

Sona yaklaşırken

Haşim Çavuşoğlu 23.02.2009

Geçtiğimiz aralık ayında tüm dünya medyasının büyük bir dikkatle izlediği ve neredeyse global krizin sembollerinden biri haline gelen GM ve Chrysler'in kurtarma operasyonu, her iki firmanın da geçtiğimiz hafta içerisinde "beklenen" açıklamaları yapmalarıyla, kendi gelecekleri hakkında yapılan tartışmaları yeniden alevlendirmiş oldu.

Hem GM, hem de Chrysler, geçen hafta içinde yeniden yapılandırma ile ilgili olarak yaptıkları açıklamalarda, geçtiğimiz aralık ayındaki tahminlerinden daha kötü bir pazarla karşı karşıya kaldıklarını ve yeniden nakit yardımına ihtiyaç duyduklarını açıkladılar.

Bugüne kadar onaylanmış 17,4 milyar dolarlık yardıma ilave olarak her iki firmada, toplam 21,6 milyar dolar daha nakde ihtiyacı olduğunu iletti.

Bu çerçevede GM, tüm dünyada 47 bin çalışanın işine son vereceğini ve 2012 yılına kadar dört tane üretim tesisini daha kapatacağını açıkladı.

Benzer şekilde Chrysler de 3000 kişinin işine son vereceğini ve üretim kapasitesini düşüreceğini açıkladı.

Yapılan bu açıklamalar, hem çiçeği burnunda senatonun, hem de otomotiv medyasının beklediği şekilde, her iki firmanın da "kendilerini kurtarmaktan son derece uzakta olduklarını" bir kez daha gözler önüne sermiş oldu.

Ayrıca GM, açıklamanın hemen ardından Saab ve Opel'in ana firmadan bağımsız hale getirilmesi için çok hızlı bir çalışma başlattı. Şu an için ilk aşamada Saab'ın tamamen bağımsız bir firma haline getirilmesi ve İsveç hükümetinden yardım alınarak gerekirse iflas koruması altında yeniden yapılandırılması planlanıyor.

Durumu Saab'tan daha iyi olan Opel için ise bağımsız hale gelmek, hem Alman hükümetinden yardım almayı kolaylaştıracak, hem de gerektiğinde firmanın satışını kolaylaştıracaktır.

Chrysler ise elinde GM kadar çok miktarda marka bulundurmadığı için elindeki tüm imkanları kullanarak küçülmeye çalışıyor.

Daha önce de söylediğimiz gibi, tamamen devlet desteği ile ayakta durabilen bu firmaların mevcut ağır ekonomik kriz altında yeniden yapılanabilmeleri için iflastan başka çıkar yol gözükmüyor.

İflas yorumları yapılır yapılmaz tüm medyayı ve Amerikan senatosunu "iflas durumunda çıkacak faturanın daha yüksek olması ve işsizliğin patlaması" ile korkutan GM ve Chrysler yönetiminin, yardıma devam edilmesi durumunda toplam maliyetin ne olacağıyla ilgili olarak net bilgiler vermesi gerekiyor. Zira şu an kullandıkları para, tüm Amerikan halkına ait.

Obama hükümeti de bu gerçeği görmüş olacak ki, ilk yardım paketinin onaylandığı zamandaki kadar agresif olmaktan vazgeçmiş gözüküyor.

Önlerindeki en önemli soru, hangi formülün daha az sosyal probleme yol açacağı. En büyük gerçek ise, alınan karar ne olursa olsun, sona bir adım daha yaklaşıldığı...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Sona yaklaşırken -2

Haşim Çavuşoğlu 02.03.2009

Geçtiğimiz hafta GM ve Chrysler'in yeni ABD Senatosu'na sunduğu "hayatta kalma planı"ndan sonra gözler, bu konu ile ilgili son kararı verecek "Otomobil Kurulu"na çevrildi.

Konunun önemi ve aciliyeti göz önünde bulundurulduğunda, kurulun kararını çok kısa bir süre içerisinde vereceğini tahmin etmek zor değil.

Ancak senatoya yapılan sunumların hemen ardından, *New York Times*, *Wall Street Journal* gibi gazetelerin ekonomi sayfalarında, bugüne kadar yazılanlardan çok daha farklı –ve belki de ilk defa konuyu doğru açıdan değerlendiren- yazılar çıkmaya başladı.

Bugüne kadar genellikle "zarar ediyorsa kapatsınlar" ana fikri üzerine yapılan yorumlar, krizin derinleşmeye devam etmesi ve işsizliğin tüm dünyada en önemli sosyal problemlerden biri haline gelmesi nedeniyle "sosyal açıdan hangi çözüm daha doğru olur" yönüne doğru kaymaya başladı.

Yorumların yön değiştirmesi gayet beklenen bir durumdu, çünkü krizin başlarında ABD ekonomisinin iki tane otomobil firmasının kapanmasını rahatça kaldırabileceği, işsizlik oranının beklenenden daha düşük olacağı ve hatta işsiz kalan insanların ülkedeki yabancı otomotiv yatırımlarına kaydırılabileceği düşüncesi hâkimdi.

Ancak krizin kendini iyiden iyiye hissettirmesinin üzerinden yaklaşık altı ay geçti ve işleri kötü giden tek sektör otomotiv değil. Bunun da ötesinde, zarar eden otomotiv firmaları sadece GM ve Chrysler de değil.

Geçtiğimiz haftalarda ardı ardına yapılan açıklamalar, Toyota gibi dünyanın en sağlıklı otomotiv firmalarının bile krizi çok ciddi hissettiğini gösteriyor.

Ancak diğer yandan, GM ve Chrysler yönetiminin "batarsak milyonlarca kişi işsiz kalır" tehditleri de çözüm değil. Zira GM, geçtiğimiz hafta yaptığı açıklamada 2008 yılında 40 milyar dolar zarar ettiğini kaydetti ve bu miktarda zarar eden bir firmanın –sektörü ne olursa olsun- ciddi bir yeniden yapılanmadan geçmeden ayakta kalması imkânsız.

Bugünkü ekonomik koşullarda bu yeniden yapılanmanın tanımı, iflas koruması altına girerek hızlı bir küçülme sürecinden geçmek olmalı.

Zira krizin dip noktasını en deneyimli ekonomistlerin dahi tahmin edemediği böyle bir dönemde, ABD

hükümeti, bu firmalara çok daha uzun süre nakit enjeksiyonu yapmak zorunda kalabilir ve buna rağmen, firmalar kurtulamayabilir.

O aşamaya gelinirse, bu firmaların tamamen kapatılması söz konusu olabilir ki en büyük sosyal problem de o zaman ortaya çıkacaktır.

Daha da önemlisi, o zaman ortaya çıkacak olan sosyal problemlerin gerek işsizlik sonucu oluşacak tüketim düşüşü gerekse bu firmalara parça imal eden firmalarda oluşacak talep düşüşü nedeniyle, Türkiye gibi ana gelir kaleminin otomotiv olduğu ülkelere uzun vadeli ekonomik etkileri olacaktır.

Yani bu problem hepimizin problemi ve istesek de istemesek de o kurulun alacağı karar, gelecekte hepimizi etkileyecek.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Duygusal Cenevre

Haşim Çavuşoğlu 09.03.2009

Bu yıl kapılarını ziyaretçilere açan 79. Cenevre otomobil fuarı, sergilenen yenilikler açısından eskilerinden daha sönük gibi gözüktse de şu anda otomotiv sektörünün yaşadığı ağır krizi göz önünde bulundurursak, ortalamaların üzerinde bir canlılığa sahip olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

Öncelikle bu yılki fuarın ana teması duygu idi. Tüm dünyada tarihi bir küçülme yaşayan otomotiv sektörü, son yıllarda artan çevrecilik trendlerine tamamen duygusal (!) sebeplerle ayak uydurmaya çalışırken, üzerine eklenen global krizle yine tamamen duygusal (!) bir duygusallık ortamı yaratmaya çalışıyor.

Aslında haksız da sayılmazlar, zira bu devirde herkes kenardaki birikimini gözü gibi saklamaya çalışırken, otomobil almanın yegane sebebi duygusallık olabilir sanırım.

Fuarda en çok konuşulan model, BMW'nin yeni bir konsept olarak tanıttığı GT oldu.

BMW 5 serisi platformu üzerine konulmuş bu otomobil, yapılan açıklamaya göre 7 serisi kadar geniş bir iç mekana sahip ancak X5 ve X6 kadar yüksek değil. "Böyle bir otomobile kimin ihtiyacı vardı" sorusuna ise BMW, yaptıkları araştırmaların sonuçlarını gösteriyor. X6 ya dahi tam olarak alışamamışken, bu otomobil bana çok uzak geliyor.

Fuarın bir başka yeniliği ise Mercedes'ten geldi. Geçmişte E serisi Coupe olarak adlandırılan modeli CLK olarak değiştiren firma, şimdi yeniden E serisi Coupe'ye geri dönüyor. Bu değişimin ardındaki en önemli sebep ise firmanın daha küçük bir C serisi Coupe yaratmak istemesi. Otomobilin ilk basın fotoğrafları gerçekten çok güzel duruyor. Bu arada Mercedes, Coupe ile birlikte kısa süre önce tanıttığı yeni E serisini de fuarda sergiliyor.

Bu iki otomobil dışında dikkat çeken bir diğer yenilik ise yeni Polo oldu. Görünüm olarak yeni nesil Golf'e benzeyen Polo, zengin donanım seçenekleri ile başarılı olma potansiyeli yüksek bir model olacak gibi duruyor.

Bunun dışında fuar boyunca birçok kişinin gözünden kaçmayan bir otomobil daha vardı. Brilliance BS4. Klasik station wagon olarak hazırlanmış bu otomobil, son derece şık bir görünüme sahip ve artık Çin otomobil endüstrisinin Avrupa'ya ne kadar yakın olduğunu gösteriyor. Bu otomobil, makul bir güvenlik ve teknoloji ve rakiplerinin altında kalacak bir fiyatla satılabilirse, Çin otomobillerinin başarısına önemli bir katkıda bulunacaktır.

Fuar yenilikleri içerisinde en garipsediğim yeniliklerden biri Seat Exeo oldu. Bu otomobil, üretimi henüz biten eski nesil A4'ün önü ve arkası "Seatlaştırılmış" bir versiyonu. Exeo, Seat'ın Türkiye gibi "sedan sever" pazarlardaki satışlarını canlandırmak için aldığı bir karar ancak otomobilin genel profili diğer Seat modelleri ile uyumlu değil ve Seat'ta bir sedan üreticisi değil. Bu otomobilin VW grubuna istenen başarıyı getirip getirmediğini zaman içerisinde göreceğiz.

Bu yazıyı yazdığım sıralarda fuar devam etmekteydi ve tüm dünya basını "GM iflas mı ediyor" haberleri ile çalkalanıyordu. Diğer yandan Chrysler, Fiat ile yaptığı anlaşma sayesinde ABD hükümetinden aldığı yardımın arkasının gelmesi için uğraşıyordu.

Her iki firma için son aşamaya gelmiş olan bu kriz devam ederse, otomotiv dünyasının profili ciddi biçimde değişecektir.

Yaşanan bu krizden en az sayıda insanın zarar görmesi ve seneye de aynı firmaların modelleri hakkında yazılar yazabilmek şimdilik en büyük dileğimiz.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Ocak, Opel ve Bunalan Otomotiv

Haşim Çavuşoğlu 16.03.2009

Geçtiğimiz pazartesi günü yayınlanan ocak ayı imalat sanayi verilerine göre ülkemizde otomotiv sektörü, geçen yılın ocak ayına göre yüzde 60.3 ile en çok düşen sektör oldu.

Her krizde ilk etkilenen sektörlerden biri otomotiv olsa da bu seferki durum çok daha farklı gibi gözüküyor.

Öncelikle daralmanın boyutu, yerli otomotiv sanayinde kalıcı hasar bırakabilecek kadar yüksek. Zira otomotiv ve yan sanayi üretimi, diğer birçok sektörde olduğu gibi, belli bir ölçeğin üzerine gerçekleştiğinde kar getiren bir sektör. Dolayısı ile firmaların üretim adetlerini küçültmesi, karlılığın erimesine yol açarak zaten ciddi miktarda yatırım borcu olan sektörü finansal bir darboğaza sokabilir.

Otomotivin ülkemizin en büyük sektörü olduğu dikkate alınırsa, böylesine bir küçülmenin bir süre daha devam

etmesi durumunda ne derece ciddi bir hasar bırakacağını tahmin etmek güç olsa da oluşacak istihdam azalmasının krizi diğer sektörlere kanserli bir hücre gibi yayacağı ortada.

Diğer yandan dünyadan gelen haberlerde çok iç açıcı değil.

Bir başka kanserli hücre de GM'in içinde yayılmaya devam ediyor ve yakın zamana kadar Kuzey Amerika operasyonlarıyla kısıtlı kalan nakit ihtiyacı Avrupa operasyonlarına da sıçramış durumda.

Bu noktada durumu en kritik olan firmalardan biri de Opel.

Opel, GM'in Avrupa, hatta dünyadaki en büyük operasyonlarından biri ve bu markanın da aynı Kuzey Amerika'daki diğer GM markaları gibi çok acil nakde ihtiyacı bulunuyor.

Krizin başlangıcından bu yana bir kurtarma paketi üzerinde çalışan Alman hükümeti, "bu paranın ülke dışına çıkmaması ve sadece lokal istihdamın korunması için kullanılmasını" şart koştuğu için GM, şu sıralar Opel'i bağımsızlaştırmaya çalışıyor. Bu çerçevede yapılan açıklamada GM, Opel'in yüzde 50'sinden fazlasının satılabileceğini ilettiler.

Eğer bu durum gerçekleşmez ise, Opel de ana firmaya bağlı olarak ciddi bir krizin içine sürüklenebilir ve bu durum zaten yüzde 60 küçülmüş Türk otomotiv sektörünü daha da derinden etkileyebilir.

Çünkü Opel, ülkemizdeki otomotiv yan sanayinin önemli müşterilerinden biri ve Opel'de yaşanacak ciddi bir küçülme, yerli sanayinin bir kısmını tamamen yok edebilir.

