



**FİNANSAL KRİZLERİN REEL SEKTÖRE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ
“OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA”**

İmren CEYLAN

Yüksek Lisans Tezi

Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY

Uşak

Haziran, 2019

**FİNANSAL KRİZLERİN REEL SEKTÖRE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ
“OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA”**

İmren CEYLAN



YÜKSEKLİSANS TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY

UŞAK

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran, 2019

ÖZET

FİNANSAL KRİZLERİN REEL SEKTÖRE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ “OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA”

İmren CEYLAN

İşletme Ana Bilim Dalı

Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2019

Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY

Küreselleşen dünyada rekabetin de artmasıyla pek çok kriz meydana gelmekte ve bu krizlerin etkileri dönemler, hatta yıllar boyunca devam etmektedir. Krizler bazı sektörleri derinden etkilemiştir. Otomotiv sektörü de kriz dönemlerinde en çok tahribat yaşayan sektörlerin başında gelmektedir. Otomotiv sektörünün pek çok sektörle bağlantılı olması krizden etkilenme hızını da arttırmaktadır. Araştırmada kriz dönemlerinde otomotiv sektöründe yaşanan sıkıntılar ele alınmış, otomotiv sektörü ile bankacılık sistemi arasındaki ilişki ve bankacılık sisteminin araç alımına etkileri incelenmiştir. Kredi kullanım maliyetlerinin otomobil alımlarına etkisi incelenmiştir. Tüketicilerin satın alma kararlarının kriz döneminde azalmakta ve otomotiv sektöründe satışlarda azalma görülmektedir. Araştırmada genel ekonomik durum içerisinde otomotiv sektörü incelenmiş ve çeşitli verilerle bu dönemlerde otomotiv arz ve taleplerinde azalma görüldüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Finansal Kriz, Otomotiv Sektöründe Kriz, Türkiye, Otomotiv*

ABSTRACT**THE EFFECTS OF FINANCIAL CRISES ON THE REAL SECTOR
“AN APPLICATION ON THE AUTOMOTIVE SECTOR”**

İmren CEYLAN

Business Administration

Uşak University Institute of Social Sciences, June 2019

Advisor: Doctorate Faculty Member Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY

With the increase in competition in the globalized world, many crises occur and the effects of these crises continue for periods or even years. Crises have deeply affected some sectors. The automotive sector is also one of the sectors that suffered the most damage during the crisis. The connection of the automotive sector with many sectors also increases the speed of the crisis. During the crisis, the problems experienced in the automotive sector were discussed, the relationship between the automotive sector and the banking system and the effects of the banking system on vehicle purchases were examined. The effect of credit usage costs on automobile purchases was investigated. Consumers' buying decisions are decreasing in the crisis period and sales in the automotive sector are declining. In the study, the automotive sector was examined in the general economic situation and it was determined that automotive supply and demand decreased in this period with various data.

Keywords: *Financial Crisis, Automotive Sector Crisis, Turkey, Automotive*



UŞAK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

İşletme Ana Bilim / Ana Sanat Dalı Yüksek Lisans Programı 164005043 No'lu öğrencisi İMREN CEYLAN 'ın " FİNANSAL KRİZLERİN REEL SEKTÖRE ETKİLERİNİN İNCELENMESİ "OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÜZERİNE BİR UYGULAMA" " adlı tezi 14/06/2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Uşak Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, Yüksek Lisans Tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Jüri	Adı Soyadı	İmza
Danışman	: Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY	
Üye	: Doç. Dr. Mustafa SOBA	
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa BAYHAN	

Enstitü Müdürü

**Prof. Dr. Mehmet
KARAYAMAN**

ÖNSÖZ

Global Dünya’da finansal ve ekonomik krizlerden teknolojinin de hızla ilerlemesiyle gelişmekte olan ülkeler daha fazla etkilenmektedir. Finansal istikrarın sağlanması için hükümetin uyguladığı para politikaları ile birlikte enflasyonla mücadele hedeflerine ulaşabilmesi amaçlanmıştır.

Türkiye’de yıllar içerisinde pek çok kriz yaşanmıştır. Yaşanan bu krizlerin ülke ekonomisine etkileri, kriz esnasında alınması gereken önlemler ve krizin bıraktığı derin tahribatlar ve kriz sonucunda ülke ekonomisinin toparlanma süreci araştırmacıların konusu olmuştur. Araştırmada Uluslararası ekonomik gelişmeler, kriz esnasında ekonomik istikrarı sağlamak için para politikalarındaki alınan tedbirler ve ülke çapında enflasyonla mücadele kapsamında çalışmalarının daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

Araştırmada kriz dönemlerinde örgütlerin krizi algılayış biçimleri ve krize karşı tepkilerinin ne düzeyde olduğunun ortaya konulmasıyla birlikte kriz döneminde otomotiv sektöründeki değişen satış rakamlarının belirlenmesidir.

Bu çalışmada öncelikle değerli bilgileri ve görüşleriyle bana yol gösteren, çalışmanın her aşamasında büyük emeği olan sevgili danışman hocam Sn. Dr. Öğr. Üyesi Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY’ a fikir ve önerileri ile destek olan değerli arkadaşım Sn. Aysu KELEŞ’ e, üzerimde emeği olan tüm hocalarıma ve çalışma arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Son ve en önemlisi olarak, tüm öğrenimim süresince desteğini asla esirgemeyen ve bana her zaman güç veren sevgili canım aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Uşak,2019

İmren CEYLAN

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı – Soyadı : İmren CEYLAN

Uyruğu : T.C.

Doğum Tarihi ve Yeri : 01.03.1990 Karahallı/UŞAK

Lisans Öğrenimi : Uşak Üniversitesi, İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Öğretimi: Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı

Yabancı Dil : İngilizce

E-mail : imren.ceylan@usak.edu.tr , imrenceylan64@gmail.com



İÇİNDEKİLER

ÖZET	İ
ABSTRACT	İİ
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	HATA! YER İŞARETİ TANIMLANMAMIŞ.
ÖNSÖZ	İV
ÖZGEÇMİŞ	V
İÇİNDEKİLER	VI
TABLOLAR	İX
ŞEKİL LİSTESİ	X
KISALTMALAR	Xİ
GRAFİKLER	İ
GİRİŞ	1
I. REEL SEKTÖR VE FİNANS SEKTÖRÜ KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.REEL SEKTÖR KAVRAMI	3
1.1. Reel Sektör Krizleri.....	3
1.1.1. Enflasyon Krizleri;.....	3
1.1.2 Durgunluk Krizi.....	4
1.1.3 İşsizlik Kriz.....	4
2. FİNANS SEKTÖRÜ KAVRAMI	4
3. REEL SEKTÖR VE FİNANS SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ	4
II. FİNANSAL KRİZLER	6
1. KRİZ KAVRAMI	6
1.1. Kriz Oluşumunun Aşamaları.....	8

1.1.1.	Körlük	8
1.1.2.	Atalet	8
1.1.3.	Yanlış Kararlar ve Faaliyetler	8
1.1.4.	Kriz.....	9
2.	RİSK KAVRAMI.....	9
2.1.	Sistematik Risk.....	9
2.1.1.	Kur Riski	9
2.1.2.	Faiz Oranı Riski	10
2.1.3.	Politik Risk.....	10
2.1.4.	Pazar Riski	11
2.1.5.	Enflasyon Riski	11
2.2.	Sistematik Olmayan Risk	11
2.3.	Asimetrik Bilgi	12
3.	FİNANSAL KIRILGANLIK KAVRAMI.....	13
4.	EKONOMİK KIRILGANLIK	13
5.	FİNANSAL KRİZLER.....	13
5.1.	Finansal Kriz Türleri	16
5.1.1.	Para Krizleri	16
5.1.2.	Bankacılık Krizleri.....	16
5.1.3.	Dış Borç Krizi	17
5.1.4.	Sistematik Finansal Krizler.....	17
5.2.	Finansal Kriz Modelleri.....	20
5.2.1.	Birinci Nesil Kriz Modelleri	20
5.2.2.	İkinci Nesil Kriz Modelleri	20
5.2.3.	Üçüncü Nesil Kriz Modelleri.....	21
5.3.	Dünya’da Yaşanan Küresel Ekonomik Krizler	21
5.3.1.	1929 Krizi	21
5.3.2.	Meksika Krizi – 1994	22
5.3.3.	Güneydoğu Asya Krizi – 1997	22
5.3.4.	Rusya Krizi – 1998	23
5.3.5.	2001 Krizi	23
5.3.6.	2007-2008 Küresel Finansal Krizi	25
5.4.	2008 Krizinin Türkiye’ye Etkileri	27
5.5.	Küresel Krizin Ekonomideki Etkileri	27
5.5.1.	Dış Talepte Gerileme	27
5.5.2.	Uluslararası Kredilerde Azalma.....	27
5.5.3.	Yurtiçi Kredilerde Azalma.....	27
5.5.4.	Türkiye’de Yerleşik Yabancı Finans Kuruluşlarının Durumu	28
6.	EKONOMİK KRİZLER.....	29

III. REEL SEKTÖRDE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN YERİ	30
1. OTOMOTİV SEKTÖRÜ	30
2. OTOMOTİV SEKTÖRÜ TARİHÇESİ.....	31
2.1. Türkiye’de Otomotiv Sektörü	34
3. EKONOMİK KRİZLER VE OTOMOTİV SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ	35
3.1. Kriz Kronolojisi ve Sektörel Etkileri.....	35
3.2.Otomotiv Sektörü Sektörel Verilerin Değerlendirilmesi.....	36
IV. UYGULAMA.....	46
YÖNTEM.....	46
SONUÇ.....	64
KAYNAKÇA	67

TABLÖLAR

Tablo 1:1999 Yılında Dünyanın En Büyük Otomobil Üreticilerinin Yıllık Üretim Miktarları (milyon adet araç)	31
Tablo 2:Otomotiv Sanayii Firmalarının Üretim Adetleri	32
Tablo 3:Otomotiv Ana ve Yan Sanayii İhracatı (ABD \$).....	36
Tablo 4:2018Yılında Motor Hacmine Göre Otomobil Pazarı.....	44



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2: Finansal Kriz Çeşitleri	15
--	----



KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE: Araştırma Ve Geliştirme

BDDK: Bankacılık Düzenleme Ve Denetleme Kurulu

DBS: Doğrudan Borçlanma Sistemi

DİBS: Devlet İç Borçlanma Senetleri

EUR : Euro

EVDS: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi

GSMH: Gayri Safi Milli Hasıla

IMF: Uluslararası Para Fonu

KDV : Katma Değer Vergisi

KMH: Kredili Mevduat Hesabı

NAFTA: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması

ÖTV : Özel Tüketim Vergisi

TCMD: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

TL : Türk Lirası

TMSF: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

USD : ABD Doları

VDMK: Varlığa Dayalı Menkul Kıymet

GRAFİKLER

Grafik 1: Bankalarca Açılan Kredilere Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (Akım Veriler,%)	18
Grafik 2: Kurlar-Döviz Kurları	19
Grafik 3: Dünya Ticaret Hacmi(Yıllık % Değişim).....	28
Grafik 4: Dünya Otomotiv Üretimi 2008-2017	32
Grafik 5:Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)	41
Grafik 6:Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)	42
Grafik 7:Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)	43

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar farklı olayların tetiklediği çok sayıda kriz yaşanmıştır. Krizler farklı bölge ve farklı gelir düzeyinde olan ülkelerde ortaya çıkabileceği gibi etkileri de birbirine benzemektedir. Krizler günümüze kadar belli sektörlerde, gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde büyük tahribatlar yaşatmıştır. Finansal krizlerin dünya üzerinde sıklıkla karşılaşılmaması bu konunun daha yoğun ve aktif bir şekilde araştırılmasına neden olmuştur. Pek çok çalışmanın ortak yönü finansal krizlerin dinamik bir yapıya sahip olduğudur.

Bu çalışmada finans sektörünün tetiklediği krizlerin reel sektöre etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırmada krizin reel sektöre etkisinin analizi amacıyla otomotiv sektörü seçilmiştir. Araştırma kapsamında genel ekonomik konjonktür içerisinde otomotiv sektörünün konumu ve bağlı bulunduğu diğer sektörlerle karşılıklı ilişkisi incelenmiştir.

Bu çalışmanın diğer amaçları arasında örgütlerin krize tepki veriş biçimlerini, örgütlerin bu dönemlerde verdikleri stratejik kararların kriz döneminde uygulanan kararların çalışanlar üzerindeki etkileri, krizlerin tüketicilerde satın alma kararı üzerindeki etkisi, kriz döneminde otomotiv sektöründe pazar payının değişimi araştırılmaktadır. Krizin, otomotiv sektöründeki tüm üretim, montaj, yedek parça, distribütörler, bayiler ve bankalar gibi birimlerin üzerindeki etkisi ve nihai tüketicilerin bu dönemdeki satın alma tutumları, otomotiv satışlarının neden ve ne düzeyde azaldığının tespit edilmesi bulunmaktadır. Tüketicilerin satın alma kararlarının kriz döneminde azalmasıyla birlikte otomotiv sektöründe satışlarda azalma görülmektedir. Bu dönemlerde piyasa şartlarının olumsuz olmasından dolayı örgütlerin stratejik kararlarının otomotiv sektöründe etkisiz olduğu gözlemlenmektedir.

Araştırmada, genel ekonomik krizin otomotiv sektöründe hükümet yetkilileri tarafından alınan tüm tedbir ve teşviklerin otomotiv sektörünün canlanmasında yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Öncü bir sektör olan otomotiv sektörünün pek çok farklı sektörün arz ve talebine etkisi olduğu için bu durumun tespiti büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma ile birlikte kriz dönemlerinde sektörün

kırılganlığı, krize karşı dayanıksız kaldığı noktalar tespit edilmeye çalışılmaktadır. Kriz dönemlerinde sektörün minimum ölçüde zarar görmesi hedeflenmekte ve bunun sağlanması için de eksikliklerin belirlenmesi ve giderilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu eksikliklerin tespiti ve alınan önlemlerin net şekilde uygulanması çalışmanın verimliliği açısından önem teşkil etmektedir.

Ekonomik krizler sonucunda ülke ekonomisi zarar görmekte, kaynaklar daralmakta, istihdam ve üretim azalmaktadır. Ekonomiye önemli ölçüde katkı ve istihdam sağlayan otomotiv sektörü kriz dönemlerinden en fazla etkilenen sektörlerdendir. Bu nedenle bazı analizlerin bu sektörde yapılmasının daha etkili ve verimli sonuçlar doğuracağı aşikârdır.



I. REEL SEKTÖR VE FİNANS SEKTÖRÜ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.REEL SEKTÖR KAVRAMI

Reel sektör; gerçek sektör anlamına gelmekle birlikte bono, faiz hisse senedi, ve ya hizmet üretimi gibi araçlarla değil, doğrudan mamul üretimiyle gelir elde eden işletmelerin genel ismidir. Örneğin otomotiv, tekstil, elektronik, inşaat, tarım, sanayi gibi üretim yapılarak tüketiciye mal ve ya değerler sunulmasını sağlayan sektördür. Bu sektör, kapitalist sistem içerisinde ranta ve iltimasa uzak bir noktada kalarak para kazanma işini daha etik bir biçimde gerçekleştirir. İmalat sanayi ülkelerin gelişmesi açısından en kritik sektördür. Reel kesim tarafından gerçekleştirilen tasarruflar finansal kesim tarafından toplanır ve tekrar reel kesime kullanılır.

1.1.Reel Sektör Krizleri

Reel sektör krizleri, mal ve hizmet piyasalarında meydana gelen enflasyon, resesyon (durgunluk) ve durgunluk içerisinde enflasyon (stagflasyon) krizleri olarak, işgücü piyasalarında işsizlik olarak görülmektedir. Reel sektörde meydana gelen krizler, mal ve hizmet piyasalarında üretim miktarında düşmelere ve istihdamda da işgücü kayıplarına neden olmaktadır (Atay, 2016). Mal ve hizmet üretimlerindeki azalış sebebiyle işsizlik artmakta buna bağlı olarak ekonomik krizlerin yanında da finansal krizler ortaya çıkmaktadır. Mal ve hizmet piyasalarındaki krizler üç farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar; enflasyon krizi, işsizlik ve durgunluk krizidir.

1.1.1. Enflasyon Krizleri; mal ve hizmet fiyatlarının genel seviyesinde sürekli meydana gelen artış olarak tanımlanmaktadır. Enflasyonun aşırı yükselmesi ve kronikleşmesine enflasyon krizi adı verilmektedir. Enflasyonun sürekli yaşandığı ülkelerde bu sorun kriz olarak algılanmayabilir. İstikrarla ilerleyen enflasyonun ani yükselişleri durumu bu ülkelerde kriz olarak algılanmaktadır (Teker, 2016).

1.1.2 Durgunluk Krizi; Fiyatlar genel düzeyindeki artışlar sebebiyle mal ve hizmet üretimindeki yatırım teşviklerinin azalmasıyla oluşmaktadır. Durgunluk krizi, ekonomik açıdan yatırım yapılmaması nedeniyle GSMH artış hızının düşük seviyede kalmasıdır (Teker, 2016).

1.1.3 İşsizlik Kriz; Çalışma yaşları arasında olup çalışmaya herhangi bir engeli bulunmayan ve çalışma arzusuna sahip kişilerin iş bulamamasıdır (Aksoy, 2010).

2. FİNANS SEKTÖRÜ KAVRAMI

Finans, para ile ilgili tüm araçların yönetilmesine ve düzenlenmesine denir. Diğer bir ifadeyle fon akışını sağlayan kuruluşlardır. Bu sektör piyasada gerekli olan fonların uygun şekilde temin edilmesini ve fonların piyasaya verimli bir şekilde dağıtılmasını sağlar. Finans sektörü; bankaları, tahvil hisse senetleri piyasalarını, sigorta şirketlerini ve emeklilik fonlarını kapsayan bir sektördür. Fonların akışını sağlayan finans kuruluşları reel sektörler kadar önem arz etmektedir. Finans sektörünün doğru kontrolünün yapılması gerekmekte aksi takdirde küresel krizlere yol açabilmektedirler.

3. REEL SEKTÖR VE FİNANS SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ

Bankalar gibi finans kuruluşlarının sağladığı krediler reel sektöre yatırım, üretim ve özellikle de kriz dönemlerinde destek olmak amacıyla istihdam ve gelişme açısından önemli tedarikçi işlevini yerine getirmektedir. Genişletici para politikaları uygulamaları, banka mevduatlarını ve rezervlerini yükselterek bankaların kredi arzlarını arttırmakta ve bu sayede de firmaların yatırım ve tüketim harcamaları düzeyi de artmaktadır. Böylece toplam üretim seviyesi de yükselip kredi kanalının işleyişi sağlanacaktır. Üretim, sanayi ve hizmet sektörlerinin üretimini sağlayabilmesi açısından dış kaynaklara başvuru yapmak oldukça önemlidir. Firmaların en önemli dış kaynakları da kredilerdir. Krediler reel sektörü destekleyici bir unsur olmakla birlikte toplam çıktı miktarının arttırılmasına, dolayısıyla da ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

Sonuç olarak finansal sektörün reel sektör üzerindeki etkisi oldukça fazladır ve bu sektörler arasındaki yakın bir ilişki bulunmaktadır. Finans sektörü fonlarını değerlendirmek durumunda olduğundan reel kesim sektörü bu durumda finans sektörünün müşterisi durumundadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler de finans sektörü reel kesim şirketlerinin en büyük finansörü konumundadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, özellikle kriz dönemlerinde bankaların kredi arzlarını daraltması nedeniyle, reel sektör üretimi de azalmakta ve bu durum da kredi tayinlaması olarak yorumlanabilmektedir. Yapılan araştırma ve karşılaştırmalar üretim endeksinin kredi arzıyla doğru orantılı olduğunu göstermektedir (Alkan, 2014).



II. FİNANSAL KRİZLER

1. KRİZ KAVRAMI

Kriz, örgütlerin sürekliliğini sağlamasında ve istikrarını korumasında engel teşkil eden önemli bir durumdur. Bazı krizler dönem dönem etkisini göstermeden önce sinyallerini yavaş yavaş ortaya çıkararak düzenli giden sistemin dengesini bozmaktadır.

Krizler genel anlamda aniden ortaya çıktığı için ülke içinde ekonomik sistemi bozmaktadır. Örgütün uzun ve kısa vadeli planlarını tehdit eden, önceden beklenilmeyen ve sezilmeyen, acil tepkiler vermeyi gerektiren karar verme süresini kısıtlayan, karar verme birimlerini kararsızlığa ya da yanlış karar vermeye sürükleyen bir süreçtir (Pekcan, 2010). Diğer bir ifadeyle kontrol mekanizmasını elde tutamama durumudur. Ülkemizde kriz kavramı, 1990'lı yıllardan sonra uluslararası ticari anlaşmalardan kaynaklı belirli dönemlerde yaşantımızın içine çok daha fazla girmektedir. Küreselleşme, bilgi teknolojilerinde yaşanan yenilikler krizleri yaygınlaştırmada hızlandırıcı rol üstlenir.

Krizin olumsuz etkilerine karar verme mekanizmasının bozulması, yetkinin merkezileştirilmesi, üretim düzeninin bozulması ve üretimin aksaması, maliyetlerin artması, çalışanların işi bırakması veya yavaşlatmak zorunda kalması, yönetici ve çalışanların fiziksel veya ruhsal olarak yaralanması veya can kaybına uğraması, işletme binalarının ve ekipmanlarının zarar görmesi, borçların ödenememesi, alacakların tahsil edilememesi, acil yeni kaynaklara gereksinim duyulması, işletme içinde şikâyetlerin artması, yeni kaynakların bulunamaması, yatırımların durdurulması ve nihayetinde işletmenin kapanması veya el değiştirmesi örnek verilebilir. Krizin her zaman olumsuz etkilerinin olmadığı gibi işletmelere fırsat ve fayda sunmaktadır. Bunlardan bazıları; yeni pazarlara açılma, işletme yöneticileri tarafından işletmede yapısal ve kültürel anlamda değişiklikler yapmak, yeni ürünler üretmek zorunda kalmak, önemli maliyet tasarruflarını kolay ve hızlı bir şekilde uygulamaktır. Kriz döneminde diğer bir avantaj ise yöneticilerin bu dönemde bilgi ve tecrübe kazanmalarındır (Okumuş, 2003).

Teknolojik gelişmelerle birlikte küreselleşen dünyada ülkeler birbirlerine bağımlı hale gelmiştir ve dolayısıyla ortaya çıkan krizler kıtaları aşarak gelişmekte olan bağımlı ülkeleri de etkileyerek tahribatı büyük krizler yaşanmasına sebep olmaktadır (Gül v.d 2018). Bilgisayar ve bilgi teknolojisi üzerindeki yenilikler finansal hizmetler ve finansal araçlara da etki etmiş sermaye hareketliliği kolaylaşmıştır. Aynı zamanda da krizlerin yaygınlaşmasına ve krizin hızlı algılanmasına sebep olmaktadır.

Mishkin'e göre: " Finansal kriz verimli yatırım imkânlarına sahip finansal piyasaların ahlaki tehlike ve ters seçim problemlerinin gittikçe kötüleşmesi nedeniyle, fonları verimli bir şekilde kullanamaması sonucu ortaya çıkan bozulmadır."

Krizlerin bazı temel özellikleri şu şekilde belirtilmektedir:

- **Belirsizlik:** Krizler önceden tahmin edilmeyen ya da beklenmeyen bir anda ortaya çıkmaktadır. Eğer krizin belirtileri doğru tespit edilirse, gerekli önlemlerin alımı daha kolay ve maliyetsiz olabilir aynı zamanda işler kontrolden çıkmadan gerekli önlemlerin alınabilir (Okumuş, 2003)

- **Değişken süre:** Örgütlerin krize karşı koyabilecek tedbirlerin zamanında alınmasına ya da uygulanmasına bağlı olarak krizin süresi değişkenlik göstermektedir.

