

2041'de Türkiye Geleceğe bakış

Mayıs 2012



Giriş

Küresel ekonomik dengeler değişirken, Türkiye bu değişimden en çok faydalanacak ülkelerden biri olma potansiyeline sahip. PwC'nin Türkiye'deki 30. yılında gerçekleştirilen bu çalışma önümüzdeki 30 yılın Türk ekonomisi için neler getirebileceğini ele alıyor.

Türkiye; uzun vadeli ekonomik büyüme ve gelişmenin sürdürülmesi için yararlanabileceği büyüyen nitelikli iş gücü, elverişli ortam ve coğrafi konumunun varlığı birtakım bölgelerin kesiştiği noktada bulunması gibi faktörlerden faydalanma şansına sahip.

Türkiye ekonomisinin gelecek 30 yıldaki başarısı çeşitli etkenlere bağlı. Bu etkenlerden biri de Türkiye'nin uluslararası rekabet avantajı yaratmasını, doğrudan yabancı yatırım çekmeyi başarmasını ve ayrıca bölgesi dahilinde ve dışında mal ve uzmanlık ihracatında bulunmasını sağlayacak kilit uzmanlık merkezlerinin geliştirilmesidir.

Bu rapor Türk ekonomisi için 2041 yılına kadar geçerli olan bazı potansiyel fırsatları ele alırken Türkiye'nin potansiyel güç sahibi olduğu tüm sektörlere değinmeyi hedeflemiyor. Örneğin finansal hizmetler, gayrimenkul ve inşaat gibi sektörler pek çok işletme için ilgi çekici fırsatlar yaratsa da bu raporun kapsamına dahil edilmemiştir. Bu çalışma Türk ekonomisinin önümüzdeki 30 yıl içinde diğer belli başlı ekonomiler karşısında genel büyüme potansiyelini ele alıyor. Ayrıca önümüzdeki 30 yıl içinde uzmanlık merkezine dönüşebilecek sektörlerden bazılarını daha ayrıntılı bir biçimde inceliyor.

2041 yılına kadar uluslararası uzmanlık merkezine dönüşme potansiyeli olan sektörlerden bazıları:

- Gıda ve içecek
- Tarımsal Ar-Ge ve hizmetler
- Alternatif enerji
- Otomobil üretimi
- Turizm

Türkiye ekonomisinin canlanması

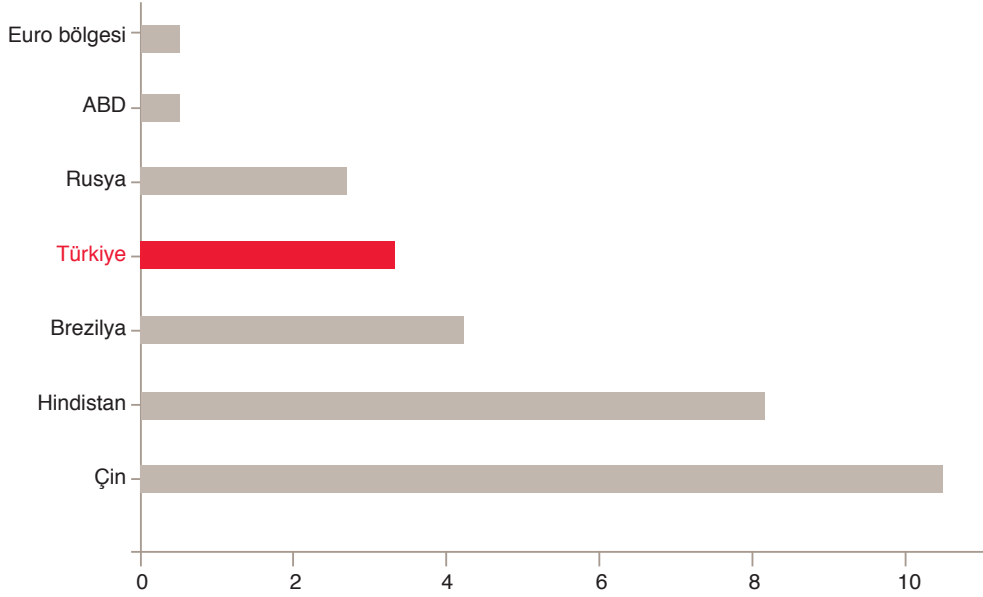
30 yılda pek çok şey değişebilir. 1970'lerin sonunda Türkiye ekonomisi artan enflasyon ve yerli üreticileri yabancı rakiplerden korumayı hedefleyen içe dönük politikalar ile şekillenmiş durumdaydı. Takip eden 20 yıl içinde ekonomik koşullarda iyileşme görülürken pek çok engel ise varlığını sürdürdü. Süregelen yüksek enflasyonla birlikte politik istikrarsızlık potansiyel yabancı yatırımcılar açısından belirsizliğe neden oldu. Sabit kur politikası ile enflasyonu düşürme girişimi ise 2001 yılında tam anlamıyla bir bankacılık krizi ve mali kriz ile sonuçlandı.

