Oranı



Kaynak: OSD Aylık İstatistiki Bilgiler Bülteni, Haziran 2000
** 2000 yılı Ocak-Haziran Dönemi*

Yukarda değinilen bütün bu üreticilerin faaliyete geçmesi, her biri milyonlarca doları bulan yatırımların yapılmasını gerektirmiştir[31]. Buna karşılık da bazı eski üreticiler kapasitelerini artırmış ve/veya yeni model yatırımı yapmışlardır (bkz. Tablo 16).

otomobil şirketleri yeterli satış yapamıyorlar. Bunların bir beş yıl sonra kapanmaya başlaması sözkonusu olabilir" (Hürriyet Business Week, 4.1. 1998).

[31] Türkiye'yi yatırım ve ihracat üssü olarak seçen Amerikan Ford firması 1 milyar doları bulan bir yatırımla (Radikal 23.7.2000) faaliyetlerine başlamış, İtalyan Fiat firması ise Türkiye'deki fabrikasına 184 milyon dolar ek yatırım yaparak Avrupa'ya yılda 85 bin ticari araç ihraç etmeye hazırlanmaktadır (Hürriyet, 30.7. 2000).

Tablo 16: Otomotiv Sanayi Yatırımları (ABD$)

Proje Tipi	1996	1997	1998	1999
Kapasite Artırımı	52.000.000	37.000.000	39.000.000	40.000.000
Modernizasyon	41.000.000	79.000.000	72.000.000	30.000.000
Yeni Model	42.000.000	71.000.000	119.000.000	114.000.000
Kalite Artırıcı	28.000.000	19.000.000	15.000.000	47.000.000
Yerlileştirmeyi Artırıcı	12.000.000	30.000.000	33.000.000	21.000.000
Diğer	45.000.000	110.000.000	85.000.000	120.000.000
Toplam	220.000.000	346.000.000	363.000.000	372.000.000

Kaynak: OSD, İstatistik Yıllığı,2000

Ancak Türkiye'de kurulu toplam kapasitenin yaklaşık üçte biri kullanılabilmektedir. Büyük paralarla gerçekleştirilen yatırımlar ekonomik değer üretmeden atıl kalmaktadır. Ölçek sıkıntısı çeken üreticiler düşük kapasite kullanım maliyetini fiyatlara bindirmek zorunda kalınca bu kez düşük seyreden talep iyice daralmaktadır.

Sektörün tam kapasite ile çalışamamasında en öncelik verilen neden iç ve dış talep yetersizliği olup, sonra yüksek kredi maliyetleri gelmektedir (İTO, 1997, S. 48).

Firmalar genel olarak iç piyasa artı ihracat stratejisi izlemektedirler. Ancak pazarda yerleşik ve belli bir iç pazar payını elinde tutan firmaların çoğunun stratejilerinde ağırlığın Türkiye'deki fabrikalarının birer ihracat üssü olma işlevine kaydığı söylenebilir. İthalatın pazarın en az %30'unu kapsayacağı dikkate alınırsa[32] otomobil üreticilerinin ihracata yönelmeleri zorunlu hale gelmektedir (Ç, Ünüsan, 1994, S. 75). Bunda da en önemli neden bu firmaların sektörün genel eğilimi olan aşırı kapasite sorunu ile karşı karşıya bulunmaları; diğer bir ifadeyle pazarın büyüklüğü ile üretim kapasitesi arasındaki sorunlu ilişkidir. Örneğin Oyak-Renault'un 1998 yılı üretim kapasitesi 700.000 adettir. Ancak yine 1998 yılı rakamlarına göre Türkiye otomotiv piyasasındaki yerli araç satışı yaklaşık 300 bindir (Hürriyet Business Week, 1 Şubat 1998). Dolayısıyla firmalar ihracata önem vermeye başlamışlardır. Sektörün bugün sahip olduğu kapasitenin ancak çok küçük bir bölümünü kullanabildiği dikkate alınırsa, ihracatı artırma çabalarını firmaların kapasite kullanımını artırma stratejilerinin bir parçası olarak yorumlamak gerekir.

Sektöre ihraç pazarlarının yöneldiği ülkeler açısından baktığımızda zaten ağırlıklı bir bölümü otomobil ve otobüsten oluşan ihracatının büyük kısmının Ortadoğu'ya (Mısır, İsrail, Suriye ve Libya), BDT ülkelerine (Türki Cumhuriyetler ve Rusya Federasyonu) ve Avrupa'ya (Fransa, Almanya, İsviçre, Bulgaristan) yapıldığını görmekteyiz (Globus, Mart 2000).

Ülkede oto ithalatı ise son yıllarda ihracattan daha hızlı artmaktadır. Gümrük Birliği'nden sonra sıfır gümrükle otomobil ithal edilmeye başlanması ithal otomobillerin pazardaki payını %45'lere (bu rakam 1997'de %35 idi) yükseltmiştir.

Tablo 17: Otomobil Üreticisi Ülkelerde İthalatın Pazar Payı (1998)

Ülke	Toplam Talep	İthalat	İthalatın Payı (%)
Almanya	3.735.987	509.000	13.6
Fransa	1.943.553	113.000	5.8
İngiltere	2.247.403	400.000	17.8
İspanya	1.192.843	141.000	11.8
İtalya	2.373.904	237.000	10.0
AB Toplam	13.933.901	1.969.000	14.1
ABD	8.142.147	1.355.000	16.6
Brezilya	1.217.273	345.000	28.3
Japonya	4.091.589	271.000	6.6
G. Kore	568.063	2.075	0.3
Türkiye (1999)	288.667	131.215	45.5

Kaynak: Milliyet Gazetesi, 4.08.2000

[32] Bu tahminin 1994 yılına ait olduğuna lütfen dikkat edin!

1989'da 147 bin adet olan pazar her yıl ortalama %30 büyüyerek 1993'te 350 bin adete ve 1999'da 450 binlere ulaşmıştır. Bu yılın başından beri ise ithal otonun payı %53'leri bulmuştur (Milliyet, 4 Ağustos 2000). Bir anlamda Türkiye'nin ihracat yükünü çeken otomotiv sektöründe ihracat bir önceki yıla göre %66 artarken; bununla birlikte sektörde sadece ihracat değil, otomobil ithalatı da artmaktadır. Bunun temel nedenleri;

1) Taşıt kredisi faiz oranlarının düşmesi,

2) 1999 yılındaki kriz nedeniyle ertelenen taleptir. Talepteki artış tahminlerin üzerine çıkınca ithal otomobilde Türkiye'ye tahsis edilen kotalar yetmemeye başlamıştır.

Öte yandan ithal ürünlerin payı da giderek artma eğiliminde olmakla beraber bunu otomobil ithalatında "patlama" olarak nitelemek mümkün değildir. Çünkü her şeyden önce otomobil ve yan ürünleri ithalatının ülkenin toplam ithalatı içindeki ağırlığı %8'dir. Hükümetin otomobil ithalatını kısıtlamaya yönelik tedbirlerinin (tüketici kredilerinin -ki bunların içinde yılın ilk altı ayında otomobil kredisi olarak kullanılanların payı %51'dir (Yeni Binyıl 30 Temmuz 2000)- vergilendirilmesi) belki nihai ürün anlamında toplam dış ticaret dengesi üzerinde önemli bir etkide bulunması beklenmemelidir. Çünkü ithalatta görülen artışın arkasında esasen ara malı ve sermaye malı ithalatı artışları yatmakta olup, bu mal grubunda ihracatın 1998'e göre %89, ithalatın ise sadece %15 arttığına işaret etmek gerekir. Ancak her şeye rağmen yatırım malı ve ara malı ithalatı açısından hala üçüncü ülkelere bağımlılığın sözkonusu olması -devletin bütün çabalarına karşın- ülkenin dış borçlarının artmasına katkıda bulunmaktadır.

Sektöre ithalat yapılan ülkeler açısından baktığımızda Avrupa Birliği'nin payının arttığını görmekteyiz. Son yıllarda AB ülkelerinden yapılan ithalat oranı %62'ye çıkmış olup[33], üretici firmalar da ithalat yapmaktadır. Bunun önemli nedeni, Gümrük Birliği sonrası ithalatçı maliyetinin düşmüş olmasıdır.

Sektöre ilişkin gerek yurtiçi talep gerekse de ithalat ve ihracat açısından yaptığımız saptamaları toparlayacak olursak: Yüksek sabit sermaye yatırımları nedeniyle yüksek kapasite kullanımı gerektiren bu sektörde yukarda da değinildiği gibi iç ve dış talep yetersizlikleri sınai gelişmenin önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. Özellikle dış talepteki dalgalanmaların Türkiye'nin ihracat olasılığını olumsuz yönde etkilediği gözardı edilmemelidir: Otomobil ihracatındaki gerilemenin nedenleri arasında AB ülkelerinde yaşanan durgunluk önemli bir rol oynamaktadır. Durgunluk nedeniyle Türkiye'deki otomobil şirketlerinin yabancı ortakları ihracat pazarlarına kendi ürünlerini satmayı tercih etmektedirler (Ekonomist, 8 Şubat 1998). Otomobil firmalarının ihracatında son söz yabancı ortağın olduğu için, ihracat pazarlarında atak bir strateji izleme imkanı bulunmadığına dikkat çekmek gerekir. Bu olgular, dünya pazarlarına yönelik, ihracata dayalı sermaye birikimi stratejisi izlenmesinin ülkenin sınai gelişimini diğer üçüncü ülke pazarlarına ve üreticilerine nasıl bağımlı hale getirdiğine iyi bir örnek teşkil etmektedir.

2.3 Ana Sanayii-Yan Sanayii İlişkileri:

Sektörde ana sanayii firmalarının yan sanayi firmaları ile olan ilişkilerine bakacak olursak: Türkiye'de otomotiv ana sanayiinde (1997 yılı rakamlarıyla) faaliyet gösteren firma sayısı 16 iken, bu ana firmalara yan sanayi olarak toplam 1306 firma hizmet etmektedir. Örneğin Tofaş üretimini 297 yan sanayici ile birlikte gerçekleştirirken, Renault 138 yan sanayi firmasından mal almakta, Anadolu Honda 26 yan sanayi firması ile çalışmaktadır (Ekonomist, 12 Ekim 1997).

Artan rekabet yan sanayi firmalarının üretici firmalara olan bağımlılığını artırıcı yöndedir[34]. Ana otomotiv fabrikaları yan sanayiye daha çok sorumluluk yüklemekte, yan sanayiden -aynen sektörün gelişmiş ülkelerdeki eğilimlerine paralel olarak- parça yerine, projelendirilmesi dahil, komple sistemi

[33] İthalatta ilk iki sırayı alan Opel ve Volkswagen'in (pazarlama ve dağıtım alanında Türkiye'deki ortağı Doğuş Grubu) pazar payları toplamı 1996'da %13 iken, 2000 yılı itibariyle %39'a yükselmiştir (Milliyet, 4 Ağustos 2000).

[34] Bu bağımlılığın çalışanlar açısından taşıdığı anlamı ifade eden bir örnek: Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAT) yetkililerinin verdiği bilgilere göre ana üretici firmalarda işten çıkartılan bir işçiye karşılık yan sanayide 4 işçi işini kaybetmektedir (Milliyet, 17 Kasım 1996).

almak istemektedirler. Bu gelişmeler sonucunda artan rekabet ve Gümrük Birliği sonrası yan sanayi şirketleri gelişen teknolojiyi takip edebilmek ve dış pazarlara açılabilmek amacıyla yabancı ortaklıklara girme zorunluluğuyla karşı karşıya kalmışlardır. Sektörde 1980 yılında sadece 14 yabancı firma faaliyet gösterirken 1997 yılında bu sayı 105'e çıkmıştır (Ekonomist, 12 Ekim 1997). Öte yandan uluslararası sermaye açısından Türkiye potansiyel bir pazar olarak önemini korumaya devam ederken yatırım açısından İsrail, Fas, Polonya gibi ülkeler yatırım ve dağıtım merkezleri olarak önplana çıkmaktadır. Ancak Türk otomotiv yan sanayii de buna karşılık sermaye (teknoloji) ihraç eder duruma gelmiştir. Tunus, Hindistan, Güney Afrika, Çin, Mısır gibi ülkelerde yatırımlar gerçekleştirilmektedir (Ekonomist, 12 Ekim 1997). Bütün bu gelişmeler ışığında otomotiv yan sanayii ana sanayiden daha yüksek ihracat potansiyeline sahip olup, ihracat yapılan ülke sayısı 1980'de dört iken, 1997 yılında 189'a ulaşmıştır. Öte yandan taşıt araçları üretimine yedek parça üreten yan sanayi de yatırımlarına hız vermiştir. Son iki ayda yan sanayiinde 7'i yabancı sermayeli 23 yatırıma teşvik belgesi verilmiştir. Yatırımların en yaygın olduğu bölgeler Bursa ve Kocaeli olmuştur (OSD verilerinden aktaran Yeni Binyıl, 30 Temmuz 2000).

2.4 Sektörde Maliyetler ve Rekabet gücü:

Aşağıdaki tabloda sektörde maliyetleri oluşturan temel bileşenlerin dağılımı görülmektedir.

Tablo 18: Türk Otomotiv Sektöründe Maliyeti Oluşturan Unsurlar

	1998 (ortalama %)	1990 (ortalama %)
İthal malzeme	28.7	25.2
Yerli malzeme	45.6	52.4
İşçilik	5.7	4.5
Genel üretim giderleri	4.1	9.0
Amortismanlar	3.4	4.5
Finansman	9.2	1.5
İdare ve satış giderleri	3.3	2.9

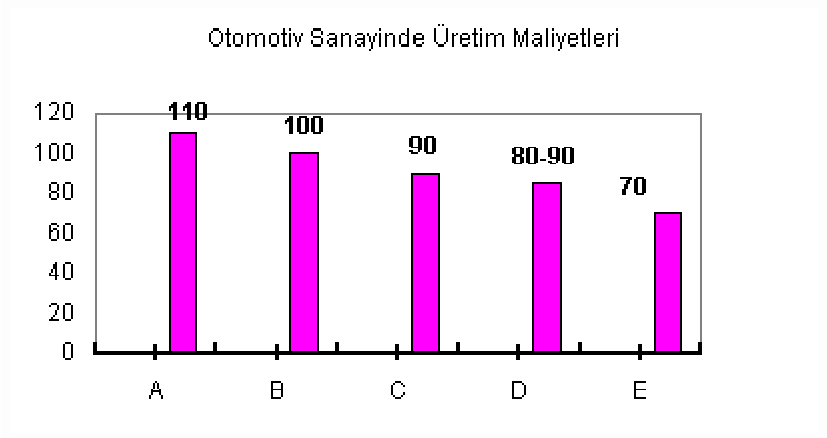
Kaynak: (DPT, 1988,S35; TÜSİAD 1990)

Şirketlere yönetim danışmanlığı hizmeti veren McKinsey firmasının sektöre ilişkin yaptığı bir çalışmaya göre Türkiye'de üretilen bir otomobilin üretim maliyeti diğer ülke veya bölgelerde üretilenlerden daha yüksektir(K.Mund, 1995). Bunun nedenleri olarak;

1. Düşük emek üretkenliği,
2. Yüksek bileşen maliyetleri gösterilmektedir.

"Aradaki üretkenlik farkı, makroekonomik yapı ve parça üreten sanayiden kaynaklanan dezavantajlar nedeniyle maliyet dezavantajı Avrupa ile %10, Uzakdoğu ile %22 civarındadır" (İTO, 1997, S. 50).