- **Bulaşma Etkisi:** Krizler, kelebek etkisi gibi yayılmasıyla birlikte göstermekle birlikte diğer sektörleri de etkilemektedir. Bir sektörde oluşan kriz zaman içinde bağlantılı olduğu iş kollarına da bulaşabilmektedir. Örneğin; İnşaat sektöründe meydana gelen bir kriz demir-çelik, cam, çimento sektörlerini ve konut kredilerini ve inşaat sektörlerine verilen kredilerin de geri ödenmemesinden kaynaklı bankacılık sektörünü de doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Bu krizler ticari ilişki içerisinde olan diğer ülkeleri de etkileyebilmektedir.

- **Fırsat Yaratma:** Kriz kişiler ve organizasyonlar için hem bir tehlike ve tehdit oluştururken bunun yanında yeni fırsatlar da yaratmaktadır. Bu anlamda kriz düşünüldüğü gibi olumsuz karakter taşıyan bir durum anlamına gelmemektedir (Yaşar Akçalı, 2014). Krizlerle karşılaşılması durumunda eğer kriz başarıyla atlatılmışsa krizin olası fayda ve zararları tespit edilir. Alınan önlemlerin etkinliği, karşılaşılan bu krizden neler öğrenildiğinin saptanır.

1.1. Kriz Oluşumunun Aşamaları

Kriz oluşurken 4 aşamadan geçer bunlar;

1.1.1. Körlük

Bu aşamada örgüt yöneticileri iç ve dış çevrede meydana gelen tehdit sinyallerini alabilir ancak değişim ve gelişmeleri teşhis etme ve tanımlamada yetersiz kalmaktadırlar. Kriz öncesinde var olan iyi sonuçlar ile işletmeler israf ve yetersizliklere karşı toleranslı davranmışlardır. Sonuçların iyi olmasına bakılarak olumsuz durumlar göz ardı edilmiştir. Bu şekilde yönetim, krizi algılayamamaktadır. Krizin çıktığı ilk aşamada en önemli problemlerden bazıları; Yöneticinin kriz sinyallerini görememesi ya da görmezden gelmesi, başkalarını suçlama, kaynakları yanlış kullanmadır (Okumuş, 2003).

1.1.2. Atalet

Üst yönetimler çevresel değişimlerin ve gelişimlerin örgüte yapacağı etkileri ve bu etkinin sonuçlarını değerlendiremediklerinde krize karşı gerekli tedbirleri alamamaktadırlar. Bunun başlıca sebebi mevcut durumun geçici olduğunun ve standart önlemlerle zamanla düzeleceğinin düşünülmesidir(Tağraf ve Arslan, 2003).

1.1.3. Yanlış Kararlar ve Faaliyetler

Çevrede oluşan değişikliklerin ve problemlerin yorumlanmasında belirsizlik söz konusu olmaktadır. Belirsizlik ortamında da yöneticiler arasında hakim görüş sağlanamamaktadır. Yöneticilerin kişisel sezgileri ortaya çıkmakta ve bununla birlikte herkesin iyi bildiği uygun görülen faaliyetlere yönelim sağlanmaktadır. İşletme içerisinde belirsizliği ortadan kaldırmak için ortak strateji geliştirilememektedir. Kriz aşamasında daha önceden alınan kararların ve önlemlerin yavaş yavaş işlediği görülmektedir. Başarılı bir yönetim süreciyle birlikte bu aşamanın kıs sürede ve kolayca atlatılacağı savunulmaktadır. Ancak yanlış kararlar ve yöntemlerle bu dönem zorlu ve uzun süreceği gibi sonuçları da yıkıcı olabilmektedir (Okumuş, 2003).

1.1.4. Kriz

Önceden kriz sinyalleri alınmamış, kriz aşamasında doğru tepkiler verilememiş ve gerekli tedbirler sağlanmamışsa örgüt kaçınılmaz bir şekilde kriz dönemine girmektedir. Kriz ile karşılaşıldığında işletme içinde çatışma ve panik meydana gelmekle birlikte sadece günü kurtarma çabaları ortaya çıkmaktadır. Amaçlar ve planlar göz ardı edilmektedir (Tağraf ve Arslan, 2003).

2. RİSK KAVRAMI

Risk; istenmeyen sonuçların gelme olasılığı ve ya objektif belirsizlik anlamına gelmektedir (Tanrıöven ve Aksoy, 2011). Bir şirketin hedeflerine ulaşmasını olumsuz etkileyen olay ya da olayların sebep olduğu olası kayıplara denir. Risk yönetimi sadece olumsuzluktan kaçınmayı değil, aynı zamanda olumlu bir şeyler elde etmeyi de etkilemektedir. Risk yönetimi ile olumsuzluklara karşı savunmanın yanı sıra fırsatlara karşı hazır olmak da sağlanabilir (Aydın, K. 2013). İş dünyasında doğru zamanda doğru riskler alındığında kazanç sağlanır ve risklerin alınması başarıyı da beraberinde getirir. Önemli olan nokta kazanca dönüşebilecek risklerin zamanında ve doğru tespitidir.

2.1. Sistemik Risk

Ekonomide yer alan tüm firmaları etkiler. Finansal piyasaların etkin bir şekilde işlevlerini yerine getirememesine neden olur. Ciddi bozulmalara neden olmakla birlikte reel ekonomiye de büyük oranda zarar verir (Oktar ve Dalyancı, 2010). Ekonomik, sosyal, politik ve diğer çevre şartlarından dolayı ortaya çıkar ve bu riskleri firmalar ne yaparlarsa yapsınlar bireysel olarak engelleyemezler. Borsanın politik krizler sebebiyle bir anda düşmesi dövizin yükselmesi örnek gösterilebilir. Bu risklerden en az şekilde etkilenmek için çeşitli tedbirler alabilirler. Sistemik risk türleri kur riski faiz oranı riski, politik risk, pazar riski ve enflasyon riskinden oluşmaktadır (Tanrıöven ve Aksoy, 2011).

2.1.1. Kur Riski

Döviz piyasalarında para birimlerinin birbirlerine karşı değer kazanması ve ya kaybetmesi sonucu ortaya çıkan risk türü olup, devalüasyon ve revalüasyon

dönemlerinde bankaların ve diğer işletmelerin kazanç sağlayabilmeleri ve kurdaki olası değişimleri öngörerek tedbir almalarına bağlı oluşur (Telli, 2016).

2.1.2. Faiz Oranı Riski

Faiz oranlarındaki değişimler sonucu işletmelerin kazançlarında azalmalara ya da kayıplara neden olmaktadır. İşletmelerin yaptığı bir yatırımın değerinin faiz oranlarındaki değişimlere bağlı olarak düşmesi riskidir. Banka açısından düşünüldüğünde bu risk, banka ürünlerinin faiz oranlarında meydana gelen değişimlerden dolayı banka karının düşmesidir (Telli, 2016).

2.1.3. Politik Risk

Politik risk, bir ülkedeki politik kararların ya da politik ve toplumsal olayların bir şekilde iş iklimini etkilemesi ile yatırımcıların parasal kayba uğramaları ya da yaptıkları yatırımdan bekledikleri kadar para kazanamamaları olarak tanımlanır. Diğer bir ifadeyle bir işletmenin operasyonlarının göreceği politik zarardır. Politik risk fark edilmez ise işletmeye daha fazla zararı olabilecektir. Politik riskler, ülkeler arasında, ekonominin sektörleri arasında, şirketler ve faaliyet gösterdiği kollar arasında ya da belirli projeler arasında değişebilir. Politik risk kapsam genişliği olarak ikiye ayrılır. Makro riskler bütün firmaları etkilerken mikro riskler belirli bir duruma bağlı değişkenlik gösterir ve seçilmiş endüstrileri ya da firmaları etkiler. Dünya politik risk raporuna göre politik risklerin farklı çeşitleri vardır. Bunlar;

Transfer ve konvertibilite; Bir yatırımcının yerel parayı yabancı paralara çevirememesi ya da bu paranın ev sahibi ülke dışına transfer edememesinden kaynaklanır.

Kamulaştırma: Hükümet ya da hükümetin bir organı tarafından ayrımcılık ile mülkiyet ile ilgili yatırım ve kontrol haklarının azaltılması yve ya ortadan kaldırılması ile uğranan kayıplardır.

Sözleşmenin ihlali: Yatırımcılar ile yapılan sözleşmenin hükümet tarafından ihlal edilmesi ya da hükümet tarafından bu sözleşmenin tanınmaması nedeniyle uğranan kayıplardır.

Egemenlik haklarının kötüye kullanılması ve finansal güçlükler: Yeni proje ve ya mevcut projenin geliştirilmesinde taahhüt edilen ya da hakkedilen ödemelerin zamanında yapılmaması sebebiyle uğranan kayıpları ifade eder.

Terörizm; Devlet dışındaki gruplar tarafından yapılan politik amaçlı eylemler sonucu uğranan kayıplardır.

Savaş; iç ve dış çatışmalar sonucu zarar görme ya da yok olma gibi fiziki zararlara uğrama riskidir.

Sivil rahatsızlık; Sosyal huzursuzluktan kaynaklanan kayıpların riskidir.

Diğer olumsuz düzenleyici değişimler; Keyfi değişiklik ve düzenlemelere bağlı kayıpların riskidir (Aydın, K.).

2.1.4. Pazar Riski

Pazarda meydana gelen faiz, fiyat ve kur bağlamında meydana gelen değişikliklerin varlıklarda ve borçlarda yarattığı riske denir.

2.1.5. Enflasyon Riski

Paranın değerinde aniden düşme ve fiyatlar genel seviyesinin hızla yükselmesi durumuna enflasyon denir. Dolayısıyla dolaşımdaki para miktarı artmaktadır.

2.2. Sistemik Olmayan Risk

Sistemik olmayan riskler tek firma ya da sektöre aittir ve sadece bunlar etkilenir. Sistemik olmayan riskler faaliyet riski, yönetici riski ve finansal risktir. Bu tür riskler firmaların kontrolü ve düzenlemeleri ile azaltılabilir (Tanrıöven ve Aksoy, 2011). Sistemik olmayan riski çeşitlendirme ile yok edebilen yatırımcılar, yok edemedikleri sistemik riskin büyüklüğünü yaklaşık olarak belirlemek isterler. Bu tahminin yapılabilmesi için sistemik riski etkileyen faktörlerin, bu faktörlerin birbiriyle yönünün ve şiddetinin analiz edilmesi gerekir.

Bu amaçla teoride bir veya birkaç değişkenin beta üzerine etkilerini incelemek amacıyla çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Çalışmalarda kullanılan değişkenler genel olarak finansal kaldıraç derecesi, faaliyet kaldıraç derecesi, Ar-Ge harcamaları, reklam harcamaları ve muhasebe değişkenleri seklindedir.

2.3. Asimetrik Bilgi

Asimetrik bilgi kavramı firma içinde yöneticilerin sahip olduğu bilgiyle ortakların veya diğer yatırımcıların sahip olduğu bilginin aynı olmaması durumudur. Yöneticilerin firmanın geleceği hususunda daha kapsamlı ve teknik bilgilere sahip olmaları sebebiyle kendilerinin beklentileriyle yatırımcı beklentileri çelişmektedir. Örneğin; yeni ihraç edilen bir paya, yatırımcının biçtiği değerle firmanın biçtiği değer aynı değildir. Yatırımcı daha düşük bir fiyattan satın almak isteyecektir ve firma ihtiyacı olan fonu sağlayacak pay başına fiyattan satış yapmayı isteyecektir. Ancak yatırımcı bu profili karşısında bulamayacaktır (Taşçı ve Korkmaz, 2018)

Her finansal krizin kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler karşısında krizle başa çıkma yolları da çeşitlilik kazanmıştır. Finans sektörü, ekonomik faaliyetlerin artmasına bağlı olarak iş bölümü ve uzmanlaşma ile birlikte refah artışını da mümkün hale getirebilmektedir. Finansal sektör büyüdükçe ürün çeşitliliği gelişmiştir. Dolayısıyla da riskin farklı bölümlere ayrılması mümkün hale gelmiştir. Neoklasik iktisat teorisine göre mevcut tüm bilgi piyasalarda kullanıldığında fonlar en etkili yatırım aracı haline gelecektir. Finansal piyasaların analiz edilmesinde büyük öneme sahip asimetrik bilgi olgusu, finansal krizlerin incelenmesinde sıkça başvurulan yaklaşımlardandır. Asimetrik bilgi yaklaşımına göre krizde, finansal piyasalar işlevin tam olarak yerine getiremez. Fonların kullanımını bir tarafın diğer tarafa göre daha çok bilgiye sahip olması nedeniyle doğru yapılmamaktadır. Buna bağlı olarak da ekonomide bir daralma oluşabilmektedir. Etkili kaynak dağılımını asimetrik bilgi yaklaşımına göre iki önemli faktör etkilemektedir. Bunlar; Ters Seçim ve Ahlaki Tehlikedir (Vardareri ve Dursun, 2010)

3. FİNANSAL KIRILGANLIK KAVRAMI

Ekonomik anlamda kırılmalık kavramı ilk olarak küçük ada ülkelerinin bu kavramı açıklamaya odaklanmasıyla oluşmuştur. Kırılmalık hangi birimin kırılan olduğuna ve hangi ekonomik faktöre göre tanımlandığına göre farklılık gösterir. Finansal kırılmalık kavramı ile hane halkı ve devlet gibi ekonomik birimlerden bahsedilmektedir. Bu ekonomik birimlerin kırılmalığı; ekonomik krizlere, gıda krizlerine, iç ve dış ekonomik ve finansal şoklara, doğa koşullarına ve açlığa karşı olabilmektedir. Dolayısıyla kırılmalık kavramı ekonomik birimlere ve bu birimlerin hangi olaylara ve durumlara karşı risk altında kalabileceğine göre değişmektedir. Kavram kırılmalığı araştıran araştırmacının fikirlerine ve bakış açısına göre de farklılık gösterir. Kırılmalık diğerk bir ifadeyle, var olan düzenin bozulmasıyla oluşabilecek negatif yönde değişim riskidir. Kullanılan farklı parametrelere paralel olarak kırılmalık, finansal ve ekonomik kırılmalık olmak üzere ikiye ayrılmaktadır(Karakurt, B. Şentürk S.H. ve Ela, M. 2015). Türkiye ekonomisi, dünya ekonomisinde önemli ve artan bir potansiyele sahip olmakla birlikte iktisadi yapısındaki zayıflıklar kırılmalığı arttırmaktadır.

4. EKONOMİK KIRILGANLIK

İç ve dış şoklara karşı ekonominin dayanıklı olup olmamasını ifade eder. Ekonomik kırılmalık çeşitleri; mali kırılmalık, finansal kırılmalık, dış kaynaklı kırılmalık ve reel sektör kırılmalığıdır. Bütçe açığı ve kamu açığının artması mali kırılmalığı ifade eder, kredi/mevduat oranının artması, yıllık kredi büyümesi ve kurların yükselmesi finansal kırılmalığı, cari açıkların artması ve dış borç stokunun artması dış kırılmalığı, üretimin ve ihracatın büyük oranda petrol ve gaz gibi tek bir doğal kaynağa bağlı olması ise reel sektör kırılmalığını artıran faktörlerdendir (Gülmez, Yardımcıoğlu ve Beşel, 2017).

5. FİNANSAL KRİZLER

Finansal krizlerin kaynağı doğal felaketler, finansal etkiye sahip önemli olaylar, olumsuz ekonomik haberler ve ya siyasi olaylar olabilir. Finansal krizler ekonomide durgunluğa yol açmakla birlikte reel ekonomiyi de etkiler. Finansal kriz genel olarak üç şekilde reel ekonomiye yayılmaktadır. Bunlar kredi kanalı, küreselleşme ve

tüketim kanalıdır. Kredi kanalı, işletmelerde sermaye kredilerinin sınırlı olması ticaret finansını ve yatırımları etkiler. Dolayısıyla da reel ekonomi etkilenmektedir. Temkinli harcama kanalları yatırımcı ve tüketici kararları arasında güven duygusunu etkileyerek daha düşük çıktıya sebep olur ve bu kanal depresyon döngüsü olarak adlandırılır. Küreselleşme kanalı ise uluslararası ticaret, yatırım bağlantıları ve havale akışları ile ilişkilendirilmektedir (Bülbül, 2018).

Kriz öncesinde ve kriz başlangıcında işletmelerde kişisel yorumlar ve sezgiler ön plana çıkmakta maliyetleri düşürme, örgütsel yapıyı merkezileştirme gibi yanlış kararlar verilmektedir. Dolayısıyla da karışık ve gerilim de artmaktadır (Dinçer, 1998)

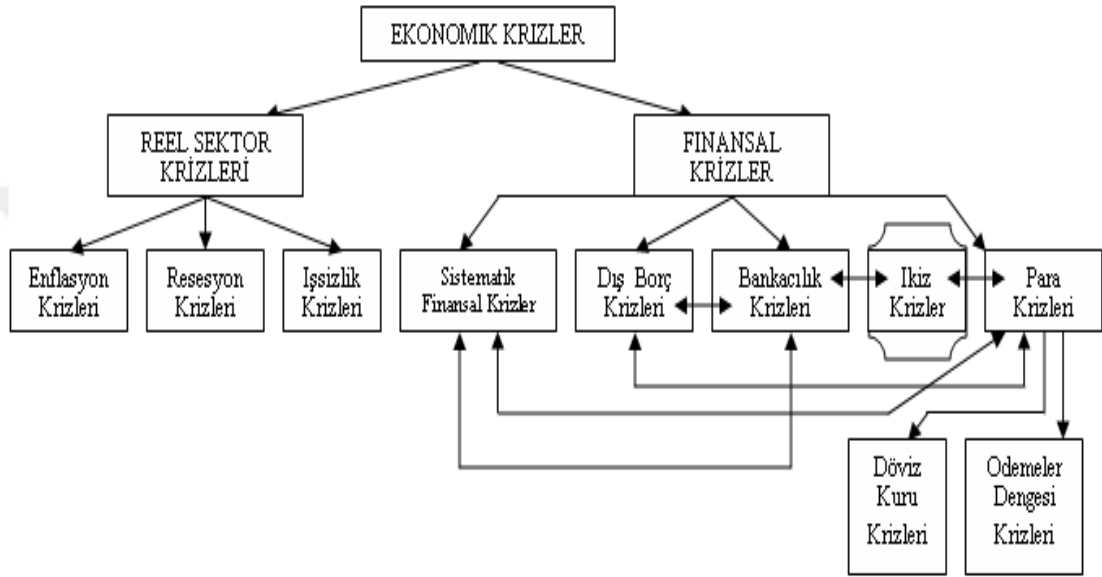
Krizin bölgesel ya da dünya krizinin olduğunun anlaşılması için öncelikle krizin nasıl ortaya çıktığı tespit edilmelidir. Finansal krizlerin ortaya çıkma ve yayılma süreçleri, ekonominin içinde bulunduğu koşullara, zamana, politik ve kurumsal yapılara, iktisadi konjoktüre, siyasi durumlara ve iktisadi birimlerin tercihlerine vs. pek çok etmene bağlı olarak değişkenlik göstermektedir (Oktar ve Dalyancı, 2010).

Finansal krizler belirsizlik ortamına neden olmakta ve kriz dönemlerinde işletmeler kendi durumları hakkında öngörülerde bulunamamaktadırlar. Bu belirsizlik sebebiyle de istikrarsızlıklar ortaya çıkmakta işletmeler sadece kısa vadeli kararlar alabilmektedirler. Finansal krizler faizlerin yükselmesine, taleplerin düşmesine, işletmelerin satışlarının azalmasına stoklarının artmasına ve ekonomilerde kapasite fazlalarının oluşmasına sebebiyet vermektedir. İşletmeler kriz dönemlerinde yatırımlarını önemli ölçüde azaltmakta hatta yeni yatırımları durdurumaktadırlar (Telli, 2016). Finansal krizler ülke çapında otomotiv sektörünü de fazlasıyla etkilemektedir. Krizin ortaya çıkmasıyla birlikte satış hacimleri daralır, işgücü istihdamı azalır, ülke para birimi diğer ülke para birimlerine kıyasla değer kaybedebilir, faiz oranlarında oluşan olumsuz değişiklikler kazançlarda azalmaya kayıplarda artışa neden olmaktadır.

Krizler genel kabul gören yaklaşımlara göre dört gruba ayrılır. Bunlar;

- Para krizleri
- Bankacılık Krizleri
- Dış Borç Krizleri
- Sistemik Finansal Krizler

Şekil 1: Finansal Kriz Çeşitleri



Kaynak; Finansal Krizlerin Öncü Göstergeleri ve Ülke Ekonomilerini Etkileme Kanalları: Türkiye Örneği. Yücel, F. ve Kalyoncu, H. (2010).

Para ve bankacılık krizlerinin kısa dönemde birbirlerini eş anlı etkilemesi ile oluşan krize ikiz krizler denilmektedir(Yücel ve Kalyoncu, 2010). 1994 yılından bu yana dünyada yaşanan ve küresel etki yaratan krizlerin tümü bu krizlere örnektir. Küreselleşmenin etkisiyle birlikte 90'lı yıllardan itibaren para krizleri ve bankacılık arasında anlamlı ilişkiler kurulmaya başlanmıştır (Eren, 2013)

5.1. Finansal Kriz Türleri

5.1.1. Para Krizleri

Döviz krizi de denir. Döviz kurundaki ani hareket ve sermaye hareketlerindeki değişim sonucu ortaya çıkar Ülke parasına yapılan herhangi bir spekülâtif saldırı, paranın önemli ölçüde değer kaybı yaşanmasına neden olur. Bu durum devalüasyonla sonuçlanırsa ya da Merkez Bankası paranın değerini korumak amacıyla faiz oranlarını yükseltirse döviz ve ya para krizi ortaya çıkar. Bir ülke parasına güven kaybolur. Dolayısıyla da fon kaynakları ülkeyi terk etmeye başlar (Turgut, 2007).

Para Krizleri, literatürde birinci nesil, ikinci nesil ve üçüncü nesil olmak üzere 3 farklı yaklaşımla incelenmiştir. 1990'lı yılların başına kadar para krizleri birinci nesil modellere göre incelenmekteydi.

5.1.2. Bankacılık Krizleri

Batma noktasına gelen ya da gelme olasılığı riski bulunan bankaların, işlevlerini yitirmesiyle birlikte devletin büyük oranda müdahaleleri sayesinde destek verilmek zorunda kaldığı durumdur (Oktar ve Dalyancı, 2010). Bankacılık krizlerinin temel nedenleri; geri ödenmeyen kredilerin artması, menkul değerler piyasasındaki dalgalanmalar, reel sektörün küçülmesi nedeniyle banka aktif yapılarının bozulması, bankaya güvenin sarsılması ile bankalardan mevduatların aniden çekilmesi... Bankacılık krizinin teşhisi yapılırken krizin tek bankaya mı, birden fazla bankaya mı yoksa tüm bankaları mı ilgilendiren bir konu olduğu belirlenmelidir. Tek bankadaki kriz tüm bankacılık sistemini sarsmayabilir. Kriz içindeki bankanın, bankacılık sektöründe kilit öneme sahip bir banka olması krizin sistematik biçime dönüşmesi olasılığını arttırmaktadır (Turgut, 2007). Bankacılık krizleri para krizlerinden daha uzun süreli olabilir ve ekonomik faaliyet hacmi üzerinde para krizlerine göre daha şiddetli etki oluştururlar. 1950' ler ve 1960' larda bankacılık krizleri finansal kısıtlamalar sebebiyle yaygın değildi. 1960 ve 1980 yılları arasında para krizlerinin daha çok olduğu ve 1980'lerin ortalarından itibaren de bankacılık krizlerinin arttığı görülmektedir (Delice, 2003).