Dönüm noktası

2001 krizine verilen yanıt Türkiye'de ekonomi tarihi açısından dikkate değer bir dönüşümün başlangıcına işaret ediyordu. Ekonomiyi özel işletmelere açmak için yapısal reformlar gerçekleştirildi ve ülke kendisini faal

olarak doğrudan yabancı yatırımlara açtı. Türkiye'de sürdürülebilir büyümenin önü açıldı. On yıl önce Guinness Rekorlar Kitabı Türk Lirası'nı dünyanın "en az değerli para birimi" olarak gösterirken günümüzde ise yatırımcılar ABD ve Euro bölgesinde etkili olan mali krizler karşısında bu para birimine sığınmış durumdadır. Grafik 1'de gösterildiği gibi, son beş yıl içinde Türkiye, Çin ve Hindistan gibi istisnai güce sahip gelişmekte olan pazarların gerisinde kalmasına rağmen ABD ve Euro bölgesine kıyasla daha güçlü bir büyüme sergiledi.

Grafik 1: 2007 ve 2011 Yılları Arasında Ortalama Gerçek GSYİH



Kaynak: ABD Ekonomik Analiz Bürosu (BEA - US Bureau of Economic Analysis), Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat), Rusya Federal Devlet İstatistik Servisi (Federal State Statistics Service), Brezilya Coğrafya ve İstatistik Enstitüsü (IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Hindistan Merkez İstatistik Kurumu (Central Statistical Organisation), Çin Ulusal İstatistik Merkezi (National Bureau of Statistics)

İleriye dönük büyüme

Türkiye'nin gelecekteki büyümesinin zeminini güçlü ekonomik temeller oluşturmalı. Ülkenin coğrafi konumu çeşitli bölgelere kolay erişime imkân verirken yükselen orta sınıf da orta vadede tüketici harcamalarını artıracak.

Genç ve eğitilmiş işgücü piyasası

Türkiye'nin işgücü piyasası, ekonomisi için sağlam bir büyüme ivmesi yaratma potansiyeline sahip. 2040 yılına kadar Türkiye nüfusunun beşte bir oranında artarak 90 milyona ulaşması bekleniyor.¹ Buna karşılık 2040 yılına kadar Çin nüfusunun %1'in biraz üzerinde bir artış göstermesi öngörülüyor. Öte yandan Türkiye nüfusu bugüne kıyasla daha genç ve daha eğitilmiş olacak. 2040'ta Türkiye nüfusunun yarısından fazlasının 40 yaş altında olması beklenirken bu oran Çin'de %40.² İyi yapılandırılmış bir üniversite sistemi gelecek kuşakları daha yüksek nitelikli işler için yetiştirebilir.

Daha fazla değer

İşgücü piyasasında yaşanacak olumlu gelişmeler daha yüksek katma değerli sektörlerle hareketi destekleyecek ve bu durum da 2041 yılına kadar Türkiye'de bazı uluslararası uzmanlık merkezlerinin ortaya çıkması için potansiyel oluşturacak. Hükümetler bu gelişmelerin desteklenmesinde önemli bir role sahip olabilir. Halihazırda bu geçişi kolaylaştırmayı hedefleyen bazı reformlar mevcut. Bu kapsamda rekabet ederek üst basamaklara tırmanan şirketleri desteklemek için yüksek vergi indirimleri, krediler ve hibeler sağlayan Ar-Ge teşvik programları uygulanıyor. Enerji, hizmet ve altyapı sektörlerinin özelleştirilmesi verimliliği destekleyecek ve üretkenliği artıracak.



1: Kaynak: Birleşmiş Milletler (BM) - Dünya Nüfusu Tahminleri 2010 (United Nations World Population Prospects 2010)
2: Kaynak: ABD Sayım Bürosu, 2011 - US Census Bureau, 2011

2041'de GSYİH

Türkiye ekonomisinin potansiyel yapısına bakmadan önce 2041'de ekonominin hangi boyutlara ulaşabileceğini anlamak yararlı olacaktır. Diğer büyük ekonomilere kıyasla Türkiye GSYİH'nin 2041'de hangi düzeyde olacağını tespiti için uzun vadeli ekonomik büyüme modelimizi kullandık.³

Tablo 1, model tahminlerimize göre GSYİH⁴ küresel sıralamasında 2011'de 16. sırada yer alan Türkiye'nin 2041'de 12. sıraya yükseleceğini gösteriyor.