Grafik 15: Otomotiv Sektöründe Üretim Maliyetleri (Endeks)



Kaynak: K. Mund, 1995
A= Türkiye'deki geleneksel üretici firmalar
B= Avrupa'daki kitle üretimi yapan orta düzeydeki firmalar
C= İngiltere üretim yapan Japon firması (transplant)
D= Türkiye'de üretim yapan Japon firması
E= Türkiye'deki üretim faktörü maliyetleri ile "best practice" uygulamalar ını birleştiren firma

Grafik 14'de de görüldüğü üzere bunun anlamı şudur: Üretim maliyetlerinin daha rekabetçi düzeye çekilebilmesi "best practice" yöntemlerin -ki bunlar çalışma sürelerinin uzunluğu, iş yoğunluğu, yan sanayi ile ilişkiler gibi üretimin örgütlenmesine ilişkin yeni düzenlemeleri içermektedir - uyarlanmasıyla ülkedeki faktör maliyetlerinin - ki burada özellikle ücret düzeyinin düşüklüğü kastedilmektedir - birlikte gerçekleştiği bir üretim sürecinin hayata geçirilmesiyle mümkün gözükmektedir. Bu doğrultuda sektörün yeniden yapılanmasının çalışanlar açısından doğuracağı sonuçlar dikkate alınmalıdır.

3. Türk Otomotiv Sektöründe Yeniden Yapılanma ve Uluslararası İşbölümünde Oynanan Rol

1970'li yıllarda o zamanki Dünya Bankası danışmanlarından B. Balassa otomotiv sektörü için şunları önermekteydi: "Bu üretim kolunda "seçiçi" olup bir kısım aksesuar ve parça aksamı üretimini yurt içi kullanımı ve ihracat için yapmak; öte yandan bunların bir kısmını da ithal etmek daha yerinde bir çözüm olur. (...) Ulaşım araçları kolunda uluslararası üretim bölüşümüne katılmak, Türkiye'nin daha ziyade emek-yoğun aksesuar ve parça aksamı üretiminde yoğunlaşmasını zorunlu kılar. Böylece mukayeseli üstünlüklerden yararlanılmış olacaktır" (aktaran M. Sönmez,1982, S. 94-5). 1980'li ve özellikle 1990'lı yıllardan itibaren sektörde yeniden yapılanmaya ilişkin gözlenen temel eğilimler tamamen bu yöndedir[35]. Dış pazara yönelik sermaye birikimi stratejisinin izlenmesiyle birlikte Türkiye'nin "Avrupa'nın Meksikası" olacağı yönünde bir genel eğilim belirginleşmektedir. Üretim kapasiteleri artmakta, tesisler modernize edilmekte, yeni modeller geliştirilmekte (artan rekabet nedeniyle firmaların piyasaya sürdüğü yeni model sayısı 1988 yılında 15'ten günümüzde 40'ı aşmış durumda olup, ithal ürünlerle bu rakam 200'e yaklaşmaktadır); ancak artan yatırımlar kapasitelerin büyük ölçüde kullanılamaması gibi bir sorunu da beraberinde getirmektedir. Bu şartlar altında üreticiler orta vadede belli bir modelde ihtisaslaşarak ilgili aracın dünya pazarlarına yönelik üretim ve satışını üstlenecek bir işlev yüklenmektedirler[36]. Yeni yatırımların "montaj fabrikaları" niteliğinde olması nedeniyle bunların hem

[35] Otomotiv sektöründe ihracatın yapısına baktığımızda, Aralık 2000 yılı itibariyle yılın ilk 11 ayında yapılan ihracatın içinde binek otomobillerin payı %23 iken, otomotiv yan sanayii ürünlerinin payı %51'dir (Uludağ İhracatcı Birlikleri'nden aktaran Hürriyet, 3 Aralık 2000).

[36] Uluslararası işbölümü çerçevesinde Türkiye'deki otomotiv firmalarına (Ford, Toyota, Renault, Tofaş) yüklenen işlev ("ihracat üssü olma") konusunda Fiat firması ile işbirliği yapan Tofaş yöneticisinin sözleri: "Buradan tüm dünyaya belirli bir parçanın ihraç edilmesi planlanıyor. Bu koltuk olabilir, süspansiyon olabilir veya başka bir şey, 6 ay içinde ne de uzmanlaşıp, neyi ihraç edebileceğimizi karara bağlayacağız" (Sabah, İşte İnsan Eki, 17.09.2000).

yeni teknolojilerin geliştirilmesinde hem istihdam yaratmada hem de yan sanayinin gelişiminde olumlu sonuçlar doğurmayacağı söylenebilir.
Türk yan sanayinin (bileşenler) satışlarının düştüğü de dikkate alınırsa Türkiye otomotiv sektöründe uluslararası firmaların artan egemenliği sonucunda;

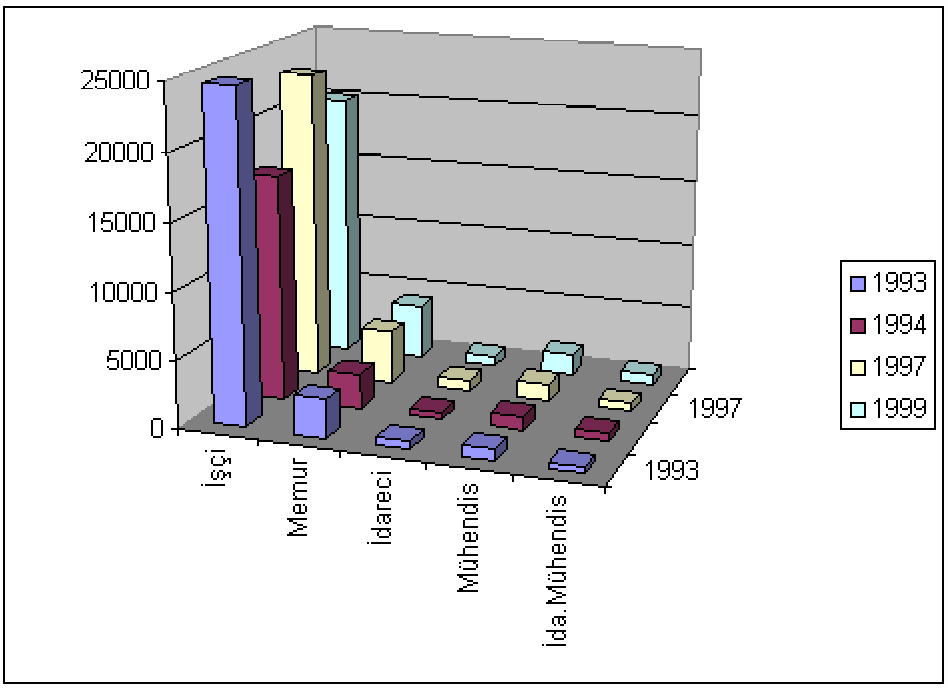
1. Otomotiv ithalatı giderek artmakta,
2. Türk otomotiv yan sanayii giderek yabancı sermayeli firmaların denetimine girmekte ve Türkiye'deki işletmeler ve fabrikalar giderek marjinal niteliğe bürünmekte,
3. Üretim düşük katma değerli aşamalarının gerçekleştiği bir ihracat üssü niteliğine bürünmekte,
4. Ülke üretimin tasarım, AR-GE gibi teknolojik yetkinlik gerektiren bölümleri için cazip yerleşim yeri olmaktan uzaklaşmakta,
5. Sendika veya çalışanlar üretimle ilgili kararlardan yönetim tarafından dışlanmakta,
6. Sektörde firmalar küçük ve eksik kapasitelerle çalışmaktadırlar.

4. Sermaye-Emek İlişkileri

Türkiye'de bu sektörde istihdam edilen kişi sayısı resmi istatistiklerde belirtilmemekle birlikte, yaklaşık 100 bin kişi olduğu tahmin edilmektedir[37].

Sendikalaşma oranı Çalışma Bakanlığı İstatistiklerine göre metal sektöründe %64'dür. Sektörün krize girdiği durumlarda ise bundan asıl olarak yan sanayii çalışanları etkilenmektedir. Aslında otomotiv sanayiinde işçi kaybı Gümrük Birliği ile birlikte hızlanmıştır. İthal ürünlerin pazardaki payının artması yan sanayicileri zora sokmuştur. Buna küresel kriz, yeni üretilen modellerde yerli katkı oranının azalması gibi sorunlar da eklenince bir çok işletme kapısına kilit vurma noktasına gelmiştir. Otomotiv ana sanayine doğrudan mal veren yan sanayi şirketlerinde 100.000 kişinin çalıştığı belirtilmektedir. (Hürriyet Business Week, 25 Ekim 1998).

Grafik:16 Türkiye'de Otomotiv Sanayi İstihdamı Bileşimi



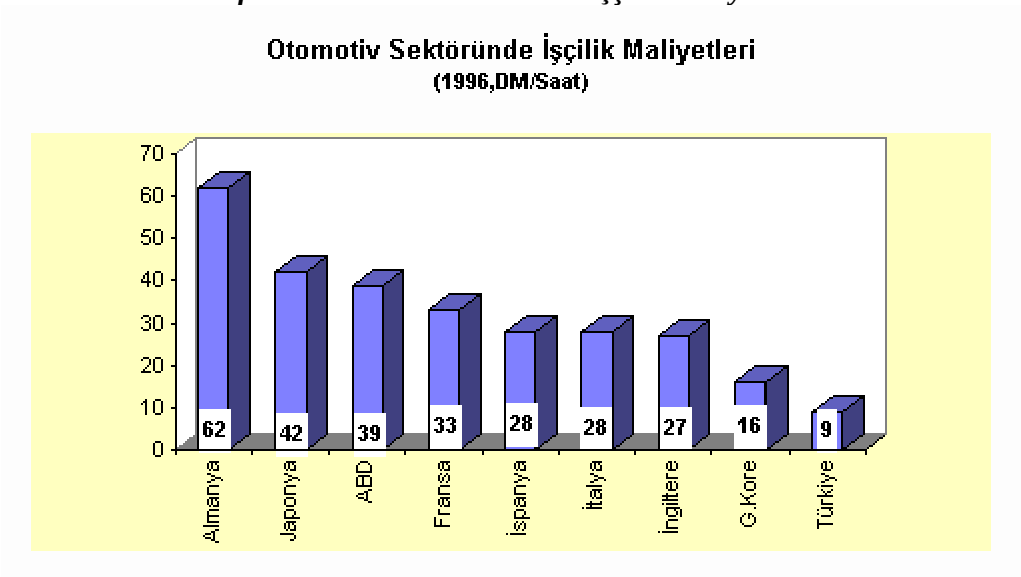
Kaynak: OSD Genel ve İstatistik Bilgiler Bülteni, 2000

[37] Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İstatistiklerine göre metal işkolunda 531.295 kişi çalışmakta olup, toplu iş sözleşmeleri verilerinden hareketle bunun yaklaşık %20'nin otomativ sektöründe istihdam edildiği çıkarsanmaktadır.

Grafik 16'da görüldüğü gibi işçi sayısında bir azalma sözkonusu iken, memur ve mühendis sayıları artma eğilimindedir.

Gerçekten rekabet gücünün artırılmasında Türkiye'nin "karşılaştırmalı üstünlüğü" işçilik ücretlerindedir. Türkiye'de üretimde bulunan otomotiv firmalarının işçilik maliyeti açısından önemli bir avantaja sahip oldukları söylenebilir. Yapılan bir araştırma sonuçlarına göre (İTO, 1997, S. 37) bu sektörde orta ve büyük ölçekli işyerleri işgücü maliyeti ve ürün standartları faktörleri açısından rekabet üstünlüğüne sahip görünmektedir. Üretici firmaların sayısının arttığı bu sektörde firmalar bir yandan böylece maliyet avantajı yakalamakta; aynı zamanda pazardaki konumlarını güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Son yıllarda sektörden pay almak isteyen otomotiv firmalarının yatırımlarına hız vermesinin arkasında bu olgu yatmaktadır. Buna göre Türkiye'de işçilik ücretleri saat başına 9 mark iken, örneğin Almanya'da bu rakam 62 marktır. Bunun anlamı şudur: Bir Türk işçisi bir otomobil satınalabilmek için 3 bin 624 saat (14 ay) çalışmak zorundayken, bir Alman işçisi sadece 437 saat (54 gün) çalışarak otomobil satın alabilmektedir (Milliyet, 21 Mart 1999)

Grafik 17: Otomotiv Sektöründe İşçilik Maliyetleri

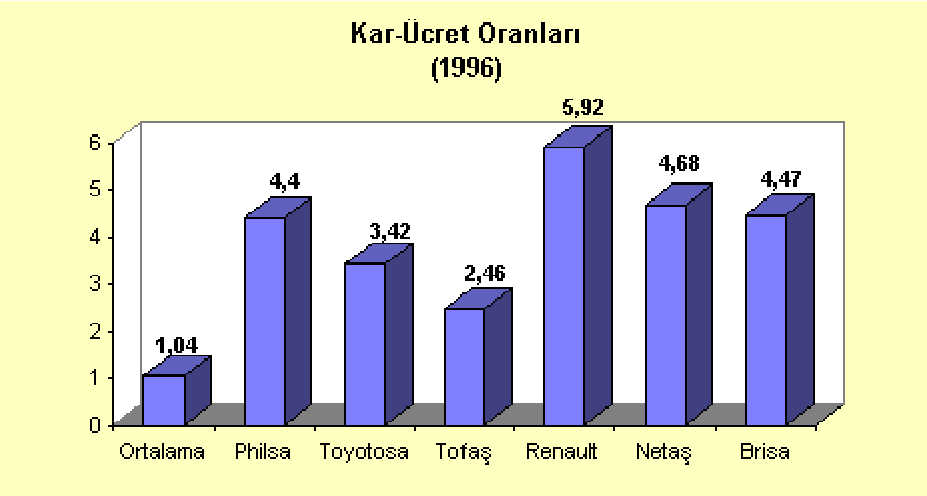


Kaynak: Ekonomist, 25 Ocak 1998

Türkiye'de yabancı sermayeli firmalar ihracata yerli şirketlerden fazla, istihdama ise az katkıda bulunmaktadırlar. Bu yabancı sermayeli şirketler içinde dağılım ve sömürü ilişkilerini ifade eden bir gösterge olarak kar-ücret oranına baktığımızda, bu oranın Toyotasa, Oyak-Renault, Tofaş-Fiat gibi otomobil firmalarında Türkiye sanayii 500 büyük firma ortalamalarının oldukça üstünde oldukları göze çarpmaktadır (Tonak, 1998, S. 28)[38].