Sonuç olarak GM'in zorunlu olarak aldığı bu kararı, hızlı bir şekilde uygulamaya koymasını dilemekten başka bir çare gözüküyor. Çünkü dışarıdan bakıldığında hepimizi ürküten bu durum, global ekonominin bir gerçeği ve bekleyip görmekten başka yapılacak bir şeyde yok.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Otomobil alma zamanı

Haşim Çavuşoğlu 23.03.2009

Bir yandan teğet geçemeyen global kriz, diğer yandan dövizin son aylardaki hızlı tırmanışı ile tarihinin en zor günlerini geçiren Türk otomotiv sektörü, geçtiğimiz pazartesi günü yürürlüğe giren ÖTV indirimi ile birlikte, inanılmaz bir satış patlaması yaşadı.

Uzunca bir süredir konuşulan bu uygulama ile ilgili olarak bugüne kadar çok da iyimser bir tavır içinde değildim.

Zira kriz dönemlerinde otomobil satışlarının düşmesinin ana sebebinin, otomobil fiyatlarının yüksekliğinden

değil, insanların birikimlerini koruma isteğinden ve borçlanmaktan korkmasından kaynaklandığını düşünüyordum.

Dövizdeki artışa rağmen fiyatlarını artırmayan, hatta ciddi indirimler uygulayan firmaların buna rağmen satışlarını artıramamış olması da bu tezi doğruluyordu.

Ancak gözüken o ki, bu indirim belirli bir süreliğine yapıldığı için, birçok tüketici de böyle bir fırsatın bir daha yakalanmayacağını düşündü ve soluğu bayilerde aldı.

Etrafımda otomobil almayı düşünen bazı insanlar ile konuştuğumda, birçok bayiinin stoklarını ilk 1-2 gün içinde tükettiğini ve sıra yazmaya başladığını öğrendim.

Bu gelişme otomotiv endüstrisi açısından son derece olumlu olsa da uzun vadede sektörün sorunlarını çözmesi mümkün değil.

Zira geçici olarak uygulamaya konulan bu çözümler, ülkemizde otomotivden alınan vergi yükünün anormal olduğu gerçeğini değiştirmiyor.

Bununda ötesinde ÖTV indirimi gibi uygulamalar, geçici olarak ikinci el fiyatlarını da düşürdüğü için, elindeki otomobili yenilemeyi düşünen tüketicinin işine yaramıyor.

Ancak otomotiv endüstrisinin uzun vadeli sorunlarını bir kenara bırakırsak, mevcut durum, otomobil almak isteyen kişiler için çok ciddi bir fırsat içeriyor.

ÖTV indirimi, firmaların fiyat indirimleri ve artan döviz bir araya geldiğinde, piyasa da satılan birçok otomobili bir daha bu fiyatlarla bulmak mümkün olmayacaktır.

Yani otomobil almayı düşünüyorsanız, şimdi tam zamanı.

Ancak otomobil ihtiyacınız yok ise, sadece ÖTV indirimi nedeniyle otomobil almanın ne kadar doğru olduğu da tartışılır.

Çünkü otomobilin bir yatırım aracı olarak algılandığı günler çok gerilerde kaldı ve ekonomi ister iyi ister kötü olsun ikinci eldeki değer kayıpları Avrupa seviyesinde.

Diğer yandan bu indirim sonrasında birçok kişi otomobil ihtiyacını karşılayacağı için ikinci eldeki değer kayıpları bir süre daha devam edecektir. Eğer kısa vadede başka bir sebeple nakit ihtiyacı duyma riskiniz var ise, bu indirim, getirdiği avantajı, otomobili satmak istediğinizde fazlası ile götürecektir.

Sonuçları ne olursa olsun, ÖTV indiriminin sektöre bir nefes aldıracağı kesin. Ancak alınan bu nefesin ne kadar uzun süreli olacağını ise zaman gösterecek.

Yalancı bahar

Haşim Çavuşoğlu 30.03.2009

ÖTV indiriminin başlamasının üzerinden sadece iki hafta geçmiş olmasına rağmen sektörde yüzler gülmeye başladı.

Otomotiv üretici ve ithalatçılarından gelen bilgilere göre, bu yasa ile eritilmesi düşünülen 100 bine yakın stokun çok büyük bir kısmı satılmış durumda. Hatta bu indirim sonunda stokları eriyen ithalatçılar yeni siparişler vermeye, yerli üreticilerde tekrar üretim yapmaya başladılar.

Şu ana kadarki tablo, ÖTV indiriminin amacına fazlası ile ulaştığını gösteriyor.

Ancak diğer yandan firmalar, ÖTV indirimi sona erdikten sonra neler olacağını düşünmeye başladılar. Zira indirim bittiğinde yaz aylarına girilmiş olunacak ve normal ekonomik koşullarda bile satışların yavaşladığı düşünülürse, 2009 yazının sektörün tamamen durduğu bir dönem olacağı kesin.

Bu noktada hükümetin, sektörün kurtarılması adına daha uzun vadeli önlemler alması gerekiyor.

Bu seçeneklerden ilk akla gelenler, 2001 yılındakine benzer bir hurda indirimi uygulamasının düzenli hale getirilmesi veya araç parkını yenileyecek ticari kuruluşlara vergi muafiyetleri getirilmesi şeklinde sıralanabilir.

Eğer bu ve benzeri uygulamalar hayata geçirilmez ise, şu sıralar çalışmaya başlayan yerli otomotiv sanayi, talep karşılandığında tekrar duracak ve birkaç ay içinde, işçi çıkarma operasyonları tekrar başlayacaktır.

Otomotiv endüstrimizin ihracata dayalı bir endüstri olduğu gerçek. Ancak iç pazarda yaratılacak suni canlılıkların, istihdam sorununa bir nebze olsun katkıda bulunması mümkün.

Dünyadaki otomotiv sektöründe de durum pek iç açıcı değil.

Amerikan senatosunun GM ve Chrysler'in kaderini belirleyeceği ikinci yardım paketinin görüşmeleri yarın yapılacak ve GM'in senatoya verdiği planlarda halen büyük eksiklikler olduğu konuşuluyor. Bush yönetiminin son günlerinde, ilk yardım paketi geciktiği için eski senatoyu topa tutan demokratların bile şu sıralar sesi soluğu çıkmıyor.

Zira batması durumunda 50 milyar dolara yakın bir fatura çıkacağı öngörülen GM, şu ana kadar 13,4 milyar dolarlık yardım aldı, 16,6 milyar dolar daha istiyor ve şu ana kadarki maliyet 30 milyar dolar olmasına rağmen tünelin ucunda ışık gözükebilmiş değil.

Sonuç olarak yarın Amerikan senatosunda alınacak karar, global otomotiv endüstrisinin kaderini tamamen değiştirebilir. Bu değişimin ülkemiz otomobil endüstrisini olumlu şekilde etkilemesi ise en büyük dileğimiz.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

İyi – Kötü - GM

Haşim Çavuşoğlu 06.04.2009

Geçtiğimiz hafta yapılan ve global otomotiv sektörünün nefesini tutarak izlediği “Amerikan otomotiv endüstrisinin kurtarılma” görüşmeleri şimdilik çok önemli ve sansasyonel gelişmeler ile sonuçlandı.

Obama, bir yandan GM’in planını yetersiz bulurken, diğer yandan Chrysler’in Fiat ile yapmayı planladığı ortaklığı netleştirmesi için 30 günlük süre verdi.

Konu ile ilgili olarak yapılan açıklamada, kontrollü ve önceden planlanmış bir iflasın her iki şirket için olası seçeneklerden biri olduğu büyük bir açıklıkla belirtildi.

GM’in planının yetersiz bulunması gerek global otomotiv basınının, gerekse bizim bu köşede uzunca bir zamandır üzerinde durduğumuz sebeplere dayanıyor.

Amerikan hükümetinden yardım alamaması durumunda sadece birkaç aylık ömrü kaldığını açıkça belirten bir şirketin, kurulduğu günden bu yana sürekli zarar eden markaları kapatmak için dört-beş yıllık planlar yapması kabul edilebilir bir durum değil ve sürekli olarak bu yardımı finanse eden Amerikan vatandaşları tarafından da tepki ile karşılanıyor.

Chrysler cephesi ise, yaptığı tüm sürdürülebilirlik planlarını Fiat ile yapacağı ortaklığa bağladığı için, bu ortaklığın olmaması durumunda Chrysler’in geleceğinden bahsetmek pek mümkün olmayacak.

Sonuçta her iki şirkette ev ödevlerini iyi yapmadıkları için senato tarafından ciddi biçimde uyarılarak, eksiklerini kapatmaları için tekrar geri gönderildiler.

İşte tam bu sırada GM’in yönetim kurulu, şirketin başındaki isim olan Rick Wagoner’ın CEO’luk görevinden ayrılacağını, yerine CFO Fritz Henderson’ın getirileceğini açıkladı.

Bu karar ile hem otomotiv krizi ilk kurbanını verdi, hem de GM, senatonun kendisinden beklediği radikal planları, para musluğunun başındaki kişi ile acilen gerçekleştireceğinin mesajını vermiş oldu.

Ancak GM için gelecek halen çok belirsiz.

İflas ilan edilmesi durumunda şirketin, daha önceki bazı örneklerde olduğu gibi, iyi ve kötü GM olarak ayrılarak, sağlıklı bölümlerin bir an önce kurtarılması seçenekler arasında.

Hiç şüphesiz iflas opsiyonu, şirketin hızla ıslah edilmesi için önemli bir adım ancak diğer yandan sağlıklı olan bölümlerin kar elde etmesi için yüksek talebe sahip bir global ekonomiye de ihtiyaç var ve o da şu sıralar kimsenin çözüm bulamadığı bir sorun.

Yine de Obama'nın söylediği gibi, sonuç her ne olursa olsun, bir Amerikan devinin ve otomotiv sektörünün en önemli oyuncularından biri olan GM in kaderine terk edilmemesi gerektiği açık.

Ancak kendisini kurtarmak için nasıl bir senaryonun planlandığını bekleyip göreceğiz.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

22.000

Haşim Çavuşoğlu 13.04.2009

Geçtiğimiz hafta elime aldığım bir gazetenin, dikkat çekmeyen köşelerinden birine sıkıştırılmış olarak gördüm yukarıdaki rakamı.

Türkiye’de geçtiğimiz beş sene içerisinde trafik kazalarında ölen insan sayısı.

Öylesine basit duruyordu ki karşımda, bırakın insan canını, kesilen ağaç sayısı bile olsa ayıp kaçacak kadar duyarsızdı.

Ancak sonradan fark ettim yaptığım hatayı...

Çünkü orada ölenler Ahmet, Ayşe, Elif, Hasan değildi.

O ölenlerin hiçbiri annemiz, eniştemiz, yengemiz, dayımız da değildi.

O ölümlere sebep olanlar da Mustafa, Yılmaz, Fatma değildi elbette.

Hiçbirinin oğlumuz, halamız ve amcamız olmadığı gibi.

O ölenlerin hepsi, bu dünyaya ait olmayan bir yerden, ana haber bültenlerine malzeme olarak gönderilmişler, daha sonra da yine nereden geldiğini bilmediğimiz, trafik canavarı adlı bir yaratık tarafından öldürülerek misyonlarını tamamlamışlardı.

Biz yollarımızdaki çukurları kapattığımız, otoyollar yaptığımız, Avrupalılarla aynı otomobilleri kullandığımız için gelişmiş ülkeler kulübüne çoktan girmiştik zaten.

Ölen uzaylılar öncelikli sorunumuz değildi.

Önce doğal afetler, terör, cinayet, hastalık sebebiyle ölen insanlarımız vardı düşünmemiz gereken...

Uzaylılara sonra sıra gelecekti.

.....

Rahatsız mı olmaya başladı vicdanınız?

.....

Koyun bakalım o 22.000 mezarı yan yana....

Geride kalan ailelerini de çağırın mezarlarının başına....

Bir bakın bakalım o fotoğrafa, bulmaya çalışın, uzaylıları, trafik canavarını....

Bulamadınız mı?

Ben de bulamadım.

Ölenler bizim insanımız olmasın sakın?

Trafik canavarı dediğimiz yaratığın bir T.C. kimlik numarası olmasın?

.....

Yok yok, kesin uzaylıydı onlar...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Opel

Haşim Çavuşoğlu 20.04.2009

Şu günlerde iflastan kurtulmak için soğuk terler döken GM in Avrupa'daki en önemli markası hiç şüphesiz Opel.

Opel, GM'in sadece jenerik otomobiller üreten anlamsız markaları yanında, özgün dizaynı, güncel teknolojileri ve bağımsız satış ağı ile belki de en çok ihtiyaç duyduğu markalardan biri.

Ancak GM o kadar zor durumda ki, adım adım sürüklendiği iflastan kurtulabilmek için Opel markasını da satışa çıkarmış durumda.

Fakat Opel, GM grubunun altyapısı ile o kadar iç içe geçmiş durumdaki, öncelikle bağımsız olarak hareket edebilen bir firma haline gelmesi gerekli.

Arkasından yarıdan çoğunun satılarak, hem GM'in ihtiyacı olan gelirin elde edilmesi, hem Alman hükümetinden yardım alınabilmesi için gerekli altyapının oluşturulması, hem de Opel'in olası bir GM iflasından imaj kaybına uğramadan ve GM üzerinde daha büyük bir finansal yük yaratmadan kurtarılması gerekiyor.

Buraya kadar gayet akla yatkın gibi gözükse de bu planda GM in hesaba katmadığı ve tüm otomotiv sektörünün merak ettiği bir soru var: Opel, tek başına ayakta kalabilecek mi?

Opel'in, elindeki tüm yeni projeleri hayata geçirmek ve rekabetten kopmamak için ciddi bir finansmana ihtiyacı var.

Bu finansmanın GM de olmadığı belli ancak mevcut kriz ortamında, Toyota gibi dünyanın en kârlı firmalarının dahi zarar ettiğini göz önünde bulundurursak, bu finansmanın kimde olduğu da –daha doğrusu bu finansmanı kimin sağlamak isteyeceği de belli değil.

Opel'i satın alacak bir firma bulunsun dahi –yapılacak bu yatırımın geri dönüp dönmeyeceği, dönerse ne kadar zamanda döneceği de ayrı bir sorun.

Bu noktada da Opel'i kimin alacağı büyük bir soru işareti.

Eğer alacak olan firma, otomotiv dünyasının bilinen isimlerinden biri olursa, o zaman satınalma, arge ve satış konularında yaratacağı sinerji ile firmayı orta vadede kârlı duruma geçirmesi mümkün.

Ancak Opel, otomotiv işinde olmayan bir yatırımcı grup tarafından satın alınırsa, o zaman Chrysler'in yaşadığı sorunları yaşayabilir.