Tablo 1: SGP'ye temelinde GSYİH'ye göre ilk 20 ülke (2009 değerlerine göre - milyar USD)

2011		2041	
1.	ABD	1.	Çin
2.	Çin	2.	ABD
3.	Hindistan	3.	Hindistan
4.	Japonya	4.	Brezilya
5.	Almanya	5.	Japonya
6.	Rusya	6.	Rusya
7.	Brezilya	7.	Meksika
8.	İngiltere	8.	Endonezya
9.	Fransa	9.	Almanya
10.	İtalya	10.	İngiltere
11.	Meksika	11.	Fransa
12.	Kore	12.	Türkiye
13.	İspanya	13.	Nijerya
14.	Kanada	14.	Kore
15.	Endonezya	15.	İtalya
16.	Türkiye	16.	Kanada
17.	Avustralya	17.	Vietnam
18.	Arjantin	18.	Suudi Arabistan
19.	Suudi Arabistan	19.	İspanya
20.	Güney Afrika	20.	Arjantin

Kaynak: IMF Dünya Ekonomisine Küresel Bakış Nisan 2012, PwC Analizi

3: Uzun vadeli büyüme modelimizde kullanılan metodolojinin tanımı için Metodolojiye bakınız.

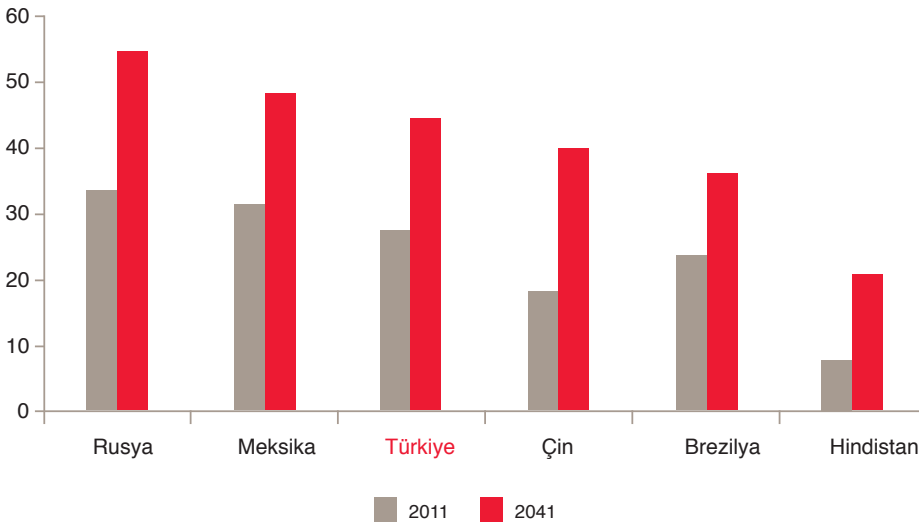
4: Ekonomiler arasındaki fiyat düzeyi farklarını düzeltmek için satın alma gücü paritesine (SGP) göre GSYİH'leri kullanıyoruz fakat piyasadaki döviz kuru oranlarında GSYİH'ye dayalı olarak da Türkiye 2040 yılına kadar 16. sıradan 13. sıraya yükseliyor. Bu durum genel trendlerin her iki durumunda da benzer olduğunu gösteriyor.



Ülkeler genelinde kişi başına düşen GSYİH'nin karşılaştırılması bize ülkelerin gelir düzeyleri arasında bir kıyaslama yapma imkânı tanıyor. GSYİH'ye ilişkin olarak kullanılan metodolojik yaklaşımın aynı benimsendiğinde Türkiye'nin kişi başına düşen GSYİH'sinin 2041'de (SGP Satın Alma Gücü Paritesine göre, 2009 değerlerine göre – milyar USD) şimdiki düzeyinin iki katından fazlasına çıkarak 35.000 dolar düzeyini aşması bekleniyor. Böylece, Türkiye'nin önümüzdeki 30 yıl içinde ABD gibi bazı ülkeler ile arasındaki gelir farkı azalacak.