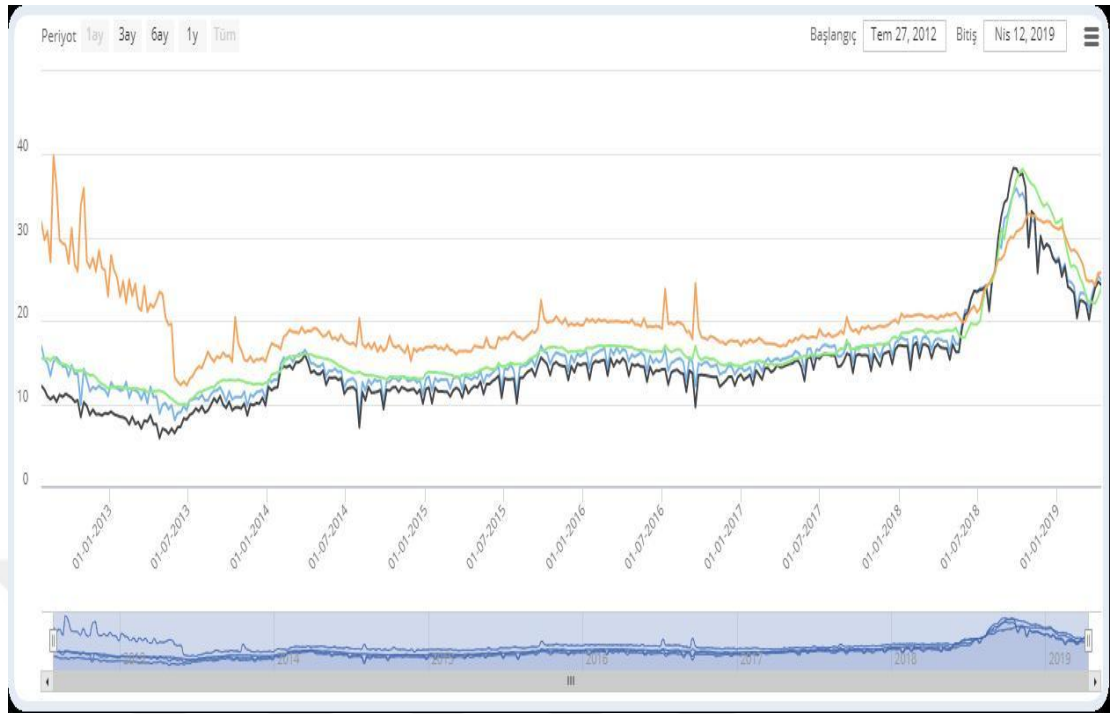
5.1.3. Dış Borç Krizi

Bir ülkenin devlet ya da özel kesim dış yükümlülüklerinin yerine getirilememesi durumunda ortaya çıkan bir kriz türüdür. Örneğin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sanayileşme politikası izleyen gelişmekte olan devletler aynı zamanda bu politikalarını gerçekleştirmek için yetersiz sermaye birikimi sebebiyle uluslararası kuruluşlardan yardım ve kredilerle beslenmişlerdir. Bu büyüme şekliyle ülkelerin dış borçları katlanarak artmış ve sanayileşme için bu dış borç sistemi devam etmiştir. 1970'li yıllarda meydana gelen bunalım süreci borcun borçla ödenmesi döngüsünü daha kötü duruma getirmiştir. Tüm bu gelişmelerle birlikte 1982 yılında Meksika'nın borçlarını ödeyemeyeceğini açıklaması ile kırktan fazla gelişmekte olan ülke dış borç krizi yaşamıştır (Dibo, 2009).

5.1.4. Sistemik Finansal Krizler

Sistemik finansal krizler, finansal piyasaların işlevlerini etkin bir şekilde yerine getiremeyecek şekilde ciddi bozulmalara maruz kalması ve sonucunda reel ekonominin de büyük ölçüde zarar görmesi durumudur. Ekonomik, sosyal ve politik yaşam yapısının değişiminden ve bozulmasından kaynaklanmaktadır. Sistemik finansal krizler gelişmekte olan ülkelerde daha fazla görülmektedir (Dalyancı, 2010). Belli bir düzeyde sabitlenen döviz kurları, ticari açıkların artmasına yol açmaktadır. Döviz rezervlerinde bir kayba ve kurlarda düşüşe neden olurlar. Bekleyleşler döviz kurlarını etkilemekte ve kur değerindeki dalgalanmalar hızlı ve büyük olmaktadır. Kur değerindeki ani düşüş yabancı para cinsinden borçların artışı demektir.

Grafik 1: Bankalarca Açılan Kredilere Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (Akım Veriler,%)



<https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/341>

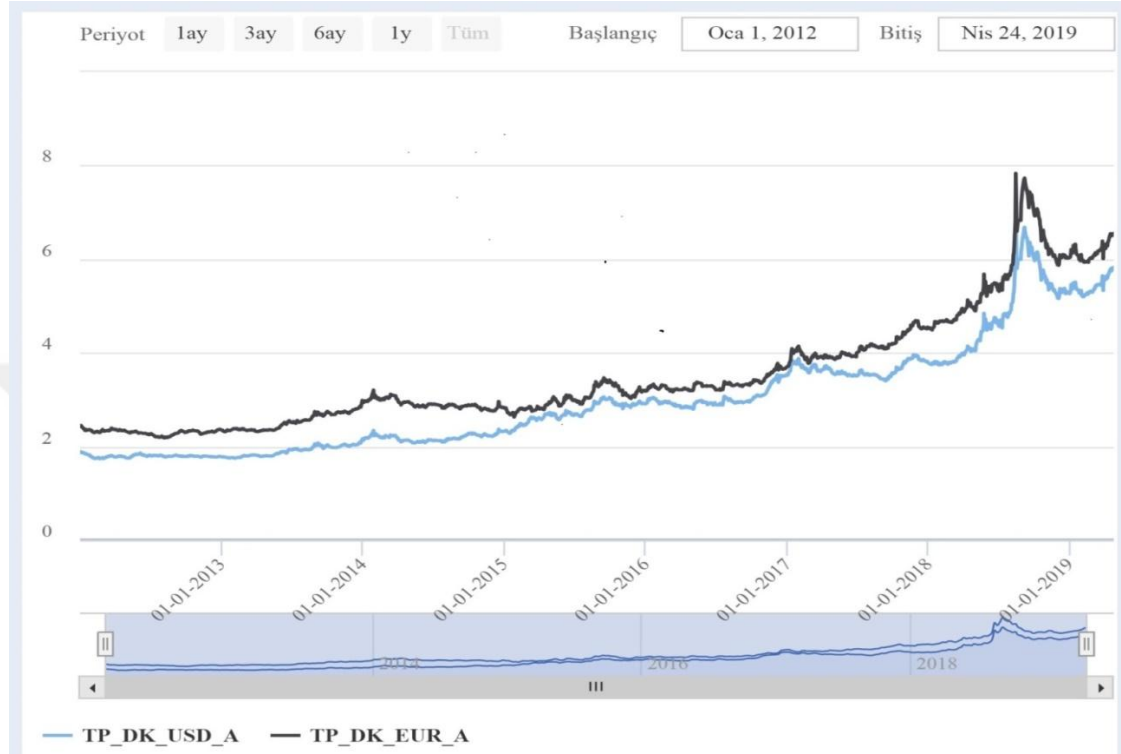
- Ticari (TL Üzerinden Açılan)(Akım Veri,%)
- Ticari Krediler (TL Üzerinden Açılan)(Tüzel Kişi KMH ve Kurumsal Kredi Kartları Hariç)(Akım Veri,%)
- Tüketici Kredisi (TL Üzerinden Açılan) (İhtiyaç+Taşıt+Konut) (AkımVeri,%)
- Tüketici Kredisi (KMH Dahil) (TL Üzerinden Açılan)(İhtiyaç+Taşıt+Konut) (Akım Veri,%)

Grafik, bankacılık sektöründe (katılım bankaları hariç) Türk Lirası cinsinden kullanılan ticari ve tüketici kredilerine uygulanan ağırlıklı ortalama faiz oranlarının tarihsel gelişimini göstermektedir. Sektörün ağırlıklı ortalama faiz oranları, ilgili hafta içinde banka bazında fiilen kullanılan kredi tutarları, kredi türleri, müşteri bazında her bir krediye uygulanan faiz oranları ve yıl bazında (bileşik faiz) ilişkilendirilmek suretiyle hesaplanmaktadır. Ağırlıklı ortalama faiz oranları hesaplanırken diğer maliyetler hariç tutulmaktadır.

Kriz dönemlerinde kura bağlı olarak faiz oranlarında artıştan kaynaklı tüketicilerin öncelikleri temel ihtiyaçlar olmaktadır. Buna bağlı olarak konut ve taşıt kredileri geri planda kalıp ihtiyaç kredilerine daha fazla gereksinim duyulmaktadır.

Grafikteki seriler için EVDS’de yer alan Bankalarca Açılan Kredilere Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (Akım %) (Türk Lirası) tablosu kullanılmıştır.

Grafik 2: Kurlar-Döviz Kurları



<https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?>

- (USD) ABD Doları (Döviz Alış)
- (EUR) Euro (Döviz Alış)

Türkiye’deki otomotiv sanayi dışa bağımlı olmasından kaynaklı kur farklılıkları Türk Lirası’nın değer kaybına sebep olduğu için otomobil ve yedek para fiyatları artış göstermektedir. Buna bağlı olarak satış hızı ve satış adetleri düşmektedir. İthal ürünlerin satışında döviz kurunun yukarı yönlü hareketli olması Türkiye’deki Özel Tüketim Vergisinin de fazla yansıtılmasına sebep olmaktadır.

5.2. Finansal Kriz Modelleri

Finans alanında en çok tartışılan ve araştırılan konulardan biri de finansal krizlerin önceden tahmin edilebilirliği ile finansal krizleri gösteren öncü göstergelerin belirlenmesidir. Bu alanda birçok endeks geliştirilmiş, tartışılmış ve modeller türetilmiştir. Bu modeller Birinci, İkinci ve Üçüncü Nesil Modeller olarak anılmaktadır. Birinci Nesil Finansal Kriz Modellerine göre finansal krizler, uygulanan makroekonomik politikalar ile sabit kur rejimi arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanmaktadır. İkinci Nesil Finansal Kriz Modellerinde, spekülasyon ortamı kriz olgusunu yaratmaktadır. Üçüncü Nesil Finansal Kriz Modellerine göre ise bankacılık sisteminin sorunları krize neden olmaktadır.

5.2.1. Birinci Nesil Kriz Modelleri

Bu modelin kullanılma sebebi, petrol ve enerji fiyatlarının artış gösterdiği 1973 yılından 1982 Meksika Moratoryumu ile tetiklenen ve genelde Latin Amerika ülkelerinde meydana çıkan dış borç ve ödemeler dengesi krizlerinin açıklanmasıdır. Krizlerin genel olarak nedenleri arasında bütçe açığı, döviz kuru dengesizliği ve ödemeler dengesi gibi temel ekonomik etkenler esas alınmaktadır. Modellerdeki ana tez hükümetlerin bütçe açıklarını kapatmak için kullandıkları finansman yolunun ve genişletici makroekonomik politikaların sabit döviz kuru politikasının sürdürülebilmesi olanağını ortadan kaldırmasıdır. Bu modellere göre krizler parasallaşmış ve aşırı miktarlara ulaşan kamu kesimi borcu ile döviz kuru rejimi arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanmaktadır. Krizler kaçınılmaz ve de önceden tahmin edilebilmektedirler (Akkaya ve Kantar, 2018).

5.2.2. İkinci Nesil Kriz Modelleri

Hükümetin fayda ve maliyet analizini dikkate alan ve piyasadaki olumsuz beklentilerin kendi kendini doğruladığı modeldir. İkinci nesil modellerin vurgu yaptığı hususlar;

- Hükümetin niçin sabit döviz kurunu bırakması gerektiğini açıklar,
- Hükümetin sabit döviz kurunu koruması için bir nedeni olmalıdır,

- İnsanların sabit kurun iptal edileceğine inanmaları hususunda krize yol açan kısır döngünün meydana gelmesi için sabit kuru korumanın maliyeti belli bir seviyeye ulaşmalıdır (Kıran,2009).

5.2.3. Üçüncü Nesil Kriz Modelleri

Doğu Asya kriziyle döviz krizlerini açıklayan yeni bir modele 1997 yılında ihtiyaç duyulmuştur. Çünkü Doğu Asya krizi bütçe açıklarının finansman yönteminin sabit kur sistemiyle tutarsızlığından kaynaklanan birinci nesil modellerle ya da makroekonomik büyüklükler kriz yaratacak düzeyde olmadığı halde spekülasyonların hükümetin sabit kur sistemini devam ettiremeyeceği yönünde oluşan beklentilerin neden olduğu ikinci nesil döviz krizi modeliyle açıklanamamıştır. Bu sebeple, Doğu Asya krizi, üçüncü nesil model olarak adlandırılmış ve bununla birlikte yeni bir kriz modeli belirlenmiştir. Bu modelde detaylı olarak bilanço etkileri ve bankacılık sektöründeki sorunlara dikkat çekilmiştir. Daha önceki modellerde para ve bankacılık krizi ayrı ayrı ele alınırken bu modelde birlikte açıklanmıştır(Yaman,2010).

5.3. Dünya’da Yaşanan Küresel Ekonomik Krizler

Dünyada yaşanan krizler incelendiğinde pek çok ortak özellik olduğu ancak krizlerin birbirinin aynı olmadığı görülmektedir. Krizler ortaya çıkış sebeplerine göre farklılık gösterir. Örneğin Meksika Krizi bir aşırı tüketim kriziyken, Asya krizi de bir aşırı yatırım krizidir. Ancak krizlerin çoğunun çıkış nedeni olarak temel makroekonomik değişkenlerdeki sorunlardan değil, döviz kurundaki aşırı değerlenmeden, uluslararası likidite yetersizliği ve yoğun sermaye hareketliliğinden ve giriş çıkışlarından kaynaklanmıştır. 1990’lı yıllarda yaşanan krizler birbirinden farklı olmakla beraber ortak noktaları da oldukça fazladır (Öztürk ve Gövdere, 2010).

5.3.1. 1929 Krizi

Bu kriz iktisadi tarihi en çok meşgul eden, en çok tartışılan aynı zamanda en çok tahribat yaratan krizi olmuştur. Dünya çapındaki ilk büyük krizdir. Buhar makinesinin James Watt tarafından bulunmasıyla tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş sağlanmıştır. O dönemde klasik iktisatçılar ekonominin kendi kendine düzenleneceğini, sistematik mekanizması bulunduğu ve dolayısıyla

ekonomiye müdahalede bulunulduğunda mekanizmanın bozulacağı düşünülmekteydi. Sanayi çağında da kitle üretimine geçilmiş ve fabrikalar fazlasıyla mal üretmeye başlamışlardır. Çünkü bu dönemde iktisatçılar her arzın kendi talebini oluşturacağını savunmuşlardır. Bu görüşler doğrultusunda fabrikaların aşırı üretim yapması sonucunda stoklar fazlasıyla birikmiş ve fabrikalar iflas etmiştir. Arz ve talep dengesinin ani ve şiddetli bir şekilde bozulması beraberinde krizi getirmiştir. 1929 Ekonomik krizinin temel nedenleri arasında aşırı üretim, aşırı üretim karşısında yetersiz taleptir. Sanayi sektörünün krize girmesi sonucunda iflas eden fabrikaların hisse senetleri de borsada değerini yitirmiş, borsa tam anlamıyla çökmüş ve bu süreç tüm dünyaya kısa sürede yayılmıştır. Böylelikle finansal kriz yaşanması da kaçınılmaz olmuştur (Yavuz, 2009). Sonrasında 10 yıl süren büyük kriz gelmiştir. GSMH' nin değeri 1933 yılında 1929'daki değerinkinin yaklaşık üçte ikisi kadar olmuştur. Bu yıllarda yaklaşık olarak on üç milyon kişi işsiz kalmış ve fiyatlar da %25 civarında düşme olmuştur. Bu kriz etkileri ve sonuçları bakımından ABD başta olmak üzere pek çok ülkeyi onarılması uzun zaman alacak olan tahribata sürüklemiştir (Yavuz, 2009).

5.3.2. Meksika Krizi – 1994

1990'lı yıllarda uluslararası kreditorler, temerrütlerden ve durgunluktan yeni çıkan Latin Amerika'ya fonlar sağlamışlardır. Bu fonların çoğu bankalardan tahviller aracılığıyla iletilmiştir. Çoğu Latin Amerika ülkesinin diktatörlükten demokrasi sistemine geçmiş olması istikrarlı bir yapı sürdürüleceğine dair yatırımcıları teşvik etmiştir. Meksika, Ocak 1994'te yürürlüğe giren NAFTA (Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması) nedeniyle, Arjantin de dolara sabitlenen kur sistemi nedeniyle bir risk değildir. 1990'larda kredi patlaması, 1994 Meksika çöküşü ile başlayan bir dizi finansal kriz ile sonuçlanmıştır. Bunu takip eden olayların başlıcaları ise; Arjantin'in 95 milyar dolarlık rekor düzeydeki temerrüdü, Brezilya'nın 1999 ve 2002 krizleri ile Uruguay'ın 2002'deki temerrüdüdür (Yiğit, 2015).

5.3.3. Güneydoğu Asya Krizi – 1997

1997 yılının Ocak ayında Güney Kore'de Hanbo çelik isimli Choebal adı verilen dev şirket 6 milyar Amerikan Dolarını ödeyemeyerek batmıştır. % Şubat 1997 yılında da Tayland'ın önde gelen firmalarından Samprasong yabancı kaynak borçlarını ödeyemeyeceğini açıklamıştır. Mart ayı içinde Japon hükümeti ise

Yen'deki değer kaybını önleyebilmek amacıyla faiz oranlarını yükselteceğini açıklamıştır. Bu açıklama faiz oranlarının yükselmemesine rağmen Asya Krizi'nin ilk işareti kabul edilmiştir. 2 Temmuz 1997 yılında Tayland Bahtı'nın %20 değerinin azaltılması Asya Krizi'nin resmi başlangıç tarihi kabul edilmektedir. Bu tarihten sonra kriz hızla yayılmaya başlamıştır. Krizden en çok etkilenen ülkeler; Endonezya, Kore, Malezya Tayland ve Filipinlerdir. Bu ülkelerde ortalama devalüasyon oranı %80'e ulaşmıştır. Kriz bölgedeki diğer ülkeleri de etkilemiştir. Tayvan'dan Hong Kong'a Singapur'a Japonya'ya sıçramış ve bu ülkelerde hisse fiyatlarında keskin düşüşler meydana gelmiştir (Özdemir, 2007).

5.3.4. Rusya Krizi – 1998

Bütçe açıklarını para bastırarak kapatan Rusya'da 1990 ortalarına kadar enflasyon fazlasıyla yükselmiştir. 1997 yılında IMF kredisiyle Rusya'da enflasyon azalmış ve az da olsa büyüme sağlanmıştır. Ülkede 1998 yılı ortalarında bütçe açıkları dikkatleri çekmiştir. Bu kriz döneminde Rusya yabancı sermayelerin ilgisini çekmiştir ve yatırımların artmasıyla ayrıca da kolay finansman olanaklarının sağlanmasıyla yapısal reformlar geciktirilmiştir. Kolay sağlanan finansmanların verdiği rahatlık bütçe açıklarını küçültme yoluna gidilmesini engellemiştir. Dolayısıyla, Ağustos 1998 yılında ülkede krizin kötüleşmesinin son noktası yaşanmıştır. 1998 krizi öncesinde Rusya'da izlenen politika aşırı değerlendirilen kurun kısa vadeli sermaye girişlerinin özendirilerek finansman sağlanmasıdır. Bu amaçla kamu borçlanma senetleri çıkartılmıştır. Bu senetlerin büyük bölümü Rusya'nın iflas edemeyecek kadar büyük olduğunu düşünen yatırımcılardadır. Hükümet alınan bu borçları ödemekte güçlük çekmiştir ve borçların ödenmesini erteleme kararı almıştır. Bu kararlar birlikte Finansal kriz meydana gelmiştir. 1998 Rusya Krizi'nin en Önemli nedenleri; bütçe açıkları, iç ve dış borçların giderek artması ve bankalardaki kurumsal ve yapısal zayıflıklardır (Ayhan, 2003).

5.3.5. 2001 Krizi

2001 krizinin nedenleri arasında ekonomideki istikrarsızlık, kamu harcamalarının artışı, bütçe açıkları, global krizler, yüksek enflasyon, yüksek faiz oranları, politik istikrarsızlık ve 1999 depreminin ekonomideki yıkıcı etkileri gibi etkenlerdir. Yapısal yaşanan sorunların kökten çözülmesini sağlayacak politikalar geliştirilememiştir. Diğer bir faktör de 1997 ve 1998 yılları arasında Asya ve Rusya

ekonomisinde yaşanan krizlerin dış finansman iklimini olumsuz etkilemesidir (Oktar ve Dalyancı, 2010). 9 Aralık 1999 tarihinde IMF ile 3 yıllık bir stand-by anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma ile enflasyonun düşürülmesi, ekonomik büyümenin sağlanması, kamu harcamalarının azaltılıp özelleştirmelerin tamamlanması gibi yapısal değişiklikler planlanmıştır. Bu anlaşma ile birlikte ülkeye 10 milyar dolardan fazla sıcak para girişi sağlanmış ancak enflasyon istenilen seviyeye düşürülememiştir. Düşmeyen enflasyonla birlikte TL aşırı değer kazanmış, cari işlemler açığı büyümüştür. 2000 yılının son aylarında bankalar açıklarını indirmek ve hesaplarını kapatmak için TL darlığına düşmüştür ve banka faiz hadleri artışa geçmiştir. İnterbank piyasasında Ağustos ayında gecelik ortalama faiz oranı % 35 iken, Kasım ayında % 80,5'e yükselmiştir. Kasım ayında 1,5 milyar dolar, Aralık ayı boyunca yaklaşık 7 milyar dolar sıcak para çıkışı olmuştur. Bu durum döviz talebini artırıcı etki göstermiş ve döviz kurlarında baskı oluşmuştur (Eken ve Arslan Coşkun, 2015).

Bankalarda likidite talebi arttıkça yurtiçi faiz oranları yükselmiş; bankalar kısa vadeli borçlarını kapatmak için dövize yönelmiş ve TCMB döviz rezervleri 5,5 milyar dolar azalmıştır. IMF'nin 7,5 milyar dolar ek kredisi ile kur sisteminin çökmesi engellenmiştir O dönemde Demirbank'ın likidite darlığı sebebiyle yaşadığı sarsıntı ve bankanın TMSF'ye devri ile DİBS (Devlet İç Borçlanma Senetleri) piyasası çökmüştür. Bu çöküşün sebepleri 2000 yılında yapılan kamu ihraçlarının %15 ini alan Demirbank'ın uzun vadeli yatırımlarının kısa vadeli borçlanma araçlarıyla yapmış olması, likidite güçlüğüne düşmesi sebebiyle DİBS'lerin elden çıkarılmaya çalışılması ve DİBS fiyatlarının hızla düşmesi, portföyünde DİBS bulunan bankaların zarara uğramamak için DİBS'leri satmaya çalışmasıdır (Eken ve Arslan Coşkun, 2015).