Yaşanan tüm bu belirsizliğe rağmen Opel, ürün gamını baştan aşağı yeniliyor ve bir anlamda yaşadığı krize meydan okumaya çalışıyor.

Bu savaştan kimin galip çıkacağı ise meçhul.

Ancak sonuç ne olursa olsun, otomotiv dünyasındaki taşların yakın zamanda yerinden oynayacağı kesin.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Fiat nereye koşuyor?

Haşim Çavuşoğlu 27.04.2009

Bugünlerde otomotiv basını haber bulmakta hiç zorlanmıyor.

Neredeyse her sabah yeni bir haberle uyanıyor, her hafta bambaşka dedikoduları takip ediyoruz.

Geçen haftaya damgasını vuran en önemli gelişme, hiç şüphesiz, Fiat'ın zor durumdaki Opel ile ilgilendiğini açıklaması oldu.

Bir yandan Chrysler ile flörtü devam eden Fiat, şimdi de Opel için teklif vermeye hazırlanıyor.

Fiat'ın efsanevi CEO'su Sergio Marchionne, her iki satın almayı da aynı anda takip edip tamamlayabilecek güce sahip olduklarını açıklasa da durum o kadar da basit gibi durmuyor.

Bu birleşme ile ilgili olarak gerçekleşebilecek iki tane senaryo var.

İyi Senaryo:

Marchionne'nin öngörüsüne göre, uzun vadede bir otomobil üreticisinin ayakta kalabilmesi için yıllık 5,5 milyondan daha fazla üretim yapması şart. Eğer Fiat, Opel ve Chrysler'i aynı anda alabilirse, dünya sıralamasında dokuzuncu sıradan beşinci sıraya yükselecek (Toyota, GM, VW ve Ford'un ardından).

Ayrıca Fiat, Chrysler'i aldığı anda yeniden Kuzey Amerika pazarına girebilecek, Opel'i aldığı anda da özellikle satın alma ve platform paylaşımı konularında önemli sinerjiler sağlayabilecek.

Diğer yandan Chrysler, Fiat ile anlaşabilirse 6 milyar dolar, Opel de GM'den tam bağımsız hale gelebilirse 4,5 milyar dolarlık yardım alacak.

Yani Fiat, her iki firmayı da normalden çok daha ucuza almış olacak.

Üstelik Chrysler'in Fiat anlaşması gerçekleşmez ise iflas açıklamaktan başka bir çaresi yok. Opel'in ise tek başına ayakta kalabilmesi çok zor.

Dolayısı ile bu satışın hem ABD, hem de Alman hükümetleri tarafından desteklenmesi olası.

Kötü Senaryo:

Global krizin otomobil üreticileri üzerinde yarattığı en büyük baskı atıl kapasite.

Fiat'ta en az diğer üreticiler kadar bu durumdan etkilendi ve yapılacak satın alma operasyonları bu sorunu daha da derinleştirecek. Bir fabrika kapatmanın Avrupa ülkelerindeki maliyetleri son derece yüksek ve Fiat'ın böyle bir karar alması durumunda parayı nereden bulacağı büyük bir soru işareti.

Diğer yandan Fiat ve Opel birçok segmentte birbirlerine rakip otomobiller üretiyor ve zaten elinde yeterince markası bulunan Fiat grubunun Opel ve Vauxhall gibi iki markayı daha bünyesine katmasının pazarlama açısından bir sinerji yaratması imkânsız.

Sonuç:

Fiat için kısa vadede ciddi sorunlar yaratacak ama uzun vadede Fiat'ı gerçek bir global oyuncu yapabilecek son derece riskli bir karar.

Marchionne bu sefer ateşle oynuyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Çakma iflas

Haşim Çavuşoğlu 11.05.2009

Aylardır bütün ekonomi basınının adım adım takip ettiği, her hafta yeni bir gelişmeyle tüm otomobil severlerin gündeminde kalmayı başaran GM ve Chrysler'ın geleceği ile ilgili ilk karar çıktı: Chrysler 30 nisan itibariyle iflasını ilan etti.

Ancak bu iflas, bugüne kadar gördüklerimizden biraz farklı, deyim yerindeyse 'çakma' bir iflas oldu.

Zira Chrysler, iflası ile beraber, uzun zamandan beri flört ettiği Fiat ile anlaşmaya vardığını ve Fiat'ın Chrysler'ın yüzde 20 hissesini alarak yönetimde söz sahibi olacağını açıkladı.

Bu açıklamanın hemen arkasından, hem Beyaz Saray'dan hem de Amerikan Hazinesi'nden, bu iflası ve satışı destekleyen açıklamalar yapıldı.

Tüm bu gelişmelerin birbiri ile eşzamanlı olarak yapılması, birçok kişinin kafasını karıştırırsa da, aslında bütün yapılanlar şirketi kurtarmaya yönelik atılan adımların bir parçası olarak görülebilir.

Öncelikle Chrysler, iflas koruması altında girdiği için, ilgili resmi kurumlar tarafından yönetime atanacak bir ekip ile ciddi bir rejime girecek.

Bu rejimin ilk adımı olarak, istenen ve istenmeyen tüm varlıkları iki ayrı şirket altında toplanacak. İstenen varlıklar, ki bunlar firmanın sağlıklı bir biçimde operasyonuna devam edeceği markalar, fabrikalar ve bayi ağından oluşuyor, Fiat ile birleşerek, yeni yapıyı oluşturacak.

Şirketin istemediği diğer tüm varlıklar ise, eski firmanın altında bırakılarak satılacak veya tamamen kapatılacak. Buradan elde edilecek gelir ile firma, borçlarının bir kısmını ödeyecek ve kalan kısımda, diğer firma tarafından zaman içerisinde kapatılacak.

Yeni anlaşma çerçevesinde Fiat, Amerikan hükümetine olan tüm borçlar ödenene kadar hissesini yüzde 20'nin üzerine çıkaramayacak ancak borçların ödenmesinin ardından yüzde 35'e kadar hisseye sahip olabilecek.

Fiat, bu anlaşma ile Kuzey Amerika pazarına hızlı bir giriş yapmayı hedefliyor. Mini'nin ABD de elde ettiği başarının bir benzerini 500 modeli ile yakalamak istiyor.

Chrysler'da mevcut motor ve altyapı teknolojisini, çok daha küçük, az yakıt tüketen ve ABD'li tüketicinin

beklentilerine uygun olanlarla deęiřtirmeyi planlıyor.

Bu anlaşma ile esas risk alan tarafın Fiat olduğu kesin zira Chrysler'ın Fiat ile anlaşma olmadan yoluna devam edebilmesi imkansızdı.

Ancak Fiat, Chrysler'a herhangi bir nakit ödeme yapmayacağı için, önemli bir bayi ağını oldukça cazip bir bedelle almış oldu.

Kâğıt üstünde bakıldığı zaman önemli bir sinerji yaratacak gibi gözükken bu anlaşmanın pratikte nasıl çalışacağını ise bekleyip göreceğiz.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bıçak gibi

Haşim Çavuşoğlu 25.05.2009

2009 yılı, global otomotiv sektöründe taşların yerinden oynadığı ve yerinde kalabilenlerin de çok ciddi değişimden geçtiğı bir yıl olacak.

İçinde bulunduğumuz yıl sona erdiğinde, birçok marka tarih olacak, birçok marka el değiştirecek ve sonuç olarak dünyanın en büyük üreticileri, otomotiv tarihi boyunca ilk kez bu kadar büyük bir değişime şahit olacaklar.

Ülkemizde ise otomotiv sektörü, bir yandan global krizin etkilerini en derin şekilde hissederken, diğer yandan mart ayının ortasından bu yana devam eden vergi indirimi ile bir miktar nefes aldı.

Ancak vergi indiriminin sona ereceğı 15 hazirandan sonra nasıl bir uygulama yapılacağı belli değil.

Eğer daha önceden planlandığı gibi vergiler tekrar eski seviyesine çıkarılırsa, yaz aylarının da etkisi ile beraber satışların 'bıçak gibi kesilmesi' konuşuluyor.

Dünyadaki birçok ülkenin otomotiv sektörü gibi ciddi istihdam sağlayan ve katma değer üretebilen bir endüstriyi ayakta tutmak için, bırakın vergi indirimini, direk nakit yardımı dahi yaptığını aylardır yazıyoruz.

Serbest piyasa ekonomisi kurallarının dahi bir kenara bırakıldığı böylesi bir ortamda, krizin etkileri hafifleyene kadar, desteğe devam edilmesi şart.

Aksi takdirde, batan firmaların oluşturacağı zarar, çok uzun yıllar çözülemeyecek yüksek işsizlik sorunlarından tutun, vergi kaçağının sıfır olduğı bir endüstrinin çökmesinden kaynaklanacak vergi kayıplarına kadar çok farklı sonuçlar doğuracak.

Bu noktada “Ne yapılmalı” sorusuna verilebilecek birkaç tane yanıt var.

Bunlardan ilki ve en basit olanı, bu vergi indiriminin süresinin uzatılması veya kademeli olarak artırılması olacak. Ancak hükümetten şu ana kadar bu yönde bir işaret alınmış değil.

İkinci yöntem ise, daha öncede ülkemizde başarı ile uygulanan ve şu sıralar birçok ülkenin de uygulamaya başladığı hurda indirimi olabilir.

Hurda indirimi, sadece otomobil satışlarının artmasına değil, çağımızın güvenlik ve çevre standartlarına uymayan otomobillerin de trafikten çekilmesini sağlayacak.

Hatta daha önceden 20 yaş ve üzerindeki otomobiller için uygulanan hurda indirimi, özellikle ülkemiz için önem taşıyan ticari araçlarda daha da aşağı çekilebilir.

Alınacak tedbir ne olursa olsun, bu ‘bıçak gibi kesilme’ sorununun önüne geçilmesi şart.

Hem de bıçak gibi kesilmeden önce.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Efsane

Haşim Çavuşoğlu 01.06.2009

Eğer ABD hükümeti sürpriz bir son dakika kararı almaz ise, bu yazıyı okuduğunuz sıralarda Amerika’nın en büyük, dünyanın ise en büyük 2. otomobil firması General Motors iflasını açıklamış olacak.

Hiç şüphesiz bu iflas, firmanın tamamen ortadan kalkmasına sebep olmayacak bir yalancı iflas olsa da, efsanevi firma çok büyük ihtimalle eskisinden çok daha küçük ve sadece birkaç markayı barındıran sıradan bir üretici haline gelecek.

Geçtiğimiz sene 100. yılını kutlayan ve tüm dünyadan milyonlarca insanın otomobil ile buluşmasında önemli bir yeri bulunan firmanın iflas koruması altına girmesi, otomotiv dünyası adına önemli bir kayıp olsa da, bir asırlık bu tarihin arkasında diğer üreticilerin alması gereken önemli dersler var.

Amerikan otomotiv endüstrisinin çöküşün eşiğine gelmesindeki en önemli etkenlerin başında şirketlerin maliyetlerini iyi yönetemeyen ve sektörün geleceğini doğru okuyamayan yöneticiler yer alıyor.

Avrupa ve Uzakdoğu’daki tüm otomobil üreticileri son 20 yılın tamamını yakıt ekonomisi ve çevre konularındaki araştırmalarla harcarken, ABD’li üreticiler, sadece yakıtın ucuz olmasından dolayı tercih edilen SUV pazarına görünüşü yeni, ancak teknolojisi eski modeller sunarak karlılıklarını korumaya çalıştılar.

Bugün dahi ABD'deki otomobil parkının ezici bir çoğunluğunu 100 km'de 11-12 lt'den daha az yakıt tüketemeyen devasa hacimli otomobiller ve arazi araçları oluşturuyor.

Zaten son yıllarda verimsiz üretimden dolayı ciddi şekilde zarar etmeye başlayan bu firmalar, 2008 yılında artan petrol fiyatları nedeniyle, ABD'li tüketicinin ekonomik modellere yönelmesi sonucu ani bir şok yaşadılar.

Bugün itibariyle GM'in elinde bulundurduğu 13 markadan bir tanesi için kapatılma kararı alındı, beş tanesi de satılık. Satılık olan bu beş markanın içinden özellikle Avrupa pazarında iyi bilinen Opel / Vauxhall ikilisi ve Saab'ın makul alıcılar bulacağı kesin ancak ağırlıklı olarak ABD pazarında satılan ve son aylarda satışları durma noktasına gelen Hummer ve Amerikan Opel'i diyebileceğimiz Saturn için aynı şeyleri söylemek pek de kolay değil. Özellikle aşırı yakıt tüketimi ile tepki çeken Hummer'ın geleceği büyük bir belirsizlik içinde.

Bir yandan fabrika kapatan ve çalışan sayısını azaltan firma, diğer yandan da ABD'deki bayi sayısını azaltmaya ve kalan bayilerin iş hacmini artırarak kendine güçlü ve yatırım yapabilecek partnerler yaratmaya çalışıyor.

Sonuç olarak tüm otomotiv sektörünün zaman içerisinde geldiği verimliliğe bir-iki yılda ulaşarak aradaki açığı kapatmaya çalışıyorlar.

Ancak ekonomik koşullar her zamankinden daha çetin ve geçmişte yapılan hataların telafisi, geçmişte olduğundan çok daha ağır bedeller ile ödeniyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Kritik hafta

Haşim Çavuşoğlu 08.06.2009

GM'in geçtiğimiz hafta iflas korumasına girmesinin arkasından o kadar fazla gelişme oldu ki, tüm otomotiv yazarları gibi ben de bu yazı için bir öncelik sırası yapmak zorunda kaldım.

Bilindiği üzere GM, 1 haziranda açıkladığı iflasın hemen öncesinde, Opel / Vauxhall grubu için Kanadalı yedek parça üreticisi Magna ile anlaştığını açıkladı.

Ülkemizde de ciddi bir pazar payına sahip olan ve onbinlerce Opel kullanıcısını yakından ilgilendiren bu gelişme, bütün hafta süren diğer satışların startını vermiş oldu.

GM'in Magna ile el sıkışmasının hemen arkasından, Hummer için Çinli grup Sichuan Tengzhong ile anlaşmaya varıldığı haberi geldi. Bugüne kadar ismini dahi duymadığımız bu grup, Çin'de ticari araç üretimi yapan küçük bir firma.