[38] Yabancı yatırımcıların Türkiye'yi tercihlerinde rol oynayan asıl faktörlerin ne olduğuna ilişkin olarak Bosch firması yöneticisinin ifadesi oldukça çarpıcıdır: Türkiye'de dizel motorlar için enjeksiyon üretiyoruz. Türkiye'deki üretimimizin %90'ını ihraç ediyoruz. Türkler Avrupalılar'dan daha çok çalışıyor. Avrupa'da bir işçi yılda 220 gün ve günde 7.5 saat çalışırken, Türkiye'de işçiler günde 9 saat ve yılda 280 gün çalışıyor. Enjeksiyon üretimi gibi karışık bir işi Türk işçisi çok kaliteli bir biçimde gerçekleştiriyor" (The Wall Street Journal'den aktaran: Hürriyet 30 Temmuz 2000).

Grafik 18: Seçilmiş Firmalarda Kar/Ücret Oranları



Kaynak: Ahmet Tonak, Harb-İş Sendikası, 1998

Şirketlerin kullandıkları teknoloji ve istihdam yaratma kapasiteleri bakımından önemli bir gösterge olan özkaynak-işçi sayısı oranına baktığımızda bu oranın da ortalamanın oldukça üstünde olduğu görülmektedir. Bu oran Toyotasa'da ortalamanın 8 katı, Tofaş'ta 1.4 katı, Oyak-Renault'da 1.7 katıdır (Tonak, 1998, S. 28). Diğer bir deyişle bu şirketler sermaye-yoğun teknolojileri kullanmakta ve istihdama diğer şirketlerden daha az katkıda bulunmaktadırlar.

5. Devletin Sermaye Birikimindeki Rolü

AGÜ'de otomotiv sektörünün kurulmasında ve günümüzde de gelişmesinde devlet önemli görevler (özellikle koruma oranlarının ve yurtiçi üretim paylarının saptanmasında) üstlenmektedir. 1980'li yıllara kadar bu politika, araçların veya bunların parça ve aksamlarının ülke içinde üretimini ve bu üretimin yurtiçinde satılmasını teşvik eder nitelikteydi. Böylece sektörde faaliyet gösteren tekil ulusal sermayelerin "ayakları üzerinde duracak" sermaye birikimine ulaşmaları mümkün olmuştur. 1980'lerden itibaren ise devletin rolü bu sermayelerin dünya pazarına açılarak rekabet güçlerini artırmalarına yönelik bir sermaye birikim tarzını teşvik etme yönünde değişim geçirmiştir.

Türkiye'de de otomotiv sektörünün kurulmasında ve kapitalist sermaye birikimi koşullarının oluşturulmasında -Latin Amerika ülkelerinde de olduğu gibi- ithal ikameci (iç pazara yönelik) ve ihracata dayalı (dış pazara yönelik) devlet politikaları uygulanmıştır.

Türkiye'de otomotiv sanayiinin temelleri 1960 sonrası planlı dönemde montajdan imalata geçişle atılmıştır. En temel özelliği ile otomotiv sanayii tam bir ithal ikamesi sanayii şeklinde ve dış rekabete karşı tamamen korunmuş olarak gelişmiştir (İTO, 1997, S. 20). 1980 yılına kadar ithal ikamesi altında çalışan otomotiv sektörü iç pazara yönelik, küçük ölçekli çok sayıda firmadan oluşan bir yapı içinde faaliyet göstermiştir. 1980 kararları ile getirilen fiyat ve faiz oranları serbestisi, ihracat dışında pek çok alandan kaldırılan teşvikler, gerçekçi para kurunun izlenmesi ve para arzı kısıtlamaları gibi önlemler, iç talebin daralmasına yol açmıştır. Beş Yıllık Kalkınma Planlarıyla yön verilen sektörün Dördüncü Plan'daki en büyük sorunu, 1980 yılından itibaren iç piyasa imkanlarının daralmasıyla talep yetersizliğinin ve kapasite eksikliğinin ortaya çıkmasıdır (İTO, 1997, S. 22). 1984 yılında iç pazara dönük yatırımların teşvik edilmeyeceği vurgulanmış, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında ise fiyat, kalite ve teknoloji yönünden yurtiçi talebi ülke olanaklarıyla karşılayıp ihracata yönelme hedeflenmiştir. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında (1990-1994) ise sektör ihracatının yıllık ortalama %20.6 artması ve yan sanayi ürünlerinin ihracat içindeki ağırlığının devam etmesi hedeflenmiştir.

Otomotiv sektörü, Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından hazırlanan 1998 ihracat stratejisinde hedef sektörler arasında yer almaktadır (Globus, Mart 2000). Halihazırda 26 ülkeye ihracat yapan

sektörde İGEME'nin incelemesinde otomotiv ana sanayi için hedef pazarlar olarak Ortadoğu ve BDT ülkeleri gösterilmektedir.

Sektörün ihracatında devletin sağladığı bir diğer imkan da Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın özellikle Türk Silahlı Kuvvetlerinin (TSK) milyarlarca dolarlık modernizasyon projelerinde büyük imkanlar yaratabilecek ofset uygulamalarına ağırlık verecek olmasıdır. TSK ve diğer kamu kurumlarının motorlu kara taşıtı alımları ile ilgili ihalelerinin sektöre önemli iş ve ihracat olanakları yaratacağı beklenmektedir (Globus, Mart 2000).

7. Genel değerlendirme: Çalışanlar ve Ülke Sanayileşmesi Açısından
8. Sonuçlar ve Olanaklar

Dünya Otomotiv sektöründeki genel eğilimleri değerlendirirken sektörde yaşanan gelişmelerin uluslararası firmaların uluslararasılaşma stratejilerinin ve ulusal devletlerin sanayileşme politikalarının karşılıklı etkileşimlerinin bir sonucu olduğunu dikkate almak gerekmektedir. Dünya ölçeğinde sektörde yaşanan yapısal bunalım firmaları üretkenliği ve karlılığı artırma arayışlarına yönlendirmektedir. Bu doğrultuda sermayenin yeniden yapılanmasının temel unsurları, dolaysız emek maliyetlerini düşürmenin[39] ve sabit sermayeden tasarruf sağlamanın bir yolu olarak sermayenin artan hareketliliği ve üretimin uluslararasılaşmasıdır (yabancı ülkelere yatırım ve uluslararası taşeronluk).

Uluslararası firmaların otomotiv sektöründeki kriz karşısında yeniden yapılanma ve "reorganizasyon" stratejilerine ilişkin genel eğilimleri şöyle özetlemek mümkündür:

1- Gerek ürün parça ve aksamlarının fason üretilmesi (subcontracting) gerekse de imalatın uluslararası ölçekte firma içi üretim birimlerinde gerçekleştirilmesi eğiliminin artması,

1.1- Günümüze kadar daha bağımsız konumda olan yan sanayi firmalarının ana sanayi firmalarına daha bağımlı hale gelmeleri, taşeron firmaların dikey bütünleşme eğilimi,

1.2- Yan sanayi firma yapılarının giderek artan uluslararasılaşması,

1.3- Avrupa yan sanayi pazarının ve özellikle İspanya, Portekiz, İrlanda gibi çevre ülkelerin artan önemi,

1.4- Otomobil üretiminin periferileşme sürecinin gerçekleşmesi.

2- Çevre ülkelerindeki toplumsal koşullar (yüksek işsizlik oranları, düşük ücret düzeyleri vb.) firmalara üç büyük blok ve bunların çevresinde yer alan gelişmekte olan ülke işçilerinin birbirlerine karşı rekabet ettirme fırsatı sunmaktadır (örneğin fabrika çalışma sürelerinin uzatılması tartışmalarında).

3- Otomobil üreticilerinin spekülasyonlarla başka firmaları satınalmaları, başka faaliyet alanlarına (özellikle finansal ve bilişim hizmetleri) yönelmeleri (diversification). Bu birleşmeler (acquisitions) uzun vadede otomotiv sektöründeki düşük kar marjlarını daha karlı faaliyetlerle çeşitli alanlarda dengeleme stratejisi olarak değerlendirilmektedir (U. Bochum/H. R. Meißner, 1990, S. 38).

Dünya otomotiv sektöründe yaşanan bu gelişmelerin benzer şekilde gerek Türkiye'de sektörün tarihsel gelişimine gerekse de bir bütün olarak ülke sanayiine damgasını vurması kaçınılmazdır. Otomotiv sanayiinin gelişmiş ülkelerin refah artışlarına olan katkısı dikkate alındığında, gelişmekte olan ülkeler için de sanayileşme ve kalkınmayı hızlandıran, dışa bağımlılığı azaltan, istihdamı artıran, teknolojik altyapının tamamlanmasından sonra ihracat olanaklarını artıran bir sektör olduğu iddia edilmektedir. Acaba özellikle günümüzde Türkiye'de otomotiv sektörünün sınai gelişimi bu iddiaları doğrulamakta mıdır?

Bu soruya cevap ararken öncelikle sektörün gelişiminde rol oynayan toplumsal kesimlerin sektörün tarihsel gelişimine ilişkin yaklaşımlarını kavramak önemlidir. Özellikle özel sektör diye tanımlanan

[39] Burada temel soru, kaç kişinin gerçekten işten atıldığı değil; üretimin kaydırılmasıyla ortaya çıkabilecek işten atılma tehdidinin emekle sermaye arasındaki güç dengelerini nasıl etkileyeceğidir.

kesim adeta Türkiye'de üretilen araçların çoğunluğunun 1980'li yıllara kadar Avrupa'nın aradığı standart ve kalitenin altında olduğu fikrinde birleşmektedir. Bunun önemli nedenlerinden biri olarak da sektörde faaliyet gösteren firmaların 1980'li yılların sonlarına kadar düşük ölçeklerle çalışması, kapasite kullanımının düşüklüğü gösterilmektedir. Bu yaklaşıma göre bir çok yerli üreticinin ölçek ekonomileri sağlayan ve modern teknoloji gerektiren yatırımlara girişmekten çekinmiş olmalarının, ihracata dönük sanayileşme hedefiyle 1990'lara kadar ilgilenmemelerinin nedeni budur. Yine aynı nedenle bu firmalar dış pazarlarda rekabet gücü elde edebilecek teknoloji ve model yenilemesi de yapmamışlardır.

Sektörün sınai gelişimini engellediği ileri sürülen bu savların arkasında birbirlerini koşullayan iki varsayım yatmaktadır:
1- Pazarın küçük olması (veya dış pazarın olmaması) sınai gelişimi ve özellikle rekabet gücünü sınırlamaktadır; pazar, satınalma gücüne ve reel ücretlerdeki gerilemeye, yani gelir bölüşümündeki bozukluğa bağlı olarak ortaya çıkan yetersiz iç talep (eksik tüketim) nedeniyle yeteri kadar geniş değildir,
2- Üretkenlik düzeyinin düşüklüğü (varsayım: üretkenlik artışları metaların ucuzlamasına; bu da tüketimin artarak talebin canlanmasına yol açar), işbölümünün gelişmemiş olması, departmanlar arasındaki dengesizlik rekabet gücünü olumsuz etkileyen faktörlerdir. Öte yandan firmalar da tekelci karlarından ödün vermemek amacıyla ve iç pazarın korunması sayesinde yeni teknolojilere yönelmemişlerdir. Eğer yönelmiş olsalardı bu sayede gerçekleşen üretkenlik artışları zaten fiyatların düşmesiyle talebin oluşmasına ve pazarın genişlemesine de yol açacaktı. Bu kavrayışa göre hem devlet yönetimi hem de firma yönetimi bir dizi "teknik" hata yapmıştır.

1980'lı yıllara gelindiğinde ise artan rekabet ve dış pazarlara açılma zorunluluğu firmaları teknolojilerini yenilemeye sevketmiştir. Ancak bu sefer de sektörde iç pazarın arz ve talep dengelerini dikkate almadan aşırı üretim kapasiteleri oluşturulmuştur. Böylece sektörde kapasite kullanımı düşmektedir ve ithalat artmaktadır. Bütün bunların sorumlusu olarak da yine ya "yanlış" firma (özellikle ithalat yapan) politikaları ya da devlet politikaları gösterilmektedir. Sektörün bugün sahip olunan kapasitenin %10'unu kullanabildiğine ve geri kalan %90'lık boş kapasitenin sektöre olumsuz etkileri olduğuna göre; devletin önce bu boş kapasiteyi nasıl artıracağını düşünmesi gerektiği belirtilmektedir. Böylece çözüm yolu da devlette aranmaktadır[40].

Bu yaklaşımlar aşırı kapasite olgusuna rağmen firmaların neden sürekli kapasitelerini artırdıkları, ithalat yapan firmaların hangi üreticiler olduğu, iç pazara yönelik üretim yapan firmaların neden birden iç pazarı ikinci plana itip dış pazarlara yöneldikleri, ileri teknolojilerin hangi koşullarla ülkeye getirildiği, üreticilerin bu kadar yüksek kapasiteleri sözkonusu iken, talepteki artış tahminlerin üzerine çıkınca neden ithalata yöneldikleri vb. soruları geçiştirmektedirler. Böylece sektörün tarihsel gelişimi yine üretici firmaların ve devletin yönetsel "yetersizlikleri" ve hatalarından hareketle açıklanmaktadır.