Grafik 2'de, ABD'ye kıyasla Türkiye'deki gelir düzeyinin önemli ölçüde yükselerek 2009'da ABD'nin %25'i olan seviyeden 2041'de yaklaşık %45 düzeylerine çıkması öngörülüyor. Aynı sürede Çin gibi gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ekonomileri yakalama yarışında daha yüksek oranlara ulaşmaları bekleniyor.

Grafik 2: 2011 ve 2041'de SGP'ye göre kişi başına düşen GSYİH (2009 değerlerine göre – milyar USD, ABD kişi başına düşen GSYİH yüzdesi)



Kaynak: IMF Dünya Ekonomisine Küresel Bakış Nisan 2012, PwC Analizi

Zorlukları fırsata dönüştürmek

Üstesinden gelinecek riskler

Tahminlerde de belirtildiği gibi, Türkiye'nin tam potansiyeline ulaşabilmesi için aşması gereken bazı büyük ekonomik zorluklar söz konusu. Örneğin, süre gelen mevcut cari açığın azaltılması için ihracata daha fazla ağırlık verilmesi fayda sağlar. Ayrıca, ekonominin mevcut yapısı enflasyonun yükselme potansiyelinden hala etkilenebilecek durumda ve sıkı para politikaları genellikle döviz kurlarının değer kazanmasına ve dolayısıyla ihracatın zarar görmesine neden oluyor.

Anahtar yapısal reformlar

Türkiye yüksek katma değerli sektörlere doğru kaydıkça, diğer ekonomiler karşısında rekabet gücünün artırılması için yapısal reformlara daha fazla önem verilmesi bekleniyor. Daha uzun vadede sürdürülebilir büyümenin desteklenmesi amacıyla ulaşım altyapısının, hukuki çerçevenin ve vergi tahsilâtının etkinliğinin iyileştirilmesi hükümetin gündeminde öncelik açısından üst sıralarda yer alabilir.

Potansiyel uzmanlık merkezleri

Destekleyici bir ekonomik, sosyal ve politik çevrenin varlığının yanı sıra ulusal sektörlerin başarısı da uzun vadede Türkiye'nin büyümesinin desteklenmesinde önemli bir rol oynayabilir. Çeşitli sektörlerin bu büyümeyi yönlendirme potansiyelleri var ve öyle görünüyor ki önümüzdeki 30 yıl içinde kilit sektörlerin veya uzmanlık merkezlerinin geleceği Türkiye ve dünya ekonomisinde yaşanan değişiklikleri yansıtacak biçimde şekillenecek. Bu raporda 2041 yılına kadar bölgesel uzmanlık merkezi haline gelme potansiyeline sahip olan beş sektör incelenirken bir yandan da Türkiye'nin doğal kaynaklardaki geleneksel gücü, büyük yabancı pazarlarla olan coğrafi yakınlığı ve sayısı artan nitelikli ve refah sahibi nüfusun avantajları da ele alınıyor.

Potansiyel uluslararası uzmanlık merkezlerinden bazıları:

- Gıda ve içecek
- Tarımsal Ar-Ge ve hizmetler
- Alternatif enerji
- Otomobil üretimi
- Turizm

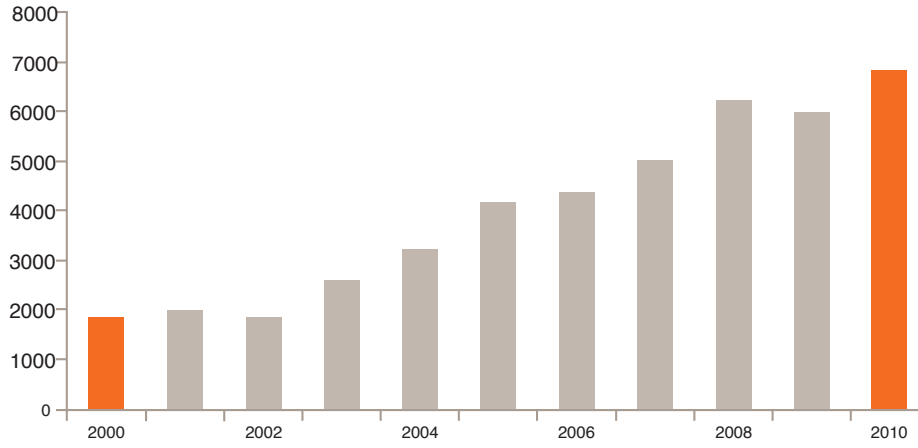
Raporda uluslararası uzmanlık merkezi olma potansiyeline sahip beş sektörün geçmişi ve sundukları önemli fırsatlar ayrı ayrı ele alınıyor.