GM her ne kadar Çinli üretici ile anlaştığını açıklasa da, geçtiğimiz cuma gününden bu yana Çin hükümetinin bu anlaşmaya onay vermeyebileceği konuşuluyor. Sebep olarak da firmanın ortaklık yapısının net

olmamasından tutun, SUV üretiminde deneyimi olmayan bir firma olduğu için kredi bulmakta zorlanacak olmasına kadar birçok olasılık sıralanıyor.

Son olarak geçtiğimiz cuma günü GM, satışa çıkardığı bir diğer markası olan Saturn için, ünlü otomotiv perakende zinciri Penske ile anlaşacağını açıkladı.

Penske, aynı zamanda Smart'ın ABD'deki distribütörü ve ciddi bir satış hacmi bulunuyor. Bu satış sonrasında Penske, Saturn'ün ABD'deki tüm satış ağına ve marka haklarına sahip olacak ve bir süre daha GM tarafından üretilen modellerin satışına devam edecek. Ancak enteresan olan, Saturn'ün GM ürünleri ile sınırlı kalmayacak olması. Şu ana kadar yapılan açıklamalara göre Saturn, Renault'nun ve Samsung'un bazı modellerini de Saturn markası altında ABD'de pazarlayabilir ve bu da Renault'nun uzun yıllar sonra Kuzey Amerika pazarına girme planının bir parçası olabilir.

Sonuç olarak GM, elinde tutmak istediği dört marka dışındaki tüm markalarını hızla satmaya başladı ve şu anda anlaşmaya varmadığı tek marka Saab.

Saab içinde bu ayın sonuna kadar bir açıklama yapılacak gibi duruyor.

GM'in planı, istemediği tüm markaları elinden çıkardıktan, birkaç bin bayiye ve onlarca fabrikayı kapattıktan sonra, yeni ortaklık yapısı altında iflas korumasından çıkarak taze bir başlangıç yapmak.

Ancak pazar payı sürekli olarak düşmeye devam eden GM'in (şu anda ABD pazarında yüzde 20 civarında), tüm bu kilo verme operasyonundan sonra başarılı olup olmayacağı en büyük soru işareti.

Zira GM'in daha fazla kan kaybetmesi firmanın mevcut kapasite kullanımı ve maliyet sorunlarını daha da derinleştireceği için, artık ne Amerikan hükümetinin ne de şirket yönetiminin böyle bir tabloya tahammül edemeyeceği kesin.

Ancak milyonlarca insanın direk olarak etkilendiği böyle bir firmanın kaderine terk edilemeyeceği de bir gerçek.

Gözükün o ki, GM için tek çözüm umudunu kaybetmeden bekleyip görmek olacak...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Saab

Haşim Çavuşoğlu 15.06.2009

Otomobiller ile ilgilenmeye başladığımdan bu yana, Saab'ın her zaman özel bir yeri olmuştur.

Diğer lüks otomobiller kadar göz önünde olmayan ve sadece meraklılarının tercih ettiği bu marka, havacılık

sektöründen gelen deneyimi ve turbo motor teknolojisi ile kendine haklı bir ün kazandırmıştır.

'Ben farklıyım' diyen bir kitlenin tercih ettiği bu otomobiller, ülkemize de 1990'ların başında ithal edilmeye başlamış, yakın zaman önce kaybettiğimiz ünlü tenor Pavarotti'nin otomobili olarak da ün yapmıştır.

Bugünlerde ise Saab, ayakta kalma mücadelesi veriyor.

Geçtiğimiz günlerde iflasını açıklayan GM'in, en çok satış kaybına uğrayan markalarından biri de Saab ve firma yeni bir sahip ve acil nakit girişi ile kendini global krizin pençesinden kurtarmaya çalışıyor.

Saab, 2008 yılında tüm dünyada yaklaşık 94 bin adet otomobil sattı ve bu rakam bir önceki seneye göre yüzde 25 daha düşük.

Otomotiv sektöründe makul karlılıklara ulaşmanın ve ayakta kalabilmenin tek yolu, yüksek miktarda üretim yapmaktan geçiyor ve bugün dünyadaki lüks markaların hemen hepsi, orta ve hatta alt gelir grubuna hitap eden modellerle üretim yaparak varlıklarını sürdürüyorlar. Bu şekilde üretim yapmayanlar da, diğer firmalarla çok ciddi altyapı paylaşımları sonucunda maliyetlerini kontrol altında tutmaya çalışıyorlar.

Böylesine bir ortamda, 100 binden daha az otomobil üreten bir üreticinin tek başına ayakta kalabilmesi, mucizelere bağlı.

Hele hele Saab gibi, model gamını uzunca bir süredir yenileyemeyen bir markanın, lüks sınıfta tutunabilmesi çok zor.

Bunun farkında olan GM yönetimi ve İsveç hükümeti de markanın uzun vadede ayakta kalabilmesini sağlamak için büyük bir üretici arayışında olsa da, marka ile ilgilenenler arasında böyle bir firma bulunmuyor.

Şu anki tabloya göre üç firma Saab ile ilgileniyor ve bunlar arasında otomobil üretimiyle uğraşan tek firma Koenigsegg.

Adını bile telaffuz etmekte zorlandığımız bu firma, 1994 yılından bu yana, yılda birkaç adet spor otomobil üretiyor ve Saab gibi görece büyük bir firmayı yönetme tecrübesinden yoksun.

İsveç hükümeti, satın alacak firmanın bir İsveç firması olmasından memnun olacak gibi dursa da Saab'ın mali sıkıntıya girdiği yılbaşından bu yana, ABD, Kanada ve Alman hükümetlerinin aksine, Saab'a bir mali yardım aktarmadı.

Eğer bu küçük spor otomobil üreticisi Saab'ın yeni sahibi olur ve bir yönetim mucizesi yaratır ise, bu markayı tekrar yollarımızda görmeye başlayabiliriz.

Ancak rüzgâr ters yönde eserse, global kriz bir can daha alabilir ve bu kez otomobil dünyası için gerçekten önemli bir oyuncu tarih olabilir.

ÖTV

Haşim Çavuşoğlu 22.06.2009

Hükümet, üreticisinden ithalatçısına tüm otomotiv sektörünün uzunca bir süredir uyarıda bulunduğu ÖTV indiriminin uzatılması konusuna kulak vererek, bir son dakika kararı ile üç ay daha uzattı.

Aslında yapılan uygulamayı, "uzatma"dan çok "kademeli artırma" şeklinde açıklamak gerekiyor. Zira uygulama ile daha önce 1600 cc altındaki araçlar için uygulanan yüzde 18'lik ÖTV oranı, yüzde 27'ye, 1600 cc üzerindeki otomobiller için ise, eski oranlarına geri dönmüş oldu.

Hafif ticari araçta ise yüzde 1 olarak uygulanan ÖTV indirimi, 16 haziran - 30 eylül tarihleri arasında yüzde 3 olarak uygulanacak.

Yani "üç aydır uygulanan tedavi"nin devam etmesini isteyen otomotiv sektörü, bir "ağrı kesici" ile eve gönderildi.

Sektör temsilcilerinin şu ana kadar yaptığı açıklamalara bakılırsa, "ölü sezon"a giren otomotiv sektörü, yaklaşık yüzde 7 artan fiyatlarında etkisi ile birlikte ciddi bir satış azalması yaşayacak.

Bu durumda, yılbaşında konuştuğumuz vardiya azalmaları, üretim durmaları ve işten çıkarmalar tekrar gündeme gelebilir.

Diğer yandan satışların azalması ile birlikte, ciddi bir vergi kaybı da oluşabilir.

ÖTV'nin "kademeli artırılması", birçok uzmanın üzerinde uzlaştığı yaratıcı bir çözüm olarak gözüксе de, arada sadece bir kademe olması, bu uygulamadan istenen verimin alınmasını engelleyecek gibi duruyor.

Yani vergi oranları yüzde 18'den yüzde 27'ye sadece bir kademedede değil de, daha kısa aralıklarla ama çok daha küçük dilimler halinde yükseltelseydi, o zaman ÖTV indiriminin bittiği bir "milat etkisi" olmayabilirdi. Zira yüzde 7'lik artış, ciddi bir oran ve bazı tüketicilerinin talebinin tamamen "başka bir bahara" ertelenmesine sebep olabilir.

Yine de kademeli bir geçişe karar verilmesi sevindirici bir gelişme ve alınan her bir otomobilden de hem sektör, hem de hükümet kazanmaya devam edecek.

Umarız benzeri bir yaklaşım, hurda indirimi için de gösterilir ve satışların yavaşlamaya başladığı şu günlerde ülkemizin en büyük sektörü ikinci kez derin bir nefes alır.

2008 Bilançosu

Haşim Çavuşoğlu 29.06.2009

OICA – Uluslararası motorlu vasıta üreticileri organizasyonu, gerek otomotiv üreticileri, gerekse otomotiv basını için dünyanın en önemli organizasyonlarından biridir.

Bu organizasyon içerisinde hem dünyadaki otomotiv sektörü hakkında önemli gelişmeler masaya yatırılır, hem de bizlerin ihtiyaç duyduğu istatistiki bilgileri yayınlanır.

Geçtiğimiz günlerde OICA, global krizin otomotiv sektörü üzerindeki etkisini de gösteren 2008 yılı verilerini yayınladı.

2008 yılında tüm dünyada 69.56 milyon motorlu vasıta üretilmiş. Üretilen bu araçların 55,84 milyonu, yani kabaca yüzde 80'i otomobil. (Motosiklet ve iş makineleri bu rakama dahil değil)

Üreticiler bazında baktığımızda, 9,23 milyon ile Toyota, yine birinci sırada yer alıyor. Toyota'yı 8,28 milyon ile GM, 6,43 milyon ile Volkswagen, 5,4 milyon ile Ford ve 3,91 milyon ile Honda izliyor.

2008 yılı satış rakamlarına göre global otomotiv sektöründeki en büyük beş firma, tüm araçların yaklaşık yarısını üretiyor. Bu rakam, otomotiv sektöründeki konsolidasyonun hangi boyutlara geldiğinin en önemli göstergesi.

Gelelim 2008'in son çeyreğinde kendini hissettirmeye başlayan krizin, global otomotiv sektörü üzerindeki etkilerine...

2008 yılında global otomotiv sektöründe yüzde 3,7'lik bir daralma yaşandı. Dünyada en çok küçülen bölge yüzde 11,4 ile Kuzey Amerika olurken, Avrupa Birliği yüzde 6,6 ile ikinci sırada yer aldı.

Sektör son çeyrekte krizi hissetse de, bütün yılın satışlarına baktığımızda, Kuzey Amerika ve AB dışında bütün dünyada otomotiv sektörü büyüdü ve en çok büyüme yüzde 8 ile Baltık ülkelerinde ve yüzde 7,5 ile Doğu Avrupa'da gerçekleşti.

2009 yılının ilk yarısında dünyanın en büyük ikinci firması GM ve en büyük 13. firması Chrysler'in iflas ilan etmesi, GM'in birçok markasını satması, Chrysler yönetiminin Fiat'a geçmesi ile yukarıdaki tablo ciddi biçimde değişecek.

Satış rakamlarına baktığımızda ise bazı firmaların yüzde 40'a varan oranda satışları azalmış olacak.

Sonuç olarak 2009 yılı, otomotiv sektöründe kimsenin hatırlamak istemediği bir yıl olarak tarihe geçecek.

Yine metrobüs

Haşim Çavuşoğlu 06.07.2009

Geçtiğimiz cumartesi Alper Budak tarafından hazırlanan metrobüs haberini okuduğumda, bundan birkaç ay önce metrobüs ile ilgili yazdığım yazı geldi aklıma.

Yazıyı yazmamın hemen arkasından bir okuyucudan çok sert, hatta hakaret içeren bir mail almıştım.

Metrobüs ile ilgili bir konu için hakaret dolu bir mail almak beni biraz şaşırtsa da, dünya da her şeyin, hatta bir toplu taşıma aracının dahi fanatiğinin olabileceğini öğrenmiş oldum.

Metrobüs haberi çıkmadan sadece birkaç gün önce, D-100 karayolunda bozulan bir araç, emniyet şeridi olmadığı için sağ şerit üzerinde durmuş ve araçtan inen sürücü de başka bir aracın çarpması sonucunda hayatını kaybetmişti.

Metrobüs için hazırlanan tuhaf tesellüm belgeleri, alınan araçların amaca uygun olmaması, kapasite yetersizliği, önemli sorunlardır ve çözümleri gerekir.

Ancak emniyet şeridi olmayan bir çevreyolunda insanların hayatını kaybetmesi, telafisi mümkün olmayan ve sorumlularının ağır şekilde cezalandırılmasının gerektiği bir durumdur.

Metrobüsün her gün yüzbinlerce İstanbullu tarafından aktif biçimde kullanılması, kusursuz bir sistem olduğunu göstermez ve başka insanların hayatını tehlikeye atma lüksü de vermez.

Metrobüs nedeniyle D-100 karayolu, emniyet şeridi olmayan, uluslar arası standartların altında şerit genişliği olan ve birçok bölgesinde şerit çizgilerinin dahi belli olmadığı tehlikeli bir yol haline gelmiştir.

Dünyanın bütün gelişmiş ülkelerinde şehiriçi toplu ulaşım metro tarafından sağlanmaktadır ve metro, hava şartlarından etkilenmemesi ve elektrik ile çalışması nedeniyle, metrobüsten çok daha verimli bir sistemdir.

Metrobüs, İstanbul "makul" bir metro ağına kavuşana kadar "geçici" bir çözüm olabilir.

Ancak öyle dahi olsa, D-100 karayolunun acilen iyileştirilmesi gerekmektedir.

Aksi takdirde "gelişmiş ülke olma kriterimiz", kullandığımız otomobillerin yaşı ve modeli ile sınırlı kalmaya ve her gün onlarca insanımız yollarda hayatını kaybetmeye devam edecek.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Son şans

Haşim Çavuşoğlu 13.07.2009

Aldığı devlet yardımına rağmen ayakta kalamayarak geçtiğimiz haziran ayında iflasını ilan eden General Motors'un tüm 'değerli' malvarlığının ABD hükümeti kontrolündeki yeni şirkete aktarılması işlemi, geçtiğimiz cuma günü itibariyle tamamlandı.

Bu da en azından 'Yeni GM' için iflas sürecinin sonu anlamına geliyor.

Geriye kalan 'Eski GM' de ise şirketin satacağı veya kapatacağı markaları ve fabrikaları bulunuyor.

GM'in geçtiğimiz beş haftalık iflas sürecinde,

* Toplam 12 markasının beş tanesi için –Opel, Vauxhall, Hummer, Saab, Saturn- satış anlaşması imzaladı, Pontiac markası ise tarihe karışıyor.