Sektörün baş aktörleri (devlet, yerli ve yabancı üreticiler, bankalar, sendikalar) bir bütün olarak toplumsal gereksinimlerden değil; sermaye fraksiyonlarının (sınai, para ve ticari sermayeler) tekil ve kısmi menfaatlerinden hareketle sektörün sorunlarına çözüm önerileri getirmektedirler.

Türkiye'nin istihdam sorununu çözebilmesinin, ilgili olduğu bir çok sektörün gelişimine de katkı sağlayan otomotiv sektörünün rekabet düzeyinin daha da artırılması ile mümkün olduğu ileri sürülmekte ve "bugünün karları yarının işyerleridir" varsayımından hareket edilmektedir. Halbuki tam da rekabeti artırma, yani karlılığı yükseltme, bu amaçla üretim maliyetlerini aşağı çekme çabası istihdamı azaltıcı rol oynamaktadır. Üretken yatırımların yeni iş alanlarının açılmasına yol açacağı beklentisi boşa çıkmıştır, çünkü giderek daha çok yatırım rasyonalizasyona yönelmiştir (bkz. OSD verileri). Ayrıca üretken yatırımlarda bir büyüme olmadan tüketim harcamalarının ("üretici sınıfın tüketim fonu") kısılması; yani ücretli işçilerin tasarrufa zorlanması, sadece üretken olmayan yatırımların (kamu

[40] "Bugün mevcut kapasitenin %50'i kullanılabiliyorsa, yani kapasite kullanımı oldukça düşük seviyelerde ise bunun başlıca nedeni sektöre sahip çıkacak bir devlet politikasının olmamasıdır" (A. Bayraktar, 1999, S. 42).

yönetimi harcamaları, askeri harcamalar ve özellikle satış ve bölüşüm maliyetleri[41], spekülatif yatırımlar vb.) körüklenmesine yol açmaktadır (bkz. Mandel, 1992, S. 209). Örneğin Türkiye'de otomotiv sektöründe ücretlerde "tasarruf" uygulamaları, sermaye kesiminin üretken yatırımlar yerine üretken olmayan yatırımlara yönelmesini önleyememiştir[42]. Öte yandan "ekonomik bir yükselişin ancak önemli bir ihracat artışı ve ciddi bir ithalat azalmasıyla sağlanabileceği" iddiası da gerçeklikten uzaktır. Ilımlı ücret artış oranlarıyla başarılı bir ihracat atılımı arasında hiç bir korelasyon bulunmamaktadır[43].

Türk Otomotiv Sanayinin bir stratejisi olması, hükümetin bir sanayi stratejisi ve asgari yerli oranı (local content) belirlemesi gerektiği de ileri sürülen önerilerden biridir. Özellikle hükümetin iç pazara yönelik yapısal politikalar izlenmesi (özellikle istihdam açısından) ve kişisel gelir düzeyinin yükseltilmesi önerilmektedir. Bu noktada şu soru cevaplanmalıdır: Acaba sektörde her bir üretici kesimin kendisi için iyi olanın (daha fazla karlılık ekseninde) sektörün bütün toplumsal faydası açısından da iyi olduğunu söylemek mümkün müdür? Örneğin yerli üreticiler devlet teşviklerinin haksız rekabet yarattığını ileri sürmektedirler[44]. İthal araç mümessili firmalar ise gümrük oranlarının düşürülmesini istemekte; faizlerin düşmesiyle tüketici kredilerine (bunlar içinde %50'den fazla payı araç kredileri almaktadır) yönelen bankalar -ki büyük çoğunluğunun arkasında aslında sektördeki üretici firmaların bağlı oldukları holdingler bulunmaktadır- ithal araçlara olan talebin artmasında baş rol oynamaktadırlar. Bu gelişmeler gerçekten oldukça çelişkili bir süreci tarif etmektedir: Bir yanda dış pazarlarda rekabet gücü yakalayabilmek için ücretlerin düşürülmesi, öte yanda iç pazarda talep artışı için satınalma gücünün yükseltilmesi; bir yanda dış pazarlara daha fazla mal satabilmek için yabancı firmalarla ortaklıklara gidilmesi, öte yanda yabancı firmaların ithalat artışlarının önlenmesi. Bir de şu "adaletsiz" gelir dağılımı ile "haksız" rekabet olmasa!

Halbuki iç pazar hacminin daha yükselmesi ancak kişi başına milli gelir artışı ile mümkündür. Bir sektör uzmanının saptamasına göre "yeni ve potansiyel otomobil yatırımları ile 1 milyon adete çıkması beklenen otomobil üretim kapasitesinin tamamen kullandırılabilmesi için kişi başına milli gelir düzeyinin 7500 dolar düzeyine çıkması gerekiyor" (Hürriyet Business Week, 1997, 21 Aralık).

Öte yandan yarı sanayileşmiş bir ülkede sektördeki iktisadi performans büyük ölçüde gelişmiş ülkelere yapılan ihracata bağımlıdır. Yarı sanayileşmiş bir ülkede üretim kapasitesindeki genişleme ya UŞ'in dolaysız yatırımları ya da yabancı bankalardan alınan kredilerle finanse edilmektedir. Bu da sektörün dışa bağımlılığını artıran bir etkide bulunmaktadır. Tamamen dış rekabete açılma sonucunda adeta "savunmasız" bir konuma giren sektörde[45] AB standartlarıyla uyum için üretim kalitesinin yükseltilmesi ve daha ileri teknoloji kullanılması; yatırımların en son teknolojik gelişmeler üzerine yoğunlaşması eğilimleri artmaktadır. Artan yatırımlar ve tesislerin modernize edilmesi, kapasitelerin büyük ölçüde kullanılamaması (sektörde kapasite kullanım oranları %40 civarında) gibi bir sorunu da beraberinde

---

[41] Otomotiv sektöründe üretim maliyetleri içinde imalat maliyetlerinin payı %70 iken; pazarlama maliyetlerinin payı %30'dur (H. Proff/H. V. Proff, 1997, S. 800). Bu da kapitalist üretimin sanayide kapasite fazlasına yol açan ve kaynakların etkin kullanımı önleyen, israfa dayalı ve mantıksız işleyişini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

[42] Üstelik bir de fatura devlete çıkarılmaktadır: Bugüne kadar sanayicinin üretim yerine faaliyet dışı gelirleri tercih etmesinde devletin etken olduğunu söyleyen Sabancı "Şimdiye kadar öyle bir ortam gelişmişti ki, devlet %150 ile para kiralıyordu ve bunu Hazine istiyordu. Hazine istediği zaman risk yok, vergi yok ve faiz yüksek. Onun için üretme yerine rantçı olmak daha iyi dedik" (Yeni Bin Yıl, 27 Temmuz 2000).

[43] "Sanayide rekabet gücü özellikle birim maliyetlere bağlıdır. Ve bunlar, ücret artış oranındaki marjinal dalgalanmalardan çok, teknik ilerleme, sermayenin görece bolluğu, doğru uzmanlaşma seçenekleri, kredi maliyeti, daha ucuz enerji kaynağı ve hammadde temini, borçların ağırlığı gibi faktörlerle belirlenir ve ayrıca ücret maliyetlerinin imalat sanayiindeki payı üretim maliyetlerinin sadece %25'ini hatta daha azını temsil eder. (...) bu nedenle, reformist sendikalar ve işçi partileri kendi işverenlerinin ihracat atılımına katılıyorlarsa bunu sadece kendi ülkelerindeki işçilerin ücretleri pahasına değil; diğer ülkelerdeki işçi kardeşlerinin işleri pahasına da yapıyorlar" (Mandel, 1992, S. 210-211).

[44] Örneğin Tofaş Oto fabrikaları yöneticisi Jan Nahum otomotiv sanayiinde bir üretici enflasyonunun ortaya çıktığını belirterek iç pazarın 9 üreticiyi doyurmayacağını ifade ediyor ve şöyle devam ediyor: "Devlet bu yapısal bozukluğu körüklüyor. Biz zaten kapasitemizi kullanamıyoruz, yeterince verimli değiliz. Yeni yatırımcıları davet etmemek, gelenleri de teşvik yükümlülüklerini uygulamaya zorlamak lazım. (...) kendimizi ithalata karşı biraz korumak, ihracatı kolaylaştırıcı önlemler almak gerekiyor" (Milliyet, 7 Ekim 1997). Oysa ertesi yıl Ford Türkiye'yi yatırım ve ihracat için stratejik bir üs olarak seçtiğinde Koç holdinge bağlı diğer bir otomotiv firması olan Otosan'ın yarı hisselerine sahip olarak ve 550 milyon dolarlık bir başlangıç yatırımıyla Ford-Otosan adıyla faaliyete başlamıştır. Firma yöneticisi A. Trotman bu konuda şöyle demektedir: "(...) Koç'la olan dostluk ve başarılı ortaklığımızın da kararlarımızda büyük etkisi var. Koç'la işbirliğimize büyük değer veriyoruz. Dünya pazarlarında önemli bir yer edinmesi hedeflenen aracın %95'i ihraç edilecek, %5'i iç pazarda satılacaktır (Milliyet, 22 Mart 1998).

[45] Gümrük Birliği sonucunda ihracatın teşviki amacıyla verilecek parasal yardım ve kurumlar vergisi istisnaları gibi ticaret ve rekabeti saptıracak uygulamalara son verilecek. Böylece ihracat ancak yabancı firmalarla entegre olmuş yerli firmaların ihracatıyla sınırlı kalacak (Milliyet, 1995).

getirmektedir. Bu şartlar altında üreticiler orta vadede belirli bir modelde uzmanlaşarak, bu aracın dünya pazarlarına yönelik üretim ve satışını üstlenmektedirler. Yerli üreticilerin ihracat yapıp yapmamaları ana firmalara bağlı hale gelmiştir (Hürriyet Business Week, 1998; 8 Şubat). İç piyasanın ardından üretici firmalar bölgesel ihracat üssü olma işlevi doğrultusunda ihracata yönelmişler, Türkiye'de üretim yapan otomotiv üreticileri parça ürün ihracatında önemli gelişmeler kaydetmişlerdir. İhraç edilen ürünler arasında CKD denilen demonte parçalar, komple motor ve komple gövde gibi üst düzey gerektiren parçalar bulunmaktadır[46].

Bu gelişmeler ışığında üretici-ithalatçı kavramları ayrımı anlamını yitirmekte, araç üreticisi firmalar pazar paylarını artırmak amacıyla ithalata ağırlık vermektedirler[47]. Bununla birlikte yabancı sermayeli firmalara bağımlılık artmakta ve yerli üreticiler onların uluslararası stratejilerinin bir parçası olmak durumunda kalmaktadırlar[48]. İthal dünya aracı olarak Türkiye'de üretimi başlayan araçlarda, yabancı ortağın stratejisi gereği yerli parça kullanma oranları zaten azalmaktadır. Bu durumda yan sanayinin istihdam, katma değer, vergi ödeme ve döviz kazandırma potansiyelinin ancak %40'ını kullanabildiği ileri sürülmektedir (TAYSAD Genel Sekreteri, Dünya, 2000, S. 32). Böylece ithal araçlar pazardan daha fazla pay almakta, payı giderek azalan araç üretiminde yerli katkı oranı giderek azalmakta ve yan sanayi üretimi ekonomik ölçeklerin altına inerek rekabetçi üretim yapısı kaybolmaktadır. Öte yandan araç üretiminde ortaya çıkan ani artışlara yan sanayi firmalarınca kısa sürede parça temininin mümkün olmaması nedeniyle, ana sanayi firmaları CKD ihtiyaçlarını ithalatla karşılamışlardır[49].

Yukardaki açıklamalar da dikkate alındığında, sektörün kapitalist sermaye birikiminin çelişkili dinamikleri nedeniyle çeşitli sermaye kesimlerinin kendi içinde çıkar çatışmalarının (bankalar, yerli, yabancı üretici firmalar, yan sanayi) sözkonusu olduğu saptaması bizzat sermaye çevrelerinin kendileri tarafından dile getirilmektedir[50] (İSO, 1999, S.28) ve bu çatışmalar devletle olan ilişkiler, devlete olan talepler bağlamında su yüzüne çıkmaktadır. Gerçekten Türkiye otomotiv sektöründe bütün bu olgusal gelişmelerin arkasında kapitalist sermaye birikiminin iç çelişkileri yatmaktadır: Firmalar iç pazara dayalı sermaye birikiminin tıkanıklıklarını aşmak ve karlılıklarını yükseltmek üzere yabancı firmalarla bütünleşmiş ve başta Avrupa Birliği olmak üzere dünya pazarlarına ihracat yapmaya yönelmişlerdir. Bu bağlamda yerli sermayenin bir kesimi bir yandan iç pazarda yüksek karlılıkla üretim gerçekleştirmek (iç pazarlarda yabancı sermayelere karşı daha fazla pazar payı ve talebin artırılması) ve devlet tarafından desteklenmek isterken, öte yandan yabancı sermaye ile birlikte dış pazarlarda rekabet gücünü ve karlılığını artırma çabasındadır; her ikisini bir arada gerçekleştirmek isteğindedir ve bu diğer kesimlerle bir menfaat çatışmasının, toplumsal kaynakların etkin kullanılamamasının başlıca kaynağıdır. Bu kendilerinin haksız yere şikayet ettikleri iç pazardaki bir dizi olumsuzluğu (talebin artış hızında düşüş, mevcut talebin ithalatla karşılanması vb) beraberinde getirmiştir. Eğer dış pazarlarda rekabet gücünüzü artırmak istiyorsanız bir yandan girdi maliyetlerini öte yandan işçi ücretlerini düşürmek zorundasınızdır. Bu takdirde ülkede gelir dağılımının bozulması ve satınalma gücünün düşmesi; dolayısıyla

---

[46] Örneğin Tofaş'ın 1998 Ekim sonu itibariyla CKD ihracatı toplam ihracatının %55'ini oluşturmaktadır. Tofaş'ın gerçekleştirdiği bu ihracat faaliyetlerinde en önemli nokta, Fiat'ın ülkesi İtalya'ya yapılan motor ve yedek parça ihracatıdır. CKD ihracatı birim başına bitmiş ürün ihracatından daha az karlı olmakla birlikte, adet bazında demonte araç sayısındaki ihracat oranının yüksekliğinin toplam kar oranını artırdığı belirtilmektedir (Hürriyet Business Week, 1998, 13 Aralık.