Bu kriz sürecinde Şubat 2001'de 6,5 milyar dolar sıcak para çıkışı olmuş ve gecelik faiz ortalama %4000'lere çıkmıştır. Dolar fazlasıyla yükselmiş, Merkez Bankası uluslararası rezervleri azalmış, borsa endeksi düşmüş, bankalar hızla TMSF'ye devrolmaya başlamış ve yaklaşık 650 bin kişi işsiz kalarak işsiz sayısı 2 milyona ulaşmıştır. Krizden çıkış için IMF ile yeni bir stand-by anlaşması imzalanmış ve bankacılık sektöründeki eksiklikler ve sorunların düzeltilmesi için de "Bankacılık Sektörünü Yeniden Yapılandırma" sürecine girilmiştir (Eken ve Arslan Coşkun, 2015).

5.3.6.2007-2008 Küresel Finansal Krizi

1929 büyük buhrandan itibaren günümüze kadar Türkiye gerek global gerekse kendi iç dinamikleri nedeniyle çeşitli krizler yaşamıştır.

ABD’ de başlayan 2007-2008 krizi öncelikle gelişmekte olan dünya ülkelerinin küresel ekonomideki yetersizliği ve güçsüzlüğünden kaynaklı başta Türkiye’deki piyasalar olmak üzere diğer tüm ülkeleri de etkisi altına almıştır. Merkez Bankası’nın faiz üzerindeki indirimleri 2000-2007 yılları arasında ekonominin hızlı bir şekilde büyümesine etki etmiştir. 2007 yılında Dünya’da finansal krizin dalga dalga yayılması ABD deki Ağustos ayında başlayan Mortgage krizidir. ABD’deki konut fiyatlarının çok fazla artması finansmanı sağlayan bankaların risklerinin giderek artması ve riski yönetmek yerine diğer dünya ülkelerine bölüştürmesi krizin tehdit olarak algılanmamasını beraberinde getirmiştir. Menkul kıymet ve tüm fonları satın alan dünya ülkelerindeki birçok kurumu batırma noktasına getirdiği için ‘Global Kriz’ olarak tanımlanmıştır.

ABD’de yaşanan 2007 krizinin tek bir nedene bağlı olmadığı, geçmişte yaşanan finansal krizlerle ortak noktası bulunmaktadır. Pek çok nedenin zincirleme etkisi sonucunda krizle karşı karşıya kalınmıştır. Bu krizin başlangıç noktası ilk etapta konut kredileri olsa da finansal süreçlerin yanlış yönetilmesi, dünyadaki çoğu bankaların mortgage kredilerinin ve fonları satın alması ile birçok kurumların bilançolarının bozulmasından kaynaklı olmuştur.

ABD’ de konut kredilerinin büyük kısmı yüksek kaliteli müşterilere prime mortgage adı verilen kredilerden oluşurken, zaman içinde daha düşük kaliteli müşterilere de subprime mortgage adı verilen krediler sunulmaktadır (Emir ve Sayıl, 2017). Mortgage kredisi sunan bankalar da özellikle subprime konut kredileri üzerinden varlığa dayalı menkul kıymet (VDMK) satmışlardır. Bu araçları alan taraflar da tekrar VDMK ihraç etmişler ve bu şekilde çarpan etkisi oluşmuştur. Bu menkul kıymetlerle ilgili olarak da derecelendirme kuruluşları tarafından gerçeği yansıtmayacak şekilde yüksek kredi notu verilmiş dolayısıyla risk algılaması düşük olmuştur. Yatırımcılar da verilen bu notlara güvenerek bu tür alanlara yatırım yapmışlardır. Artan faiz oranları ve konut fiyatlarında yaşanan düşümlere bağlı olarak ödeme gücünün kaybıyla birlikte mortgage kredilerinin geri ödenmemesi ikincil piyasaları da olumsuz olarak etkilemiş ve bir domino etkisi yaratmıştır. ABD

kaynaklı olan bu kriz etkilerini Türkiye'nin de dahil olduğu diğer ülkelerde de hissettirmeye başlamış ve tüm sektörleri etkisi altına almıştır (Tanrıöven ve Aksoy,2009).

Finansal yenilikler finansal sistemin daha etkili olmasını sağlar ancak Subprime mortgage kredilerindeki yapısal kredi üretimleri ve yenilikler yıkıcı bir şekilde sonlanmıştır. Konut fiyatlarında artış ile subprime mortgage kredilerinin ödenmeme riski düştüğü için konut fiyatlarındaki bu artış riskli borç vermeyi cesaretlendirmiştir. Bununla birlikte subprime mortgage piyasalarındaki sigortalama standartları da bozulmaya başlamıştır. Konut fiyatları balonu 2007'de patladığında, konut fiyatlarında düşme başlamıştır. Buna bağlı olarak da subprime borçlularının da sahip oldukları evlerin değerleri çekilen mortgage kredilerinin de altına düşmüştür. Böylelikle mortgage kredisinin ödenmeme riski de artmaya başlamıştır. Finansal sistemin yapısındaki bu bozulma sebebiyle bankalarda ve diğer finansal kurumlarda ekonomik aktivitelerde daralma meydana gelmiştir. Tüketim harcamalarında ve borç verme oranlarında düşüş yaşanmıştır.

Konut sektöründe 2007 yılının ilk yarısında, gecikmelerin artması ve hacizlerle sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Mortgage kredilerinin ödenmeme oranı 2007 yılının dördüncü çeyreğinde ilk çeyreğine göre %35 oranında artış göstermiştir. Bununla birlikte kredilendirmelerde daha katı standartlar getirilmeye başlandığından dolayı konut alımı talebi daha da azalmaya başlamıştır. Mortgage kredilerinin geri ödenmemesi ile hacizler de konut fiyatlarını piyasadaki konut arzını arttırmak yoluyla aşağı doğru çekmiştir. 1998 yılı ocak ayından sonra 2007 yılı Eylül ayında konut satışları en düşük seviyeye inmiştir(Öztürk ve Gövdere, 2010).

Türkiye ekonomisi üretim ve istihdamda azalmalar, işsizlik oranında artmalar ile krizden en fazla etkilenen ülkeler arasındadır. Bu etkiler daha çok 2008 yılının dördüncü çeyreğinden sonra daha fazla hissedilmiştir.2009 yılında işsizlik oranının %16.1 olması da krizin etkisinin yansıması olarak görülebilir (Yıldız ve Durgun, 2010).

5.4. 2008 Krizinin Türkiye'ye Etkileri

2008 yılında yaşanan krizin Türkiye'ye olumsuz yönde bir çok etkisi olmuştur. Kriz 2008 yılının son çeyreğinde hissedilmeye başlanmış ve 2009 yılı boyunca şiddetli bir şekilde etkilenilmiştir. Bu etkiler ekonomide küçülme, artan işsizlik oranları, iş dünyası beklentilerinde bozulmalar ile gözlemlenmiştir(Selçuk, 2010). İşsizlik oranı 2008 yılında %10 iken 2009 yılında %13 seviyesine yükselmiştir.

Türkiye ekonomisi, Türk Lirasını konvertibl hale getirmesi ve sermaye hareketlerini bütünüyle serbest bırakmasıyla dünyanın en serbest kambiyo rejimine sahip bulunmakta ve dolayısıyla Türk sermaye ve para piyasaları küresel sermaye ve para piyasalarıyla bütünleşmiş olmaktadır. Bu durum Türkiye'yi krizden en fazla etkilenen ülkeler arasına sokmuştur (Öcal, 2011).

5.5. Küresel Krizin Ekonomideki Etkileri

5.5.1.Dış Talepte Gerileme : Küresel düzeyde ekonominin küçülmesi ile birlikte ihraç edilen mallara olan talep azalması, küresel çapa gelir düzeyinin azalması ve talepte azalış yaşanmasıdır. Örneğin 2001 krizi sonrasında ihracat artışları yaşanırken krizde gerileme ve yeni Pazar arayışları gözlenmiştir. Kriz dönemi işletmeleri sıkı kredi politikalarına ve krize karşı uygun yaşama biçimlerine yöneltmiştir.

5.5.2.Uluslararası Kredilerde Azalma : Küresel finansal krizin belirsizlikleri arttırması finansal piyasalarda güven azalmasına, birçok kredi kurumunun iflasına ülke dışı kredi kaynaklarında gerilemeye sebep olmuştur. Uluslararası sermaye akımlarını çevre ülkelerden krizin yaşandığı merkez ülkelere kayması Türkiye gibi ülkelerde dış kredilerden faydalanan şirketler ve bankacılık sektörü açısından gerilemeye sebep olmuştur (Selçuk, 2010).

5.5.3.Yurtiçi Kredilerde Azalma : 2007 Krizinden sonra hızla artan yurtiçi kredi hacmi, 2008 yılının üçüncü çeyreğinden sonra tersine dönmüştür. Ekim ayından itibaren bankalar tüketicilere ve şirketlere vereceği iç kredi miktarını düşürmüştür (Öcal, 2011).

5.5.4.Türkiye’de Yerleşik Yabancı Finans Kuruluşlarının Durumu : Türkiye ekonomisi dış kaynaklara bağılı bir ülkedir. Kriz tüm dünyada likidite kanallarını eritmiş ve kredi kanalları kapanmıştır. Yabancı yatırımlar da krizle birlikte ciddi bir şekilde gerileme sürecine girmiştir. Özel sektör kaynaklı net sermaye girişi bu dönemde gerilemiş ve yabancı sermaye ile dış kaynak girişinin azalması Türkiye ekonomisini etkilemiştir (Öcal, 2011).

Kriz sadece Türkiye ‘de değil tüm dünyada etkisini göstermiştir. Krizin küreselliği Dünya ticaret hacmini de oldukça etkilemiştir. Türkiye ekonomisini en fazla etkileyen kanalların başında dış ticaret gelmektedir. 2006 yılında başlayan düşme grafikte de görüleceği gibi 2009 yılında dibi görmüştür. 2010 yılında ticarete önlemler alınmış ve canlanma planlanmıştır. Dış ticaret, finans sektörüne bağılı olduğundan krizden ciddi boyutta etkilenmiştir. Dış ticaretin olumsuz etkilenişi de reel kesimi piyasaya bakışı açısından güven kaybına uğratmıştır. Dış ticarete görülen bu daralma ekonominin temel makro göstergelerinden büyüme enflasyon ve işsizlik oranlarında düşüslere yol açmıştır (Öcal, 2011).

Grafik 3: Dünya Ticaret Hacmi(Yıllık % Değişim)



Kaynak: <http://www.milliyet.com.tr>

Grafikten de görüleceği gibi 2007-2008 yılları arasında ortaya çıkan kriz tüm dünyada etkisini göstermiştir. Ticaret hacminde büyük daralma meydana gelmiş dönemler ortalamayı da düşürmüştür.

6. EKONOMİK KRİZLER

Yangın, sel deprem gibi doğal afetlerle oluşan krizler dışında kalan krizler oluşum sürecinde bazı sinyaller verir. Bu sinyallerin dikkate alınmaması ya da sinyallerin kriz belirtisi olduğunun tespit edilememesi sonucu kriz ortaya çıkmaktadır. Ekonomik krizlere neden olan diğer faktörler; siyasal, ekonomik, teknolojik ve ekolojik alanlarındaki hızlı değişimler olabilmektedir. Ekonomik kriz, ekonomik araştırmaların önemli alanlarından birisidir. Kriz, en genel anlamıyla, ekonomik gelişme sürecinde mal ve hizmetlerin arz ve talep dengelerinin bozulması, tüm ekonomik unsurlar arasındaki ilişkilerin kopukluğa uğramasıdır. Bu tanıma göre krizin belli bir sürede oluştuğu ve ekonomik yapı ile yakından alakalı olduğu anlaşılmaktadır. Herhangi bir mal, hizmet, üretim faktörü veya döviz piyasasındaki fiyat ve/veya miktarlarda, kabul edilebilir bir değişim sınırının şiddetli bir şekilde dalgalanması durumu da denilmektedir. Krizler farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bunlar; üretimde ani daralma, fiyatlarda ani düşme, iflaslar, işsizlik oranında hızlı artış, borsada çöküş, ücretlerde gerileme gibi başlıca göstergelerdir (Öcal, 2011).

1990'lı yıllarda ülkeler arasında finansal entegrasyon yüksek düzeylere ulaşmıştır. "Finansal kriz" kavramı bu yıllarda ortaya çıkmış ve bu sürecin başlangıcındaki belirtilerin öğrenilmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu belirtiler;

- Faiz oranlarındaki artış
- Belirsizliklerdeki artış
- Menkul kıymetler borsasının çöküşü
- Bankacılık sektöründeki sorunlardır.

III.REEL SEKTÖRDE OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜN YERİ

1. OTOMOTİV SEKTÖRÜ

Otomotiv sektörü, ekonomiye katkısı açısından stratejik önem taşıyan sektörlerden biridir. Bu sektör yarattığı katma değer, istihdama katkı, vergi gelirleri ve birçok sektörde talep yaratıcı etkisi ile ekonomik açıdan büyük önem taşır. Otomotiv sektörü genel olarak karayolu taşıtlarını ve aynı zamanda bu taşıtların parçalarını üreten bir sanayi dalı olarak tanımlanmaktadır. Otomotiv sanayi, petrokimya, demir-çelik, elektrik, elektronik ve lastik gibi temel sanayi dallarında alıcı konumundadır. Bu sektörde tüketicilere sağlanan finansmanın otomotiv satışlarına pozitif etkisi görülmektedir.

Türkiye’de otomotiv ürünlerine olan talebi olumsuz yönde etkileyen faktörlerden bazıları; Uygulanmakta olan yüksek vergiler, gelişmiş ülkelere kıyasla düşük seviyelerde bulunan kişi başına düşen milli gelir ve dengesiz gelir dağılımıdır. Türkiye’de yerli üretim karayolu taşıtları bulunmadığından dolayı ülke otomotiv sektöründe dışarıya bağımlı durumdadır. Otomotiv sektöründe kriz, otomotiv sektöründe işleyişi, beklenmedik ve önemli ölçüde olumsuz etkileyebilecek durumların ortaya çıkmasıdır.

Yaşanan ekonomik krizlerde kişi başına düşen milli gelir seviyesinin azalması, ihtiyaç duyulan otomobilin alım gücünün zorlaştırmaktadır. Bununla birlikte taşıt kredilerinin aylık ödeme tutarının yüksek olması araç satış adetlerinin düşük olmasına en önemli etkenlerden birisidir. Türkiye’de kriz dönemlerinde taşıt kredi oranlarının yükselmesiyle ödeme gücü zorlaşacağından dolayı vade sürelerinin arttırılarak iç piyasanın hareketlendirilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Taşıt kredilerinde vadenin artması alıcıları pozitif yönde etkilemektedir. Kriz dönemlerinde kredilerin oranları kadar vadeleri de alım gücüne etki sağlar. Ancak diğer yönden bakılırsa yüksek vadede çekilen taşıt kredilerinin az vadeye göre toplam geri ödemesi çok olacağından borçlanma bankaya hem risk hem de daha fazla getiri sağlamaktadır.

Türkiye ‘de otomobil satışı esnasında oto bayileri, kendi markalarının finansman kuruluşlarından alıcılara daha avantajlı taşıt kredisi faiz oranı

sunmaktadır. Bu da hem bayilere hem de alıcılara fırsat sağlar. Bayiler satış adetlerini arttırarak müşteriye daha hızlı hizmet sunmaktadır.

2. OTOMOTİV SEKTÖRÜ TARİHÇESİ

Otomotiv sektöründe artan rekabet özellikle 1970’li yıllardan itibaren Japon firmalarının pazara girmesiyle daha şiddetlenmiştir. Böylelikle Sektör dünya ölçeğinde tekrar yapılanmıştır. Küresel düzeyde rekabet olduğundan dolayı sektörde hem fiziki sermaye hem de insan sermayesi değersizleşmiştir. Bunun nedeni istihdamın azaltılması, ücretlerin aşağı çekilmesi ve işçi çalışma sürelerinin uzatılması olarak gösterilebilir. Rekabetin artmasıyla müşteri ve Pazar payı için yapılan mücadeleler artmıştır ve özellikle fiyat savaşları ve fiyat indirimleri ortaya çıkmıştır. Firmalar pazar payı için karlılıklarını göz ardı etmişlerdir. Japon firmasının Amerikan otomobil piyasasındaki payı 1970’te %5 iken bu oran 1990’da %28’e yükselmiştir (Tanyılmaz ve Erten, 2001).

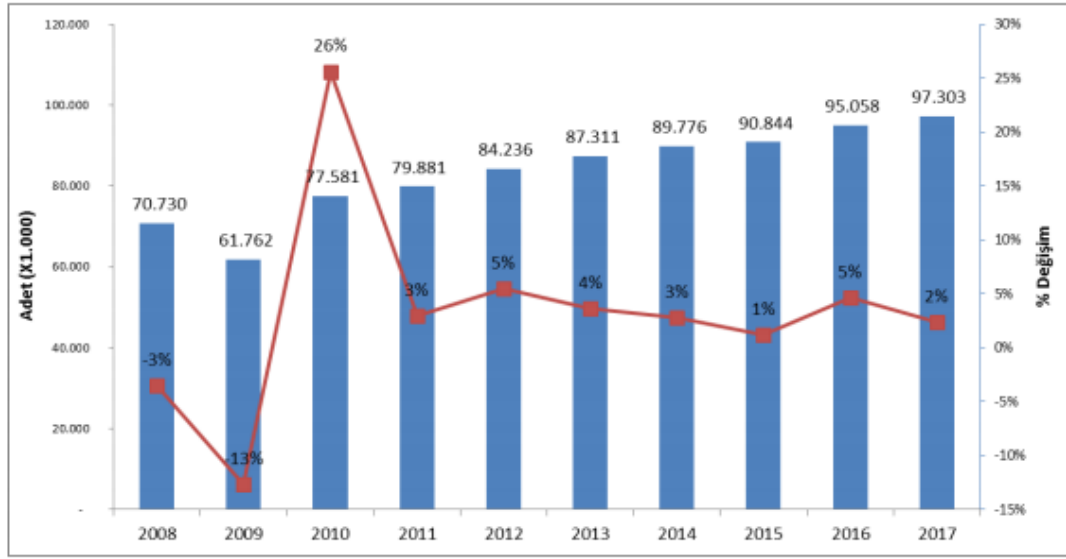
Sektörde öncü olan dört firmanın 1999 Yılında dünya pazarındaki payları %40,9’dan %44,6’ya yükselmiş ve aynı dönemde en büyük on firmanın dünya pazarındaki payı %63,9’dan %71,2’e yükselmiştir (Tanyılmaz ve Erten, 2001).

Tablo 1:1999 Yılında Dünyanın En Büyük Otomobil Üreticilerinin Yıllık Üretim Miktarları (milyon adet araç)

Şirketler	1999
General Motors	11
Ford (Volvo)	7,2
Daimler-Chrysler (Mitsubishi)	6,1
Wolswagen	4,9
Toyota	4,7
Renault (Nissan)	3,8
PSA Peugeot- Citroen	2,5
Honda	2,4
Hyundai (Kia)	2,1
Suzuki	1,7

Kaynak: (Tanyılmaz ve Erten, 2001).

Grafik 4: Dünya Otomotiv Üretimi 2008-2017



Grafik incelendiğinde küresel kriz dönemlerinde otomotiv sektöründe ciddi daralma meydana gelmiştir. 2008 krizinde otomotiv üretim adetleri 2008-2017 yılları arasında en düşük seviyelerde iken krizin aşılmasıyla birlikte sektörde stabil ilerleyen dönemlere göre oldukça yüksek oranda değişim yaşanmış ve sektöre canlılık gelmiştir.

Tablo 2: Otomotiv Sanayii Firmalarının Üretim Adetleri

ARALIK SONU

YILLAR	OTOMOBİL	KAMYON	KAMYONET	OTOBÜS	MİNİBÜS	MİDİBÜS	TRAKTÖR	TOPLAM
1963	30	999	1.458	12	631	0	7.982	11.112
1964	100	2.741	885	56	401	0	7.006	11.189
1965	60	2.350	300	122	1.199	0	6.419	10.450
1966	18	6.258	2.476	174	0	252	8.969	18.147
1967	1.760	7.816	2.736	325	622	0	13.976	27.235
1968	2.852	9.408	2.270	466	895	0	15.118	31.009
1969	3.902	10.859	3.030	882	1.095	84	13.412	33.264
1970	3.660	6.041	4.395	806	1.099	4	7.518	23.523
1971	12.888	4.747	4.508	608	1.891	30	15.687	40.359
1972	29.628	8.596	6.044	988	3.748	0	22.893	71.897

1973	46.855	11.723	8.674	1.267	4.533	22	32.585	105.659
1974	59.906	10.591	11.861	1.113	4.584	148	25.363	113.566
1975	67.291	14.670	18.489	1.284	5.222	239	32.365	139.560
1976	62.992	20.498	19.415	1.376	4.910	302	36.602	146.095
1977	58.245	20.700	14.016	1.077	5.152	467	31.380	131.037
1978	54.085	13.144	6.879	972	3.163	444	17.673	96.360
1979	43.808	13.367	9.384	1.151	4.222	547	14.484	86.963
1980	31.529	8.308	7.322	1.101	2.130	491	16.936	67.817
1981	25.306	12.486	5.454	1.584	2.040	378	25.358	72.606
1982	31.195	15.131	4.991	1.703	4.850	587	35.716	94.173
1983	42.509	17.514	6.822	1.964	6.712	1.382	41.799	118.702
1984	54.832	17.518	7.279	1.766	7.460	2.750	46.782	138.387
1985	60.353	18.162	7.888	1.637	7.397	2.191	37.830	135.458
1986	82.032	13.646	6.605	1.813	7.318	1.508	28.053	140.975
1987	107.185	13.545	7.580	1.137	8.026	1.434	35.986	174.893
1988	120.796	12.842	7.196	1.078	6.401	1.449	30.167	179.929
1989	118.314	11.763	7.250	1.069	5.898	1.984	18.077	164.355
1990	167.556	16.933	10.553	1.689	7.898	4.288	30.098	239.015
1991	195.574	16.918	13.541	1.075	9.912	4.401	21.381	262.802
1992	265.245	21.266	16.984	1.415	11.450	6.399	21.723	344.482
1993	348.095	31.343	19.766	1.933	12.084	7.435	32.809	453.465
1994	212.651	12.108	9.602	1.034	4.924	2.855	25.169	268.343
1995	233.412	19.759	16.808	1.279	7.645	3.537	44.068	326.508
1996	207.757	29.432	21.032	2.499	10.171	5.856	52.590	329.337
1997	242.780	43.693	32.435	3.449	12.935	9.060	55.565	399.917
1998	239.937	31.823	45.517	3.040	13.910	10.275	60.500	405.002
1999	222.041	13.096	37.551	2.327	12.894	9.953	27.435	325.297
2000	297.476	28.348	68.807	4.213	20.597	11.506	37.434	468.381
2001	175.343	6.683	76.672	2.501	6.486	3.000	15.052	285.737
2002	204.198	12.295	116.872	2.684	6.139	4.377	10.840	357.405
2003	294.116	19.041	195.606	4.490	13.625	6.794	29.778	563.450
2004	447.152	31.790	301.563	4.839	28.161	9.903	40.665	864.073
2005	453.663	37.227	349.885	5.406	26.162	7.109	36.527	915.979
2006	545.682	37.026	369.862	6.019	20.728	8.263	38.841	1.026.421

2007	634.883	34.544	391.737	6.946	21.999	9.305	33.518	1.132.932
2008	621.567	36.800	449.434	7.526	21.123	10.660	24.807	1.171.917
2009	510.931	8.246	330.044	5.931	11.829	2.624	14.861	884.466
2010	603.394	23.851	442.408	5.268	16.978	2.658	30.425	1.124.982
2011	639.734	37.396	479.110	6.907	22.475	3.509	45.506	1.234.637
2012	577.296	29.129	426.633	6.427	29.335	4.158	42.255	1.115.233
2013	633.604	30.082	410.556	8.345	37.750	5.197	40.509	1.166.043
2014	733.439	29.909	359.911	6.442	35.420	5.324	48.403	1.218.848
2015	791.027	35.838	468.933	8.789	47.078	7.131	51.238	1.410.034
2016	950.888	17.374	461.837	8.083	44.415	3.330	50.746	1.536.673
2017	1.142.906	23.502	462.389	8.166	55.036	3.732	53.841	1.749.572
2018	1.026.461	25.537	429.361	8.541	56.934	3.316	37.686	1.587.836

http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/2019_YILLIK-5401.pdf

2.1. Türkiye’de Otomotiv Sektörü

1928 yılından itibaren Türkiye’de ithal ve montaj otomobiller dönemi başlamış ve ilk fabrikayı da Ford Motor Company şirketi kurmuştur. 1950’li yıllarda otomotiv sektörünün ülkemizde temelleri atılmış ve 1960’ların sonu ve 1970’lerin başında otomotiv montaj fabrikalarının kurulmasıyla sektörde önemli gelişmeler yaşanmıştır. 1956 yılında Koç Ticaret Şirketi’ne Ford Motor tarafından ortak üretim konusunda Montaj Hakkına Sahip Bayii statüsünde imtiyaz verilmiştir. Kurulan bu montaj fabrikası günde 8 adet kamyon ve 4 adet otomobil üretimi ile faaliyete başlamıştır (Polat ve Engin, 2010). Türk otomotiv sanayinin sektördeki ilk önemli adımları da Türk ordusunun jip ve kamyon ihtiyacını karşılamak amacıyla 1954 yılında İstanbul Tuzla’da Türk-Willys Jip fabrikası ve Ankara’da Türk traktör montaj fabrikası kurulmasıdır. Türkiye’nin ilk deneyimi ise 1961 yılında Eskişehir Devlet Demiryolları fabrikasında Devrim ismi verilen otomobildir. Söz konusu otomobil 4 adet olarak üretilmiştir. 1966 yılında Koç Ticaret bünyesindeki Ford- Otosan, dönemin otomobili Anadolu’u üreterek Türkiye’de kendi modellerinin montajını başlatmıştır.