* ABD'de bulunan 47 fabrikasından 14 tanesi kapatılıyor.

* ABD'de bulunan 91 bin çalışanından 27 bini bu yıl sonu itibariyle işten çıkarılıyor.

* Kuzey Amerika pazarındaki 6000 bayiinin 2400 tanesi kapatılıyor.

Yukarıdaki tabloya bakıldığında GM'in ciddi biçimde küçüldüğünü görmek mümkün ancak, kapatılan markalar, fabrikalar, çıkarılan işçiler ve iptal edilen bayi kontratlarının elbette bir bedeli var.

Amerikan Hazinesi, geçen yıldan bu yana GM'e 30 milyar dolar aktardı ve yıl sonuna kadar 20 milyar dolar daha aktarması bekleniyor.

Yeni şirketin faaliyete geçmesi sırasında bir açıklama yapan CEO Fritz Henderson, geleceğe umutla baktıklarını söylüyor ancak, 50 milyar dolarlık bu borcun ne zaman ödeneceği tam belli değil.

Çünkü yaşamakta olduğumuz krizde sadece GM değil, hemen tüm otomotiv firmaları büyük zarar gördü ve daha da önemlisi, oluşan aşırı rekabetten ve düşük kapasite kullanımından dolayı bu firmaların yakın gelecekte 'normal' karlılıklarına dönmesi hemen hemen imkânsız.

Yani otomotiv endüstrisinin kendisini ne zaman toplayacağı –hatta toplayıp toplayamayacağı- belli değil ve aslında hükümetlerin aldığı tüm kararlar, otomotiv endüstrisinin korunmasından çok, ciddi istihdam sağlayan bu firmaların kapanması sonucunda oluşacak önemli sosyal patlamaları önlemekten ibaret.

Sonuç olarak, ABD'li vergi mükelleflerine 50 milyar dolara malolan bu acı reçetenin sonuçlarının ne olduğunu bekleyip göreceğiz ancak, şimdiden belli olan tek bir şey var:

Bu, GM'in son şansı.

Otomotiv... Nereye?

Haşim Çavuşoğlu 20.07.2009

Türkiye'deki en büyük sektörlerden biri, otomotiv sektörü. Bu ülkede yaşayan milyonlarca insan, her sabah bir otomobil üretmek veya bu sektöre hizmet veren bir firmadaki işine gitmek için evinden çıkıyor. Bu insanların aileleri de üretilen, servis gören bu otomobillerden kazanılan gelir ile yaşamlarını sürdürüyorlar.

Otomotiv sektörü, vergi kaçağının sıfıra yakın olduğu ender sektörlerden biri. Otomobil üretimi yapan bütün firmalar kurumsal ve otomobil satışı sırasında vergi kaçağı oluşturabilmek mümkün değil. Yedek parça üreticilerinin de önemli bir bölümü büyük firmalardan oluşuyor ve bu firmalarda vergi kaçağı olmaksızın dünyadaki bütün büyük otomobil üreticilerine yedek parça sağlıyorlar.

Otomotiv sektörü, en çok ihracatın yapıldığı sektörlerin başında geliyor, yani ülkemizin ihtiyacı olan dövize en büyük katkı otomotiv sektöründen geliyor.

Tabloya diğer yandan bakacak olursak otomotiv, ülkemizde en ağır vergi yükünün olduğu sektörlerden biri. Dünyanın hemen hiçbir ülkesinde, otomobilden alınan vergi bu kadar yüksek değil. Şüphesiz bu durum, otomobilin bir lüks olarak kabul edildiği dönemlerden kalma ancak kolay vergi toplanan bir ürün olması sebebiyle, kimse değiştirmeye yanaşmıyor.

Akaryakıttan alınan vergi ise, açık ara dünya rekoru olması sebebiyle, vergiden çok 'ceza' olarak algılanabilir.

Yani otomotiv bir yandan ülkeye en büyük katma değeri üretmekte, diğer yandan da ağır vergi yükü ile boğuşmaktadır.

Bunun en büyük ispatı, mart ayından bu yana uygulanan kısıtlı ÖTV indiriminin bile, sektör satışlarını geçen seneki seviyelerin dahi üstüne çıkarmış olmasıdır.

Bütün bu tabloya baktığımızda ana problem, Türkiye'de uzun vadeli bir otomotiv stratejisi olmamasından kaynaklandığını söylemek mümkün.

Yani elimizde dev bir sektör var ancak bu sektörün nereye gitmek istediği, yurtiçinde ve yurtdışında ne kadar büyümek istediği, hangi pazarları hedefleyeceği, üretimin hangi alanlarında hangi ülkeler ile rekabet edeceği belli değil.

Ancak dünya hızla değişmeye devam ediyor ve önümüzdeki en büyük sorunlardan biri, son bir yıldır yaşanan global kriz haricinde, her yıl belli bir büyümeyi yakalayan Türkiye'nin artık bir 'ucuz üretim üssü' olmaktan hızla çıkması.

Önümüzdeki dönemde, Afrika ve Asya ülkeleri arasında oluşacak maliyet farkı, bugüne kadar Avrupa'ya ihracatta kullandığımız coğrafi avantajımızın üstüne çıkabilir.

Bu aşamada günlük kriz tartışmalarını bir kenara bırakıp, zaten kanayan yaramız olan işsizlik probleminin daha

da artmasını önlemek için uzun vadeli bir otomotiv politikasının oluşturulması gerekiyor.

Zira bu krizde diğerleri gibi gelip geçecek ancak bu işten ekmek yiyen milyonlarca insan, bu ülkede yaşamaya devam edecek.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Davut ile Golyat

Haşim Çavuşoğlu 27.07.2009

Porsche, ürettiği ileri teknolojiye sahip spor otomobillerle, hem Alman sanayi, hem de global otomotiv sektörü içerisinde haklı bir üne sahip.

Firmanın en büyük başarısı, özellikle son yıllarda bütün otomobil üreticilerinin düşük karlılıktan borç batağına düştüğü, birleşmek zorunda kaldığı bir dönemde yüksek karlılığını koruyarak büyümeye devam etmesi idi.

Kurulduğu günden bu yana sadece spor otomobil üreten firma, 2002 yılında SUV sınıfında piyasaya çıkardığı Cayenne modeliyle büyük fırtınalar estirdi ve kasalarının ağzına kadar para dolmasını sağladı.

Firma öylesine güçlü bir mali yapıya sahip oldu ki, geçtiğimiz sene, kendinden neredeyse 20 kat büyük Volkswagen firmasını satın almaya kalktı.

Hatta yüzde 51'ini de almayı başardı.

Ancak bu operasyon, Porsche'yi de büyük bir borcun içine sürükledi.

Bu işin arkasındaki en önemli isim olan CEO Wendelin Wiedeking, firmanın VW'ni satın alma girişimini "Davut'un Golyat ile mücadelesine" benzetmişti.

Gerçekten de 7,5 milyar avro cirosu bulunan Porsche, 150 milyar avroluk VW'ni almaya çalışmıştı.

Ancak ne yazık ki bu hikâyede Davut, Golyat'ı yenemedi.

Geçtiğimiz hafta süren 15 saatlik toplantının sonucunda, ciddi bir borç yükü altında bulunan firmanın VW ile birleşmesine, daha doğrusu VW çatısı altına girmesine karar verildi.

Bugüne kadar VW ile birleşmenin önündeki en büyük engel olarak gözüken Wiedeking ise firmadan ayrılıyor.

Son birkaç gündür bütün medya, Wiedeking'in alacağı 50 milyon avroluk tazminatı konuşuyor.

Wendelin Wiedeking, Porsche'nin bugünlere gelmesinde en çok emeği geçen kişi. Firma VW'ne tam olarak

sahip olamamış olsa bile, kendinden bu kadar büyük bir firmayı alabilecek büyüklüğe gelmiş olması, kesinlikle takdir edilmesi gereken bir başarı.

Ancak bazen tek bir hata, geçmişteki bütün başarıların unutulmasına yetiyor.

Golyat'a karşı dursanız bile...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

İspark

Haşim Çavuşoğlu 17.08.2009

Bütün İstanbullu araç sahipleri gibi bende hemen her gün, şehir içindeki herhangi bir İspark noktasına aracımı park ediyorum. Geçtiğimiz hafta oturduğum bölgedeki bazı özel parkların İspark tarafından alındığını fark ettiğimde, bu konu ile ilgili olarak bugüne kadar hiç yazı yazmadığımı fark ettim.

Çok ta değil, bundan birkaç sene önce birkaç arkadaşım ile gittiğim bir restorandan çıktığımda, aracımı teslim ettiğim "değnekçi"yi ve aracımı bir süre bulamamış, daha sonra değnekçinin benim aracım ile bir sokakta son sürat geldiğini fark etmiştim.

Sokağın ortasına çıkarak bizi görmesini sağlamaya çalıştığımızda, bize çarpmamak için sert bir fren yapmış ve birkaç metre kala durmuştu.

Değnekçiye nereden geldiğini sorduğumda "hava çok yağmurlu olduğu için arkadaşını birkaç sokak ötedeki evine bıraktığını" söylemişti. Epeyce sinirlenmiş olsam da, konuyu uzatmadan, istediği parayı da ödeyerek arabaya bindik.

Araçla birkaç kilometre gittiğimde, normalde bagajda bıraktığım yağmurluğumun sırsıklam bir şekilde arka koltuğun üzerinde durduğunu fark ettim.

Eve vardığımda arabayı park ettim ve tam yukarı çıkmak üzereydim ki, arka lastiğin stepne ile değiştirildiğini fark ettim.

Gece karanlığında başka bir hasar da gözüküyordu ancak içim de rahat etmediği için sonraki gün aracı servise götürdüm ve aracın derin bir çukura "düşüğünü", alt takımının bir kısmının ciddi hasar gördüğünü ve acilen onarılması gerektiğini öğrendim.

Bana pahalya patlayan bu deneyimden sonra bir süre aracı herhangi birine teslim etmesem de, İstanbul'da yaşayan biri olarak bu durumu uzun süre devam ettirmek mümkün olmadığı için, bir süre sonra eski düzenimize dönmek zorunda kaldık.

Aslına bakılırsa ben şanslı olanlardan biriydim zira İstanbul'da aracını değnekçiye bırakıp çok ciddi kazalara karışan, hatta çalınan birçok insan var.

Üstelikte anahtar teslim edildiği için hak aramakta pek kolay değil.

Bu noktada İspark, son birkaç yıldır otopark mafyası ve değnekçilere karşı önemli bir mücadele başlatmış durumda.

Evet, otoparklara halen para ödemek zorundayız ancak dünyanın hiçbir büyük şehrinde ücretsiz park edebilmek mümkün değil.

İspark sayesinde en azından "kurumsal" bir kimliğin makbuz kestiğini, vergi ödediğini, eğitimli insanlar çalıştırdığını ve yukarıdaki gibi bir olay başıma geldiğinde, bir muhatap bulabileceğimi biliyorum.

Dünyadaki tüm gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, otopark işletmeciliğinin bir hizmet sektörü olarak algılanması, bir özel şirket zihniyeti ve ciddiyetiyle yapılması ve yaratılan kazancın yine o şehirde yaşayanlar için harcanması çok doğru ve yerinde bir yaklaşım.

Zaman zaman aksaklıklar yaşansa da (çalışma saatleri bitince gece değnekçilerinin türemesi, bazen makbuz kesilmemesi gibi) İstanbul'daki mevcut durum, eskisinden ciddi biçimde daha iyi.

Bir İstanbullu olarak, halen değnekçilerin elinde olan birkaç noktanın da en kısa zamanda toparlanması en büyük dileğim.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Frankfurt Motor Show

Haşim Çavuşoğlu 07.09.2009

İçinde bulunduğumuz ayın 15 inde kapılarını 63. kez ziyaretçilere açacak olan Uluslar arası Frankfurt otomobil fuarı, son bir yıldır iflaslar, devasa zararlar, kapanan fabrikalar ve işsiz kalan onbinlerce çalışan ile bunalan otomotiv endüstrisi için tünelin ucundaki ışığı temsil ediyor.

Son bir yıldır krizden başka hiçbirşey konuşmayan otomobil üreticileri, uzun zaman sonra normal yaşamlarına dönmeye, kötü günleri geride bırakmaya çalışıyor.

Bu yılki fuarın en önemli yenilikleri, hiç şüphesiz çevrecilik ve ekonomi üzerine olacak.

Özellikle böylesine kriz zamanlarında öne çıkan yakıt tasarrufu konusu, fuara katılan hemen tüm üreticilerin hibrid veya düşük tüketim sağlayan diğer teknolojilere sahip otomobiller sergilemesine sebep olacak.

Bu yılki fuarın en önemli modellerinin başında yeni Opel Astra geliyor. Insignia ile yeni bir dizayn anlayışına geçen Opel, eski köşeli tasarımlarından uzaklaşarak insanların kalbine de hitap eden otomobiller tasarlamaya başladı. Firmanın geleceğinin çok tartışıldığı şu günlerde, tam da ihtiyaç duyulan model olduğu söylenebilir.

Ülkemiz için önemli yeniliklerden bir diğeri ise yeni VW Polo. Tamamen yenilenen otomobilin küçük bir Golf olduğunu kesinlikle söyleyebiliriz. Bu modelde VW, start – stop otomatığı, DSG şanzıman gibi üst sınıfta görmeye alıştığımız teknolojileri küçük sınıfa taşımaya başlıyor.

Küçük sınıftaki bir diğere yenilik yeni Citroen C3 olacak. Dağıtılan ilk fotoğraflardan görebildiğimiz kadarıyla Citroen, C5 ile başlattığı zerafet anlayışını bu model ile devam ettiriyor. Yine C3 platformunda sergilenecek bir diğere yenilik ise, efsanevi Citroen modellerine gönderme yapan DS3 olacak. C3 ün tek kapılı ve spor modeli olarak tanımlayabileceğimiz DS3, direk olarak Mini ile rekabete girmeye hazırlanıyor.

Üst sınıflara çıkıldığında en önemli yenilik, 12 yıl aradan sonra yenilenen Saab 9-5 olacak. Günümüzde bir otomobilin 6-7 yılda bir yenilendiğini düşünürsek, oldukça geç kalmış bir model olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Saab 9-5 in bir diğere özelliğı, firmanın yeni sahibi Koenigsegg tarafından üretilecek ilk model olması.