[47] OSD Genel sekreterinin bu konudaki açıklaması şöyledir: "Bizim üyemiz olan üretici firmalar arasında aşırı ithalat yapanlar da var, ama Türkiye'de çok ciddi yatırımı olan firmalar ki, bunların son bir yıl içinde aldıkları yatırım teşvik belgeleri 250-300 milyon dolar, sadece ürün gamını tamamlamak için ithalat yapıyorlar. Bu firmalar piyasadaki pozisyonlarını korumak için üretemedikleri ürünleri ki herşeyi üretmeleri mümkün değil, ithal ediyorlar (Dünya, 2000, S. 28).

[48] İthal otomobil Türkiye Mümesilleri Derneği Genel Sekreteri'nin ithalatın artması hakkındaki çarpıcı açıklaması: "Türkiye'deki üretimin yurtdışında dağıtımı da lisansör firmalar tarafından organize ediliyor. Renault, makro planlamasını daha erken oturttuğu için erkenden ihracata başladı. Otosan, yerli üretimini yaptığı arabayı bıraktı, tamamen hafif ticari araçlara dönük bir ihracat stratejisi oluşturdu. İstese otomobili de Türkiye'de üretebilir, çünkü iyi satıyor, ama makro planlamasını farklı yaptı. Yani merkez şirketler işin kaderini belirliyor" (Dünya, 2000, S. 30).

[49] TAYSAD Genel Sekreteri'nin açıklamasına göre "hammadde ve yardımcı madde, enerji ve işçilik giderleri reel olarak büyük artış gösterirken, kur makasının açılması ve TL'ının özellikle Avrupa para birimleri karşısında değer kazanması, ithalatı teşvik etti ve ihracatcıyı cezalandırdı" (Dünya, 2000, S. 32).

[50] Sektörden bir yetkilinin görüşleri aslında bu gerçekliğin çok somut bir ifadesidir: "Bugün otomotiv ana sanayiimizde kozmopolit bir yapı oluşmuştur. Firmalardan kimin gerçek üretici kimin ithalatçı olduğu ve kimin de montaj amaçlı faaliyet gösterdiği belirsizdir. Büyüyemeyen bir pazarda, ithalatın artması ve firma başına üretim payının azalması ortaya bir menfaat ve lobi kargaşasının çıkmasına neden olmuş ve bu kargaşa nedeniyle sektörün sorunlarının bir bütün olarak dile getirilmesi giderek güçleşmektedir" (A. Bayraktar, İSO Dergisi, Mart 1999, S. 34).

kullanılamayan atıl kapasitelerin oluşması kaçınılmazdır; ancak bunun -hiç de toplumsal denetime tabi olmayan- bir tercih olduğu unutulmamalıdır.

Halbuki bütün bunlar global rekabete hazır olmak, dış pazarlarda rekabet gücünü artırmak (yani hem karlılığı hem de verimliliği artırma) amacının, dolayısıyla kapitalist rekabet sürecinin sonuçları olarak değerlendirilmemekte, bazen firma ama genellikle devlet politikalarının "yetersizliği" olarak görülmektedir. Türk otomotiv sektöründe yaşanan gelişmeler ve sektörün zayıflığı, hükümetlerin, firma yöneticilerinin ve sendika yönetimlerinin "teknik" hatalarının bir sonucu olmayıp; başta emek olmak üzere ülke içindeki "toplumsal" güçlerin ve bunların örgütlülüklerinin zayıflığının ve uluslararası firmaların artan gücünün bir ürünü olarak değerlendirilmelidir.

Eğer yukarıdaki saptamalarımız doğru ise ihracata dayalı büyüme stratejisinin sınırları ve istihdam açısından taşıdığı riskler üzerinde durmak gerekmektedir. Burada özellikle aşırı kapasite sorununu piyasa ekonomisine dayalı çözümlerle halletmenin toplumsal maliyetlerinin, bu sektörün hemen her ülke için kilit sektör niteliğinde olması nedeniyle oldukça fazla olacağı dikkate alınmalıdır. Örneğin kapitalist rekabet koşullarının bir sonucu olarak ithalat artışlarının toplumsal maliyetleri dikkate alındığında, yapılan hesaplamalara göre, yeni veya eski olsun her üç ithal otomobil bir işçinin işini kaybetmesi anlamına gelecektir. Dolayısıyla ithalat artışları ana sanayii ve yan sanayiinde istihdam kayıplarına yol açıcı bir etkide bulunmaktadır (İTO, 1997, S. 35). Her ne kadar milliyetçi bir tepkinin ürünü de olsa sektörde ithalatın artmasının çalışan kesimler açısından önemli olan olası toplumsal sonuçları hakkında fikir vermesi bakımından şu ifade ilginçtir: "Türkiye, otomobil ürünleri ithalatı için 6-7 milyar dolar ek döviz harcar, sektördeki 120-150 bin çalışanın işi tehlikeye girer ve ülke lokomotif sektöründen mahrum kalır" (A.İ.İlkbahar, 1999, S. 33).

Sektördeki sermayenin yeniden yapılanma girişimlerinin toplumun geniş kesimleri açısından toplumsal maliyetleri olmakta; bunlar kendilerini gelir dağılımında artan eşitsizlik, düşük ücretler, uzun çalışma süreleri, artan iş yoğunluğu, yüksek işsizlik oranları, uluslararası firmaların yabancı doğrudan yatırımlarına bağımlılık ve bir bütün olarak Türkiye halkının uluslararası sermaye yoğunlaşması nedeniyle üretim araçları üzerindeki denetim olasılığını kaybetmesi şeklinde açığa çıkarmaktadır.

Öte yandan "korumacılığa" dönük uygulamaların -ki bunların giderek önemli bir eğilim olduğunu unutmamak gerekir- da günümüz rekabet koşullarında ciddi sınırları bulunmaktadır. Korumacılığın en keskin savunucularının sözleri ile eylemleri arasında ilginç çelişkiler sözkonusudur[51]. Amerikan üreticileri Japonya'dan araç ithalatına karşı daha sıkı sınırlamalar getirilmesi için yaygara kopardığında, Japon şirketlerinin tepkisi ABD'de on tane montaj fabrikası açmak olmuş ve bunu sözkonusu fabrikalarla bağlantılı yüzlerce Japon yan sanayi şirketi izlemiştir (M. Keller, 1996, S. 283). Sonuçta gelinen noktaya baktığımızda, ABD'de yaşanan üretim kapasitesi fazlalığına ve Japon şirketlerince binlerce kişinin işe alınmasına karşın, ABD'de istihdam düzeyi net olarak düşmüştür. Ayrıca ulusal devletler ve hükümetler bu uluslararası firmaların yatırımları karşısındaki "aciz" durumda da kalabilmektedirler[52].

Çoğu Avrupa sendikasının çözüm önerileri de aslında bir "toplumsal uzlaşma" arayışı içindedir: Daha iyi istihdam koşulları, insana yakışır ücret ve diğer sosyal koşullar açısından şirketlerin rekabet edebilirliğini sağlayan değişim kaçınılmaz bir olgudur. İşte bu nedenle değişimin teşvik edilmesi tüm sosyal tarafların çıkarınadır.

Sendikaların "istihdama dayalı" çözüm önerileri ise özellikle Avrupa merkezli olup; ihracat yönelimli bir yaklaşıma alternatif olarak Avrupa iç pazarı yönelimli planlı bir yapısal reformu içermektedir. Yıkıcı

---

[51] Örneğin Lee Iacocca, Asya'dan ithalat yapmanın kötülüklerini anlatan kışkırtıcı ve meydan okuyan demeçler verirken, Chrysler, Asya'dan otomobil ve aksam satın alıyor ve bunları Amerikan yapımı Plymouth ve Dodge diye ABD'de satıyordu (M. Keller, 1996, S. 282).

[52] VW'nin Skoda firmasıyla ilgili yatırımı buna güzel bir örnek teşkil etmektedir: Başlangıçta kendilerini VW ailesinin bir ferdi olarak görmeleri sağlanan Skoda işçileri, bir aylık kazançlarının hala VW'nin Wolfsburg'taki fabrikasında çalışan işçilerin bir günlük ücretleri düzeyinde olması karşısında alınganlık göstermeye başlamışlardı. Bu arada VW sorumluları, vergilerin indirilmesi ve gerekli malzemenin Almanya'dan gümrüksüz getirilmesi konusunda Çek hükümetiyle sıkı bir pazarlık yürütmüşlerdir. Bu görüşmelerde üstü kapalı bir tehdit daima sıcak tutulmuştur. Ücret maliyetinin çok yükselmesi durumunda VW'nin bir yatırım hatası yaptığına karar verebileceği belirtilmiştir (M. Keller, 1996, S. 293).

rekabete alternatif olarak yapısal reformlar çerçevesinde gerçekleşecek "yenilikçi" rekabet (Schumpeter'e atfen) önerilmektedir. Bunun temel unsurları şunlardır (D. Nolte, 1994, S. 533):

1- Çevre dostu otomobil ürün yeniliklerine dayalı bir rekabet (alternatif yakıtlar, araç güvenliği, ulaşım teknolojisinde gelişmeler vb.)

2- Bir firma ve yönetim reformu (hiyerarşik yapıların ortadan kaldırılması, dayanışmaya dayalı iş örgütlenme ilkesi olarak ekip çalışması vb.)

3- Geleceğe yönelik bir sanayi politikası (Üç büyük blok pazarlarında işbirliğine dayalı ticareti, "adil" rekabet koşullarını teşvik eden; aşırı kapasiteleri önleyen, çalışma sürelerine asgari standartlar getiren, firmalar arasında ve firmalarla yan sanayi arasında istihdam politikalarını da gözeten)

4- Mümkün olduğunca Avrupa'nın koordine edeceği, çalışma sürelerini kısaltmaya yönelik politikalar (haftada dört gün çalışma, haftada 35 saat çalışma, isteğe bağlı kısmi çalışma, vasfı geliştirmeye yönelik eğitim faaliyetlerine ayrılan sürenin toplam çalışma süreleri içinde payının artırılması)

Sendikaların özellikle yeni üretim teknikleri karşısında izleyebilecekleri politikalara ilişkin olarak da şunlar önerilmektedir (U. Jürgens, 1988, S. 40):

1- "korumaya-yönelik"

- İş yoğunluğunun artırılmaması
- Personel seçiminde ayrımcılığın yapılmaması
- İş ve ücret güvencesi

2- "tedbir- yönelimli"

- Personel planlaması
- İş yerinin işçi sağlığı ve iş üvenliği açısından düzenlenmesi (Ergonomi)
- Dinlenme süreleri
- Vasıflılaştırma ve çalışma sürelerinin kısaltılması

3- "dengelemeye yönelik"

- Ücret artışları
- Ücret dışı yan ödemeler (örn. iş yükünde artışlar sözkonusu olduğunda)
- Sosyal güvenlik (örn. erken emeklilik)

4- "katılıma-yönelik"

- Problem çözümüne katılım (kalite çemberleri vb.)
- Ekiplerin düzenlenmesine katılım (yarı-özerk çalışma grupları)
- Karar alma süreçlerine katılım

Oysa sendikaların işbirliğine dayalı yaklaşımlarının sınırları sermayenin hareketlilik derecesi tarafından çizilmektedir. Bir yandan artan sermayenin hareketliliği öte yandan ulusal sermayelerin çıkarlarını gözeten artan korumacılık eğilimlerinin (piyasaya giriş engelleri, yerli üretim miktarı saptamaları, kotalar vb. piyasa dışı etkenler) çelişkili birlikteliği, "ihracata dayalı" büyüme stratejilerinin sınırlarını çizmektedir. Artan rekabet koşullarına dayalı krizden çıkış yolları, uluslararası rekabet gücünü artırmaya yönelik firma stratejileri ve artan korumacılık eğilimleri ışığında piyasa ekonomisi içinde bir çözümün olabilirliğini sınırlamakta; daha önce değinildiği gibi aşırı kapasite sorununun piyasa ekonomisine dayalı çözümünün toplumsal maliyetleri kendini özellikle kitlesel işsizlik olarak göstermektedir. Sendikaların gösterdikleri tüm işbirliği çabalarına rağmen merkezdeki sanayileşmiş ülkelerden düşük ücretli ülkelere ve/veya bölgelere iş akışı devam etmektedir[53]. Öte yandan olası bir grev durumunda "işbirlikçi" işverenin davranışlarının "samimiliği"ni de (!) dikkate almakta fayda vardır[54].

Gerçekten uluslararası sermaye bütünleşme sürecinde dünya işçileri arasındaki her türlü eşitsizliği kullanmaktadır. "İşçiyi makinanın yanına değil; makinayı işçinin yanına götür" sloganı altında ve "üretim maliyetleri bakımından en elverişli ülkede üret ve oradan dünyaya sat" ilkesinden hareketle uluslararası sermaye ucuz işgücünün olduğu Doğu Avrupa, Ortadoğu gibi ülkelerin sermaye sınıflarıyla ortaklığa gitmekte, Alman işçisinin karşısına Çekoslavak işçisini, Amerikan işçisinin karşısına Meksika işçisini, Türk işçisinin karşısına Kuzey Afrika işçisini koymaktadır.

Bütün bu gelişmeler ve firmaların büyük çaplı işten çıkarma planları karşısında sendikalar sadece yerel tepkilerle yetinmeyip, uluslararası düzeyde işbirliği çabalarına yönelmelidirler. İşverenlerin uluslararası işbirliğine karşı çalışanların da ancak uluslararası düzeyde eylem yapmasıyla mücadele edebileceği unutulmamalıdır[55]. Sendika yönetimi üretimi kaydırma tehditi ve düşük ücretli rekabet karşısında değişik stratejiler geliştirmelidirler[56]. Sendikalar üretkenlikteki ilerlemeleri istihdamı güvence altına alan tedbirlerle uyumlulaştırmak ve toplu iş sözleşmelerinde istihdam güvencesinin bir unsuru olarak çalışma sürelerinin kısaltılmasını gündeme getirmek durumundadırlar.

Geniş emek kesimlerinin karşısına "uluslararası rekabetin zorunluluklarına bağlı olarak bu gelişmelerin kaçınılmaz olduğu" iddiası konulmakta, adeta başka seçenek yokmuş gibi sunulmaktadır. Halbuki uluslararası kapitalist rekabete katılmak yaklaşımının alternatifi pekala çalışanların uluslararası dayanışmasını yürütmek olabilir. Sermayenin artan uluslararasılaşması ve bunun toplumsal sonuçları karşısında milliyetçi bir yaklaşım yerine izlenebilecek böylesi bir enternasyonalist tavrın temel adımları, dünya çapında bir otomobil sendikasının kurulması, sermayenin uluslararasılaşması karşısında işçi sınıfının kendi uluslararası eylem ve örgütlerine başvurması, uluslararası toplu sözleşmeler ve ücret pazarlığı uygulamalarının hayata geçirilmesidir.