Otomotiv sektörü reel ekonomik aktivitenin içerisinde belirleyici rol üstlenmektedir. Sektör, metal sanayi, tekstil sanayi, cam, elektrik elektronik, plastik, petro-kimya, demir çelik gibi hammaddelerden oluşmaktadır. Turizm, ulaştırma,

inşaat, alt yapı, savunma gibi alanlarda sektörde üretilen ürünler yaygın olarak kullanılmaktadır. Finans, sigorta, akaryakıt, servis, yedek parça, pazarlama gibi pek çok dallarla işbirliği içindedir.

Türkiye otomotiv sektöründe dışa bağımlıdır. Sektörde yerli üretimi arttırıcı teşviklerin yapılması, diğer ülke markalarına ait araçların montajlarının ülke içerisinde yaygınlaştırılması, Türk üretimi otomobillere uygulanan ÖTV'nin düşürülmesi gibi uygulamalar otomotiv sektörünü canlandıracak ve dışa bağımlılığımızı azaltacak etki yaratacaktır.

3. EKONOMİK KRİZLER VE OTOMOTİV SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ

3.1. Kriz Kronolojisi ve Sektörel Etkileri

Ekonomik krizler, günümüzdeki anlamını 19. yy' da almıştır. Adı geçen yüzyıl öncesindeki krizler kötü hasat ve ya açlık şeklinde kendini göstermiştir. Dünya'da 1820-1929 yılları arasında pek çok kriz meydana gelmiştir. Bu krizlerin başlıcaları; 1825, 1836, 1847, 1857, 1866, 1873, 1882, 1890, 1900, 1907, 1913, 1920-21, 1929 krizleridir. 1929 Krizi; İktisat tarihinin en derin krizi olarak tanımlanabilir. Kriz Avrupa ülkelerindeki bazı bankaların mali sıkıntıya girmesiyle hisse senetlerindeki ani düşüşten kaynaklanmaktadır. New York Borsası'nda düşüşlerle birlikte ABD'nin de merkezi olan 1929 krizi dalga dalga diğer ülkelere de yayılmaya başlamıştır. Bu kriz sonucunda bankalarda ciddi anlamda iflaslar yaşanmış, tüketimlerde ve yatırımlarda düşüş yaşanmıştır. Son dönemlerin en önemli krizleri arasında 1994-95 Meksika Krizi, 1997-98'de Asya Pasifik Krizi, 1998 Rusya ve Brezilya krizleri ve ülkemizde Kasım 2000 ve Şubat 2001 yaşanan finansal krizleridir (Aktan ve Şen, 2001).

1996 ve 1997 yıllarında artan yurtiçi talebe bağlı olarak otomotiv sanayi üretiminde önemli artışlar görülmüştür. Ancak, 1997 yılı ortalarında Uzak Doğu ülkelerinde başlayan Asya Krizi ve 1998 yılında da Rusya'ya yayılan kriz, 1998 yılının son çeyreğinden itibaren Türk otomotiv sanayini olumsuz olarak etkilemiştir. 1999 yılı ortalarından itibaren bu krizin otomotiv sektörü üzerindeki etkileri giderek hafiflemeye başlamıştır (Bedir, 2002).

3.2. Otomotiv Sektörü Sektörel Verilerin Değerlendirilmesi

Tablo 3: Otomotiv Ana ve Yan Sanayii İhracatı (ABD \$)

Sektör / Sector	2016	2017	2018	2018	2019	2019/2018 (%)
				Ocak-Mart / January-March	January-March	
Yan Sanayi İhracatı/Total Component Exports	8.946.472.202	9.838.541.337	10.881.562.512	2.894.775.402	2.719.104.679	-6%
İç ve Dış Lastik / Tyres	978.124.241	1.131.881.119	1.353.896.118	348.334.074	367.143.706	5%
Emniyet Camı / Safety Glasses	119.553.098	136.486.808	151.148.689	40.659.045	36.804.191	-9%
Motor (Engine)	370.418.066	486.426.738	581.983.113	171.317.237	134.400.752	-22%
Akümülatör / Batteries	224.588.995	296.139.813	388.107.835	77.174.407	92.492.550	20%
Diğer Aksam ve Parça / Spare Parts&Components	7.253.787.802	7.787.606.860	8.406.426.757	2.257.290.639	2.088.263.481	-7%
Ana Sanayi İhracatı/Total Vehicle Exports	15.302.656.887	19.147.991.646	21.350.315.331	5.479.219.412	5.172.029.474	-6%
Otobüs / Bus	1.190.475.986	1.311.098.736	1.503.188.826	344.295.074	444.718.486	29%
Midibüs-Minibüs / Minibus- Minibus	238.911.957	217.704.499	215.450.022	57.301.966	39.186.683	-32%
Otomobil (P. Cars)	8.336.928.418	11.790.776.093	12.420.951.066	3.292.883.298	2.937.113.849	-11%
Kamyon-Kamyonet/HCV-LCV	4.617.147.751	4.849.465.868	5.376.446.529	1.413.935.039	1.274.591.795	-10%
Römork ve Yanı Römork/Trailer-Semi Trailer	265.338.366	230.168.223	507.186.149	114.184.861	127.678.781	12%
Çekici/Truck-Tractor	316.355.575	427.967.083	904.738.051	187.317.207	252.644.895	35%
Tarım Traktörü/Farm Tractor	337.498.834	320.811.145	422.354.687	69.301.968	96.094.985	39%
Toplam/Total	24.249.129.088	28.986.532.983	32.231.877.843	8.373.994.814	7.891.134.153	-6%

Kaynak: http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/1.Ceyrek_2019_OSD_Dis_Ticaret_Raporu-5415.pdf

OTOMOTİV SANAYİİ İSTİHDAMI

<u>FİRMALAR / Firms</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>
A.I.O.S.					
İŞÇİ / Worker	605	644	550	576	524
BÜRO PERSONELİ / Employee	124	141	132	126	116
İDARECİ / Administrator	20	23	21	29	37
MÜHENDİS / Engineer	79	96	78	103	96
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	31	31	30	27	29
TOPLAM / Total	859	935	811	861	802
FORD OTOSAN					
İŞÇİ / Worker	7192	7944	7561	8847	8086
BÜRO PERSONELİ / Employee	479	512	770	670	664
İDARECİ / Administrator	93	676	249	238	234
MÜHENDİS / Engineer	1493	1093	1235	1293	1156
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	505	451	446	453	458
TOPLAM/ Total	9.762	10.676	10.261	11.501	10.598
HATTAT TRAKTÖR					
İŞÇİ / Worker	53	152	170	258	161
BÜRO PERSONELİ / Employee	16	23	32	57	31
İDARECİ / Administrator	14	9	16	9	19
MÜHENDİS / Engineer	17	3	9	21	18
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	8	3	15	14	22
TOPLAM / Total	108	190	242	359	251

FİRMALAR / Firms	2014	2015	2016	2017	2018
HONDA TÜRKİYE					
İŞÇİ / Worker	451	442	629	1099	934
BÜRO PERSONELİ / Employee	205	218	212	104	119
İDARECİ / Administrator	22	21	35	100	106
MÜHENDİS / Engineer	60	66	66	39	47
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	17	22	22	48	51
TOPLAM / Total	755	769	964	1.390	1.257

HYUNDAI ASSAN					
İŞÇİ / Worker	1983	2555	1983	1936	1891
BÜRO PERSONELİ / Employee	177	240	153	197	221
İDARECİ / Administrator	57	70	67	57	62
MÜHENDİS / Engineer	160	250	173	181	195
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	58	78	71	65	32
TOPLAM / Total	2.435	3.193	2.447	2.436	2.401

KARSAN					
İŞÇİ / Worker	715	1029	760	811	870
BÜRO PERSONELİ / Employee	41	51	49	53	62
İDARECİ / Administrator	4	4	5	6	6
MÜHENDİS / Engineer	104	97	93	96	122
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	16	18	18	19	19
TOPLAM / Total	880	1.199	925	985	1.079

M.A.N. TÜRKİYE					
İŞÇİ / Worker	1253	1427	1728	1818	2206
BÜRO PERSONELİ / Employee	92	87	109	101	103
İDARECİ / Administrator	22	23	24	23	23
MÜHENDİS / Engineer	175	173	198	208	224
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	57	64	59	64	61
TOPLAM / Total	1.599	1.774	2.118	2.214	2.617

<u>FİRMALAR / Firms</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>	<u>2016</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>
TOYOTA					
İŞÇİ / Worker	2443	2619	5255	5118	4995
BÜRO PERSONELİ / Employee	113	112	111	120	131
İDARECİ / Administrator	11	12	70	26	30
MÜHENDİS / Engineer	96	89	98	96	109
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	72	73	34	72	85
TOPLAM / Total	<u>2.735</u>	<u>2.905</u>	<u>5.568</u>	<u>5.432</u>	<u>5.350</u>

TÜRK TRAKTÖR

İŞÇİ / Worker	2424	2434	2231	2245	1688
BÜRO PERSONELİ / Employee	323	359	117	208	311
İDARECİ / Administrator	30	43	156	163	64
MÜHENDİS / Engineer	160	193	365	322	255
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	103	100	98	95	108
TOPLAM / Total	<u>3.040</u>	<u>3.129</u>	<u>2.967</u>	<u>3.033</u>	<u>2.426</u>

GENEL TOPLAM/Grand Total

İŞÇİ / Worker	33.238	37.554	41.860	42.772	40.259
BÜRO PERSONELİ / Employee	3.893	4.210	4.320	4.340	4.484
İDARECİ / Administrator	458	1.355	1.094	1.081	1.069
MÜHENDİS / Engineer	4.481	4.198	4.578	4.853	4.745
İDA. MÜHENDİS / Ad. Eng.	<u>1.613</u>	<u>1.431</u>	<u>1.525</u>	<u>1.549</u>	<u>1.509</u>
TOPLAM / Total	43.683	48.748	53.377	54.595	52.066

İDA. MÜHENDİS=İDARECİ MÜHENDİS

Ad. Eng.=Administrator Engineer

Kaynak; http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/2019_YILLIK-5401.pdf

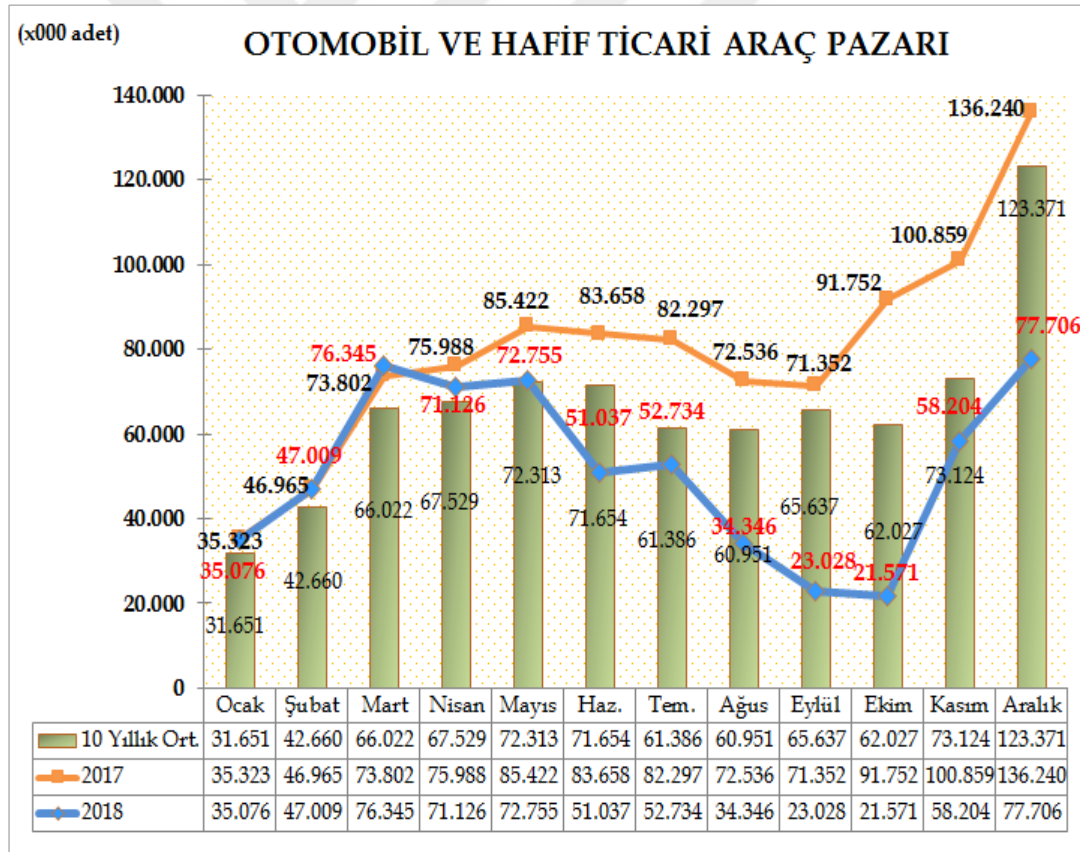
Türkiye’de satışı yapılan otomobil markalarının ithal olmasının yanı sıra yukarıda da görüldüğü gibi bu markaların üretimi ve montajı yapılmaktadır. Bu da üretim ya da montaj yapılan bölgelerde istihdam oluşturarak bölge ekonomisine ciddi katkı sağlamaktadır. Bu sektör hem küçük sanayi esnafının hem de tedarikçi firmaların gelişiminde de önemli rol oynar. Türkiye’de satılan araçların trafiğe çıkabilmesi için zorunlu yapılması gereken trafik sigortası ile sigorta acenteleri de

istihdama katkıda bulunmaktadır. Araç satışı ile Petro- kimya da istihdamdan payını almaktadır. Otomotiv sektörü yukarıda görüldüğü gibi üretimdeki işçiden yönetimdeki idari personele kadar tüm birimlerde ülke genelinde binlerce kişiye istihdam sağlamıştır.

Yaşanan krizlerin otomobil sektörüne en büyük zararı istihdam yönündedir. Günümüzde plazada hizmet veren Otomotiv yetkili satıcılarında 80.000 ve üretim yapan otomotiv fabrikalarında ise 52.000 personel çalışmaktadır. 2019 yılı satış adetleri öngörüsüne göre 400.000 adetlere gerilemesi durumunda bu sektörde ortalama 30.000 kişinin işsiz kalmasına neden olacaktır.

Hükümet yetkilileri ÖTV matrah düzenlemesi, KDV teşviki, kredi teşviki, hurda teşviki gibi çeşitli tedbirler olarak bu sektörün kaybını telafi etmeye çalışmaktadır.

Grafik 5:Otomobil ve Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)



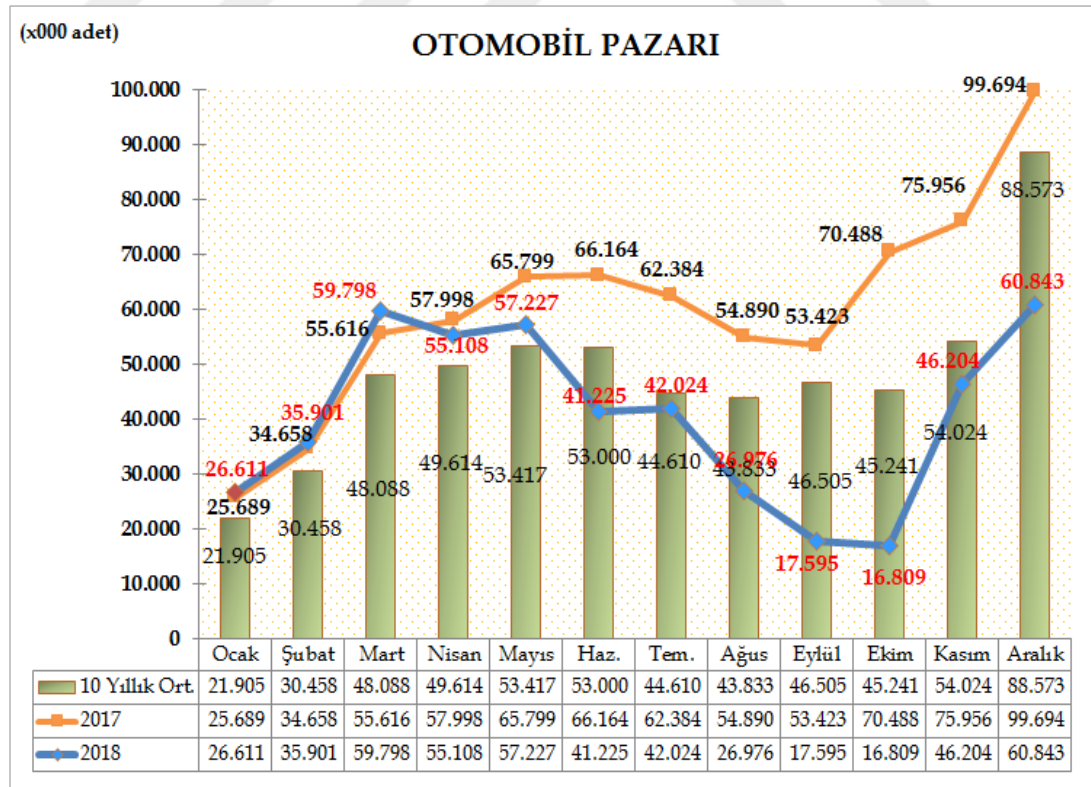
Kaynak: <http://www.oyder-tr.org/rapor-detayi?Hedef=2467>

Türkiye Otomotiv pazarında otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2018 yılında bir önceki yıla göre %35,06 azalarak 620.937 adet olarak gerçekleşti. 2017 yılında otomobil ve hafif ticari araç pazarı 956.194 adet olarak gerçekleşmişti. 2018 yılının ilk çeyreği 2017 yılındaki gibi aynı seyirde artarak devam etmiştir. 2018 yılının ilk çeyreğinden sonra azalarak devam etmiştir. 2018 yılı Temmuz ayından itibaren ülkede yaşanan konjonktürel dalgalanmaya bağlı olarak satışlar giderek azalmıştır. Hükümet yetkililerinin 2018 yılının Ekim ayında bu azalışa tedbir olarak ÖTV ve KDV oranlarında teşvik edici düzenlemeye gitmiştir. Hükümetin aldığı bu önlem de satış adetlerine olumlu yansımıştır.

2018 yılı Aralık ayı otomobil ve hafif ticari araç pazarı 77.706 adet oldu. 136.240 adet olan 2017 yılı Aralık ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %42,96 oranında azaldı.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %37,01 azalış gösterdi.

Grafik 6:Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)



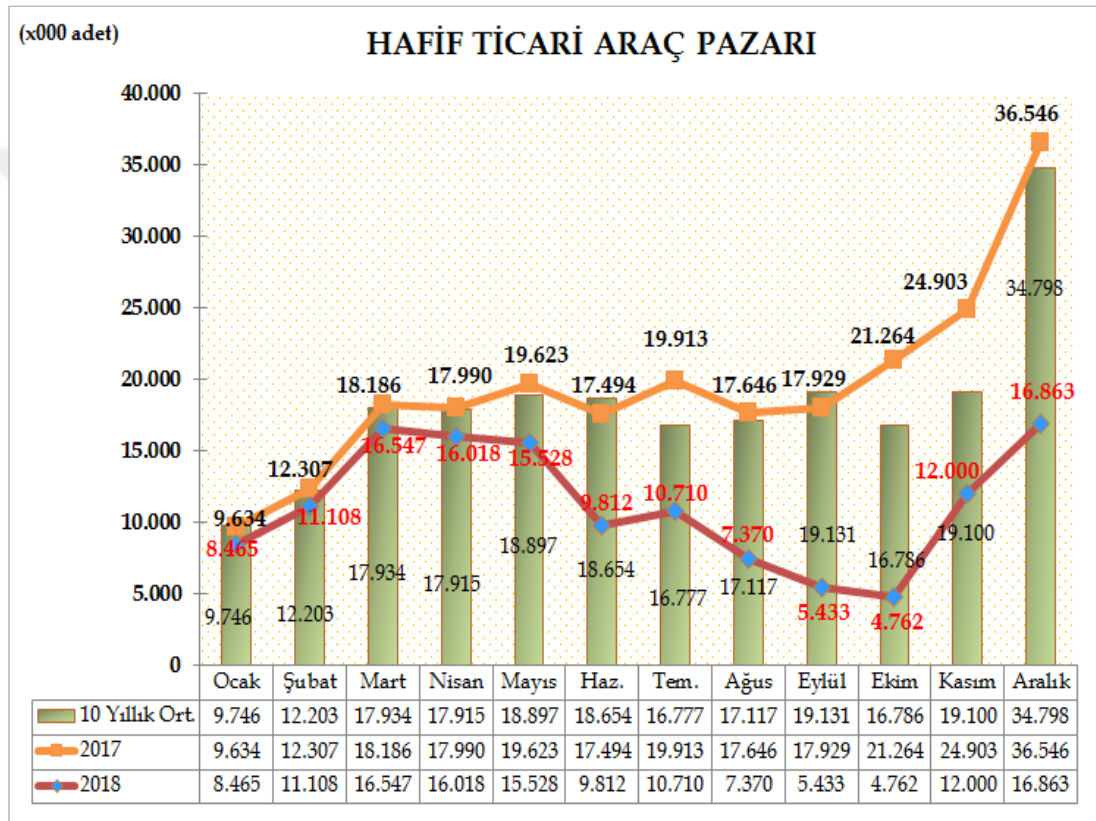
Kaynak: <http://www.oyder-tr.org/rapor-detayi?Hedef=2467>

Türkiye Otomotiv pazarında otomobil satışları, 2018 yılında geçen seneye göre %32,71 oranında azalarak 486.321 adet oldu. Geçen yıl aynı dönemde 722.759 adet satış yaşanmıştı.