Gıda ve içecek

Günümüzde Türkiye gıda ürünlerinin üretimi, işlenmesi ve büyük Avrupa ve Ortadoğu pazarlarına ihracatı konusunda bölgesel üs konumunda. Tarımsal çeşitliliği ve uygun iklimi ülkenin gıda işleme sektörüne sürekli hammadde tedarik etmesine imkân verirken gıda ve içecek alanında büyük bir ihracatçı konumunda olmasını da sağlıyor.

Türkiye şimdiden ham gıdadan işlenmiş gıda ürünlerinin ihracatına geçiş yaparak zincirdeki yükselişine başladı. Grafik 3 Türkiye'nin işlenmiş gıda ve içecek ihracatının son on yıl içinde üç katına çıkarak 6,7 milyar dolara ulaştığını gösteriyor.

Grafik 3: Türkiye'nin işlenmiş gıda ve içecek ihracatı sektörü (milyon dolar)



Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, PwC Analizi

Önümüzdeki 30 yıl içinde Türkiye'nin gıda ve içecek pazarı, hem yerel hem de uluslararası düzeyde artan talepleri karşılayacak şekilde konumlanmış olması nedeniyle genişlemeyi sürdürme potansiyeline sahip. Tüketici tercihlerinin hazır ürünler üzerine yoğunlaşması ve süpermarket sayısının yükselmesi, artan nüfus, yükselen gelirler, şehirleşme ve organize perakendeciliğin genişlemesi gibi gelişmelerle birleşince işlenmiş, ambalajlanmış ve dondurulmuş gıda sektöründe fırsatlar yaratacak.

Güneye ve batıya ihracat

Türkiye Avrupa, Orta Asya ve Ortadoğu'ya olan coğrafi yakınlığını kullanarak bu ihracat pazarlarındaki ihtiyaca da hizmet edebilir. Türkiye'nin Ege, Karadeniz ve İç Anadolu bölgeleri, günümüzde tüm organik gıda ihracatının %85'inin hedefi olan Avrupa'daki sağlık bilinci yüksek tüketicilere yönelik organik gıdaların üretimi için oldukça uygun.

Bunun yanı sıra artan yerli ve yabancı İslam nüfusuna yönelik olarak helal gıda piyasasına yoğunlaşma fırsatı

da ortaya çıkabilir. Örneğin bugün Körfez İşbirliği Konseyi'ne yapılan ihracat toplam ihracatın yalnızca %6'lık bir kısmını oluştururken ve pazarın boyutu ve uzun vadede büyüme potansiyeli sayesinde Ortadoğu'ya yapılan ihracatın payının yükselmesi beklenebilir.

Doğrudan yabancı yatırımlar bölgesel merkez oluşumunu destekliyor

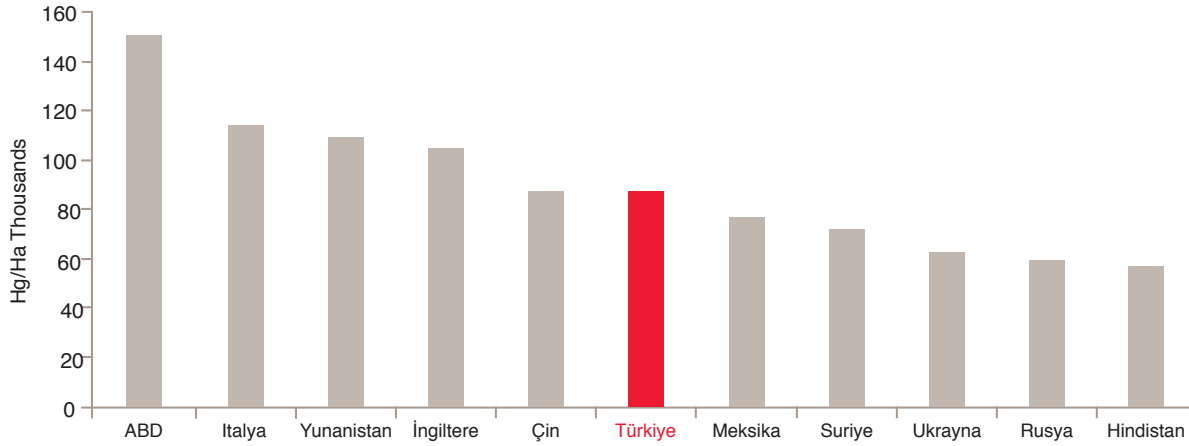
Yabancı yatırımcılar büyümenin desteklenmesinde önemli bir rol oynayabilir. Türk gıda ve içecek sektörüne yatırım yapan yabancı şirketlerin sayısı 2005'te 257 iken 2009'da 421'e ulaştı⁵ ve küresel markalar faaliyetlerini ülke genelinde arttırmaya başladılar. Nestlé Mart 2011'de Türkiye'deki üç büyük fabrikasına, Bursa'da açacağı mısır gevreği fabrikasını ekleyeceğini duyurdu. Şirket son dört yılda Türkiye'ye 140 milyon dolarlık yatırım yaptı. Yabancı şirketlerin bu avantajlı büyüme dinamiklerinden yararlanabilmek amacıyla fabrikalar kurmayı sürdürmesi Türkiye'nin bölgesel düzeyde üretime yönelik bir uzmanlık merkezi oluşmasını sağlayacak.