---

[53] Örneğin GM 1992'deki fabrika kapatma planının bir parçası olarak tam zamanında üretim uygulamasında işçi (sendika)-işveren (yönetim) işbirliğinin örneği olarak kabul edilen bir fabrikasını da kapatmaya karar verdi. Burada işçiler kendi üretim programlarını belirliyor, çalışma saatlerine ve hangi işleri yapmak için kaç kişi gerektiğine kendileri karar veriyorlardı. Şirket bu fabrikayı işçilere sorumluluk verilince sağlanan üretim artışına örnek olarak gösteriyordu (Barnett/Cavanagh, 1995, S. 252). Sonunda gelinen noktayı fabrikadan bir işçi şöyle ifade etmektedir: "Maliyetleri düşürmek için yönetimle işbirliğine gittik. Verimlilik için takımlar halinde örgütlendik, çok çalıştık, gerektiğinde ödün verdik. Bize bunların hepsinin geleceğimiz için bir yatırım olacağı söylendi. Ülkedeki en iyi fabrikalardan birinde çalıştığımız düşünüyorduk; evet ama, bunun bize ne faydası oldu?" (Keller, 1996, S. 244).

[54] Örneğin Ford, 1987 yılında Meksika'daki bir fabrikasında yaşanan bir grev karşısında bir kaç haftalığına fabrikayı kapattı ve yeniden açtığında da eski ücretlerin yarısını verdi. Fabrika yeniden açıldığında işçiler tüm kıdemlerini ve emeklilik haklarını yitirmişlerdi. Çileden çıkan işçiler resmi sendikanın karşısına çıkarılacak köklü bir alternatife destek verdiler; ancak protestolar şiddetlenirken Meksika İşçi Konfederasyonu (CTM) yeni seçimler yapılacağını duyurdu. Fakat bunun yerine CTM'nin tuttuğu 100'den fazla silahlı adam fabrikaya alındı, bunlara üniforma ve kimlik verildi. Amaç işçilere zarar vermek değil, onları sindirmekti. Ne var ki içeri giren silahlı zorbalardan biri, şirketi seçimlere razı etmek için iş istasyonlarını işgal eden işçilere ateş açtı. Bir kişi öldü, sekiz işçi yaralandı. Ford olayla ilgisini reddetmesine rağmen, soruşturma komitesi Ford'un da suçlu olduğuna karar verdi. Şirketin olaydan iki gün önce bir takım zorbaları (sahte sosyal sigorta kayıt numaraları kullanarak) bordrosona aldığını ve olaydan kısa süre sonra işten çıkardığını raporuna ekledi (Barnett/Cavanagh, 1995, S. 254).

[55] Örneğin 1997 yılında Renault firmasının 3100 kişinin çalıştığı Belçika'daki fabrikayı kapatacağını açıklaması üzerine Brüksel'de 100 bin işçinin katıldığı bir miting yapılmıştır. Bu mitinge binlerce Belçikalı ve Fransız işçinin yanı sıra İspanya, Portekiz, Almanya, Hollanda, İtalya, Yunanistan, Avusturya, Macaristan ve Çek Cumhuriyeti'nden kalabalık bir işçi grubu katılmıştır. Eylemde 3 bin civarında Türk işçisi de vardır. Bu eylem 1970'li yıllardan sonra Avrupa çapında hemen hemen tüm ülke işçilerinin katıldığı ilk miting olma özelliğini taşımaktadır (Milliyet, 24.03.1997). Bu konuda ayrıntılı bilgi için çerçeveye bak.

[56] Örneğin Alman sendika yöneticileri (IG-Metall), Doğu'dan gelen düşük ücretli rekabet karşısında izlenebilecek doğru bir strateji konusunda şu saptamaları yapmaktadırlar: Sadece güçlü Doğu Avrupa sendikaları ile oradaki reel ücretleri yükseltme yönünde bir baskı sözkonusu olabilir; böylece de sermaye göçü dindirilebilir (manager magazin, 7/1993).

Ekonominin özel çıkarlara göre değil; demokratik olarak saptanmış toplumsal önceliklere göre yönetilmesi amacıyla ve "emeğin sosyal hakları"ndan değil; "emeğin özgürleşmesi"nden hareketle izlenecek politikaların temel ekseninde şu talepler yer almalıdır:

- Saat ücretleri azaltılmadan ve emeğin örgütlenme tarzı değiştirilmeksizin haftalık iş saatinin (çalışma sürelerinin) kısaltılması, diğer bir deyişle ek işçilerin zorunlu istihdamına başvurularak işsizliğin sona erdirilmesi. Dışa açılma sanayide teknoloji-yoğun bir dönüşüme yol açmakta ve bunun sonucunda yığınsal işten çıkarmalar gerçekleşmektedir. İş saatlerinin düşürülmesi ve "tam ücretli, daha kısa işgünü" sloganı özlük hakları ve çalışma koşullarını iyileştirme mücadelesine doğrultu kazandırıcı bir işlev görebilir.
- Ücretlerin enflasyon karşısında aşınmasını önlemek için ve sendikaların toplu pazarlıklarında alt sınır olarak oynak merdiven (eşel mobil),
- Grev ve toplu sözleşme hakkının savunulması,
- En ağır darbe yiyen kesimlerle (göçmen işçiler, kadınlar, çocuklar, yaşlılar, işsizler) dayanışma için mücadele,
- Emeğin kiralanması ve örgütlenmesi üzerinde genelleşmiş işçi kontrolü,
- Ekonominin stratejik kesimleri ve temel sanayilerinin (otomotiv gibi) çalışanların denetimi altında kamulaştırılması,
- Mali ve ticari sırlara son verilmesi, defterlerin açılması,
- IMF istikrar paketinin reddedilmesi, Gümrük Birliği, IMF gibi bütünleşme örgütlerden çıkılması,
- Dünya emekçi hareketi ve ezilen ülkelerle dayanışma, sendikaların başka ülkelerdeki toplumsal muhalefet hareketlerinin desteklemesi,
- Spekülatif faaliyetlere son vermek ve yatırımları üretken iktisadi faaliyetlere yönlendirmek amacıyla finans ve bankacılık kesiminin vergilendirilmesi ve kamu denetiminin artırılması.

Kuşkusuz bu taleplerin gerçekleşmesi, gerek otomotiv sektörü işçilerinin gerekse de toplumun diğer çalışan kesimlerinin ve bunların bağlı oldukları kurumların hem kendi aralarında hem de başka ülkelerin çalışanlarıyla dayanışma ve işbirliği çabalarına bağlı olacaktır. Ancak verili güç ilişkileri içinde bunları dönüştürmeye muktedir bir taraf olduğu bilinci ve eylemliliği, yaşanmakta olan "yeniden yapılanmanın" seyrini toplumsal mücadelelerin "risklerinden", "fırsatlarına"dönüştürebilir.

EKLER

Ek 1: Bölgelere Göre Dünya Araç Üretimi, 1991-2002

	1991	1995	1996	1997	1998	1999	2000*	2001**	2002**
Batı Avrupa	14809	14930	15192	15916	16332	16273	16886	16924	17028
NAFTA	11770	15264	15392	15786	15801	17538	18524	18402	18230
G. Amerika	1099	1921	2148	2590	2195	1735	2158	2425	2876
Japonya	13245	10197	10346	10976	10050	9895	10572	10650	10476
Asya Pasifik**	3925	6317	7121	6476	5481	6870	7498	8015	8453
Doğu Avrupa	2295	2014	2078	2368	2453	2412	2549	2633	2782
Diğer	390	829	873	891	912	937	958	1000	1000
Dünya Toplamı	46428	48985	51366	53153	51374	53810	57295	58199	58997
Avrp.ve K.Ame	28875	30194	30584	31702	32133	33811	35410	35326	35250
Diğer	17553	18791	19664	21451	19241	19999	21885	17873	26747
Yıllık Değişim (%)									
Batı Avrupa	-3.9	4.5	1.8	4.8	2.6	-0.4	3.8	0.2	0.6
NAFTA	-6.9	-3.1	0.8	2.6	0.1	11.0	5.6	-0.7	-0.9
G.Amerika	7.7	-3.5	11.8	20.6	-15.3	-21.0	24.4	12.4	18.6
Japonya	-1.8	-3.4	1.5	6.1	-8.4	-1.5	6.8	0.7	-1.6
Asya Pasifik**	9.1	15.6	12.7	-9.1	-15.4	25.3	9.1	6.9	5.5
Doğu Avrupa	-16.1	4.9	3.2	14.0	3.6	-1.7	5.7	3.3	5.7
Diğer	-1.3	13.6	5.3	2.1	2.4	2.7	2.2	4.4	0.0
Dünya Toplamı	-3.5	1.1	4.9	3.5	-3.3	4.7	6.5	1.6	1.4

Kaynak: Auto Report 97-2000, IMF, Geneva

** 2000 yılı ortası verileri gözönüne alınarak yapılan tahmin*

*** Tahmin*

Ek 2: Otomotiv Sektöründe İstihdam

Bölgelere göre istihdam, 1994-1999

	Endüstri	1994	1995	1996	1997	1998*	1999*
Brezilya	Motorlu Araç		107.1	104.6	101.9	106	95.5
Asya-Pasifik			**1168.8**	**1174.9**	**1185**	**1182.7**	**1222.2**
Japonya ve Güney Kore			**332.8**	**332.6**	**339.6**	**346.8**	**308.7**
Çin	Motorlu Araç ve Motor Aksamı		756	748	746.8	754.4	749.6
Endonezya	Motorlu Araç ve Motor Aksamı		53.6	61.1	61.4	44.6	31.2
Japonya	Motorlu Araç ve Motor Aksamı		242.8	239.6	236.6	243.9	230.2
Malezya	Motorlu Araç ve Motor Aksamı		26.4	33.2	37.2	37	32.8
G. Kore	Motorlu Araç ve Motor Aksamı		90	93	103	102.9	78.5
Batı Avrupa			**1224.7**	**1220.3**	**1217.8**	**1237.7**	**1258.4**
Avusturya	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		17.9	17	17.4	17.6	v.y
Belçika	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		44.6	45.9	46.3	45.5	v.y
Finlandiya	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		v.y	5.6	5.4	5.5	v.y
Fransa	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		205	205	203.6	203.9	210.9
Almanya	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		523.3	524.5	518.4	524.1	532.1
İtalya	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		129.6	119.2	110.6	119.7	118.6
Hollanda	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		15.3	16.1	16.6	v.y	v.y
Portekiz	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		10.4	10.2	10.6	10.2	v.y
İspanya	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		87.7	86	86.4	88.6	92.2
İsveç	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		48.8	52.8	51.2	53.1	v.y
İngiltere	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		136.5	137.9	151.4	152.5	153.2
Doğu Avrupa							
Polonya	Motorlu Araç		102	99	101	102	100.8
Rusya	Motorlu Araç		814	778	v.y	v.y	v.y
Serbia	Motorlu Araç						
Slovak Cum.	Motorlu Araç		80	76.1	73	v.y	v.y
Ukranya	Motorlu Araç		85	76	67	v.y	v.y
NAFTA			**697.7**	**715.3**	**703.4**	**720.1**	**715**
Kanada	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		65	65.7	68.2	67.7	66.4
Meksika	Motorlu Araç		78.6	74.9	81.3	83.6	82.3
ABD	M.A ve Motor Aksamı, Kasa		554.1	574.7	553.9	568.8	566.3
G.Afrika	Motorlu Araç		37.5	38.538.6		37.1	v.y

* Tahmini

** Hollanda'nın 1997, Finlandiya'nın 1994, Meksika'nın 1997 ve 1996, Japonya ve Kore'nin 1997 verileri tahminidir.

Araç Motorları Sanayiinde İstihdamdaki Değişim, 1995-1998 (%)

	Sanayi Dalı	1995	1996	1997	1998*
Brezilya	Motorlu Araç	-2.3	-2.6	4	-9.9
Asya		**0.5**	**0.9**	**-0.2**	**-5.1**
Çin	Motorlu Araç ve Motor Aksamı	-1.1	-0.2	1	-0.6
Endonezya	Motorlu araç ve Motor Aksamı	14	0.5	-27.4	-30.1
Japonya	Motorlu Araç ve Kasa	-1.3	-1.3	3.1	-5.6
Malezya	Motorlu Araç ve Motor Aksamı	25.8	12	-0.5	-11.4
G.Kore	Motorlu Araç ve Motor Aksamı	3.3	10.8	-0.1	-23.7
Japonya ve G. Kore		**-0.1**	**2.1**	**2.1**	**-11**
Batı Avrupa		**-0.4**	**-0.2**	**1.6**	**1.7**
Avusturya	ma, Motor Aksamı ve Kasa	-5	2.2	1.3	v.y
Belçika	ma, Motor Aksamı ve Kasa	2.9	0.9	-1.7	v.y
Finlandiya	ma, Motor Aksamı ve Kasa	v.y	-3.1	2	v.y
Fransa	ma, Motor Aksamı ve Kasa	-	-0.7	0.1	3.4
Almanya	ma, Motor Aksamı ve Kasa	0.2	-1.2	1.1	1.5
İtalya	ma, Motor Aksamı ve Kasa	-8	-7.2	8.2	-1
Hollanda	ma, Motor Aksamı ve Kasa	5.2	3.2	v.y	v.y
Portekiz	ma, Motor Aksamı ve Kasa	-1.8	3.3	-3.6	v.y
İspanya	ma, Motor Aksamı ve Kasa	-1.9	0.4	2.6	4
İsveç	ma, Motor Aksamı ve Kasa	8.3	-3.1	3.8	v.y
İngiltere	ma, Motor Aksamı ve Kasa	1	9.8	0.7	0.5
Doğu Avrupa					
Polonya	Motorlu Araç	-2.9	2	1	-1.2
Rusya	Motorlu Araç	-4.4	v.y	v.y	v.y
NAFTA		**2.5**	**-1.7**	**2.4**	**-0.7**
Kanada	ma, Motor Aksamı ve Kasa	1.1	3.8	-0.7	-2
Meksika	Motorlu Araç	-4.7	8.5	2.9	-1.6
ABD	ma, Motor Aksamı ve Kasa	3.7	-3.6	2.7	-0.4
G. Afrika	**Motorlu Araç**	**2.7**	**0.3**	**-3.9**	**v.y**

ma: Motorlu Araç
v.y: Veri yok.
Tahmini

Renault Vilvoorde Örneği

Renault Vilvoorde fabrikası, Fransız devletinin de ortak olduğu 3156 kişilik bir işletme idi. İşletmede Clio ve Megane olmak üzere 2 tip otomobil üretiliyordu. Renault'un 56.000 kişinin çalıştığı Fransa'nın yanı sıra, Türkiye, Belçika, İspanya, Slovenya ve Portekiz'de de üretim birimleri bulunmaktadır. Renault merkez yönetimi 31.1.1997'de Vilvoorde'deki üretim birimini 27.2.1997'de kapatmayı düşündüğünü açıkladı. Fabrikanın kapatılma kararı daha önceden bilgilendirme yapılmadığı için büyük tepki çekti. Renault olayının gelişimi özetle aşağıdaki gibidir:

Renault'un Belçika'nın Vilvoorde şehrindeki fabrikası kapatılma kararı alınmadan bir süre önce modernize edildi. Şirket öncelikle 240 milyon dolarlık modernizasyon yatırımı yaptı. Renault grubu içinde de Vilvoorde'daki üretim ve endüstriyel ilişkiler "örnek" olarak nitelendiriliyordu. Vilvoorde'de Renault grubunun en iyi araçları üretiliyordu. Fabrika karlı bir şekilde çalışıyordu. Sekiz saatlik vardiya ve 5 işgününden oluşan çalışma, 9 saatlik vardiya ve aylık işgünlerinin artırılması yönünde değiştirildi. Renault yönetimi Vilvoorde'deki işletmeden 3000'den fazla işçiyi işten çıkardı. Ardından da Fransa'daki işletmeden 3000 işçi çıkarma kararı aldı. Şirketin bu kararları almasında etkili olan bir dizi faktör vardı. Bunların başında Avrupa oto sanayinin en az %20 kapasite fazlasına sahip olması geliyordu. Aşırı kapasite fazlası rekabetin artmasına yol açmış ve Renault savaşı kaybetmişti. 1995'te Renault'un pazar payı %10.3 iken, bu oran 1996'da %10.1'e gerilemişti. Ayrıca, aşırı rekabet araç başına kar marjını düşüren fiyat indirimlerine neden olmuştur. Araç satışlarının 1996'da, 1995'e göre daha fazla olmasına rağmen, Renault'un zarar etmesinin nedeni yukarıda sıraladığımız faktörlerdir. Renault'un özelleştirilmesi de, bu sürece katkıda bulunmuştur. Şirket sermayesinin çoğunluğu özel kesimde olmasına rağmen, özelleştirmenin kapsamının genişletilmesi yönünde

baskılar vardı. Ayrıca çeşitli işletmeler arasında, sosyal hükümler ve işçi maliyetleri de farklıydı. Sosyal yükler diğer işletmelere oranla Belçika'da daha fazla olmasına rağmen, işyeri kapatma ve işçi çıkarma konusundaki yasal koruma zayıftır. Bu durum, Avrupa Birliği'ne üye çeşitli ülke yasaları arasındaki uyum konusundaki çalışmaları hızlandıracaktır. Ancak işçi sınıfı açısından, en fazla korumayı yapan ülke yasalarının örnek alınması önem taşımaktadır.

Vilvoorde'de işyeri kapatılırken, işçi ve sendika ile herhangi bir öngörüşme yapılmamıştır. Bu durum yalnızca işçilerin tepkisine yol açmamış, aynı zamanda uluslararası tüzük ve yönetmeliklerle sağlanan haklar da ihlal edilmiştir. Belçika'da Renault araçlarına boykot kararı aldı, ayrıca hükümetin siparişleri iptal edildi. Belçika Hükümeti, ulusal çalışma yasasını ihlal eden Renault'a karşı bir dava açtı. Sendikalar da Avrupa İşçi Temsilciliğine ilişkin Avrupa kurallarına uymadığı için ve İşçi Temsilcilikleri sözleşmesini ihlal ettiği için Renault'a dava açtı ve davayı kazandılar. Belçika ayrıca, Renault yönetimini, OECD'nin çok uluslu şirketlere ilişkin hükümlerini ihlal ettiği için de OECD'ye şikayet etmiştir. Yasal sürecin sonunda, 400 işçi dışında tüm işçiler yeniden istihdam edilmiştir. 400 işçi ise Fransa'da Renault'un montaj sektöründe taşeron firmalarda istihdam edilmiştir. Bu işçilere geçmişte aldıkları ücret ödenmektedir. Ancak bazı işler için işçiler daha düşük ücret alarak çalışmayı kabul etmiştir. Renault olayı, Avrupa İşçi Temsilcileri Komitesinin ilk kazanımı ve emeğin uluslararası dayanışmasının ne kadar etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, halkın desteği başlatılan kamuoyu kampanyaları da, Renault yönetiminin kararından döndürmede etkili olmuştur. Bu olay sendikal hareket olarak başarı olarak nitelense de, işçiler işsiz kalmamak için ülkelerini terkederek Fransa'ya göç etmek zorunda kalmıştır. Ayrıca problemin temelinde yatan, kapasite fazlasıyla ve aşırı rekabet koşullarında çalışma devam ettiği sürece, daha bir çok şirket Renault'unkine benzer önlemleri almak zorunda kalacaktır.

Ek 4: Sendika Stratejileri

Üretim sürecindeki değişiklerden bağımsız olarak, her hangi bir kurum veya işyerinde sendikaya düşen en önemli görev, ücretlerde ve çalışma ilişkilerinde standart oluşturmak ve istihdamı korumaktır. Sendikal strateji, ister tek bir sözleşme ile olsun isterse farklı sözleşmelerle olsun, ana sanayi ve yan sanayide çalışanların benzer haklara sahip olmasını hedeflemelidir. Örneğin İtalyan Metal İşçileri sözleşmenin Fiat-Melfi işletmesinin taşeron işçilerini de kapsamasını sağlamışlardır. Aynı şekilde Alman/Arjantin fabrikaları da tek tip çalışma koşulları oluşturmuştur.

Sendikaların taşeron işyerini örgütlemeleri zorunludur. Bütün ülkelerde yan sanayi ana sanayine göre daha kolay örgütlenir. Bu durum yan sanayi işçilerinin daha kötü koşullarda çalıştırılması anlamını taşımakta ve işverenlere taşeron çalıştırmaları konusunda önemli bir gerekçe yaratmaktadır.

Yan sanayinde süregelen yeniden yapılanma, bu alanda giderek büyüyen bir birleşme dalgasına yol açmaktadır. Son yıllarda Lucas (VK) ve Varity (ABD) birleşirken fren üreticisi Allied Signals (ABD) Bosch taraafından satın alındı.

· Yan sanayideki birleşmelerin sendikalara etkisi olumlu olmaktadır. Geleneksel olarak sendikalar orta ve küçük işletmelerde zor örgütlenmektedir. Birleşmeler ve satın almalar bu problemi hafifletecektir. Yan sanayinin öneminin giderek artması, sendikalarında bu konuya eskisinden daha fazla önem vermelerini gerektirmektedir.

ABD Otomotiv Sanayinde Sözleşme Görüşmeleri: (Auto 97, S. 45)

ABD'nin üç büyük şirketi olan GM, Ford ve Chrysler ile yapılan müzakereler 3 yılda bir kez gerçekleşmektedir. Görüşmelerde ücret artışları, emeklilik koşulları, işgüvenliği vb. gibi tüm önemli konular bir oturumda belirlenmektedir. Üç şirket ile UAW (Birleşik Otomobil İşçileri Sendikası) arasındaki bu görüşmeler, tüm otomobil sanayinin eğilimlerinde anahtar bir role sahiptir. Bunun dışında, her şirket bazında düzenlenmiş bir çok sözleşme bulunmasına rağmen, üç büyüklerin sözleşme dönemleri genellikle aynı tarihlere rastlamakta ve müzakereler aynı zamanla ile yapılmaktadır.

- **"Tek tip pazarlık" kalıpları, montaj sektöründe yaygınlaşıyor**:

Tarihsel sürecin bir parçası haline gelen ve "tek tip pazarlık" sistemleri olarak adlandırılan bir kalıp model otomotiv sektöründeki ilişkilerin bir başka önemli özelliği durumundadır. Toplu sözleşme ön

görüşmelerinin (tarafların birbirlerinin nabızlarını yoklamaları) ardından, üç büyük şirketten bir tanesi sözleşme ile belirlenen tarihte veya bundan kısa bir süre sonra sendikanın grev tehdidinde bulunması halinde bir hedef olarak belirlenir. Bu sistemin temeli, işverenleri birbirine karşı kışkırtmaya dayanmaktadır. Greve konu olmayan diğer iki şirket otomobil üretimine ve satışına devam eder. Böylece grevdeki şirket pazar payını kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalır ve sendika ile uzlaşmaya varması için güçlü bir baskıya maruz bırakılır. Daha sonra diğer iki şirket için de aynı strateji sürdürülür. Bu sistem II. Dünya Savaşı'ndan sonra uygulanmaya başlamış ve giderek üç büyükler arasında ücret, sosyal kazanım ve çalışma koşulları bazında benzerlik yaratılmıştır.

- **Ücret Sistemi: Asgari Geçim İndirimi**

ABD otomotiv sanayinde, üretimde çalışan işçiler genellikle saat ücretine tabidir. Saat ücreti yapılan işin özelliğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Nitelikli işçiler, ortalama üretimin %20'sini aşmamak kaydıyla ücret yüzdesi almaktadır. Kural olarak ücret artışı sözleşmenin başlangıç tarihinde yapılır, ancak her yıl yapılması zorunlu değildir.

Ücret sisteminin çok önemli bir özelliği yaşam standardı ödeneğidir. Buna göre tüketici fiyatları enflasyonunun %80'i tanzim edilmektedir. Yeni sözleşmenin başlangıcında, önceki sözleşme döneminde biriktirilmiş olan yaşam standartı ödeneği, esas ücretin bir parçası haline gelir.

- **Sağlık Sigortası ve Emeklilik Koşulları**

ABD'de kamusal sağlık sigortası bulunmamaktadır. Kamusal emeklilik hizmetleri ile yaşam standardı sürdürülmemektedir. Bu nedenle toplu sözleşmelerde bu alana ilişkin hükümlere içermektedir. Sendikalarla müzakereleri sürdüren sigortalar kural olarak 3 yılda bir koşulları iyileştirmektedir.

- **Tamamlayıcı İşsizlik Yardımı**

Otomotiv sanayi sözleşmelerinin bir diğer önemli özelliği primleri işverenler tarafından ödenen "tamamlayıcı işsizlik fonları"dır. Bu fonlar ilk kez sendika ile yapılan pazarlıklar sonucunda 1950'li yıllarda oluşturulmuştu. Sendikaların amacı kriz dönemlerinde toplu işten çıkarmaları önlemekti. Pratikte fonların kullanımının belirli bir kuralı yoktur, çok düşük işsizlik parası veya düzenli ücretin %95'inin ödenmesi mümkün olmaktadır. Bu fonların önemli bir kısmı UAW'nin pazarlıkları sonucunda iş güvencesi düzenlemesi haline gelmiştir.

- **Yabancı Üreticiler**

Başta Japonlar olmak üzere bir çok yabancı firma 80'lerin ilk yıllarından beri ABD'de üretim birimlerine sahiptir. Bunların çoğu sendikalaşmaya karşıdır. Ancak NUMMI (Toyota ve GM'un işvereni) Mitsubisshi ve Mazda'da sendika vardır. Bu şirketlerin sözleşmeleri üç büyüklerin sözleşmeleri takiben başlamakta ve büyüklerin sözleşmesine çok benzer biçimde bitirilmektedir. Sendikasız şirketlerin istihdam şartları ve ücretler işverenlerce tek yanlı olarak belirlenmektedir. Ücret ve sosyal haklar sendikalı çalışanların standartlarının altındadır. Ancak bu şirketlerin "sendikayı uzak tutma" politikaları, sendikalı ve sendikasız işçiler arasındaki uçurum fazla büyümesini engellemektedir.

80'li Yıllardaki Otomotiv Sektörü Krizinin Sözleşmelere Etkisi

80'li yıllar boyunca süren kriz döneminde UAW işyeri ve gelir güvencesinin korunması politikasını izlemiştir. Buna karşılık ücret ve sosyal kazanımlarda kalıcı bir ayrıcalık tanımamıştır.

- Yaşam standartı ödemesi, hastalık ve emeklilik sigortası ve tamamlayıcı işsizlik sigortası korundu ve iyileştirildi. 80 öncesi politikalara ters düşen uygulama, yıllık ücret artışlarının zaman zaman önceki döneme göre daha düşük tutulması ve bazı yılllarda da, esas ücreti arttırıcı etkisi olmayan bir defaya mahsus ödemelerce ücret iyileştirmeleri olmuştur.

- **İstihdam Düzeyinin Korunması**

1993 sözleşmesinde, her şirkette mevcut iş gücüne uyan istihdam düzeyeninin belirlenmesi talep edildi. İstihdam tanımlanmış nedenler dışında azaltılamayacaktı. En önemli istisnai durum ise, satış hacminin düşmesi yüzünden işten çıkarma idi. Ancak bu durum da üç yıllık bir periyotta 36 haafta ile sınırlandı.

Doğal nedenlerle (işten atılma, ölüm, emeklilik vb) azalan istihdamın, ayrılan her iki işçi karşılığında bir işçinin alınması ile eksik de olsa tamamlanması sağlandı. Ancak teknolojik değişim ve yabancı siparişler nedeniyle işten çıkarmalara izin verilmedi.

- **Gelir Garantisi**

Üretim hacmine bağlı işten çıkarmalar kabul edildi, ancak işini kaybeden işçiler kaybettikleri gelirin hemen hemen tamamına yakın bir tutarını almıştır. Ayrıca teknolojik değişim vb. nedenlerle işten çıkarılan işçilerin, ücret bordrolarının iptal edilmemesi ve işgücü yıpranması ve/veya büyüyen istihdamı nedeniyle iş imkanı doğduğunda yeniden işe alınmaları sağlanmıştır.

Bütün ödemeler işveren fonunun da içinde bulunduğu çeşitli fonlar tarafından sağlanmıştır. İşverenin maksimum fonlama taahütlerine ulaşılamamış olduğu için, gelir kaybını tanzime dayalı ödemeler devam etmektedir. Örneğin GM'nin taahhüt ettiği ödemeler 3.35 Milyar ABD Doları olup, Ford ve Chrysler'de oransal olarak benzeyen taahhütlerde bulunmuştur.