Orta sınıftaki bir diğere yenilik Audi A5 Sportback. Mercedes CLS ile başlayan “dört kapılı coupe” furasına VW Passat CC den sonra şimdi de Audi katılıyor.

Fuarda daha yüzlerce yenilik daha yer alacak olsa da, bunların hepsini kapılar açıldığında görebileceğiz.

Bu fuarın global otomotiv endüstrisini yaşadığı kötü günlerden bir an önce uzaklaştırması için ilk adım olması, herkesin en büyük dileğı...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Sel

Haşim Çavuşoğlu 14.09.2009

Son bir haftadan bu yana, İstanbul’daki sel hakkında çok şey yazılıp çizilmiş olsa da, o bölgede uzun zaman geçirmiş birisi olarak birkaç satır yazmak istedim.

Sel, sadece ülkemizde yaşanan bir afet değil. Dünyanın hemen her bölgesinde, hatta ABD ve Avrupa gibi gelişmiş bölgelerinde dahi ciddi can kayıplarına sebep olan bir felaket.

Dünyanın gelişmiş ülkelerindeki şehirler ve bu şehirlerin ulaşım altyapısı, o bölgenin coğrafi ve iklimsel özelliklerine göre dizayn edilir.

Ancak bu planlamalar deprem, aşırı yağışlar gibi “kötü senaryoları” belli bir ölçüde göz önünde bulundursa da, global ısınma, hesaplanan kötü senaryolardan daha da kötü senaryoları mümkün kılabilir.

Buraya kadar İstanbul’da yaşana her şey, “iklim değişikliğinin normal bir sonucu” gibi yorumlanabilir.

Ancak bu felaket, o bölgede yaşanmış ilk sel değil.

Hatırlayın,1995 senesinde de benzer bir felaket yaşanmış ve ATV stüdyolarını da su basmıştı.

O ilk felaketten bir süre sonra, 1999 ile 2006 arasında o bölgede çalıştım.

Yağan her şiddetli yağmur sonrasında o bölgeyi su basar, bazı arkadaşlarımızın araçları hasar görürdü.

Bu öylesine sıradan bir durumdu ki, yağmur şiddetlenmeye başladığı zaman araçları bir üst sokağa park etmek bizim için normal bir durum haline gelmişti.

Dere çevresinde bazı ıslah çalışmalarının yapıldığını hatırlıyorum ancak herhangi bir istimlak yapıldığını görmedim. Bunun da ötesinde, aynı dönem içerisinde o bölgede birçok yeni iş merkezi, otel ve alışveriş merkezi inşaatı yapıldı.

Diğer yandan da o bölgede faaliyet gösteren birçok işletme o dere yatağını kirleterek, zaten zor olan su geçişini daha da zor hale getirdi.

Yani herkesin dahil olduğu bir ihmaller dizisi mevcut.

Ancak bu olayda en çok içimi acıtan konu, kapalı kasada hayatını kaybeden o yedi kadın oldu.

Çünkü o ihmal, “ihmal” denerek geçirilecek gibi değil.

O “ihmal” değil, “insan hayatını hiçe saymak” tır.

O gün sel olmasa, ama o araba başka bir arabaya çarpsaydı veya araçta yangın çıksaydı, sonuç farklı mı olacaktı?

“Gelişmiş ülke” oluyoruz derken, o ülkenin en büyük şehrinin tam ortasında yaşanan bu acının sebebini “sel” ile açıklamak, o insanların ölümüne sebep olan zihniyete göz yummak değil mi?

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Hangi küre

Haşim Çavuşoğlu 21.09.2009

Geçtiğimiz günlerde General Motors'un Avrupa web sitesinde bir bilgi ararken tesadüfen karşıma çıkan bir istatistik, oldukça dikkat çekiciydi.

Avrupa'nın önemli pazarlarında markalara göre satış rakamlarını veren tablolar, ilk bakıldığında son derece sıradan gibi gözükse de, biraz incelendiğinde "küresel ekonomi gerçekten var mı" sorusuna çarpıcı cevaplar veriyordu.

Avrupa, Batı Avrupa veya Avrupa Birliği olarak adlandırılan pazar, otomotiv sektörü açısından homojen gibi gözükse de, bu ülkelerin arasında çok ciddi farklılıkları barındırıyor.

Örneğin Almanya'da 2008 yılında en çok satılan markalar:

VW 670.331

Mercedes 420.582

BMW 284.821

Bu üç marka toplam pazarın yüzde 40'ını oluşturuyor.

Fransa'ya baktığımızda 2008 yılında en çok satılan markalar:

Renault 613.447

Peugeot 426.160

Citroen 367.990

Bu üç marka toplam pazarın yüzde 55'ini oluşturuyor.

İtalya'nın en büyük markası Fiat ve toplam pazarın yüzde 28'ine sahip.

Rusya'nın en büyük markası ise tahmin edileceği gibi Lada ve Lada'nın pazar payı yüzde 21.

Üstelik de Almanya dışındaki tüm bu pazarlarda, yukarıda saydığımız yerli markalar ile bu yerli markalardan sonra en çok satan diğer markaların pazar payları arasında çok büyük uçurumlar var.

Yani aradaki farkın kapanması neredeyse imkânsız.

Şüphesiz bu istisnayı bozan bazı ülkelerde var tabii. Mesela İngiltere.

İngiltere'nin kendi markaları olmasına karşın pazar lideri Ford.

Ancak mevcut markalar içerisinde hacimli satış yapabilen tek marka Vauxhall ve o da zaten Opel'in İngiltere'deki kolu.

Sonuç olarak Avrupalı bir yandan küresel ekonomi diye bağrınırken diğer yandan Almanlar Alman otomobili kullanıyor, Fransızlar da Fransız otomobili.

Görünen o ki, iş otomotive gelince herkesin ayrı küresi var.

Hiç söylemeye gerek yok ama durum Japonya, Güney Kore ve Çin'de de aynı.

"Devrim"i diri diri toprağa gömenlerin, "Anadol"un gelişiminin önünü kesenlerin, ve şimdilerde "artık yerli bir marka üretmek için çok geç" diyenlere son söz:

Türkiye'de 500 milyon dolarlık yatırıma hazırlanan Çinli otomobil üreticisi Chery, 1997 yılında kuruldu.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Prius

Haşim Çavuşoğlu 28.09.2009

Geçtiğimiz günlerde bir iş seyahati için gittiğim Milano'da ilk dikkatimi çeken şey, taksilerin bir kısmının Toyota Prius oluşuydu.

Aslında ülkemizde de satılan Prius, hibrid otomobil teknolojisinin gelişimi ve özellikle de günlük hayata uyarlanması açısından önemli bir misyon üstlenmiş olsa da bugüne kadar çokta dikkatimi çekmemişti.

İlk iki gün bir türlü denk gelmeyen Prius taksilerden bir tanesine seyahatin 3. gününde bindim.

İlk bindiğimde sıradan bir otomobil gibi gelse de, otomobil taksi durağından çıkmak için harekete geçtiğinde ciddi bir şok yaşadım. Çünkü otomobil hiçbir ses duyulmadan –yokuşta kendi kendine aşağı kayan bir otomobil gibi- gitmeye başlamıştı.

Trafik düzeni İstanbul'a oldukça benzeyen Milano sokakları arasında hızlanmaya başlayan otomobilden bir süre sonra normal otomobillerde duymaya alıştığımız motor sesi belli belirsiz duyulmaya başlandı.

Belli belirsiz diyorum, zira şoför ayağını gaz pedalından biraz bile çekse, otomobilin sesi tamamen kesiliyordu.

Tüm seyahat boyunca hiçbir rahatsızlık hissetmediğim otomobil, hibrid otomobillerin pratik hayata –üstelik de ticari taksi gibi dayanıklılık önemli olduğu bir kullanımda bile- ne derece entegre olduğunu görmek açısından son derece önemli.

İlk defa elektrikle çalışan bir otomobile binen biri olarak, bu kısa deneyim otomobil dünyasındaki gelişmelerin artık bambaşka bir boyuta geçtiğini göstermiş oldu.

Yakın zamana kadar sadece fuarlarda gördüğümüz bu otomobiller, kısa bir süre içinde birçoğumuzun tercihi haline gelecek.

Bu otomobillere alışmak, otomobilin sesini duymayı sevenler için çok kolay olmasa da, hiçbirimizin kayıtsız kalamayacağı çevre konusunda aşmak zorunda olduğumuz bir gerçek.

Sektörel açıdan bakıldığında, Prius modeli ile piyasaya bütün rakiplerinden önce giren Toyota için bu otomobilin satış rakamlarından çok daha önemli bir konu var.

Toyota, bu teknolojiyi günlük hayata sunabilmesi ve rakiplerinden daha erken davranması sayesinde çevreci teknolojiler üretme konusunda tüketicilere önemli bir mesaj vermiş oldu.

Yakaladığı bu pozitif imajın, dünyanın en büyük üreticisi haline gelmesinde de önemli bir payı olduğunu düşünüyorum.

Biz tüketiciler açısından bakıldığında yaşadığımız tüm bu yenilikler, gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmamıza ve –ümit ederim ki - onların otomobil kullanma zevkinden mahrum kalmamasına sebep olacak bir aşama olacak.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Hyundai

Haşim Çavuşoğlu 05.10.2009

ABD’li otomotiv üreticileri global krizin etkisi ile tek tek iflaslarını açıkladığı sıralarda Hyundai’nin ABD’de satışlarını ciddi biçimde arttırmış olması, bugünlerde otomotiv dünyasının en çok tartıştığı konuların başında geliyor.

Hyundai’nin ABD satışlarını ağustos ayında yüzde 47 oranında arttırması, birçok otomotiv uzmanını ve rakip firma yöneticisini, bu başarının sebeplerini araştırmaya yöneltti.

Ancak bu başarının arkasında hiç şüphesiz doğru stratejiler ve hızlı hareket kabiliyeti yatıyor.

Zira Hyundai, bundan 30 yıl önce Japon rakipleri Toyota, Honda ve Nissan’ın yaptığını tekrarlıyor.

Hatırlarsanız, o yıllarda Amerika’da yaşanan petrol krizi, tüketicilerin çok daha ekonomik otomobillere yönelmesini sağlamış, tam da o yıllarda Amerikan piyasasına giren Japon üreticilerin pazara yerleşmesine yardım etmişti.

İşte o yıllarda başlayan Japon istilası, günümüze kadar aralıksız devam etti.

İlk günlerde “ucuz ve ekonomik otomobil” imajı ile pazara yerleşmeye çalışan bu üç otomobil markası, yıllar içerisinde gelişen teknoloji, marka imajı ve pazarı doğru okumaları sonucunda, “ucuz otomobil” imajından oldukça uzaklaşmış durumdadır.

Bugün ABD pazarında bir Toyota, eşdeğer bir Ford ve Chevy ile benzer fiyatlara satılıyor. Hatta ABD’li üreticilerden daha az kampanya satışı yapmalarından dolayı ortalama fiyatlarının daha yüksek olduğu dahi söylenebilir.

İşte tam da bu noktada Hyundai, özellikle üst sınıflarda ekonomik seçenekleri ile tercih edilen bir model olmayı başarıyor.

Üstelikte Hyundai, yıllardır yaptığı marka yatırımı ve ileri teknoloji sayesinde marka imajı da çok güçlü olan bir firma.

Uygun fiyat ve güçlü marka imajı biraraya geldiğinde ise, böylesine kriz dönemlerinde bile başarılı satışlara imza atılabiliyor.

Ülkemizde de binek otomobilde liderlik koltuğuna oturan Hyundai, bir zamanlar dünyanın en büyük beş üreticisinden biri olma hayalini gerçekleştiriyor gibi gözüküyor.

Doğru ürün ve stratejiler devam ettiği sürece, daha da yukarılara çıkmaması için bir neden yok.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Hurda

Haşim Çavuşoğlu 12.10.2009

ÖTV indiriminin 30 eylülde sona ermesi ile beraber, tüm otomotiv sektörü gözünü tekrar hükümete çevirdi. Uzun yıllardan beri vergiden ziyade “ceza” gibi alınan vergiler, sektörün –özellikle de istihdam ve katma değer yaratan yerli otomotiv sektörünün- önündeki en büyük engellerden biri oldu.

Buna rağmen üretim ve satış olarak Avrupa’nın önemli otomotiv üslerinden biri haline gelen ülkemizde vergilendirme konusunun, ÖTV indirimi, hurda indirimi gibi geçici çözümler yerine daha uzun vadeli bir plan ile ele alınması gerekiyor. Zira otomotiv, Türkiye’nin en büyük sektörü ve önümüzdeki dönem içerisinde de bu durum çok fazla değişecek gibi gözüküyor.

O halde bütün gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, devletin özel sektör ile elele vererek lokomotif sektörler hakkında uzun vadeli planlar oluşturması gerekiyor. Türkiye otomotiv sektöründe, önümüzdeki 5, 10 ve 20 yıl içerisinde ne kadarlık bir otomobil, ticari araç, yedek parça üretimi planlıyor? Bu plan, global otomotiv üretiminin planları ile uyum içerisinde mi? Türkiye, global üretim pazarından ne kadarlık bir payı, hangi alanlarda almak istiyor? Lojistik, yetişmiş iş gücü, enerji ve diğer hammadde kaynakları olarak uygun ortam mevcut mu? Türkiye’deki yasalar, vergi düzenlemeleri ve yatırım olanakları bu plan ile uyum içerisinde mi?

Yukarıdaki soruların cevapları oluşturulmadan yapılan her uygulama, ağır kesici olmaktan öteye gidemiyor.

Hatırlayın, birkaç ay önce General Motors'un Opel'i elinden çıkarması sırasında alıcılar ile yapılan tüm görüşmelere Merkel liderlik etti, en uygun satışın yapılması için tüm aşamalarda bulundu ve sonunda alıcı Magna'ya ciddi bir kredi açılacağını da taahhüt etti. Çünkü Opel'in Alman ekonomisindeki yeri, aynı ülkemizdeki yerli üreticilerde olduğu gibi "beni alakadar etmez" denemeyecek kadar önemli.

Bu yaklaşım, hükümetler için bir "yaklaşım" değil bir "zorunluluk". Zira alınan yanlış kararların sonucunda oluşan işsizlik ve vergi kayıplarının faturasını da herkes ödüyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Mutluluk fotoğrafı

Haşim Çavuşoğlu 19.10.2009

Geçtiğimiz günlerde Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) eylül 2009 rakamlarını açıkladı. Açıklanan rakamlara göre, bu yılın ocak-eylül döneminde ülkemizde toplam 419.208 adet otomobil ve ticari araç satılmış. Bu rakam geçtiğimiz seneye göre satışların yüzde 6,7 oranında arttığını gösteriyor.

