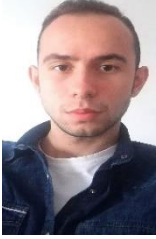


Yeni ve İkinci El Otomotiv Piyasasında SWOT Analizi

Yazan:



DOĞUKAN YAZKAN

İstanbul Ticaret Üniversitesi İktisat Bölümü/4.sınıf

Eposta: dogukan.yazkan@istanbulticaret.edu.tr

Tarih: 6 Ekim 2023

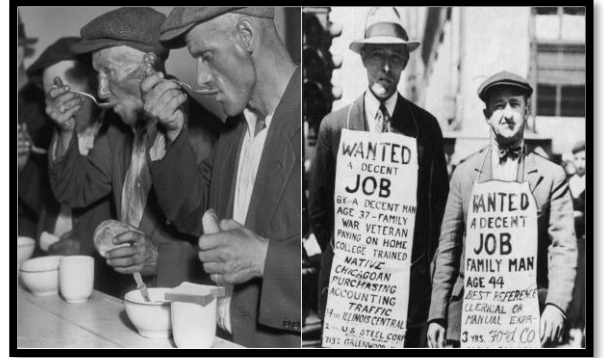
Kriz Otomobil; daha az güç ile daha az zaman harcayarak taşımacılığı daha verimli hale getirmiştir. Önceki zamanlar da taşımacılık hayvanlarla yapılıyordu. Bu da yüksek güç ve zaman kaybıydı. Sanayi devrimi ile buharlı makinelerin icadı ile arabalarda devrim niteliğinde bir adım atılmış. Daha sonra da Karl Benz 1885 ilk içten yanmalı benzinli motoru icat edilmiş, böylece içten yanmalı motorlar yerini almıştır. Uzak denilen mesafeleri yakın kılmış zamandan da tasarruf ettirmiştir. Dünyada onlarca firma oluşmuş otomobili üretmeye, geliştirmeye ve ticaretini yapmaya başlamışlardır. Otomobiller başladığı zamandan itibaren tüketim, ihtiyaç malzemesi olmasının yanında ekonomik piyasası boyunca tekrar tekrar satılabildiği için aynı zamanda bir ticari mal ve yatırım aracı olarak da görülmektedir (İkinci El Piyasası).

Böylelikle otomobil piyasası yeni (sıfır), ikinci el olmak üzere iki guruba ayrılır. Bu iki durum

birbirini etkilemektedir. Müşteriler pazarın içerisinde kendine uygun olan yeni ya da ikinci el bir otomobil alırlar.

Türkiye’de Otomotiv Piyasasının Gelişimi

Türkiye’de otomobil üretimi ve geçmişi 1950’li yılların sonuna dayanmaktadır. Döviz sıkıntısı nedeniyle dışarıdan araç ithalatı olmamasından dolayı Türkiye de yabancı ortaklarla kurulan fabrikalarda üretilen araçlar dönemin otomobil piyasasını oluşturmuştur. Az sayıda firma 1980 ortalarında kadar kısıtlı rekabet koşullarının hakim olduğu bir piyasa oluşumuna sebebiyet vermiştir.



1929 yılında Ford tarafında İstanbul da Serbest Bölge de fabrika kurulma çalışması başlanmış fakat Dünya da meydana ekonomik kriz (Büyük Buhran) sebebiyle faaliyete geçememiştir (Eminoğlu, 2019, s. 444).

1954 yılına gelindiğinde tarım alanlarında kullanıma uygun olup Jeep modelleri üretimi için Tuzla Jeep Fabrikası kurulmuştur. Kamyon ve arazi aracı üretimine de başlanmıştır. Koç grubu tarafından 1959 yılında Ford ortaklığıyla oluşan “Otosan” firması kurulmuştur, Kamyon ve otomobil üretimine başlanılmıştır. Türkiye 1966 yılında “Anadol” marka otomobiller üretmeye başlanmıştır. 1968 yılında “Tofaş”, 1969 da Oyak

tarafından kurulan “Renault” Fabrikaları üretime başlayınca 1980’li yıllara kadar Türkiye otomobil ticareti pazarı büyük oranda bu firmaların domine etmesiyle gerçekleşmiştir (Vikipedi,2022b).