Tarımsal Ar-Ge ve hizmetler

Türkiye’de rekabetçi bir gıda ve içecek sektörünün gelişmesi, bölgede tarımsal Ar-Ge noktası oluşturmaya doğru ilk adımların atılmasını da beraberinde getirdi. Bu durum, Ar-Ge ile tarım sektöründe verimin artırılmasına olanak tanıyor.

Grafik 4, 2009 yılında Türkiye’de tarımsal üretimin Meksika, Rusya ve Hindistan gibi gelişmekte olan ülkelerden daha yüksek olduğunu; ancak, gelişmiş ülkelerin gerisinde kaldığını dolayısıyla sektörde gelişim potansiyeli olduğunu gösteriyor.

Grafik 4: 2009 tarımsal üretim*



Kaynak: Gıda ve Tarım Örgütü (Food and Agriculture Organisation)

Ar-Ge’de cesur ve iddialı

Türkiye, tarımsal değer zincirini büyütmek için çalışmalara başladı. 2011 yılının Şubat ayında, hükümet Türkiye’nin ilk tarım “teknoparkı” için onay verdi.⁶ Ülke, ileri teknoloji Ar-Ge, sera sistemleri, tohum ve toprak ıslah yöntemlerini kullanarak küresel tarımda en rekabetçi bölgelerden biri olmayı hedefliyor. Bu konudaki kararlılık şimdiden büyük şirketlerin ilgisini çekmeye başladı. Çok uluslu bir tarım şirketi olan Monsanto’nun Türkiye’de tohum verimini artırmak için testler yaptığı birkaç köklü tesisi bulunuyor.

Yeni bilgilerin aktarılması

Önümüzdeki 30 yılda, “Ar-Ge yoğun” yabancı şirketler Türkiye pazarına girme imkânı bulacaklar, yurtiçinde de eğitimli nüfustan ve inovasyonu destekleyen olumlu teşviklerden faydalanarak yeni şirketler kurulacak.

Yabancı ileri teknoloji firmalarının ülkeye girişi de uzmanlık merkezine güç veren bir etki oluşturacak. Tarımsal Ar-Ge’de uzmanlık merkezinin kurulması, yerel tarım sektöründe verimin artırılmasına yardım edecek, ayrıca gıda ve içecek sektörü gibi ilgili diğer alanları da destekleyecek. Sektörün oturması ile birlikte Ortadoğu ve Afrika gibi bölgeler, tarımsal endüstri için Ar-Ge ve ilgili hizmetlerin ihraç edileceği verimli bölgeler haline gelebilir. Özellikle de kapasitenin altında tarım yapılan geniş ve verimli arazilere sahip Afrika, bu endüstri için cazip bir ihracat pazarı olma potansiyeli taşıyor.

Alternatif enerji

Türkiye'nin sıcak iklimi ve doğal su yolları, ülkenin kurulu gücünün üçte birinin yenilenebilir kaynaklardan oluşmasını sağlıyor.⁷ Özellikle hidroelektrik ve güneş enerjisi yönünden çok zengin olan Türkiye, yenilenebilir kaynaklarını yurtiçinde artan enerji talebinin büyük bir kısmını karşılamak için kullanacak.

Sektörde büyüme için de birçok yeni fırsat ortaya çıkacak, ülkenin potansiyel hidroelektrik kapasitesinin yarısı hala işletilmeyi bekliyor.⁸ Türkiye, 2009 yılında güneş enerjisi ile sıcak su elde etmede kurulu güç açısından Çin'den sonra gelerek dünya 2.si olurken⁹, ülkedeki yüksek güneş alma seviyesi, gelecekte çoğu Avrupa ülkesine oranla daha fazla enerji üretme potansiyeli olduğunu gösteriyor (Bakınız Grafik 5).