2018 yılı Aralık ayında otomobil satışları bir önceki yılın aynı ayına göre %38,97 azaldı ve 60.843 adet oldu. Geçen sene 99.694 adet satış gerçekleşmişti.

Otomobil pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %31,31 azalış gösterdi.

Grafik 7:Hafif Ticari Araç Pazarı (2017-2018)



Kaynak: <http://www.oyder-tr.org/rapor-detayi?Hedef=2467>

Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı, 2018 yılında bir önceki yıla göre %42,33 azalarak 134.616 adet oldu. 2017 yılı aynı dönemde 233.435 adet satış gerçekleşmişti.

2018 yılı Aralık ayında hafif ticari araç pazarı 2017 yılının Aralık ayına göre %53,86 azaldı ve 16.863 adet olarak gerçekleşti. Geçen sene 36.546 adet satış yaşanmıştı.

Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Aralık ayı ortalama satışlara göre %51,54 azaldı.

2018 yılının ilk çeyreği 2017 yılındaki gibi binek ve ticari araç satış adetleri aynı seyirde artarak devam etmiştir. 2018 yılının ilk çeyreğinden sonra yine binek ve hafif ticari araç satış adetleri azalarak devam etmiştir. 2018 yılında hafif ticari araç satışlarının binek araçlara göre adet olarak düştüğü gözlemlenmiştir. 10 yıllık ortalamaya bakıldığında yine en çok araç satışı yukarıdaki tabloya göre binek araçlarda olmuştur.

Hafif ticari araç satış adetlerinin azalması piyasa koşullarının kötü gidişatını ve ticari faaliyetlerin aktif olarak yürütülmediğini göstermektedir.

Tablo 4:2018Yılında Motor Hacmine Göre Otomobil Pazarı

MOTOR	MOTOR	2017'Yıl Sonu		2018'Yıl Sonu		Değişim	ÖTV	KDV
HACMİ	CİNSİ	Adet	Pay	Adet	Pay		%	%
≤ 1600cc	B/D	694,599	96,10%	467,693	96,17%	-32,7%	30, 35, 60	
1601cc - ≤2000cc	B/D	21,480	2,97%	13,202	2,71%	-38,5%	100, 110	
≥ 2001cc	B/D	2,098	0,29%	1,372	0,28%	-34,6%	160	
≤ 85 kW	ELEKTRİK	42	0,01%	80	0,02%	90,5%	3	
86kW - ≤120kW	ELEKTRİK	0	0,00%	0	0,00%		7	
≥ 121kW	ELEKTRİK	35	0,01%	75	0,02%	114,3%	15	
≤1600cc	HİBRİT	463	0,06%	550	0,11%	18,8%	60	
1601cc - ≤1800cc(<=50KW)	HİBRİT	0	0,00%	0	0,00%		110	18
1601cc - ≤1800cc(>50KW)	HİBRİT	3,704	0,51%	3,011	0,62%	-18,7%	60	
1801cc - ≤2000cc	HİBRİT	62	0,01%	59	0,01%	-4,8%	110	
2001cc - ≤2500cc(<=100KW)	HİBRİT	0	0,00%	1	0,00%		160	
2001cc - ≤2500cc(>100KW)	HİBRİT	266	0,04%	265	0,05%	-0,4%	110	
>2500cc	HİBRİT	10	0,00%	13	0,00%	30,0%	160	
Toplam		722,759	100,00%	486,321	100,00%	-32,7%	VERGİ ORAN LARI	

Kaynak: <http://www.oyder-tr.org/rapor-detayi?Hedef=2467>

2018 yılında otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %96,17 oranıyla 1600cc altındaki otomobiller 467.693 adet ile sahip oldu. Ardından %2,71 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,28 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer aldı. 2017 yılına göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %32,7 , 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %38,5 ve 2000cc üstü otomobillerde ise %34,6 azalış görüldü. 2018 yılında 85kW altı 80 adet ve 121kW üstü 75 adet, toplam 155 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleşti.

2018 yılında 1600cc altı 550 adet, 1601cc<=1800cc (>50 kW) aralığında 3011 adet, 1801cc-2000cc aralığında 59 adet, 2001cc-2500cc (>100KW) aralığında 265 adet ve 2500cc üstü 13 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti. 2018 yılında toplam 3.899 adet hibrit otomobil satışı gerçekleşti.

IV. UYGULAMA

YÖNTEM

Çalışmada, sosyal bilimlerde araştırma yöntemlerinden nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinde sayısal değerlerin toplanamadığı subjektif unsurların yer aldığı gözlem, görüşme, doküman analizi gibi yöntemler kullanılmaktadır. Olaylar doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ele alınmaktadır. Özellikle psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve siyaset bilimi gibi davranışsal bilimlerin tercih ettiği yöntemdir.

Nitel yöntemlerde konu sınırlaması olmayıp gerçeklik tümüyle yansıtılır. Belirli bir kalıp olmadığı gibi daha işlevsel ve uygulaması kolay bir yöntemdir. Konu sınırlaması olmadığı için araştırmacıya farklı pencereden bakma fırsatı sunmaktadır. Bir olayı etkileyen değişkenleri ortaya çıkarır. Davranışlar sayılarla açıklanamadığından dolayı ölçümler kaç kişinin nasıl davrandığını gösterir. Ancak “Niçin?” sorusuna yanıt vermez. İnsan ve grup davranışlarını anlamaya yönelik bu tür araştırmalara da niteliksel “Qualitative” araştırma denilmektedir (Akman, 2014).

Nitel araştırma yöntemleri özel durumun gerçekliğini yansıtmaktadır. Bu yöntemde sonuçlarla kuram üretilmesi kolaydır. Araştırma sonuçlarının uygulanabilirliği daha yüksektir. Farklı faktörlerin anlaşılması kolaylaşmaktadır. Yöntemin sınırları olarak da verilerin analizinde kişilerin önyargılarının olması ve deneklerin yaşanan deneyimleri tümüyle ifade edememeleri olmaktadır.

Nitel yöntemlerden en sık kullanılanı görüşmedir. Görüşme insanların perspektiflerini, algılarını, deneyimlerini ve duygularını ortaya koymada kullanılan güçlü bir yöntemdir. Görüşmede temel olarak sözlü iletişim yöntemi kullanılmaktadır. Kolay bir yöntem gibi görülebilir ancak araştırmacılar bu yöntemin özellikleri görüşme formlarının hazırlanması, test edilmesi, görüşmenin ayarlanması ve gerçekleştirilmesi gibi birçok konuda yoğun bir eğitimden geçerler (Yıldırım, 1999).

Sosyal olgular gözlemle de elde edilebilmektedir. Son olarak nitel araştırmada yazılı doküman ve belge analizleri yöntemi de kullanılmaktadır. Bu

yöntem de görüşme ve gözlemi de destekler niteliktedir. Görüşme kayıtları, resimler, grafik sunumları, gözlem notları, dokümanlar gibi çeşitli yöntemlerle bilgiler toplanmaktadır. Toplanan bilgilerin kodlanması analiz edilmesi ve yorumlanması sistematik bir yaklaşım gerektirmektedir (Yıldırım, 1999).

Nitel araştırmaların özellikleri;

- Doğal ortama duyarlılık,
- Araştırmacının katılımcı rolü,
- Bütüncül yaklaşım,
- Algıların ortaya konması,
- Araştırma deseninde esneklik,
- Tümevarıma dayalı analiz.
- Nitel veri

Araştırmanın uygulaması olarak otomotiv sektöründe Uşak ilinde yetkili satıcı bayilerinde araç satış temsilcisi 15 katılımcıya otomotiv ve araç alımı ile ilgili 5 farklı soru yöneltilmiştir. Bunlar;

- 1) Otomotiv sektörü ile genel ekonomik konjonktürün ilişkili olduğunu düşünüyor musunuz?
- 2) Bankacılık sisteminin otomotiv sektörü arz ve talebine etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?
- 3) Kredi kullanımının maliyeti ve otomobil satışı arasında ilişki kurulabilir mi?
- 4) Otomotiv üreticilerini etkileyen mikro ve makro koşullar sizce nedir?
- 5) Finansal krizlerin otomotiv sektörüne ve otomotiv satışlarına etkisi konusunda ne düşünüyorsunuz?

Katılımcıların bu sorulara verdikleri yanıtlar detaylı bir şekilde aktarılmıştır.

“Otomotiv sektörü ile genel ekonomik konjonktürün ilişkili olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar;

1.Katılımcı; Türkiye’de satılan araçların büyük çoğunluğunun ithal olması, yani kur artışı ile endeksli olması ve araç üzerindeki özel tüketim vergilerinin yüksek olması alıcının bütçesini etkileyeceğini ve direkt olarak genel ekonomiyle bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Döviz kuruna bağlı araç satış fiyatlarının minimum artışının dahi nihai alıcıyı doğrudan etkilediğini belirtmekte ve bunun sebebinin ise

Türkiye’de yaşayan insanların aylık maaş oranlarının artmadığı gibi zorunlu ihtiyaç alımlarına öncelik vermesini sağladığından özel tüketim ihtiyacı otomobil satın almak ikinci planda kaldığını dile getirmektedir. İnsanların soğan, patlıcan fiyatlarının yüksek olmasını konuşurken otomobil satın alma düşüncesini askıya aldıklarını belirtmiştir.

2.Katılımcı; Otomotiv sektörü genel ekonomik durum ile direk bağlantılıdır. Ekonomideki dalgalanmalar, faiz oranlarının yüksekliği, otomotiv sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir. Devletin yapmış olduğu ÖTV ve KDV indirimleri, hurda teşviki kriz dönemlerinde otomotiv sektörünü canlandırmaya yetmemiştir. Dolar kurunun yüksekliği araçlara sürekli zam eklenmesi araç satışlarını da olumsuz etkilemektedir.

3.Katılımcı; Otomotiv sektörü genel ekonomik durum içerisinde kilit öneme sahiptir. Sektör farklı iş kollarıyla etkileşim içindedir ve birbiriyle bağlantılı çalışma ortamları mevcuttur. Örneğin; Otomotiv sektörüne bağlı Otomobil satış ve servis bayisi bankacılık, sigortacılık, sanayi kolları gibi daha birçok sektörle bağlantılı konumdadır. Ekonomik düzen içinde istihdama da büyük katkı sağlamaktadır.

4. Katılımcı; Genel ekonomik durum içerisinde otomotiv sektörü büyük öneme sahiptir. Bu sektör diğer sektörlerle göre daha büyük oranda yabancı girişli olduğu için dışa bağımlılığımızı arttırmaktadır. Gerek araç gerekse yedek parça ihracatında ekonomiye büyük etkisi bulunmaktadır. Bu etki zaman zaman olumsuz sonuçlar da doğurabilmektedir. İhracatın yüksek olması ülke içerisinde yabancı sermayenin yer alması ekonomiyi canlandırdığı gibi sektörü de köreltebilir. Dışa bağımlılık dış ülkenin makro koşullarından da etkilenmeyi gerektirir.

5. Katılımcı; Otomotiv sektörü genel ekonomik durum içerisinde kilit öneme sahiptir. Sektör 1996 yılında Gümrük Birliği anlaşmasının imzalanmasıyla daha da canlanmış, AB ülkeleri arasında otomotiv sektörü daha da gelişmiş uluslararası bir boyut kazanmıştır. Sektörün diğer ülkelerle daha çok etkileşimde olması hem olumlu hem olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Diğer ülkelere bağımlılığımızı zaman içinde arttırmış yerel gelişim için farklı yöntemler geliştirilmeye çalışılmıştır. Sektör daha da canlandığı için ekonominin hareketliliğini sağlamış ve birçok istihdam yaratmıştır. Bunun yanında sektörün dış ülkelerle etkileşimi arttığından kurlardaki

farklılık da direk satış rakamlarına yansımıştır. Ekonomi içindeki dalgalanmalardan pek çok sektörle bağlantılı olduğu için en çok etkilenen sektördür.

6.Katılımcı; Piyasada krizin etki ettiği sektörlerin başında otomotiv sektörü gelmektedir. Krizin etkisiyle otomotiv pazarındaki ve üretimindeki %40'lık daralmayla birlikte durağanlık yaşanmaktadır. Otomotiv sektöründeki bu durağanlık bağlantılı olduğu diğer sektörleri de etkilemektedir. Sanayinin yavaşlaması, alışverişin azalması gibi çeşitli etkenlerle finansal döngü belli süreliğine kısırlaşmaktadır. Otomobil gibi lüks tüketim de bu dönemde bu dönemde rafa kaldırılmaktadır.

7. Katılımcı; Otomotiv sektörü tamamen ekonomik konjonktürün bileşimi ile ilişkilidir. Çünkü bağlı bulunan bölge pazarının ne kadar kuvvetli ekonomik altyapısı olur ise sektöre bağlı yatırım da o kadar güçlü olmaktadır.

8.Katılımcı; Genel ekonomik konjonktür içinde otomotiv ve inşaat sektörü önemli yer barındırmaktadır. İkisi de birer yatırım kanalı olarak görünmekte ve genel ekonomik piyasa döngüsü içinde istihdam, tedarik ve üretim kanallarında önemli yere sahiptir. Otomotiv sektörü demir-çelik, petro-kimya, plastik, tekstil alanlarıyla birlikte çalışmakta ve bahsedilen herhangi bir bölümde oluşacak olumsuzluklardan etkilenmektedir.

9.Katılımcı; Konjonktür reel ekonomideki dalgalanmaları ifade eder. Otomotivin ilişkili olduğu sektörlerde oluşan konjonktürel dalgalanma bu sektörü de etkiler. Örneğin maliyetlerin artması, hammadde temininin zorlaşması bunlara örnek gösterilebilir.

10.Katılımcı; Ekonomide dalgalanmaların olduğu dönemde konut ve otomotiv sektörü en önde etkilenen sektörlerden biridir. Otomotiv sektörü bağlı bulunduğu pek çok iş kollarıyla ekonomide önemli yere sahiptir. Buna bağlı olarak herhangi bir sektördeki negatif hareketlilikten de olumsuz etkilenir.

11.Katılımcı; Otomotiv sektörü genel ekonomik düzende kilit öneme sahiptir. Otomotivin pek çok iş koluyla ve sektörle bağlantılı olması bağlı bulunduğu sektörlerde herhangi bir olumsuz koşuldaki etkilenmesine neden olmaktadır.

12.Katılımcı; Otomotiv sektörü tek başına ayakta durabilen bir sektör olmadığı için genel ekonomik dalgalanmadan hemen etkilenebilmektedir. Örneğin bankacılık sektöründeki dalgalanma otomotiv sektörünü hemen etkilemektedir. Diğer bir örnek olarak tamamlayıcı mal olan yakıtın zamlanması da bu sektöre olumsuz etki etmektedir.

13.Katılımcı; Genel ekonomide herhangi bir iniş çıkış durumu piyasanın belirsizliğine ve tüketicilerin piyasaya olan güveninin sarsılmasına neden olur. Bu dönemlerde sadece otomotiv değil çoğu sektör durağanlık yaşamaktadır.

14.Katılımcı; İhracat yapan otomotiv şirketleri için önemli olan husus talebin canlılığıdır. Talep de pek çok koşula bağlı olarak farklılık gösterir. İhracat yapılan ülkenin genel ekonomik konjonktürü de ihracatı büyük oranda etkilemektedir.

15.Katılımcı; Otomotiv sektörü yarattığı istihdam ile ekonomiye canlılık sağlamaktadır. Piyasada oluşan ekonomik, siyasi, teknolojik gelişmelerden hemen etkilenebilmektedir.

“Bankacılık sisteminin otomotiv sektörü arz ve talebine etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna verilen yanıtlar.

1.Katılımcı; Otomotiv sektöründe bankacılık sisteminin çok büyük önem taşıdığını, Otomotiv Bayilerinin stokuna araç alırken ilk olarak banka sistemiyle araç alıp daha sonra ödeme yöntemine başvurmaktadır. Otomotiv bayileri ile bankalar arasında yapılan ilk antlaşmalarda araç bayiye alınan araçların ödemelerinin vadesine ve DBS (Doğrudan Borçlandırma Sistemi) faizine göre alım yapıldığı ve bu doğrultuda araç alımına karar verildiğini dolayısıyla da otomotiv sektöründe sadece müşterilerin değil bayilerin de araç alımında bankalara ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Buna bağlı olarak da otomotiv sektörünün doğrudan banka sistemine bağlı olduğunu ve DBS (Doğrudan Borçlandırma Sistemi) limiti verilmeyen bayilerin peşin ödeme ile araç satın almak durumunda kaldığından stok devir hızının da arttırılması gerektiğini dile getirmektedir.

2.Katılımcı; Otomotiv sektörü bankacılık sistemi ile iç içedir. Günümüz ekonomik şartları göz önünde bulundurulduğunda banka kredileri olmadan araç almak zorlaşmıştır. Bankalarda kredi faiz oranlarının düşmesiyle birlikte araç alımları da

artacaktır. Bankalar açısından bakıldığında da araç alımı için kullanılacak olan kredilere talep olmadığında da kredi kullanımlarında düşüş yaşanacaktır.

3.Katılımcı; Banka sektörüyle otomotiv son dönemlerde daha iç içedir. Otomotiv satışlarının %70 i kredili olarak yapılmaktadır. Bankaların ve tüketici finansman şirketlerinin kredi kanallarını kapatması otomotiv satışlarını olumsuz yönde etkiler. Banka ve tüketici finans sektörünün kredi iştahının artması, bankaların hemen kredi onaylamasına ve dolayısıyla da otomotiv satış adetlerinde olumlu yönde etki yaratmasına neden olmaktadır.

4.Katılımcı; Banka sektörü yüksek bedelli herhangi bir mal ve ya hizmet alımında yüksek oranda işlevini göstermektedir. Günümüzde otomotiv ve emlak sektörü başta olmak üzere kredi kullanımı oldukça yaygınlaşmaktadır. Yatırım ya da kullanım amaçlı olarak otomotiv alımında zorlanmamak adına tüketiciler kredi kullanmayı tercih ederler. Nakdi bulunan çok az sayıda alıcı mevcut olduğundan tüketiciler alım kararlarında bankacılık sektörünü aracı olarak kullanmak durumunda kalmaktadır. Dolayısıyla banka kredi kullanım şartları alıcılar tarafından detaylı olarak incelenmekte ve alternatif banka kredileri araştırılmalıdır. Faiz oranları, vadesi, toplam geri ödeme tutarı, aylık ödeme gücü gibi etkenler kredi kullanımını da etkilemektedir. Buna bağlı olarak yüksek oranlı faizler, kısa vadeli krediler, kredinin aylık taksit tutarı gibi faktörler de otomotiv sektörünü büyük oranda olumsuz etkiler.

5. Katılımcı; Otomotiv sektöründe günümüzde kredilerin çok kullanılması satışları iyi olan firmaların kendi finansman şirketlerini kurmalarını sağlamıştır. Ford, Tofaş, PSA, Opel, Toyota gibi otomotiv şirketleri kurdukları finansman şirketleriyle müşterilerine kampanyalı kredi imkânı sunmakta ve kendi bünyesinde kredi kullanımını sağlamaktadır. Bu tür otomotiv şirketlerinin finans dalında faaliyet göstermesinin asıl amacı dışarıda bankacılık sektöründeki her türlü olumsuzluktan etkilenmemek ve dolayısıyla müşterilerin kredi kullanımından ve araç alımından vazgeçmesine engel olmaktır.

6. Katılımcı; Bankacılık sistemi ile otomotiv sektörü arz ve talebi arasında çok yakın ilişki söz konusudur. Banka faiz oranlarının yüksek ve hareketli olması, otomobil alıcılarının alım gücü zayıflığının yanında durumu ekstra olumsuz gidişata sürüklemektedir. Alıcılar nakit olarak sıfır araç alımında zorlandıklarından banka kredilerine başvururlar. Faiz oranların yüksekliği faktörü otomobil alımını olumsuz

etkiler. Alıcılar ikinci el araç alımına ya da araç kiralama planı yapmak durumunda da kalabilirler. Banka sisteminin sağlamlığı ve sağladığı faydalar alıcıların talebini de etkilemektedir. Otomotiv sektörleri de talebi yoğun tutmak için belli finans kuruluşlarıyla kredi kampanyası düzenlerler ve sektördeki faiz oranı ve vade sayısına göre daha avantajlı paket sunarlar. Bu durumda otomotiv bayilerini biraz olsun hareketlendirir.

7.Katılımcı; Bankacılık sektörü otomotiv arz ve talebi için kilit konumdadır. Bazı otomotiv bayileri distribütörlerden araç alırken DBS sistemine başvurmuşlardır. Bayiler için bankalarda ek hesap açılır ve vadeli olarak araç alımı yaparlar. Araç satılırken de alıcılar bankalara taşıt kredileri için başvurular. Dolayısıyla otomotiv sektörü banka ile iç içe ilerlemektedir.

8.Katılımcı; Bankacılık sistemi tamamen otomotiv sektörünün arka penceresidir. Çünkü maddi desteklemesi düşük mikro yatırımcıya kredi gibi destek sağlaması yapmaktadır. Bu yönüyle bankacılık otomotivle yatırımcı bağlamında ilişki içerisindedir.

9.Katılımcı; Bankacılık otomotiv sektöründe kilit öneme sahiptir. Otomobil alım aşamasında maddi yönden sıkıntı yaşayan müşteriler bankaya başvurmak durumunda kalmaktadır. Bankadan beklediği arzı gören müşteriler otomobil talebine rahatlıkla yönelebilirler. Nakdi bulunmayan müşteriler uygun faiz oranlı ya da uygun vadeli kredi imkânlarıyla araç sahibi olabilmektedir.

10.Katılımcı; Banka sisteminin gün geçtikçe dijitalleşmesi otomotiv sektöründe de taşıt kredilerinin kullanımında kolaylık sağlamaktadır. Otomobil yüksek tutarda bir yatırım aracı olduğu için günümüzde müşteriler banka aracılığıyla araç alma durumunda kalmaktadır. Bankacılık sistemi otomotiv ile iç içedir. Otomotiv bayileri de banka sistemini kullanarak vadeli araç alımı yapmaktadır.

11.Katılımcı; Otomobil gibi yüksek ödeme gerektiren yatırım aracının alımı günümüzde lüks tüketim sayılmaktadır. Nakdi olmayan müşteriler bu lüks mala ulaşabilmek için banka kanalına başvurmak durumunda kalmaktadır. Taşıt kredileri ile ödemelerini yıllara bölerek araç sahibi olabilmektedirler.

12.Katılımcı; Bankacılık sistemi otomotiv arz ve talebiyle yakından ilgilidir. Otomotiv arzı ele alındığında bayiler banka sistemini kullanarak vadeli olarak

distribütörlerden otomobil almaktadır. Bazı peşin çalışan otomotiv yetkili satıcı bayileri nakit olarak otomobil alımı yapmaktadır. Bu da nakit bulunmadığında araç alamama ve müşteriye sunamama anlamına gelmektedir. Hem yetkili satıcı bayileri için hem de tüketicilerin taşıt kredileri için banka sistemi büyük önem taşımaktadır.

13.Katılımcı; Banka kredileri tüketiciler için son yıllarda önemli yere sahiptir. Küçük meblağlarda bile kredi çekilen günümüz Türkiye'sinde nakdi olmayan tüketiciler otomotiv alımında kredi kullanmak durumunda kalmaktadır. Bankaların faiz oranının yüksek olması durumunda otomotiv satışları azalmaktadır. Bazen de bankalar kredi kullanmak isteyen müşterilere kredi tahsisi yapmamaktadır. Otomotiv satışlarının azalmasının nadir nedenlerinden biri de budur.