Sadece eylül ayı olarak baktığımızda daha da ilginç bir tablo karşımıza çıkıyor. Zira eylül ayında satılan 81.397 adet araç, bir önceki yılın eylül ayına göre yüzde 85'in üzerinde bir yükselmeye işaret ediyor.

Markalar bazında satışlara baktığımızda, binek otomobil satışlarında Renault'nun çok küçük bir farkla liderliği Hyundai'dan aldığını görüyoruz. Bu iki markayı sırasıyla Ford, Fiat ve VW takip ediyor.

Model sıralamasında ise Hyundai açık ara önde. Ocak-Eylül 2009 döneminde ülkemizde 24.464 adet Accent satılmış. Bu modeli 18.363 adetle Renault Megane ve 17.466 adetle Renault Symbol izliyor.

Son yıllarda yıldızı parlayan dizel otomobillerde ise bu yıl önemli bir düşüş göze çarpıyor. Geçen sene satılan binek otomobillerde dizel oranı yüzde 50 iken bu oran, bu yıl bu oran yüzde 43'e gerilemiş durumda. Bu gerilemenin arkasında, birbirine yaklaşan dizel ve benzin fiyatları olduğu kadar, giderek daha cimri hale gelen küçük hacimli turbo benzinli motorlarında büyük etkisi olduğunu düşünüyorum.

Benzin tüketimi olarak aradaki fark azaldıkça, benzinli ve dizel araçlar arasındaki fiyat farkı çok daha uzun sürelerde kapanabiliyor. Son olarak otomatik vitesli otomobil satışları, geçen seneki seviye ile aynı kalmış. Ülkemizde satılan her 100 otomobilden 28'i otomatik vitesli.

Dokuz aylık rakamların ve eylül rakamlarının bu kadar başarılı olmasında hiç şüphesiz ÖTV indiriminin büyük etkisi var. Ancak daha öncede üzerinde durduğumuz gibi, ÖTV indirimi sona erdikten sonra da sektörün ayakta kalabilmesi için, uzun vadeli planlara ihtiyaç var.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Saturn

Haşim Çavuşoğlu 26.10.2009

Yukarıdaki kelimeyi okuduğunuzda birçoğunuzun aklına bir güneş sistemindeki bir gezegen geliyor doğal olarak. Ancak ABD de "Saturn" aynı zamanda bir otomobil markası. Hem de şu sıralar çok fazla konuşulan bir marka.

Saturn, General Motors grubuna ait bir marka olarak 1980'lerin ortasında üretim yapmaya başladı. GM, Saturn markası için tamamen yeni bir dizayn anlayışı, bayi ağı ve pazarlama stratejisi oluşturdu. Bu yeniliklerin arkasındaki amaç, Toyota, Honda ve Nissan'ın ABD marketindeki önlenemez yükselişine bir cevap vermektir.

Piyasaya çıktığı ilk aylarda adından söz ettirse de, devam eden yıllarda GM in küçük ve sıradan bir markası haline geldi ve planlandığı gibi Japonlara gerçek bir rakip olamadı. Satış rakamlarının düşük kalmasının arkasındaki en önemli neden, markanın ve üretilen modellerin GM gibi çok büyük bir yapı içerisinde gerçek bir dönüşüm yaşatacak hacme ulaşmamasıydı. Yani GM, bir yandan hedeflediği rakiplerini vuracak bir marka üretirken, aradan geçen 20 yılı aşkın bir süre boyunca kaynaklarını en çok para kazandığı devasa SUV'lara ve bol silindirli otomobillere aktarmaya devam etti. Bu sırada rakipleri, teknoloji, çevrecilik ve müşteri beklentileri konusuna ağırlık vererek yavaş ama sağlam adımlarla zirveye tırmandılar.

Bu yılın başında Amerikan otomobil pazarında yaşanan krizden Saturn de nasibini aldı ve GM, Saturn'ü uzun yıllardır süren düşük satış rakamları yüzünden elinden çıkarmaya karar verdi. Ancak uzun süredir Saturn'ü almaya talip olan Penske otomobil (ABD deki büyük bayilerden biri) istediği anlaşmayı sağlayamayınca masadan kalktı ve hemen arkasından da GM, Saturn'ü de Pontiac gibi kapatmaya karar verdi.

Saturn'ün kapatılması ile ilgili en ironik kısım ise, GM gibi bir devin Saturn'e –veya Saturn ile sahip olmaya çalıştığı anlayışa- en çok ihtiyaç duyduğu zamanda kapatması olsa gerek.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Muayene devrimi

Haşim Çavuşoğlu 16.11.2009

Geçtiğimiz günlerde Tüvtürk'ün "beş milyonuncu araç muayenesini gerçekleştirmesi" ile ilgili haberleri görünce, Tüvtürk'te çalışan bir arkadaşım ile birkaç ay önce yaptığım bir konuşma geldi aklıma.

Araç muayenesi, trafik güvenliği açısından çok büyük bir önem taşıdığından dünyanın bütün "gelişmiş" ülkelerinde belli bir disiplin içerisinde yapılır.

Bu muayeneden geçemeyen bir otomobilin trafiğe çıkması mümkün olmadığı gibi, aracın ikinci el fiyatında son yapılan muayene sonuçları ve muayenenin ne kadar süre ile geçerli olduğu da çok büyük önem taşır.

Ülkemizde ise iki yıl öncesine kadar "muayene edilmeden muayeneden edilen" bir "fenni muayene" sistemimiz olduğundan, araç parkımızın ne durumda olduğu ile ilgili sağlıklı bir bilgiye sahip değildik.

Tüvtürk'ün 21 ayda gerçekleştirdiği "gerçek muayene" sonucuna göre ülkemizdeki araçların yüzde 40'ı "Ağır kusurlu" ve "Emniyetsiz", yüzde 55'i "hafif kusurlu" ve yüzde 5'i "kusursuz" çıkmış.

Bu sonuç, "fenni muayene" ile "gerçek muayene" arasındaki farkı göstermek için yeterli.

Arkadaşım ile yaptığım konuşmada, araç muayenesinde halen bazı üçkâğıtçıların sahte muayene yapmaya çalıştığını ve Tüvtürk'ün bu iş ile ilgili olarak çok ciddi ve kapsamlı bir çalışma yürüttüğünü öğrendim.

Firma, bunun yanında sürekli yapılan iç denetimler ile kendi kalitesini kontrol ediyor.

Ancak ülkemizdeki muayene sıkıntısı henüz tam olarak çözülmüş değil.

Zira araç muayenesinde yakalanan Avrupa standardının yanında, rezalet bir "egzoz muayene" sistemimiz var.

Zamanında önüne gelen herkese "egzoz muayene yetkisi" verildiği için bu iş tamamen kontrolden çıkmış durumda.

Çevre bilincinin ve düşük yakıt tüketiminin böylesine önem kazandığı bir devirde birçok ülke, otomobil vergilendirmesini "çevreyi kirletme" oranında yapmaya başlarken, bizde bu işin bu derece "baştan savma" yapılması anlaşılır gibi değil.

Araç muayenesinde yaşadığımız "devrim"in egzoz muayenesinde tekrarlanması dileğiyle...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

GM'de yeni dönem

Haşim Çavuşoğlu 07.12.2009

GM'de sular kaynamaya devam ediyor...

Geçtiğimiz mayıs ayında eski CEO Rick Wagoner'dan boşalan koltuğu devralan ve şirketin iflas sürecini yöneten Fritz Henderson, görevinden ayrıldığını açıkladı.

Bu ayrılmanın nedenlerini tam olarak bilemesek de, geçtiğimiz altı aylık dönem içerisinde Henderson'ın çok zorlu bir süreci yönettiği çok açık.

Bu dönemde şirket iflas açıkladı, rekor bir süre içerisinde iflastan çıktı, birçok çalışanın, fabrikanın ve bayinin geleceğini etkileyecek kararlar alındı ve bazı markaların kapatılmasına veya elden çıkarılmasına karar verildi.

Böylesine çalkantılı bir sürecin sonunda şirketin satışlarına baktığımızda yavaşta olsa bir iyileşme olduğunu görüyoruz.

Bu iyileşmenin sebepleri arasında global krizin etkilerinin azalması olduğu kadar, şirketin geçirdiği yapısal dönüşüm ve radikal kararlar da etkili.

Bir yandan ABD'deki markaların sekizden dörde indirilmesi ancak diğer yandan şirketin en önemli markalarından biri olan Opel'in satışından vazgeçilmesinin şirket geleceği üzerinde önemli kazanımları olacağı çok açık.

Ancak geçtiğimiz bu dönem içerisinde birçok ta problem yaşandı .

Bilindiği gibi Pontiac markasının kapatılmasına, Saturn, Saab ve Hummer'ın da satılmasına karar verilmişti.

Ancak bu hesaplar, beklenildiği gibi gitmedi zira, Saturn'ü alacak olan Amerikalı grup Penske otomotiv, Saturn'e üretim yapacak üretici bulamadığı için alımdan vazgeçerken, geçtiğimiz günlerde Saab'a talip olan Koenigsegg, görüşmelerden çekildiğini açıkladı.

Saturn'ü de Pontiac gibi kapatacağını açıklayan GM, şimdi Saab'ın geleceğini tartışıyor.

Tüm bu marka kapatma işlemleri, işten çıkarılan işçiler, kapatılan fabrikalar ve iptal edilen bayi kontratları nedeniyle ana firmaya ciddi bir maliyet getiriyor.

Dolayısı ile buradaki en kritik nokta, şirketin "kârlı" bir operasyon yürütebilmesi, yani bir yandan bu değişimi finanse ederken, bir yandan da borçlarını ödeyebilmesi ve sonuç olarak operasyonlarına sağlıklı olarak devam edebilmesi.

Bunu ne ölçüde başarabildiğini önümüzdeki dönemde bekleyip göreceğiz.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Kara bulutlar dağılırken

Haşim Çavuşoğlu 14.12.2009

ODD - Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin açıkladığı verilere göre ülkemizde 2009 yılının kasım ayında toplam 27.962 adet otomobil ve hafif ticari araç satılmış. Bu rakam, geçen senenin kasım ayına göre yüzde 6,5'lik bir artış anlamına geliyor.

Benzer şekilde ocak-kasım dönemindeki toplam satışlara bakıldığında ise geçen seneye göre yüzde 3,6'lık bir artış ile 468.203 adede ulaşıldığını görüyoruz.

Kasım ayındaki artış hem binek araçtan, hem de hafif ticari araçtan geliyor.

Binek araç satışları 2008 rakamlarına göre yüzde 3,4 oranında artarken, hafif ticari araç satışlarındaki artış yüzde 12,5 olarak gerçekleşmiş.

Kasım ayında yaşanan bu satış artışının önemli bir kısmı, ÖTV indiriminden etkilenmeyen hafif ticari araç satışlarından gelse ve firmalar satışları canlı tutmak için kampanyalara devam etse de, toplam satışlar ve binek otomobil satışlarındaki artış, sektörün geleceğe umutla bakması açısından son derece önemli.

Zira ÖTV indiriminin son günlerinde tüm sektöre son derece karamsar bir hava hâkimdi.

Yılın bitmesine iki hafta kala kampanyalar son hızıyla devam ediyor ve benzeri bir tablo, aralık ayında da yakalanabilirse, sektörün yavaş yavaş toparlanmaya başladığını söyleyebileceğiz.

ODD'nin raporunda dikkat çeken bir diğer nokta, dizel otomobil satışlarındaki düşüş.

Geçtiğimiz sene satılan otomobillerin yüzde 50'si dizel iken bu oran 2009'da yüzde 43'e düşmüş durumda.

Bu değişimin arkasındaki en önemli sebep, benzin ve motorin fiyatlarının birbirine yaklaşması olduğu kadar, düşük hacimli ve turbo benzinli motorların yakıt tüketiminde yaşanan önemli gelişim.

Raporun sonunda Avrupa otomobil pazarı ile ilgili verilerde var ve bu verilere göre Türkiye, Avrupa'nın en büyük 8. binek otomobil pazarı. Türkiye, bu sıralama içerisinde sürekli yukarı doğru bir trend izliyor.

Gerek istihdam, gerek ihracat, gerekse katma değer açısından ülkemizin en önemli sektörlerinin başında gelen otomotivin bir an önce toparlanması hepimiz için çok önemli.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bir yıldız daha...

Haşim Çavuşoğlu 21.12.2009

Amerika, gerek dünyanın en büyük otomobil pazarlarından biri olması nedeniyle, gerekse dünyanın en büyük markalarından bazılarının ev sahipliği yapmasından dolayı, global otomotiv endüstrisi tarafından yakından takip

edilir.

Bu pazar, aşırı rekabet nedeniyle, üreticilerin diğer pazarlara göre düşük kârlarla çalışmasına sebep olsa da, büyüklüğünden dolayı hiçbir üreticinin gözardı edemeyeceği bir potansiyeldir.

Bu pazardaki tüketici alışkanlıkları, dünyanın diğer bölgelerine göre halen ciddi farklılıklar gösterse de, 20 yıl önceki haliyle karşılaştırıldığında, çok daha fazla yabancı markayı barındıran ve son yıllarda tüketici alışkanlıklarının Avrupa'ya benzemeye başladığı bir ülke haline gelmektedir.

Bu benzeşme de hiç şüphesiz, dünyadaki petrol fiyatlarının artması ve çevre bilincinin gelişmesi yatıyor.

Otomotiv basını açısından bakıldığında ise Amerika pazarındaki gelişmeler, direk veya dolaylı olarak dünyanın diğer pazarlarını da ciddi biçimde etkilediği için her zaman mercek altında tutulur.

İşte bu etkilerden biri de bu satırları yazmadan birkaç saat önce yaşandı.

General Motors, uzunca bir süreden beri satmaya çalıştığı Saab'ı uygun bir alıcı bulamadığı için kapatma kararı aldığını açıkladı. Saab, Pontiac ve Saturn'ün arkasından, General Motors'un kapatacağını açıkladığı üçüncü marka oldu.

Aslında Saab için alınan bu karar, bir süreden beri seçenekler arasında olsa da, yine de birçok yetkili, markanın bir şekilde uygun bir alıcıya satılarak ayakta kalacağını düşünmekteydi ancak içinde bulunduğumuz olağanüstü ekonomik koşullar buna izin vermedi.