Türkiye de 1990 yılına kadar üretilen motorlu araçlar, otomotiv yan sanayi sektörünün gelişmesinde önemli bir derece de payı vardır. Otomotiv sektörü 1990’lı yıllarda döviz kazandıran sektör haline getirecek önlemler alınmış yeni model araç üretimine dönük yatırımlar teşvik sağlanmıştır. Türkiye’deki avantaj maksimum üretim kalitesi ve minimum maliyetler, Dünyada otomotiv sektörü öncülerinin Türkiye’ye yatırım yapmasında önemli bir role sahiptir. Türkiye’nin Avrupa’ya yakın oluşu büyük potansiyele sahip pazarı ile 1990’lı yılların sonunda otomotiv üretiminde önemli bir konuma gelmiştir (sosyal, 2006, s.577-604).

Otomobil Sektöründe Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler

Otomobil sektöründe klasik meraklıları ya da koleksiyonerler gibi küçük gurubun haricindeki her otomobil müşterisi, ikinci el otomobil yerine sıfır araç almayı tercih edeceklerdir. Tüketicinin ikinci el otomobil almaya iten sebepler; Ekonomik durumdan kaynaklanabildiği gibi satıcı veya üretici tarafından da arzın yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Tüketicinin bütçesine uygun, konforlu ve performanslı bir

ikinci el otomobil tercih nedenlerinden sayılabilir.

Otomobil talebine yön veren değişkenler:

Gelir düzeyi	Vergi ve harçlar
Yeni ve ikinci el otomobil fiyatları	Hukuki nedenler
Yatırım araçlarının hareketi (döviz kuru vb.)	Sosyo-kültürel yapı
Akaryakıt fiyatları	

Yeni ve İkinci El Otomotiv Piyasasında SWOT Analizi

Yeni Otomobillerin Avantajları

- Yeni otomobil alım süreci, ikinci el otomobil alım sürecinden daha kolaydır. Araştırma ve otomobillerin geçmişi için zaman harcamak zorunda kalınmaz. Herkese açık ve dijital ortamlarda yeni otomobillerin her türlü detayı, testleri ve yeterlikleri hakkında her türlü bilgi üreticiler tarafından paylaşılır.
- İkinci el otomobil gibi yeni otomobillerin geçmişlerinin araştırılmasına gerek yoktur. Yeni otomobil sahibi olmak isteyenler, otomobillerin daha önceki sahiplerinin, otomobillerini iyi veya kötü kullanıp kullanmadığı, otomobillerin bakımlarını düzenli ve yetkili servislerde yaptırıp yaptırmadığı ve diğer benzer konular hakkında da bilgi sahibi olmak için zaman harcamak ve maliyete katlanmak zorunda kalmazlar.
- Yeni otomobiller hakkında daha net ve şeffaf bilgiye ulaşılabilirlik konusu, fon arz edenler için de avantajlı bir durumdur. Rehin edilecek veya teminat olarak verilecek otomobillerin durumu ve değeri hakkında fon arz edenler net olarak bilgi sahibi olmakla birlikte, ikinci el otomobillerde aynı durum söz konusu olmayabilir.
- Otomobil üreticileri, belirli otomobil modelleri için farklı dönemlerde, bazen aynı modellerin güncellenmiş versiyonlarıyla söz konusu otomobillerin

satışlarına destek olmak veya diğer birçok farklı nedenler ile fiyatları düşürülebilmekte veya teşvik edebilmektedir. Aynı şekilde, finans kuruluşları ile distribütörlerin birlikte düzenledikleri satış ve finansman şekilleri, yine otomobilin fiyatını düşürürken, finansman maliyetini de azaltabilmektedir.