14.Katılımcı; Bankacılık sektörü otomotiv arz ve talebi için büyük öneme sahiptir. Bazı otomotiv yetkili satıcı bayileri distribütörlerden araç alırken banka sistemine başvurumaktadırlar. Yetkili satıcı bayileri için bankalarda ek hesap açılır ve DBS sistemiyle vadeli olarak araç alımı yaparlar. Tüketiciler de taşıt kredileri için bankaya başvurmak durumunda kalırlar. Buna bağlı olarak da otomotiv sektörü genel anlamda banka ile iç içe durumdadır.

15.Katılımcı; Alım gücü düşen tüketicilerin beyaz eşya, giyim gibi malları bile taksitlerle alırken otomobili nakit olarak alması hayal olarak görülmektedir. Nakit ya da takas araçlı olarak sıfır araç alımı yapan müşteriler dışında kalan kesim kredi kullanmak durumunda kalmaktadır. Bankacılık sistemi sadece otomotiv sektöründe değil pek çok sektörle bağlantılı olup diğer sektörlerin de arz ve talebini etkilemektedir.

“Kredi kullanımının maliyeti ve otomobil satışı arasında ilişki kurulabilir mi?” sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar.

1.Katılımcı: Araç sahibi olmak isteyen alıcılar günümüz Türkiye'sinde enflasyona bağlı geçim sıkıntısı yüzünden, TL'nin kura bağlı değer kaybından dolayı aldıkları maaşların, kredinin aylık ödemeleri için en uzun vadede kredi çekmesine neden olduğunu belirtmektedir.

2.Katılımcı: Ülkenin ekonomik krizde olması insanların yaşam kalitesinin düşmesine, sadece öncelik olarak görülen ihtiyaçların karşılanmasına ve insanların lüksten kaçınmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla araç alımı da lükse girmeye

başlamıştır. Alıcılar banka kredisi kullanmak istese de faiz oranlarının yüksekliği ile ödeyecek oldukları kredi geri ödemeleri fazla geleceğinden dolayı araç satışlarının da düşmesine neden olmuştur.

3.Katılımcı; Türkiye’de 2018 ve öncesinde otomotiv satışlarının %25’lik kısmı kiralama şirketlerine yapılan yatırımdan oluşur. Kiralama şirketleri de kiralama bedelini araç bedeline yansıtır. Faiz yükünün yükseğe çıkmasıyla kiralama şirketi faizi yansıtamayacağı için araç alımından vazgeçer. Aynı şekilde gerçek kişiler ve şirketler de toplam maliyeti göz önünde bulundururlar. Satın alma ve kiralama arasında tercih yapar. Türk otomotiv pazarının otomotiv satışlarında en yüksek olduğu aylar kredi faiz oranlarının en düşük olduğu aylara tekabül eder.

4.Katılımcı; Kredi kullanım maliyetinin araç bedeline eklendiğini düşünürsek aracın değeri daha da artmaktadır. Bu maliyet arttıkça da kişilerin araç alımından vazgeçme düşüncesi de artmaktadır. Otomobil bile başlıbaşına lüks giderdir buna da kredi faiz oranları eklendiğinde araç alımı daha da zorlaşmaktadır. Günümüzde nakit para ile araç alan kişi sayısı oldukça azdır. Kredi faiz oranları otomobil gibi yüksek meblağda araç alımını etkiler. Kredinin toplam geri ödemesi kişilerin sıfır otomobil alımını ertelemesine ya da ikinci el otomobile kaymasına neden olur. Dolayısıyla da kredi maliyetleri arttıkça araç alımı da azalacaktır.

5.Katılımcı; Nakit parası çok nadir bulunan günümüz Türkiye’inde alıcıların kredi kullanımı, araç alım aşamalarında en çok kullanılan yöntemdir. Araç alan kişi en uygun krediyi araştırır ve bulunan bu krediyi kullanmaya çalışır. Kredilerin toplam geri ödemelerinin yüksek olması, vade sayısının az olması, aylık kredi ödeme taksitinin kazançtan da yüksek olması gibi faktörler kredi kullanımından vazgeçilmesini gerektirir. Dolayısıyla da ödemekte zorlanacak alıcı araç alımından vazgeçer ya da ikinci el araca razı olmak durumunda kalır. Faiz oranlarının yüksek olduğu dönemlerde sıfır araç alımı diplerde olmaktadır. Alıcılar bu ihtiyaçlarını kiralama, taksi kullanma ya da ikinci el araç alma gibi seçeneklerle kullanırlar.

6.Katılımcı; Otomobil sektörü hane halkının alım gücüne bağlı olarak değişkenlik gösterir. Alıcılar ödemesini yaptıkları otomobilden maksimum fayda sağlamak isterler. Tüketicilerin borçlanma kapasitesine göre alınacak araç, sağlanılacak maksimum fayda farklılık göstermektedir. Araç yüksek tutarlı olduğundan ihtiyacın sağlanması kredi kullanımı sayesinde olacaktır. Kredi oranları da belli dönemlerde

yüksek olduğunda araç satışları da azalmaktadır. Kredi kullanımını arttırmak buna bağlı olarak da araç satışlarını arttırmak için otomotiv firmaları çeşitli finans kurumları ile anlaşmalar yaparlar. Bu anlaşma doğrultusunda araç alacak kişiler taşıt kredilerini daha uyguna kullanmış olur. Otomotiv firmalarının buradaki amacı diğer bankalardaki yüksek faiz oranlarından etkilenmemek böylelikle dışarıda kriz ya da konjonktürel dalgalanmaya karşı temkinli davranmaktır. Finansman koşullarının iyileştirilmesi otomobil satışlarını etkiler.

7.Katılımcı; Para politikaları banka kredi faiz oranına ve vade süresine müdahale ederek kredi kullanım sayısını etkileyebilir. Bu etkiyle birlikte otomobil ihtiyacı olan kişiler faiz oranları yüksek olduğunda kredi daha maliyetli olacağından ve aracın daha yüksek fiyata geleceğinin düşündüklerinden çekimser tavır sergileyerek otomobil alma fikrini rafa kaldırabilirler. Dolayısıyla da alım gücünde zorluk yaşanacağı için alternatif tüketimlere yönelirler. Bütçelerine göre kredi kullanmadan araç alımını hedeflerler.

8.Katılımcı; Gelecek kaygısı taşıyan günümüzde otomobil gibi lüks bir tüketimin karşılanması banka aracılığı ile olmaktadır. Bazı alıcılar tarafından otomobil markalarının tercihi prestij sembolü taşımasıdır. Faiz oranlarının yükselmesiyle lüks ihtiyaç oranlar düşene ve alım gücü artana kadar ertelenmektedir.

9. Katılımcı; Üretimi destekleyen, mali disiplinli olan banka şubeleri sektörde istikrarlı bir şekilde mevduat faiz oranları ve kredi oranları ile mikro yatırımcıya para biriktirmesi açısından bir alternatif pencere sunar. Konut, araba gibi yatırım teşviki kurar. Sektörde uygun kredi imkânı bulunduğu zaman yatırımcılar bu finans şubelerini tercih eder. Genel ekonomik piyasada kredi maliyetlerinin artması otomobil satışlarını olumsuz yönde etkileyecektir. Kişiler kredi kullanımını dolayısıyla da araç alımını erteleyecektir.

10.Katılımcı; Kredi kullanılmadan önce sorulan ilk soru kredi maliyetinin ne kadar olduğudur. Kredilerin toplam geri ödemesi, taksit seçeneği, faiz oranı alıcının kredi kullanma kararını etkileyecektir. Varsa uygun kredi kullanılır. Kredi faiz oranları yüksek ya da aylık taksit seçenekleri alıcının bütçesine uymuyorsa kredi kullanımından vazgeçme ya da kullanımı erteleme durumu ortaya çıkacaktır. Buna bağlı olarak da otomobil satışları etkilenecektir.

11.Katılımcı; Günümüzde taşıt kredisi kullanımı olmadan araç sahibi olmak pek mümkün olmamaktadır. Bu durum alıcıları uygun taşıt kredisi arayışına sürüklemektedir. Taşıt kredilerinde bazı araç satış bayileri finansman kampanyası sağlamaktadır. %0 faiz imkânı, vade sayısının yüksek olması gibi avantajlı krediler ile müşteriler uygun maliyetli kredi kullanmaktadır. Kredi kampanyaları olmadığı takdirde farklı bankalardan kullandırılan kredilerin maliyeti yüksek olabilmektedir. Nihai alıcılar da bu durum karşısında kredi kullanmama, erteleme ya da elindeki nakit kadar ikinci ele kayma gibi seçenekleri değerlendirmektedir.

12.Katılımcı; Taşıt kredi oranları belli dönemlerde yükselmektedir. Bu dönemlerde otomobil alıcıları bankalar arasında en uygun maliyetli krediyi bulmaya çalışmaktadır. Otomotiv firmalarının anlaşmalı olduğu finans kuruluşları da faiz oranı düşük taşıt kredisi imkânı sunmaktadır. Faiz oranlarının yüksek olduğu dönemlerde otomotiv firmalarının sunduğu kampanyalı kredilerin maliyetleri daha düşük olmaktadır. Tüketiciler otomobil alırken bu kredilere öncelikli olarak sahip olmak istemektedir.

13.Katılımcı; Otomotiv distribütörleri faiz oranlarının yüksekliğinden etkilenmemek ve buna bağlı otomobil satışlarını düşürmek istemedikleri için belli bankalarla anlaşarak faiz oranı yüksekliğinden etkilenmemeye çalışmaktadır. Müşterilere uygun maliyetli kredi imkânı sunmakta ve kullandırmaktadır. Sıfır araç modeli sunulan uygun kredinin uygunluğuna göre de değişebilmektedir. Örneğin; A marka araç almak isteyen müşteri kredi kullanmak durumunda kaldığında uygun finansman kaynağı bulmaya çalışır. Uygun kredi bulunamadığı düşünüldüğünde B marka araçta uygulanabilen %0 faiz kampanyası tüketiciye daha cazip gelebilmektedir. Diğer bir ifadeyle kredinin maliyeti araç seçiminde bile etkili olabilmektedir.

14.Katılımcı; Otomobil satışları faiz oranlarının düşük olduğu dönemde artmaktadır. Oranların yüksek olduğu dönemlerde otomobil alıcıları beklemede kalırlar ve sektörde satış da buna bağlı olarak azalır.

15.Katılımcı; Kredi kullanım maliyetiyle otomobil satışı doğrudan ilişkilidir. Alım gücü olmayan tüketiciler banka kredilerine başvurmaktadır. Kredi kullanımının maliyetinin artmasıyla otomobil maliyeti de artacağından kredi kullanımı zorunlu olmadıkça ertelenecektir.

“Otomotiv üreticilerini etkileyen mikro ve makro koşullar sizce nedir?” sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlar;

1.Katılımcı: Otomotiv üreticilerini etkileyen mikro faktörler olarak bilim ve sanayi dalında gelişmelerin çok az şirketlerde olması, AR-GE yatırımlarının düşük seviyede olması üretimin gelişmesine engel teşkil etmektedir. Ayrıca üretimi yapılacak otomobilin parça temini, parça maliyeti ve işçilik maliyetlerinin artması üretimin azalmasına neden olmaktadır. Otomotiv üreticilerini olumsuz etkileyen makro faktörler olarak hükümetin işveren üzerinde uyguladığı vergi ve yeni düzenlemeler örnek gösterilebilir. Hükümetin uluslararası devletlerarasındaki politik anlaşmazlıkları ile yaşanan güven ortamının azalması ülkede otomotiv sektörüne yatırımların kaybına neden olmaktadır. Hızla gelişen teknolojiye üreticilerin uyum sağlayamaması ve teknolojik cihazların üretimini sağlayamamak, ithal etmekte zorlanmak üretimin azalmasına neden olmaktadır.

2.Katılımcı; Otomotiv üreticilerini etkileyen pek çok faktör vardır. Bunların başında makro etkenler olarak siyasi olaylar, teknolojinin hızla ilerlemesi, ekonomik sosyal, kültürel faktörler dış ülkelerdeki savaşlar ve ülke içindeki savaşlardır. Örneğin, ülkenin sınırları içinde bir tarafta acı kayıplar yaşanırken bir tarafta ise habersiz bir şekilde yaşam devam etmektedir. Otomotiv üreticilerinin ülkenin diğer tarafından habersiz olan kitleye göre üretim sağlamaya devam etmesi rakiplere karşı rekabet sağlandığının da belirtisidir. Sektörde önemli Pazar payı elde edebilmek için rakip firmaların takip altında bulundurulması gerekmektedir.

3. Katılımcı; Türkiye’de üretilen araçların %50 den fazlası yurt dışına ihraç ediliyor. Otomotiv fabrikalarının en önem verdiği konu yurtdışındaki talebin canlılığıdır. Makroekonomik koşulların iyi olması talebi arttıracığından oldukça önemlidir. Kriz dönemleri incelendiğinde istihdamın bu dönemlerde düştüğü görülmektedir. Mikro koşullar şirket içi iyileştirmeleri ve üretim adetlerini de etkiler. Otomobilin Türkiye’de prestij sembolü olarak görülmesi markalaşmayı ve dolayısıyla bu tür araçların da satış adetlerinin yüksek olmasını etkiler. Siyasi, sosyal, kültürel ekonomik, teknolojik vb. tüm makro etkenler araç satışını etkilemektedir.

4.Katılımcı; Dünyada yaşanan krizler Türkiye’de ithalatı etkilemiştir. Dışa bağımlı olan otomotiv sektörü bu dönemde cari açığın tetiklenmesine neden olmaktadır. Türkiye ile ticari ilişki içerisinde olan ülkeler kriz dönemine girdiğinde teknolojinin de gelişmesiyle ekonomik durumları ülkeye hemen yansımaktadır. Dünyada yaşanan gerek siyasi gerekse ekonomik gelişmeler ülkelerin ekonomilerini de doğrudan etkilemektedir. Örneğin ticari ilişki içerisinde bulunan iki ülkede yaşanan siyasi sallantılar tüm ekonomiyi etkileyebilmektedir.

5.Katılımcı; Türkiye’de bazı otomotiv markalarının üretim yerleri mevcuttur. Hyundai, Toyota gibi bu araçlar yurtdışına ihraç edilmektedir. İhraç edilen ülkelerdeki ekonomik canlılık bu araçların ihracatını da olumlu etkiler. Bu etki de Otomotiv üreticilerinin üretim adetlerine yansımaktadır. Dünya üzerindeki siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, teknolojik gelişmeler sadece ticari ilişkide oldukları ülkeleri değil dolaylı yoldan çoğu ülkeyi etkisi altına almaktadır.

6.Katılımcı; Otomotiv sektöründe üretim sadece talebe bağlı değildi. Örneğin 1960’lı yıllarda tarımsal üretim ve sanayinin ihtiyaçlarını giderecek nitelikte araç üretilmekteydi. Hane halkının talebinin önemi yoktu daha sonralarında üretim talebe göre şekillenmeye başlamıştı. Otomotiv sektörünün mikro değişkenlerinden sadece birisidir. Kullanılan otomobillerin günümüzde prestij göstergesi olarak algılanmasından dolayı otomotiv üreticilerinin bu markalarda müşteri sadakatini teknolojik gelişmeleri takip ederek koruması gerekmektedir. Otomotiv üreticileri ürettikleri araçlarda yakıt tasarrufu, güvenlik gibi boyutlarda farklılık yaratmalıdır. Sektörde araç sahipleri araç parçalarının bulunabilirliği, yakıt ekonomisi, aracın sağlamlığı gibi kıstasları göz önünde bulundururlar. Üreticiler de tüketicilerin taleplerini dikkate aldığı sürece müşteri sadakatini de korumuş olacaktır. Otomotiv sektörü gelişiminde ekonomik, sosyal, siyasal, teknolojik, demografik tüm faktörlere göre değişkenlik gösterir.

7.Katılımcı; Genel ekonomik düzende talebin azalmasıyla üretim de azalmaktadır. Otomotiv sektöründe de durum farksızdır. Sektörde talebin azalması otomotiv üreticilerini de arz etmektan alıkoyar. Kur dalgalanmaları ve faiz oranlarında artışı gibi çeşitli sebeplerden dolayı üretim de azalmaktadır. Talebin azalması da tüm makro faktörlere bağlı olabilmektedir.

8.Katılımcı; Otomotiv ithalat ve ihracat gibi temel yapı toplamından oluşması sebebiyle bulunduğu pazarda sağlam ekonomik temel taşları olması en büyük yatırım sebebidir. Çünkü parça üretim maliyeti, personel hammadde, ulaşım, bağlı bulunan sektör ve sağlam siyasi alt yapısı koşulları makro ve mikro koşulları oluşturur.

9.Katılımcı; Otomotiv üreticilerini etkileyen en önemli husus taleptir. Talep de pek çok faktöre bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Yasal düzenlemeler, hükümet uygulamaları, sosyo-kültürel, ekonomik, demografik, teknolojik gibi pek çok makro unsur üretimi etkilemektedir. Örneğin gelişen teknolojiye ayak uyduramayan otomotiv üreticileri rakiplerinden geride kalmaya mahkûmdur.

10.Katılımcı; Otomotiv gibi sürekli değişen ve gelişen sektörde üreticilerin rakiplerinden farkındalık yaratarak üretimlerini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Örneğin araştırma ve geliştirme gibi mikro koşulların sağlıklı şekilde yerine getirilememesi üreticileri geride bırakmaktadır. Dikkat çekici ve güvenilir ürünlerin dizaynlarını geliştirmek gibi görevleri bulunmaktadır.

11.Katılımcı; Otomotiv üretimi pek çok nedene bağlı yavaşlatılabilir. Ülkenin demografik yapısının değişimi, otomotiv talebinde bulunan ülkelerin ekonomik durumu, siyasi çalkantıları, politik ya da yasal durumlar gibi makro nedenlerle üretim aksayabilir. Mikro nedenler olarak üretici firmaların pazarlama faaliyetlerinin yavaşlaması, tedarik bulmada zorlanma durumları, rakiplerin atakları, firma paydaşları ve ya çalışanlar arasındaki olumsuz faktörler gibi mikro nedenlerle üretim sekteye uğrayabilmektedir.

12.Katılımcı; Otomotiv üreticileri talebin azalmaması için ihracat yapılan ülke durumlarını da takip etmek durumundadır. Otomotiv alımına en büyük makro engel ekonomik durumun olumsuzluğudur. Diğer makro sebepler olarak ülkelerin sosyo-kültürel yapıları, politik ve siyasi durumlar, demografik, teknolojik ve ekolojik faktörler olarak gösterilebilir. Üretimi etkileyen mikro faktörler olarak üreticilerin rakipleri, otomotiv parçalarının tedariki, Üretici firmanın pazardaki konumu, büyüklüğü örnek gösterilebilir.

13.Katılımcı; Üretim her mal ve hizmet için talebe bağlı gerçekleşir. Talebi etkileyen pek çok makro unsur mevcuttur. Üreticiler de makro sebeplerden etkilenecek şekilde üretimi azaltır ya da artırırlar. Ülkede kriz yaşanması talebi de azaltacağından üretim de

buna bağı olarak azalacaktır. Ekonomik faktörler en önemli makro faktördür. Bunun yanında teknolojiye geriden takip, demografik faktörler (işsizlik oranının yüksek olması), vergilerin artması da üretimi etkileyen makro durumlardır. Mikro koşullar işletmenin kendi ve Pazar ile iletişimini oluşturur.

14.Katılımcı; Otomotiv sektöründe üretim tüm makro koşullara bağı olmaktadır. Üretimi yapılan ürünün hammaddesinin azalması, enerji kaynaklarının azalması, çevresel faktörler, politik istikrarın sağlanamaması, siyasi olaylar, yatırım teşviklerinin yapılmaması, teknolojiye ayak uyduramama, ülkede ekonomik krizin olması, enflasyonun artması, gelir dağılımının adaletsiz dağılması, satın alma gücünün azalması gibi pek çok makro faktöre bağı olarak üretim de azalmaktadır. Mikro faktörler olarak üretimin yavaşlaması, rakip firmaların atikliği, hammadde bulamama gibi nedenler gösterilmektedir.

15.Katılımcı; Otomotiv sektörü pek çok iş koluyla bağılantılı olduğı için tedarikçi firmaları da fazlasıyla bulunmaktadır. Tedarik sağlanması zorlaştığında ya da mümkün olmadığında üretim de yavaşlamaya hatta durmaya eğilimlidir. Mikro olarak görülen küçük detaylar sektörün ilerlemesi için önem teşkil etmektedir. Paydaşlar, çalışanlar, işletmenin yakın çevresi, rakipler gibi unsurlar işletmenin mikro çevresini oluşturur. Makro faktörler olarak üretimi yavaşlatan pek çok sebep bulunabilir. Bunlardan bazıları ekonomik kriz dönemleri, teknolojik gerilikler, yasalarda meydana gelen farklılıklar, siyasi olaylar, devletlerarası anlaşmalar, ihraç edilecek ülkenin ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel yapısı durumları gibi sadece ülkemizde değil, ticaret ilişkisi içinde bulunan tüm ülkelerin ekonomisindeki canlılıktır.

“Finansal krizlerin otomotiv sektörüne ve otomotiv satışlarına etkisi konusunda ne düşünüyorsunuz?” sorusuna katılımcıların verdiğı yanıtlar;

1.Katılımcı; Finansal krizlerde en büyük sıkıntı tüm sektörlerde nakit para akışının yavaşlamasıdır. Dolayısıyla şirketler ve küçük esnaflar ödeme sıkıntısı yaşamakta, işverenler işçi çıkarmakta, alım gücü azalmaktadır. Mevduat faizlerin bu dönemde yükselmesi nakdi olan kişilerin nakitlerini vadeli hesapta tutmasına ve yeni araç satın almasına engel olacaktır. Araç satın almak isteyenlerin araç fiyatlarının yüksek olmasından dolayı yeterli nakdi olmayan alıcıların yüksek faizden ve uzun vade ile kredi çekmesine neden olacaktır.

2.Katılımcı; Finansal krizden sadece otomotiv sektörü değil tüm sektörler etkilenmektedir. Kriz dönemlerinde insanların alım gücü düştüğünden dolayı zaruri ihtiyaçlar karşılanmaya çalışılır. Sıfır araç satışları kriz dönemlerinde azalmakta ve alıcılar ikinci el araç almak durumunda kalmaktadır. Ülkenin finansal durumu düzeldiğinde, faiz oranları düştüğünde, ekonomi canlanmaya başladığında sıfır araç satışları artacaktır.

3.Katılımcı; Kriz dönemlerinde tüketici güven endeksi düşer ve bağlantılı olarak güven endeksi düştükçe faiz oranları artar, kurlarda dalgalanma meydana gelir. Dolayısıyla otomotiv satışları da olumsuz etkilenir. İnsanlar önünü göremedikleri sürece ve gelecek kaygısı taşıdığı sürece otomotiv satışı ve bakımı ilk ertelenen tüketim kalemi olarak kalacaktır.

4.Katılımcı; Finansal kriz dönemlerinde sektör önemli ölçüde etkilenir ve bu durum satış rakamlarına yansır. Nihai alıcılar kriz dönemlerinde otomotiv alım kararlarını tekrar gözden geçirirler. Alıcılar bu dönemde riskli karar vereceklerinden korktukları için farklı tutum sergilerler. Yetkili servisten sanayiye kayma, araç alımı erteleme, sıfır km araçtan ikinci el araca kayma gibi durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bu dönemde ülke içinde kur dalgalanmaları ortaya çıkmaktadır. Otomotiv sektöründe Türkiye büyük oranda dışa bağımlı olduğu için Türk Lirası'nın diğer ülke paralarına göre değer kaybetmesi otomotiv satışlarını da olumsuz etkilemektedir.