Kapatılma kararı alınan Saab, otomotiv sektöründe önemli izler bırakmış çok değerli bir marka olsa da, mevcut ekonomik ortamda büyük grupların ayakta kalabilmesi ve bu şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için başka bir çare de gözükmüyor.

Otomotiv dünyasından kayan bu yıldız, umarız sonuncusu olur...

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Avrupa 2009

Haşim Çavuşoğlu 28.12.2009

OYDER - Otomotiv Yetkili Satıcıları Derneği'nin 2009 Aralık Raporu'nda Avrupa binek otomobil pazarının bugünkü durumu ve trendleri ile ilgili önemli bilgiler bulunuyor.

2009 yılının ilk 11 ayında tüm Avrupa'da binek otomobil satışları yüzde 2,6 oranında azalarak 13,4 milyon seviyesine gerilemiş.

Ancak bu küçölme rakamının yanında, Almanya'da pazar yüzde 25,4, Fransa'da yüzde 7,6 ve Avusturya'da yüzde 7,9 oranında büyümüş.

Global otomotiv sektörü, tarihinin en büyük krizini yaşarken, Almanya ve Fransa gibi iki büyük ve stratejik pazarda, bu kadar ciddi büyümelerin yaşanması çok dikkat çekici.

2009 yılı içerisinde ülkemizde olduğu gibi, birçok Avrupa ülkesinde de satışların artırılması için çeşitli teşviklerin yapıldığını biliyoruz ancak gözükten o ki bu teşvikler en çok Avrupa Birliği'nin iki lokomotif ülkesi olan Almanya ve Fransa'da işe yaramış.

2009 yılında otomobil satışlarının en çok düştüğü ülkeler ise yüzde 20,9 ile İspanya ve yüzde 8,8 ile İngiltere olmuş.

Raporun ikinci kısmında üreticilerin Avrupa'daki pazar paylarına yer verilmiş.

Buna göre Avrupa pazarındaki en büyük üretici yüzde 21,2 ile VW grubu olmuş. VW grubu içerisindeki markaların dağılımları ise yüzde 11,4 ile VW, yüzde 4,3 ile Audi, yüzde 3,3 ile Skoda ve yüzde 2,2 ile Seat.

İkinci sırada PSA grubu yer alıyor. Peugeot ve Citroen'den oluşan bu grubun Avrupa'daki toplam pazar payı yüzde 12,8.

Bu iki üreticinin arkasından yüzde 9,4 ile Ford grubu (Ford, Volvo), yüzde 9,1 ile Renault grubu (Renault, Dacia), yüzde 8,9 ile GM (Opel, Vauxhall, Saab ve diğer GM markaları), yüzde 8,7 ile Fiat grubu (Fiat, Alfa Romeo, Lancia, Maserati, Ferrari) geliyor.

Bu en büyük altı üreticinin toplam Pazar payı yüzde 70,1.

Yani Avrupa'da satılan her 10 otomobilden yedi tanesi bu altı firmadan biri tarafından üretilmiş.

Bu sonuç, otomotiv sektörün konsolidasyonunu göstermesi açısından son derece önemli.

Dünyadaki birçok sektörde olduğu gibi otomotiv sektörü de, artık bir güç savaşı haline geldi ve düşük kârlılık ile yoluna devam eden oyuncuların ayakta kalabilmesi ve kendini sürekli yenileyebilmesi için belli miktarlarda satış yapmaları şart.

Önümüzdeki yıllarda Çinli üreticilerin bu pazarlara daha fazla girmesi ile tablonun nasıl bir şekil alacağı ise bütün otomotiv sektörünün aklındaki en büyük soru işareti.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Haşim Çavuşoğlu 04.01.2010

“2009 yılını en çok kim unutmak istiyor” sorusuna cevap, otomotiv endüstrisi olurdu sanırım.

Birçok sektörde olduğu gibi, globalleşme akımından fazlası ile nasibini alan otomotiv endüstrisi, uzun yıllardır boğuştuğu ağır rekabet ve beraberinde gelen karsızlık problemlerinin üzerine global kriz eklenince, kendi tarihinin en zor yıllarından birini geçirdi.

General Motors, Amerikan hükümetinden aldığı yardımlara rağmen, haziran ayında iflas koruması altına girdi, bünyesinde bulunan 12 markanın dördünü kapatarak veya satarak elimine etme kararı aldı. Bu markalardan sadece Hummer için anlaşmaya varıldı, Pontiac, Saturn ve Saab'ın kapatılma kararı alındı. (Saab için halen bazı teklifler değerlendirilse de, kapatma çalışmaları da diğer yandan devam ediyor.)

Opel/Vauxhall grubu için ise Magna ile masaya oturuldu, ancak Opel grubunun GM'in geleceğinde önemli bir rol oynaması sebebiyle grup içerisinde bırakılmasına karar verildi.

2009 yılında iflas koruması altına giren bir diğer firma Chrysler oldu. Chrysler'in yüzde 20 hissesi, Fiat tarafından satın alındı ve şirketin başına Fiat'ın da patronu olan Marchionne geçti. İki firma arasında önümüzdeki yıllarda önemli işbirlikleri planlanıyor ancak bu ortaklığın başarılı olup olmayacağını zaman gösterecek.

Bir diğer dünya devi Ford, üç Amerikan büyüğü içerisinde hükümetten yardım talep etmeyen tek firma olarak dikkat çekti. Bünyesindeki markaları geçtiğimiz yıllarda ciddi biçimde azaltan firma, son olarak Volvo için Çinli Geely ile anlaşarak marka sayısını üçe indirmiş oldu. Bu esnada gerek ABD de piyasaya sürdüğü yeni Taurus, gerekse Avrupa'daki yeni Fiesta'nın satışları krize rağmen iyi gidiyor.

Japonya cephesinde Toyota, Honda ve Nissan krizden ciddi biçimde etkilense de, birçok rakibinden daha sağlıklı yapılanmaları nedeniyle krizden erken çıkacaklar gibi gözüküyor.

Avrupa cephesinde VW liderliğini sürdürürken, pazarın küçülmesi nedeniyle birçok firma zorlu günler geçirdi, geçirmeye devam ediyor.

2009 yılı ülkemiz açısından, ÖTV indirimi nedeniyle canlı bir yıl oldu ancak 2010 yılında da firmalar, hükümetten benzeri teşvik paketleri bekliyor. 2010 yılı için birçok firma “yavaş toparlanma” tahminleri yapsa da, global otomotiv endüstrisinin yaşadığı düşük kârlılık problemi krizden daha eski olduğu için, sorunların kısa vadede çözümü mümkün değil.

Dolayısı ile 2010 yılı, birçok firma için 2009 da alınan kararların test edildiği bir yıl olacak gibi duruyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Krizin ardından...

Haşim Çavuşoğlu 11.01.2010

Kriz ve karamsarlıkla geçen bir yılı geride bıraktığımız şu günlerde tüm otomotiv sektörü, geçen yılın sonuçlarını incelemeye ve deyim yerindeyse "hasar raporlarını" çıkarmaya başladı.

Geçtiğimiz sene boyunca otomotiv basınının gündeminin en üstünde yer alan GM ve Chrysler'de, bu yılın ilk günlerinde 2009'a ait satış raporlarını açıkladılar.

Kuzey Amerika satışlarının yer aldığı bu raporlara göre General Motors, 2009'da bir önceki yıla göre yüzde 30, Chrysler ise yüzde 36 oranında satış kaybetmiş durumda.

Geçen yıl iflas koruması altına girmeyen Ford'un satışları yüzde 15 oranında düşmüş.

Yani bu üçlü içerisinde en az zarar gören firma Ford olmuş.

Allgov.com adlı internet sitesinin haberine göre Chrysler, 2009 yılında yaşadığı satış kaybı sonrasında, 1962 yılından bu yana ilk kez bir milyondan daha az araç üretmiş.

Üretim miktarlarının maliyetler üzerinde direk bir etkisi var. Yani üretim ve kapasite kullanımınızı artırdığınız sürece, rekabet şansınız da ciddi biçimde artıyor.

Bu anlamda gerek GM, gerekse Chrysler'in 2010'da oldukça zorlu günler geçirecekleri kesin.

Diğer yandan her üç firmanın da 2009'da yaşadıkları kâbus dolu günlerden önemli dersler çıkardıklarını düşünüyorum.

Örneğin GM, Kuzey Amerika'daki marka sayısını sekizden dörde indirme kararı aldı, fabrika ve bayi sayısını pazara göre yeniden yapılandırdı.

Ford ve Chrysler'de de benzer yeniden yapılanma programları tüm hızıyla devam ediyor.

Dünyanın en köklü bu otomobil firmalarının yeniden "parlak günler" yaşamaları için gerekli bilgi birikimi ve kadroları olduğu kesin.

Ancak parlak günlerin geri gelmesi için, kriz zamanlarında ertelenen taleplerin yeniden hayata geçirilmesi, asılan suratların tekrar gülmesi gerekiyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Detroit Auto Show

Haşim Çavuşoğlu 18.01.2010

11 Ocak 2010'da kapılarını otomotiv basınına açan Detroit Otomobil fuarı, geçtiğimiz seneyi krizle boğuşarak geçiren birçok firma için "ayaktayız" mesajı verecekleri önemli bir show olacak.

Özellikle Amerikalı otomobil üreticilerinin kendi evlerinde yaptıkları fuar, GM, Ford ve Chrysler'in gövde gösterisine dönüşecek gibi gözüküyor.

GM cephesindeki en önemli yenilik Chevrolet Aveo RS. Otomobile meraklı olan herkesin bir göz atmasını tavsiye ederim. Otomobil, ilk jenerasyonu ile karşılaştırıldığında oldukça sportif bir görünüm kazanmış ve yakın zaman önce yollarımızda dolaşmaya başlayan Cruze ve yakında piyasaya çıkacak Spark ile akraba olduğu belli oluyor.

General Motors'un en büyük markası olan ve deyim yerindeyse "belkemiği" sayılan Chevrolet, eğer bu tasarım stratejisini bütün ürün gamına başarılı bir biçimde uygularsa, hem satış açısından, hem de firmanın imajı açısından GM'e çok önemli katkılar sağlayacaktır.

Ford cephesindeki en büyük yenilik yeni Focus. Bu otomobil, Ford'un "One Ford" stratejisi çerçevesinde, "dünyanın her yerinde aynı otomobilleri satma projesi"nin önemli bir halkası olacak. Yine aynı çerçevede yeni Fiesta da ABD pazarında 2011 yılında satışa sunulacak.

Chrysler cephesindeki yenilikler ise oldukça farklı, zira bildiğimiz Lancia Delta, Chrysler markası altında ABD'de pazara çıkmaya hazırlanıyor.

Aslında bu model, ileride Lancia ve Chrysler arasında oluşacak teknoloji işbirliğinin ilk adımı.

Marchionne'nin planı, Avrupa'da büyük başarı elde eden küçük ve çevreci Fiat modellerini ABD pazarına Chrysler altyapısı üzerinden sokmak.

Gözükene o ki, Amerikalı üreticiler Amerika'yı –ve hatta global pazarları- yeniden ele geçirmeyi kafalarına takmış durumda ancak, bunun gerçekleşip gerçekleşmeyeceğini zaman gösterecek.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Emisyon

Haşim Çavuşoğlu 01.02.2010

Çoğumuzun gazetelerde ve dergilerde sık sık okuduğu ancak otomobil alırken neredeyse hiç dikkat etmediği emisyon değerleri, bizden sonraki nesillerin bu dünyada rahat bir nefes almasını sağlaması açısından çok büyük bir önem taşıyor.

Zira global ısınmanın dünyamızın geleceğini tehdit ettiği bu çağda, ulaşım araçları –özellikle de otomobiller- baş günah keçisi olarak ilan edilmiş durumda ve otomobil üreticileri de çevreye ve insanlığa duyarlı olduklarını

göstermek için, bir yandan alternatif yakıt kaynakları ile çalışan otomobilleri geliştirirken, diğer yandan da varolan teknolojilerin zararlı gaz salınımlarını minimuma indirmeye çalışıyor.

Yediğimiz gıdaların, hatta giydiğimiz kıyafetlerin içerisinde kullanılan kanserojen maddeler hakkında bir haber okuduğumuzda ciddi bir hassasiyet gösterirken, kaldırımda yürüdüğümüzde yanımızdan geçen kamyonun saldığı kara dumanların kat kat fazla kanserojen madde içerdiğini ne kadar farkediyoruz bilmiyorum. Ancak gelişmiş ülkeler başta olmak üzere neredeyse bütün dünyada bu konu ile ilgili yapılan çalışmalarda ciddi bir yol katedilmiş durumda ve bütün dünya "0" emisyonu doğru hızla yol alıyor.

Ülkemizde de geçerli olan Avrupa Birliği emisyon standartları, 1992 yılından bu yana, Avrupa Birliği'nde satılan tüm yeni otomobillerin egzoz emisyon değerlerine bir standart getiriyor ve bu standartları sağlayamayan üreticilerin bu pazarlarda otomobil satabilmelerini imkansız hale getiriyor. Bu standartlar, araçların tipine ve kullandığı yakıt türüne göre değişmekle beraber kontrol edilen zararlı gazlar aşağıdaki şekilde sıralanıyor:

CO – Karbonmonoksit
THC – Toplam hidrokarbon
NMHC – Metan içermeyen hidrokarbon
Nox – Nitrojen Oksit ve
Particulate Matter – Zararlı partiküller

olarak sıralanıyor.

1992 yılında yürürlüğe giren ilk standart olan Euro 1, bir başlangıç standardı getirmek için konulmuştu ancak bugün yürürlükte olan Euro 5 standartları farklı yakıt türünde çalışan otomobiller için oldukça katı standartlar getiriyor.

2014 yılının eylül ayında yürürlüğe girecek olan Euro 6 standartları, bu standartları bir kademe daha yukarı çekecek ve tüm sektörü sıfır emisyonu bir adım daha yaklaştıracak.

Gözükün o ki, gelecekte elektrik ve hidrojen teknolojisi ile çalışan otomobiller çok daha ulaşılabilir hale gelecek ve bizler akşamları otomobillerimizin akülerini "şarj ederken" çocuklarımıza ve torunlarımıza bir zamanlar otomobillerin çıkardığı "pis ve zararlı dumanları" bir hikâye olarak anlatacağız.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)