- Yeni bir otomobile sahip olmak, mevcuttaki araç parklarına nazaran, en yeni teknolojilerle donatılmış, gelişmiş multimedya sistemleri, onaylanmış, test edilmiş güvenlik tedbirleri ve otonom özellikleri, son derece güvenli fren teknolojileri, farklı ve avantajlı yakıt teknolojileri ve tüm donanımlarının garanti kapsamında olduğu anlamına da gelebilmektedir.

Yeni Otomobillerin Dezavantajları

- Yeni otomobil fiyatları, normal koşullar altında ve genel itibarıyla ikinci el otomobil fiyatlarından daha pahalıdır. Daha üst segment veya daha üst model otomobiller de daha alt segment veya daha alt modellerden daha pahalıdır. Dolayısıyla daha yüksek bedelli otomobilleri finanse etmenin maliyeti ve sigorta, tamir bedelleri de daha yüksek fiyatlarda olmaktadır.
- Yeni otomobillerin satışları, otomobillerin üreticilerden çıkıp distribütörler veya bayiler vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Bu durumda aradaki her unsur için ilave bir kar söz konusu olacağından, alıcı için maliyet de artmaktadır. Seçme şansı veya rekabet azaldıkça pazarlık imkânı da ortadan kalkabilmekte fiyattan indirim imkânı sınırlı kalabilmektedir.
- Vergisel açıdan da yeni bir otomobil almak çok fazla miktarda vergi yükü getirirken, ikinci el otomobillerde vergi yükü daha dar kapsamlı olmaktadır
- Yeni otomobillerin alış maliyetleri, bulunmuş olduğu segment veya model aralığına göre değişmekte ve yukarı yönlü artmaktadır.

İkinci El Otomobillerin Avantajları

- İkinci el bir otomobil almak, daha az bir sigorta ve finansman maliyetine katlanabilmek anlamına gelmektedir. Düşük finansman maliyetleri de daha düşük aylık bütçelerle ve daha kısa sürelerle hareket etme imkânı sunar
- Yeni bir otomobil, alındığından hemen sonra ve ilerleyen her kullanım anında, değeri giderek düşmeye başlar ve devam eder. İkinci el bir otomobile sahip olduğunda ise yeni otomobilin yıpranma maliyeti ilk alıcının üzerinde bırakılmış olur.
- İkinci el otomobiller daha düşük fiyatlarda satın alınabildiği için, yeni araç olarak aynı model ve segmentte alınamayacak bir araç, ikinci el olarak satın alabilir ve böylece daha yüksek bir konfora ve tatmin düzeyine de sahip olunabilir. ☑ Otomobiller kullanıldıkça, otomobil kullanım kalitesine ilişkin veriler de toplumda oluşmaktadır. Bu veriler, henüz negatif yönleri ortaya çıkmamış yeni otomobillere kıyasla, ikinci el otomobillerde yüksek maliyete katlanılabilecek otomobillerden kaçınma imkânı sağlayacaktır.

İkinci El Otomobillerin Dezavantajları

- Kullanılmış ya da ikinci el otomobil daha önceki kullanımdan kaynaklanan olası arıza veya sorunları da bünyesinde barındırabilir. Bu durumda bütün arıza veya sorunlar eski sahibinden yeni sahibine geçmiş olur. Bu durum ekspertiz veya çeşitli analizlerle tespit edilebilse de tamamen kontrol altına alınabildiği varsayılmaz.
- İkinci el otomobili satın almadan yapılan muayene veya ekspertiz çalışmalarında, bariz sorunlar tespit edilebilse de kullanımdan kaynaklı yıpranmalar ve bunun neden olabileceği kısa zamandaki arızalar tam olarak görülemeyebilir. Bu risk de alıcı üzerindedir.
- İlgili ülkelerin mevcut yasalarına göre belirli hukuki süreçlerden geçerek satın alınan ikinci el otomobiller, satın alma sürecinin sonunda geriye iade

edilemeyebilir. Yani, ikinci el otomobil alırken her türlü tespit yapılarak alındığı/satıldığı iddia edilebilir. Yeni otomobiller üretici garantisindeyken, ikinci el otomobiller belli maliyetlere katlanılarak uzatılmış garanti kapsamına alınabilir

- Genel itibariyle ikinci el otomobiller daha düşük bedelleri dengeleyen daha yüksek finansman maliyetleri de gerektirebilir.