- **Taşeronlaşmada Sendikanın Rolü**

80'li yılların başından beri otomobil üreticileri taşeron şirketler konusunda aktif bir politika izlemiştir. ABD bu stratejileri uygulama konusunda daha aktif olmuştur. Çünkü oto yan sanayii montaj sanayine göre daha daha az örgütlü olduğu için ücret ve sosyal kazanımlar da düşüktür. Sonuç olarak; yabancı siparişler nedeniyle iş kaybı problemleri sendikalar açısından giderek önem kazanmaktadır. 1993 müzakereleri sonunda, UAW bir dizi önemli prensibi sözleşmeye koymayı başarmıştır.

1996 TİS Görüşmeleri

UAW'nin 1996 görüşmelerinde gelenekler ilk kez terk edilmiş, "hedef şirket" belirleme stratejisi yerine, müzakerelerin üç büyük şirkette paralel gitmesi kararlaştırılmıştır. Sözleşmeyi ilk Ford imzaladı, Chrysler ile GM onu izledi.

96 sözleşmelerinin bir diğer önemli özelliği ise Amerika ve Kanada görüşmelerinde yoğun bir koordinasyon sağlanması olmuştur. UAW ve CAW (Kanada Otomobil Sendikası) farklı şirketlerde yoğunlaştılar. Daha sonra, GM yönetimi Kanada'daki işletmesinde bir grev başlatarak, ABD'deki bir anlaşmanın ertelenmesine neden olmuştur.

- **Ücretler**

80'li ve 90'ların başındaki eğilim müzakereler boyunca devam etti. Sözleşmenin ilk yılı için 2000 $ tutarında, oldukça büyük bir seferlik ödeme, izleyen iki yılın, her birinin başlangıcı için de %3'lük ücret artışı elde edilmiştir. Hayat standardı koruması devam ettirilmiş ve brüt ücret 1.42$ dolayında artırılmıştır. Üç yıllık anlaşma ile GM montaj işçisinin ücreti 18.96$'dan 21.59$'a yükselmiştir. Bu Ücrete yaşam standartı koruması da dahildir. Chrysler ve Ford'da da ücretler aynı düzeyde değişmiştir.

- **İş ve Gelir Garantisi**

Sendika GM'nin yabancı siparişler konusundaki radikal programının işten atmalara neden olacağı için ciddi endişe duyuyordu. Çünkü Ford ve Chrysler'e göre bir çok parça ana işletmede üretiliyordu. UAW en az istihdam düzeyini oluşturmak ve onun altına inmemek için çaba gösterdi.

İstihdamı azaltmama hedefi, istihdamın %95'ini koruyacak bir plan ile hayata geçirilmiştir. Bu sözleşmede doğal nedenlerle işten ayrılmalarla istihdam ortalaması %95'den daha düşük bir düzeye inmesi halinde 1 ayrılan işçi yerine 1 yeni işçi istihdamı sağlanmıştır. Yeni istihdam, daha önce işten atılmış işçilerin çağrılması veya yeni işçi alınarak sağlanacaktır.

- **Yeni Açılacak İşyerlerinde Ücret ve Örgütlenme Hakkı**

96 sözleşmesinde üç büyük şirketin yeni işyerleri açması halinde, bu işyerlerinde uygulanacak ücretlerin otomotiv sanayi ortalaması düzeyinde olması ve sendikal örgütlenme hakkı elde edilmiştir. Ancak sözleşme yan sanayini kapsamadığı için yan sanayideki düşük ücretlerin yükseltilmesi mümkün olmamıştır.

- **Gelir Garantisi**

Daha önce müzakerelerle sağlanmış olan gelir garantisine ilişkin hükümler devam ettirilmiştir. Önceki sözleşme döneminde azalmış olan fon gelirleri de üç yıl önceki düzeyine yükseltilmiştir.

- **Taşeronlarla İlgili Kararlarda Sendikanın Rolü**

Fason çalışmanın giderek yayılması nedeniyle sözleşmeye konuya ilişkin yeni hükümler eklenmiştir. Bunlar arasında;

- Sendikanın bilgilenmesi,
- Yazılı olarak belirlenen tüm gerekçeler yerine getirilmeden, işyeri yönetimi tarafından fason çalışmaya yönelik karar alınamaması,
- Yeni modeller, makinalar ve iletişim amaçlı taşeronlaşma kararlarında sendikanın rolünün arttırılması hükme bağlanmıştır.

İş ve gelir güvencesi ve taşeronlaşmaya ilişkin hükümlerin güçlendirilmesinin yanı sıra, UAW sözleşmesi ile sağlık, emeklilik, eğitim ve ücretli izin konularını da içeren bir çok iyileşme sağlanmıştır.

KAYNAKÇA

K. Backhaus/ J. Hilker (1994): "Die Triade als Absatzmarkt des deutschen Maschinenbaus", içinde: Die Betriebswirtschaft, **54**, 175-192.

R. Barnett/J. Cavanagh (1995): Küresel Düşler, İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, Sabah yay.

A. Bayraktar (1999): "Sorunların çözümü için uzun dönemli plan gerekli", İSO Dergisi, Mart

Ö. İ. Bilgin (1999): "Otomotiv sanayii aysberge benzer", içinde: İSO Dergisi, Mart

U. Bochum/H. R. Meißner (1990): "Diversifikationsprozesse in der Automobilindustrie", içinde: Mit Vollgas in den Stau, M. Muster/U. Richter (eds.)

K. Boratav, E. Türkcan (ed.) (1994): Türkiye'de Sanayileşmenin Yeni Boyutları ve KİT'ler, Tarih Vakfı Yurt yayınları

A. Cengiz (1997): "Alman Mali sermayesinin yapısı üzerine notlar", içinde: Özgürlük Dünyası, Sayı: 85

DİE (2000): Aylık İstatistik Bülteni, HaziranDPT (1988): VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı, karayolu taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara

K. Dohse (1989): "Konzern, Kontrolle, Arbeitsprozeß: Überlegungen zum Verhältnis von Konzernzentralen und Konzernbetrieben", içinde: Prokla, Zeitschrift für kritische Sozialwissenschaften

Dünya (2000): Otomotiv ve Yan Sanayi Dosyası, 28 Ağustos

Ekonomik Forum (1999): "Dosya: Otomotiv Sanayii", Nisan

Ekonomist (1997): "Otomotiv yan sanayii ana sanayii solladı", 12 Ekim

Ekonomist (1998): "Otomotivde ihracat yüzde 5 azaldı", 8 Şubat

F. Ercan (1998): "Neoliberal Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Değişen Sermaye İçi Bileşenler", içinde: İktisat Dergisi, Sayı: 378

Globus (2000): Sektör Özel Dosyası: Otomotiv, Mart

A.Hermanns/U.K.Wissmeier (eds.) (1995): Internationales Marketing Management

R. C. Hill (1987): "Global Factory and Company Town: The Changing Division of Labour in the İnternational Automobile Industry", içinde: J. Henderson/M. Castells (eds.): Global Restructuring and Territorial Development

Hürriyet (2000): "Otomotiv ihracatı 2.3 milyarı aştı", 3 Aralık

Hürriyet Business Week (1998): "Türkiye, otomobil motoru ihracatına da damgasını vurdu", 13 Aralık

Hürriyet Business Week (1997): "Otomobil Yol Ayrımında", 21 Aralık

Hürriyet Business Week (1998): "Bazı Fabrikalar Kapanacak", 4 Ocak

Hürriyet Business Week (1998): "Otomotivde ihracat yüzde 5 azaldı", 8 Şubat

Hürriyet Business Week (1998): "Bu yıl otomobil satışları 380 bini aşacak", 15 Mart

Hürriyet Business Week (1998): "Krize rağmen Renault Türkiye'de vites küçültmüyor", 4-11 Ekim

Hürriyet Business Week (1998): " 350 bin işçi topun ağzında", 25 Ekim

Hürriyet Business Week (1998): "Yabancı Sermayenin Gözdesi Otomotiv", 18 Ocak

Hürriyet Business Week (1998): Bir milyon adet otomobil üretimi bu vergilerle hayal", 1 Şubat

Hürriyet Business Week (1998): " Japon otomobil devi hedefini yarıya indirdi", 5 Nisan

Hürriyet Pazar Ekonomi (2000): "Yeni Meksika Türkiye", 30 Temmuz

IG Metall (2000): Automobilindustrie, Branchenanalyse

A.İ.İlkbahar (1999): "Gümrük Birliği'nin 4. Yılında Türk Otomotiv Sanayii", İSO Dergisi, Mart 1999

IMF (1997): Auto Report, Genf

IMF (1998/1999): Auto Report, Genava

IMF (2000): Auto Report, Genf

IMF (2000): Prospects for the Global Metal Industry

İSO (1999): "Otomotiv vitesi boşa aldı", Sayı: 396, Mart

İTO (1997): "Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayii'nin ve Otomotiv Yan Sanayii'nin Rekabet Gücü", yayına hazırlayan: O. Orhan; yayın no: 54)

D. Jones/J. Womack (1985): "Developing Countries and the Future of the Automobile Industry", içinde: World Development, vol. 13, no. 3

U. Jürgens (1988): "Risiken und Chancen der gegenwärtigen Umstrukturierungen in der Weltautomobilindustrie für die Arbeitnehmer", içinde: B. Dankbaar/U. Jürgens/T. Malsch (hrsg.): Die Zukunft der Arbeit in der Automobilindustrie, WZB Verlag

U. Jürgens/T. Malsch/K. Dohse (1989): "Moderne Zeiten in der Automobilfabrik",

Springer Verlag

I. Karmokolias (1990): "Aussichten für die Kfz-Industrie in Entwicklungsländern", içinde: Finanzierung und Entwicklung, September

M. Keller (1996): Otomobil Devlerinin Yarışı, çev. F. Görmüş, Güncel yay.

manager magazin (1993): “Standorte”, Nr. 7
manager magazin (1993): “Die Jagd ist auf”, Nr. 12
manager magazin (1995): “Modellwechsel”, Juni
manager magazin (1995): “Der Aufbruch”, Juli
manager magazin (1995): “Autoindustrie”, September
manager magazin (1995): “Nur Größe zählt”, November
manager magazin (1996): “Wir bekommen das hin”, März
manager magazin (1996): “Opel goes global”, Januar
E. Mandel (1992): “Uluslararası Ekonomide İkinci Kriz”, çev.
Y.Alogan, Koral yay.
C.A. Michalet (1997): “ Strategies of Multunationals and Competition for Foreign Direct Investment, Foreign Investment Advisory Service, Occasional Paper 10
Milliyet (1995): “Otomotivde Birlik kaygısı”
Milliyet (1997): “Avrupa işçileri birleşin”, 24 Mart
Milliyet (1996): “Yan sanayiden 4 bin işçi çıkıyor”, 17 Kasım
Milliyet (1997): “Otomotivde montaj kavgası”, 7 Ekim
Milliyet (1998): “Markalar Kalır, üreticiler batar”, 22 Mart
Milliyet (1999): “Bizim işçi için otomobil hayal”, 21 Mart
Milliyet (1999): “ Türk otomobiline Avrupa yolu açılacak”, Helsinki Zirvesi Özel Eki, 10 Aralık
Milliyet (2000): “Fiat-GM ortaklığı 2 milyar dolar tasarruf sağlayacak”, 15 Mart
Milliyet (2000): “Anadolu Grubu üç kıtaya yayılıyor”, 8 Nisan
Milliyet (2000): “Gürbulak’tan önce Halkalı ve Gebze var”, 4 Ağustos
K. Mund (1995): “Hausaufgaben Türkischer Unternehmen in den nächsten Jahren” içinde: “Erfolgreiches Wirtschaften in der Türkei” adlı konferansa sunulan tebliğ
D. Nolte (1991): “Perspektiven der bundesdeutschen Automobilindustrie”, içinde: WSI-Mitteilungen, Nr. 6
D. Nolte (1994): “Entwicklungstendenzen in der Weltautomobilindustrie”, içinde: WSI-Mitteilungen, Nr. 9
OSD (2000): Aylık İstatistik Bilgiler Bülteni, Haziran
H. Proff/H. V. Proff (1997): “Möglichkeiten und Grenzen hybrider Strategien”, in: DBW 57, 6 Jg.
Radikal (1999): “Renault emekli edip kara geçiyor”
R.Reich (1992): “Gelecek beyin Gücü ile Aştyapıda”, içinde: NPQ Türkiye, cilt 1, sayı 3, Kış
R. Ross/K.Trachte (1990): “Global Capitalism: The New Leviathan”
G. Schanz/H. Döring (1998): “Kontinuität im Wandel”, içinde: Zeitschrift für
Betriebswirtschaft, Jg. 68, H.9
D. Schwarz (1997): “Die europäische Automobilindustrie”, Eine Fallstudie der europäischen Wettbewerbspolitik, Universität Hohenheim, www. europa.eu.int/comm/competition
H. Shaiken (1991): “Transferring High Tech Production to Mexico”, içinde: Colombia Journal of World Business, Yaz
M. Sönmez (1982): Türkiye Ekonomisi’nde Bunalım, Belge yay.
L. Thurow (1994): Kıran Kırana, çev. A. Karasu, Afa yay.
E. A. Tonak (1998): Çok Taraflı Yatırım Anlaşması Üzerine Kısa Bir Değerlendirme, Türk Harb-İş Sendikası
TÜSİAD (1990): Ülke Stratejisi Projesi, Otomotiv Sanayii Alt Komite Raporu, İstanbul
UNCTAD (1998): World Investment Report
Ç. Ünüsan (1994): “2000’li yıllara doğru Türk otomobil endüstrisi”, içinde: İktisat Dergisi, Sayı: 353-4, Ekim-Kasım
K. Williams v.d. (1995): “Management Practice or Structural Factors: The Case
of America versus Japan in the Car Industry”, hangi yayın?
Wirtschaftswoche (1999): “In die Ferne schweifen”, Nr. 28, 8.7
Wirtschaftswoche (1999): “Zwang zur Größe”, Nr.29, 15.7
Wirtschaftswoche (1999): “Heißer Tanz” ve “Start mit dem Zeigefinger”, Nr. 36, 2.9
Wirtschaftswoche (2000): “Autoindustrie”, Nr. 15, 6.4
Wirtschaftswoche (2000): “Kein Aschenbrödel mehr”, Nr. 23, 1.6
Yeni Binyıl (2000): “Sabancı günah çıkardı”, 27 Temmuz
Yeni Binyıl (2000): “Canlanmaya Darbe”, 30 Temmuz