5. Katılımcı; Otomotiv sektöründe dışa bağımlılık diğer ülkelerde yaşanan krizlerin ülkemize yansmasıyla birlikte etkisinin gücünü daha çok hissettirmektedir. Sadece Türkiye sınırları içerisinde değil ithalat yapılan ülkelerdeki krizler de otomotiv satışları üzerinde etkilidir. Kriz dönemlerinde alıcılar önemli yatırım planlarını ertelemek ya da bu planlarını küçültmek durumunda kalabilmektedir.

6. Katılımcı; Otomotiv sektörü finansal kriz dönemlerinden en ok etkilenen ve en büyük tahribatı yaşayan sektörlerin başında gelmektedir. Dış pazarın zorlaşması kur farklılıkları ve yüksek faizler bu dönemlerde ekonomik durum içerisinde sektörü oldukça fazla etkilemektedir. Bu etkilenme sebebiyle sektör daralmaya başlamaktadır. Alıcılar tarafından araç sahibi olmak zorlaşmakta alıcılar için öncelikler değişmektedir. Alıcılar sıfır araç alımında zorlandıkları için ikinci ele kayar ya da araç çok gerekliyse araç kiralama durumuna bile başvurabilirler. Araç

alımı lüks tüketim olduğu için alıcılar yatırımlarını belli bir süre ekonomide güven ortamı oluncaya kadar ertelerler. Talep olmadığı için üretimde azalmaktadır.

7. Katılımcı; Maslow' un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonraki aşama kriz dönemlerinde tüketici davranışlarını yansıtır. Güvenlik ihtiyacı sadece barınma değil mevcut durumu iyileştirmek ya da korumak anlamına gelir. Kriz dönemlerinde de alıcılar öncelikli istek ve ihtiyaçlarını karşılar ve daha sonrasında krizden etkilenmemek için mevcut durumu korumaya çalışır. Çoğu alıcı araçları yatırım aracı olarak görmemekte ve ertelemektedir. Piyasaya duyulan güvensizlik sebebiyle araç satın alma gerçekleştirilememektedir.

8. Katılımcı; Kriz dönemlerinde tüketiciler öncelikler listelerinin düzenlerler ve temkinli satın alma dönemi başlar. Bazı önemli harcamalar kısılrken bazıları da tamamen kesilmektedir. Satın alma kararları fiyata endeksli olarak değişkenlik gösterir. Fiyat göz önüne bulundurulduğunda kaliteden, lezzetten ve dayanıklılıktan ödün verilmektedir. Otomotiv sektörü ele alındığında bu dönemde alıcılar sıfır araç düşüncelerini ertelemeye ya da ikinci ele kayma durumu meydana gelmektedir. Kriz döneminde kur artışları ve kredi faiz oranlarının yüksek olması otomotiv satışlarını da olumsuz etkilemektedir.

9.Katılımcı; Türkiye'de ya da Dünya'da yaşanan krizler incelendiğinde bu dönemde faizlerin yükselmesiyle satışların da düştüğü görülmektedir. 2001-2008-2019 yıllarında yaşanan krizlerde alıcılar borca girmeme, nakitte kalma gibi temkinli davranışlarla dış alımı ertelemişlerdir. Piyasaya duyulan güvenin düşmesiyle satışların günden güne düştüğü, küçük yatırımcıların (otomobil satışıçılarının) işlerini idame ettiremediği için kapattığı, büyük yatırımcıların küçük işletmeleri satın aldığı, istihdamın azaldığı, işsizliğin arttığı, faiz oranlarının tavan yaptığı bir dönemdir. Dolayısıyla böyle bir güvensizlik ortamında alıcılar da harcama yapmaktan kaçınırlar.

10.Katılımcı; Otomotiv sektörünün yan sektörleriyle beraber istihdama büyük etkisi bulunmaktadır. Satışların olumsuz olması da istihdamı olumsuz etkilemektedir. Satışların az olması piyasada pek çok durumdan kaynaklanabilir. Satışların az olması durumunda belli işletmeler kapanmaya ya da küçülmeye gider. İstihdam da bu küçülmeden nasibini almaktadır. 2017 yılında 1300 adetlerde olan otomotiv yetkili satıcısının 2019 yılında 800'lere kadar düşmesi kriz ortamının yaşandığını açıklar

niteliktedir. Kriz ortamında nihai mal ve hizmet alıcıları gelecek kaygısı taşıdıkları için harcama yapmaktan kaçınırlar. Bu durum otomotiv satış adetlerini de olumsuz etkiler.

11.Katılımcı; Bir ülkede finansal kriz ilk önce üretim kaynaklı olarak inşaat ve otomotiv sektörünü vurur. Çünkü bu gibi durumlar hammadde üretimi hassas olan sektörlerde daralan piyasa koşullarında tedarik sıkıntısı yaşar. Temel gıda maddeleri haricinde otomotiv grubu lüks tüketime girer. Dolayısıyla da alıcılar lüks tüketim öncesindeki harcamalarına öncelik verirler.

12.Katılımcı; Kriz dönemlerinden en hızlı etkilenen sektörlerin başında otomotiv sektörü gelmektedir. Para ya da bankacılık krizleri olması gibi her iki durumda da sektör etkilenmekte ve satış rakamları düşmektedir. Otomobil bazı alıcılar tarafından prestij sembolü sayılmaktadır. Kriz dönemlerinde bu lüks ihtiyaç ertelenmek ya da daha düşük bütçeli ikinci el araca kayma durumu yaşanmaktadır.

13.Katılımcı; Otomotiv satış adetleri kriz dönemlerinde düşmektedir. Bunun başlıca nedenleri; otomotiv sektörünün dışa bağımlı olması nedeniyle kur farklılıklarından dolayı yedek parça ve araçların ülkeye yüksek fiyattan girişi, banka faiz oranlarındaki artıştır. Sadece ülke içerisinde değil ithalat yapılan ülkelerin ekonomileri de o markadaki satışı etkilemektedir.

14.Katılımcı; finansal kriz dönemlerinde tüketiciler harcamalarını kısar ve zorunlu ihtiyaçlar giderilmeye çalışılır. Örneğin otomotivle ilgili sıfır araç gibi lüks tüketim malı alımı ertelenir, ikinci el araç alma düşüncesi ortaya çıkar, araçların bakımları yetkili servislere değil sanayi esnafı gibi uygun olan yerlere yaptırılır. Yakıtta zam gelmesi durumunda yakıt tüketiminin azalması gibi tüketicilerin riskli dönemlerde harcama eğilimleri azalmaktadır.

15.Katılımcı; Finansal kriz dönemlerinden sadece otomotiv değil tüm sektörler etkilenmektedir. Kur dalgalanmaları, faiz oranlarının ve enflasyonun yükselmesi, işsizliğin artması gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Gelecek belirsizliğinden dolayı da alıcılar bu dönemi bekleyerek, yatırım yapmayarak geçirmeye çalışmaktadır. Kriz dönemi atlatıldığında alıcılar önünü görebilecek, kaygı taşımadan harcamaları rahatlıkla yapabileceklerdir.

SONUÇ

Küresel kriz nedeniyle finansal sistemlerde yaşanan değişimler Türkiye başta olmak üzere gelişmekte olan ve yükselen ülkeleri fazlasıyla etkilemiştir. Krizin sebebinden ve içeriğinden çok ekonomi üzerinde bıraktığı etki önemlidir. Sektörler arasında krize karşı tepkiler farklılık gösterir. Örneğin olası krize karşı para ve finans kurumlarının tepkileri reel sektöre göre daha hızlı olmaktadır. Bunun sebebi ise yurt içi ve yurt dışı piyasalarının bütünleşmesini sağlayan elektronik bilgi ağı gösterilmektedir. Para ve finans piyasalarının esnekliği ile kullanılan araçların çokluğu, krizlere karşı önlemlerin alınmasında, kriz dönemlerinin atlatılmasında bu piyasalara atiklik kazandırmaktadır. İşlevsel olarak yavaş gelişen reel sektör ise krize karşı önlem almakta ve kriz döneminin atlatılmasında atalet içinde kalmaktadır. Bu durum krizi derinden yaşamalarına ve zor atlatmalarına sebep olmaktadır. Ancak finansal sektörün olumsuz etkileri reel sektöre de yansımıştır ve otomotiv sektörü bu krizlerden oldukça çabuk ve fazla etkilenmiştir.

Kriz dönemlerinde mal ve hizmet alıcıları öncelikli olarak temel ihtiyaçlarını karşılama ve bekleme sürecine girerler. Piyasa koşullarının belirsizliğinden dolayı otomobil, konut gibi yatırım araçlarına birikimlerini harcamak istememektedirler. Satın alma girişimleri tüketicilerin piyasaya duydukları güven ile ilgilidir. Dolayısıyla otomobil sektörü de kriz dönemlerinde en önce etkilenen sektör olduğu için lüks tüketim olarak algılanan otomobil, yerini ikinci el otomobile bırakmaktadır. Yetkili servisler yerine sanayiye kayma gibi giderleri azaltıcı davranışlar gözlemlenmektedir. Kur farklılıklarından anında etkilenmemiz sektörde dışa bağımlı olduğumuzun bir göstergesidir. İthal edilen araçlar yüksek bedelle Türkiye'ye giriş yapmakta ve buna bağlı olarak da ÖTV ve KDV vergileri de yüksek ödenmektedir. Vergilerin yüksek ödenmesi araç maliyetini de arttıracığından alım gücü azalmaktadır. Buna bağlı olarak araç alım düşüncesi ya ertelenmekte ya da bu düşünceden vazgeçilmektedir.

Otomotiv sektörü bankacılık sektörüyle iç içedir. Bankacılık sistemi sadece otomotiv sektöründe değil pek çok sektörle bağlantılı olup diğer sektörlerin de arz ve talebini etkilemektedir. Gerek müşteriler gerekse bazı otomotiv bayileri olsun banka aracılığıyla araç alımı sağlamaktadır. Otomotiv yetkili satıcıları distribütörlerden araç

alımı yaparken vadeli olarak banka sistemini (DİBS) kullanmaktadır. Tüketiciler de otomotiv gibi lüks bir tüketim malına ödemeyi ya nakit ya takas araçlı ya da banka kredili olarak yapmaktadır. Kredi kullanma aşamasında da maliyeti düşürmek için farklı bankalardan uygun faiz oranlı kredi araştırması yapmaktadır. Otomotiv distribütörleri de dışarıdaki herhangi bir faiz oranı dalgalanmalarından korunmak için bazı finans kuruluşlarıyla ortak çalışma içerisine girmektedir. Bununla birlikte otomotiv firmaları müşterilerine uygun faiz oranlı kredi olanağı sunmayı ve herhangi bir faiz, kur dalgalanmalarından etkilenmeyerek satış rakamlarını düşürmemeyi hedeflemektedir.

Banka faizleri kriz dönemlerinde ve konjonktürel dalgalanmalarda yüksek seviyeleri görmüştür. Kamu bankalarının önderliğinde faiz oranlarının düşürüldüğünün açıklanması bu banka kredilerine olan talebi arttırmış ve buna bağlı olarak da otomobil alımını teşvik etmiştir. Örneğin VakıfBank'ın yüzde 3 seviyelerinde olan faiz oranının yüzde 1.55 oranına düşürülmesi perakende finansmanını sağlamış ve sektöre hareketlilik getirmiştir. Kredi onay sürecinin hızlandırılması, bayilerin finans kuruluşlarıyla ortak oluşturdukları yüzde sıfır faizli kredi kampanyaları, takas kampanyaları gibi atılımlar sektörün yaşaması ve satış adetlerinin artması adına yapılan hamlelerden sadece bazılarıdır.

Otomotiv sektöründe kriz ile başa çıkma yolları konusunda devlet desteği oldukça fazladır. Ekonominin canlanması için kuvvetli girişimler arasında ÖTV ve KDV oranlarında değişikliğe gidilmesi yer almaktadır. Örneğin 2018-2019 yıllarında motor silindir hacmi 1600 cm³'ü geçmeyen araçlarda ÖTV oranlarının %50'den %35'e indirilmesi, ticari araçların ÖTV oranının %15 den %5'e düşürülmesi, bazı ticari araçlarda %17 oranında KDV avantajı sağlanması gibi sektörde satışları arttıracak ve ekonomiyi hareketlendirecek bazı planlamaların yapılmıştır. Krizin belli dönemlerinde BDDK tarafından açıklanan kararlar neticesinde en uzun taşıt kredi vadesinin 48 aydan 60 aya ve kredilendirme limitinin ise 100bin TL'den 120bin TL'ye yükseltilmesi sektörün hareketlenmesini sağlamıştır. 60 ay opsiyonu perakende müşterinin alım fırsatını değerlendirmesine katkıda bulunmuştur.

Otomotiv üreticilerini etkileyen mikro koşullar işletmenin rakipleri, müşterileri, tedarikçiler, araştırma ve geliştirme faaliyetleri, insan kaynakları, işletmenin imajı, üretim olanakları, finansal kaynaklar, pazarlama faaliyetleri,

işletmenin kuruluş yeri gibi faktörlerdir. Otomotiv üreticilerini etkileyen makro faktörler de; teknolojik, ekonomik, siyasal, demografik, ekolojik, sosyal, kültürel, yasal ve politik faktörlerdir. Otomotiv üreticilerinin en önemli amacı talebi canlı tutmaktır. Talep de makro ve mikro faktörlere göre farklılık göstermektedir. Örnek verecek olursak tedarik sağlama aşamasında hammaddenin sağlanamaması, otomotiv pazarlama faaliyetlerinin sağlıklı yapılamaması, ekonomik kriz nedeniyle faiz oranlarının yükselmesi, kur dalgalanmaları ile yedek parça maliyetlerinin artması, çalışabilir nüfus içinde işsizlerin oranının artması, teknolojik gelişimlere ayak uyduramama, yasal düzenlemeler, vergilerin artışı...

Otomotiv sektörünün dışa bağımlı hale gelmesi cari açığı tetiklemektedir. Yerli üretilen araçların ÖTV oranlarının düşürülmesi bu sayede yerli üretim tercihinin artırılması, ithalat ile ülkeye giriş yapılan araçlara ekstra gümrük vergisi uygulanması, ihracatın artması, yedek parça ithalatının azaltılıp ülke içinde hükümetin desteğiyle üretim teşviki sağlanması gibi uygulamalar dışa bağımlılığımızı azaltacak ve ekonomimizin canlılığını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akkaya, M. Ve Kantar, L. (2018). *Finansal Krizlerin Tahmininde Öncü Göstergelerin Logit-Probit Model İle Analizi: Türkiye Uygulaması*. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 14, Sayı 3
- Akman, G. N. (2014). *Nicel Ve Nitel Araştırma Yöntemleri*. Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Aksoy, E.E. ve Tanrıöven, C. (2009). *Krizlerin Reel Sektör İşletmeleri Üzerine Etkileri: İMKB'de Sektörel Bazda İnceleme*. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Cilt:11 Sayı: 2
- Aksoy, Ö. (2010). *1990 Sonrası Dönemde Yaşanan Finansal Krizlerin Türkiye'nin Makroekonomik Dengeleri Üzerindeki Etkileri*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, C.C. ve Şen, H. (2001). *Ekonomik Kriz: Nedenler ve Çözüm Önerileri*. Yeni Türkiye, Ekonomik Kriz Özel Sayısı, Kasım-Aralık 2001, Sayı:42, Cilt:2, S: 1225-1230.
- Alkan, U. (2014). *Finans Sektöründen Reel Sektöre Parasal Aktarım Mekanizması: Bankacılık Sektörü Açısından Bir Uygulama*. T.C Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Bankacılık Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- Atay, E. (2016). *2008 Küresel Finansal Krizinin Türkiye ekonomisine etkileri*. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, K. (2013). *Uluslararası Pazarlama Açısından Politik Risk ve Yönetimi*. Ankara Sanayi Odası Yayın Organı.
- Ayhan, D. (2003). *Gelişmekte Olan Ülkelerdeki Finansal Krizler Ve Bankacılık Sektörünün Rolü: Türkiye Örneği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

- Bedir, A. (2002). *Türkiye 'de Otomotiv Sanayi Gelişme Perspektifi*. Devlet Planlama Teşkilatı
- Bülbül, H. (2018). *Finansal Kriz Modelleri Çerçevesinde Türkiye 'nin Kriz Öngörü Modelinin Geliştirilmesi*. T.C Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Ekonometri Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- Can, H. (1992). *Yönetim ve Organizasyon*, 2.Basım Adım yayınları.
- Dalyancı, H. L. (2010). *Finansal Kriz Teorileri ve Türkiye Ekonomisinde 1990 Sonrası Finansal Krizlerin Ekonometrik Analizi*. T.C Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- Delice, G. (2003). *Finansal Krizler: Teorik ve Tarihsel Bir Perspektif*. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Sayı:20 S.S: 57-81.
- Dibo, M. (2009). *Dış Borçlanma ve Finansal Kriz İlişkisi Bağlamında Türkiye 'deki Krizlerin Analizi (1994-2001)*. Karadeniz Teknik Üniversitesi. Sosyal Bilimler enstitüsü. Maliye Anabilim Dalı
- Dinçer, Ö. (2000). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. 5. Baskı
- Eken, M. H. ve Arslan Coşkun, Ö. (2015). *2001 ve 2008 Krizlerinin Türk Bankacılık Sektörüne Etkilerinin Karşılaştırılması*. Maliye Finans Yazıları. S:104 SS. 105-130
- Emir, M. ve Sayıl, G. B. (2017). *Küresel Finansal Krizin Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkileri*. Küresel Finansal Krizin Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkisi" konulu Karadeniz Teknik Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı'nda yapılan yüksek lisans tezinden türetilmiş, 20. Finans Sempozyumunda bildiri olarak sunulmuştur.
- Eren, A. K. (2013). *2000 Kasım Ve 2001 Şubat Finansal Krizleri Sonrasında Türk Bankacılık Sektörünün Yeniden Yapılandırma Süreci Ve Sonuçları (2001-2011)*. T.C Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finansman Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.

- Gül, E., Akpolat, A.G. ve Kaya R. (2018). *2008 Küresel Finans Krizi Sonrası Türkiye’de Uygulanan Kamu Geliri Politikalarının İstihdam Oranları Üzerine Etkisi*. Sakarya İktisat Dergisi Cilt 7, Sayı 1, SS. 92-109
- Gülmez, A., Yardımcıoğlu, F. Ve Beşel, F. (2017). *Türkiye’de Ekonomik Kırılmanın Panzerihi: Mali Disiplin Çıpası*. Maliye Araştırmaları Dergisi. http://www.osd.org.tr/sites/1/upload/files/2019_YILLIK-5401.pdf kaynağından 01.03.2019 tarihinde alınmıştır.
- <http://www.oyder-tr.org/rapor-detayi?Hedef=2467> kaynağından 02.04.2019 tarihinde alınmıştır.
- <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/dashboard/341> kaynağından 30.04.2019 tarihinde alınmıştır.
- Karakurt, B., Şentürk S.H. ve Ela M. (2015). *Makroekonomik Kırılma: Türkiye Ve Şangay Beşlisi Karşılaştırması*. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi. Cilt:13, Sayı:1
- Kıran, Ü. (2009). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Finansal Krizlerin Tahmin Modelleri*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Mishkin, F. S. (1999). *Lessons From the Asian Crisis*, NBER Working Papers No:7102, April.
- Oktar, S. Ve Dalyancı, L. (2010). *Finansal Kriz Teorileri ve Türkiye Ekonomisinde 1990 Sonrası Finansal Krizler*. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt 29, Sayı 2, SS. 1-22
- Okumuş, F. (2003). *İşletmelerde Kriz Yönetimi Ve Krizlerin İşletmeler Üzerine Olası Etkileri*. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 17 Sayı:1-2
- Öcal, F. M. (2011). *Küresel Ekonomik Krizin Reel Sektöre Etkileri Çerçevesinde Türkiye’nin Dış Ticaret Analizi*. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 10 Sayı:36

- Özdemir, B.K. (2007). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Finansal Krizler Ve Erken Uyarı Sistemleri: Markov Geçiş Modellemesi*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi
- Öztürk, S. ve Gövdere, B. (2010). *Küresel Finansal Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C:15 S:377-397.
- Pekcan, B. (2010). *Otomotiv Sektöründe Kriz Yönetimi: Küresel Finans Krizini Yaşayan Bir Otomotiv Firmasının Krize Tepki Veriş Biçimleri*. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Polat, E. ve Engin, C. (2010). *Türk Otomotiv Sektörü Ve Küresel Finansal Krizin Sektöre Etkileri (1996 – 2009)*. Ekonomi Bilimler Dergisi. C:2 S:1
- Selçuk, B. (2010). *Küresel Krizin Türk Finans Sektörü Üzerindeki Etkileri*. Ekonomi Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2, 2010
- Tağraf, H. Ve Arslan, N.T. (2003). *Kriz Oluşum Süreci Ve Kriz Yönetiminde Proaktif Yaklaşım*. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 4, S:1
- Tanrıöven, C. ve Aksoy, E.E. (2011). *Sistemik Riskin Belirleyicileri: İMKB’de Sektörel Karşılaştırma*. Muhasebe ve Finansman Dergisi. S:Temmuz/2011 SS: 119-138
- Tanyılmaz, K. ve Erten, A.N. (2001). *Dünyada ve Türkiye’de Otomotiv Sektörü*. Birleşik Metal-İş Yayınları.
- Taşçı, H. ve Korkmaz, T. (2018). *2008 Finansal Krizin BİST 100 Endeksindeki Firmalarının Temettü Dağıtım Politikalarına Etkisi*. Business and Economics Research Journal.
- Teker, P. (2016). *Finansal Krizlerde Tüketim Vergilerinin Rolü ve Önemi*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Telli, A. (2016). *1999, 2000, 2001, Ve 2008 Kriz Dönemlerinde Türk Ticari Bankalarının Kârlılıklarının Lojistik Regresyon Analizi İle İncelenmesi*. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi. Cilt 12, Sayı 45, SS 61-91

- Turgut, A. (2007). *Türleri, Nedenleri ve Göstergeleriyle Finansal Krizler*. TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi C:20 S:4-5
- Vardareri, D. ve Dursun, G. (2010). *Asimetrik Bilgi Çerçevesinde 2008 Küresel Krizinin İncelenmesi*. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi. Cilt 5, Sayı 1.
- Yaman, Ö. (2010). *Finansal Krizler ve Erken Uyarı Sistemleri*. Kadir Has Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Yaşar Akçalı, B. (2014). *Finansal Krizlerin Öncü Göstergeler Yardımıyla Tahmin Edilmesi ve Türkiye Örneği*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Doktora Tezi
- Yavuz, A. (2009). *Küresel Kriz ve İstihdama Etkisi*. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, ÇEEİ Bölümü tarafından gerçekleştirilen “Sosyal Siyaset Konferansları” nda sunulmuştur.
- Yıldırım, A. (1999). *Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri Ve Önemi Qualitative Research Methods*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Bölümü
- Yıldız, Z. ve Durgun, A. (2010). *2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörüne Etkileri*. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi. C:2, S:1-15
- Yiğit, F. (2015). *Finansal Krizlerin Şirket Sermaye Yapıları Üzerindeki Etkileri*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finans Bilim Dalı, Doktora Tezi
- Yücel, F. Ve Kalyoncu, H. (2010). *Finansal Krizlerin Öncü Göstergeleri ve Ülke Ekonomilerini Etkileme Kanalları: Türkiye Örneği*. Maliye Dergisi. Sayı 159.