Kaynakça

Akçi, Y. (2016). İkinci el otomobil: Tüketici bakışıyla. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (22), 329-362.
doi:http://dx.doi.org/10.14520/adyusbd.68749.

Alper, C. E. ve Serdar, A. M. (2000). Türkiye'de Otomobil Talebinin Tahmini. Boğaziçi Üniversitesi, Ekonomi Bölümü, Ekonomi ve Ekonometri Merkezi, İstanbul.
http://ideas.econ.boun.edu.tr/content/wp/ISS_EC_05_01.pdf (Erişim Tarihi: 14.12.2022)

Aslan, K. (2003). Otomobil alımında tüketici davranışlarını etkileyen faktörler. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 2(3), 83-103.

Ceylan, H., Akbulut, İ. ve Durmuş, M. (2016). Tüketicilerin otomobil tercihinde etkili olan faktörlerin subjektif kullanım düzeylerine göre değerlendirilmesi. Sosyal Bilimlerde Gelecek İçin Bilimsel İşbirliği Konferansı. Eylül, Uşak. (22.09.2016)

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (2022). Trafiğe Kayıtlı Araçların Ortalama Yaşları. <https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/trafige-kayitliaraclarin-ortalama-yaslari-i-85798> (Erişim Tarihi: 11.1.2022)

Ekonomist (2021). <https://www.ekonomist.com.tr/teknoloji/cip-krizi-nedir-nasilbasladi-ne-anlama-geliyor-cip-nerelerde-kullaniliyor-21014> (Erişim Tarihi:08.12.2022)

Eminoğlu, K. (2019). Gündelik Hayatımızın Tarihi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Euronews (2022). <https://tr.euronews.com/2022/08/27/avrupa-ve-turkiyedekullanimdaki-otomobiller-kac-yasinda-turkiye-20-yas-ustunde-ilk-sirada> (Erişim Tarihi: 19.12.2022)

Huang, G., & Liu, H. (2021). Estimating expectations-based reference-price effects in the used-car retail market. Quantitative Marketing and Economics, (19), 457-503.
doi:10.1007/s11129-021-09239-w

Islam, R., Ahmad Bashawir, A., Kusuma, B., and Hong, E. (2016). An analysis of factors that affecting the number of car sales in Malaysia. International Review of Management and Marketing, 6(4), 872-882.

Naser, S. A. (2022). The impact of covid-19 on the automobile industry: A study on the shipping sector. Yüksek lisans tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Otomotiv Distribütörleri Derneği (ODD) (2022). <https://www.odmd.org.tr/folders/2837/categorial1docs/3102/Makroekonomik%20De%c4%9ferlendirme%20-%20Aral%c4%b1k%202021.pdf>. (Erişim Tarihi: 04.11.2022)

Önder, K. (2021). Hane halklarının birinci ve ikinci el otomobil alımını etkileyen faktörlerin sıralı logit modeli ile analizi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (48), 215-228. doi:10.30794/pausbed.869646.

Soysal, H. (2006). Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının verimlilik analizi: otomotiv sektörü üzerine bir uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (16), 577 - 604.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2022). <https://www.tuik.gov.tr/>. (Erişim Tarihi: 26.11.2022)

Vikipedi (2022a). Otomobilin Tarihi. https://tr.wikipedia.org/wiki/Otomobilin_tarihi#cite_note-134. (Erişim Tarihi: 13.12.2022)

Vikipedi (2022b). Türk Otomotiv Sanayisi. https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk_otomotiv_sanayisi.(Erişim Tarihi: 21.12.2022)

TÜİK (2020). Dönemsel Gayrisafı Yurt İçi Hasıla, III. Çeyrek: Temmuz - Eylül Sayı: 3360.