Ege kıyıları, birkaç büyük volkanik araziye ve rüzgâr santrali potansiyeli olan yerleri bünyesinde bulunduruyor; ancak şu anda tüm bu kaynaklardan ülkenin toplam elektrik üretiminin sadece %1'i sağlanabiliyor.¹⁰

Grafik 5: Dünyadaki güneş alma seviyeleri

Küresel güneş alma seviyesi

>2100 kWh/m ² a
1700-2100
1350-1700
1050-1350
<1050



Kaynak: Küresel Enerji Ağı Enstitüsü

7: Kaynak: PwC, "Sokağın güneşli tarafında: Türkiye yenilenebilir enerji piyasasında fırsatlar ve zorluklar", 2009

8: Kaynak: PwC, "Sokağın güneşli tarafında: Türkiye yenilenebilir enerji piyasasında fırsatlar ve zorluklar", 2009

9: Kaynak: 21. Yüzyıl için Yenilenebilir Enerji Politikaları Ağı, 2011

10: Kaynak: TC Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

Öncü şirketlerin desteklenmesi

Önümüzdeki 30 yılda devletin ve yabancı şirketlerin yapacağı yatırımlarla, kapasite genişleyebilir. Ülkenin petrole olan bağımlılığı, hükümeti enerji teknolojilerine yatırım teşvikleri vermeye iterken 2005'ten bu yana çevresel Ar-Ge için 57 milyon doların üstünde harcama yapıldı.¹¹ Alternatif yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik doğrudan yabancı yatırım miktarı 2008 yılından bu yana 2,5 milyar dolara ulaştı.¹² Tablo 2'de görüldüğü gibi, yabancı yatırımcılar, sektörde öncü şirket olma potansiyeli olan şirketlerden büyük hisse alımı yaptı.

Doğal avantajlardan gelir elde edilmesi

Türkiye için belirli bir hacim yakalandığında, Avrupa'ya yeşil enerji ihracatı yapmak ve bu alanda danışmanlık veren uzmanları ve teknolojileri yurtdışına göndererek yerel uzmanlıktan yararlanmak için fırsatlar doğabilir. Bu fırsatlar, Türkiye'de büyüyen bir alternatif uzmanlık merkezi geliştirmeye de yardımcı olabilir.

Tablo 2: 2008'den bu yana alternatif enerji sektöründeki en büyük satın alma ve birleşmeler

Satın alan taraf	Hedef (satın alınan) şirket	Sektör	Anlaşma değeri (milyon ABD Doları)
Energo-Pro (Çek Cumhuriyeti)	Aralık HES, Hamzalı HES ve Reşadiye Kaskatı	Hidroelektrik	407
CEZ (Çek Cumhuriyeti)	Akenerji	Doğalgaz, hidroelektrik, rüzgar	303
Stratkraft (Norveç)	Yeşil Enerji	Hidroelektrik	119

Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

11: Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu

12: Kaynak: Financial Times, FDI Intelligence, 2011

Otomobil üretimi

Türkiye, şu anda otomobil montajı ve üretiminde bölgenin en önemli merkezi konumunda. Ülkede 2010 yılında 1 milyondan fazla araç üretildi¹³ ve 2017 yılına kadar da 1,4 milyon araç üretilmesi bekleniyor. 14 Renault, Fiat ve Ford gibi Avrupa'nın önde gelen otomobil üreticileri, operasyonlarında Türkiye'nin gümrük kısıtlamaları olmadan Avrupa'ya ikincil ürünleri ihraç etmesine izin veren AB ile Gümrük Birliği anlaşmasından yararlanıyorlar.

Hafif ticari araç segmentinin içinde

Türkiye, özellikle hafif ticari araçların üretiminde uzmanlaşmış durumda. Bunun nedeni, yurtiçindeki satışları artıran avantajlı vergi uygulamalarının yanı sıra yoğun işçilik içeren teknikler gerektiren bu modellerin

üretiminde Türkiye'nin Avrupa'daki gelişmiş ekonomilere oranla düşük işçilik ücretleri sunması etkili oldu. 2000 yılında Türkiye'deki toplam otomobil üretiminin dörtte birini oluşturan hafif ticari araçlar üretimi, bugün artık toplam üretimin yarısını oluşturuyor. Gitgide daha fazla yabancı otomobil üreticisi, hem kendi bağımsız operasyonlarını yürütmek hem de Türkiye'nin mevcut üretim deneyiminden ve daha rekabetçi emek piyasasından yararlanmak için Türk şirketleri ile ortaklıklar kuruyor. Bu da, önümüzdeki 30 yılda sektörde büyüme kaydedilebileceğini ve Türkiye'nin temel uzmanlık merkezi haline gelebileceğini gösteriyor. Bu süreç, Hyundai'nin Türk üretici Karsan ile 2014 - 2021 yılları arasında 200.000 yeni hafif ticari araç üretimi için geçtiğimiz günlerde

imzaladığı anlaşma ile başlamış oldu.¹⁵

Büyüme beklentileri

Önümüzdeki 30 yılda Türkiye'nin otomobil sektörünün tümüyle büyümesi bekleniyor. Sektör uzmanlarının¹⁶ tahminlerine göre, 2041 yılına kadar Türkiye'de yıllık satışlarda kişi başına oran binde 35 olacak. Bu oran, Almanya'da şu an için binde 40 olan oranla mukayese edilebilir. Otomotiv sektörünün beş büyük oyuncusu General Motors, Ford, Volkswagen, Hyundai ve Toyota'nın küresel üretim operasyonu ve araç montaj rakamlarına göre, Türkiye dünya çapında 15. sırada yer alıyor (Bakınız Tablo 3).

Tablo 3: Beş büyük uluslararası firma* için yıllık araç montaj ve üretimine göre 20 ülkenin sıralaması

Ülke	Birim (bin)	Ülke	Birim (bin)
1. Çin	6180	11. Çek Cumhuriyeti	1049
2. ABD	4718	12. Hindistan	881
3. Kore	3904	13. Tayland	705
4. Almanya	3642	14. Polonya	435
5. Avusturya	3339	15. Türkiye	402
6. Brezilya	1895	16. Arjantin	388
7. Japonya	1469	17. Slovakya	336
8. Meksika	1431	18. İngiltere	315
9. İspanya	1337	19. Güney Afrika	299
10. Kanada	1308	20. Endonezya	265

Kaynak: Şirketlerin internet siteleri, PwC Analizi

* General Motors, Ford, Volkswagen, Hyundai ve Toyota

13: Kaynak: Uluslararası Motorlu Araç Üreticileri Organizasyonu (International Organization of Motor Vehicle Manufacturers)

14: Kaynak: PwC Autofacts

15: Kaynak: TC Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

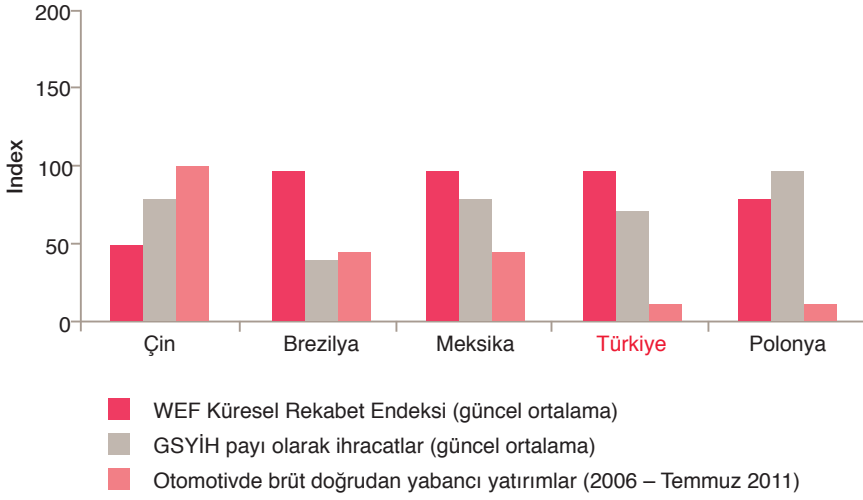
16: Kaynak: PwC Autofacts

Türkiye'nin bu sektörde bazı itici güçlere ilişkin performansı diğer bazı uzmanlık merkezleri ile aynı düzeyde. Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) Küresel Rekabet Endeksi'ne göre Türkiye'nin küresel rekabet gücü Brezilya ve Meksika'nınki ile aynı düzeyde ve Çin gibi büyük üreticilerden de daha yüksek. (Bakınız Grafik 6). Ekonomide ihracat payı Brezilya'dan yüksek fakat Meksika, Çin ve Polonya'dan düşük olan Türkiye bu sektöre yönelik doğrudan yabancı yatırım miktarı açısından da Çin, Brezilya ve Meksika'nın gerisinde bulunuyor.

Enerji verimliliği sağlayan teknolojilerin geliştirilmesi

2041 yılında otomobil üretimi alanında bir uzmanlık merkezi haline gelebilmek için Türkiye'nin, hibrid ve elektrik teknolojilerini kullanarak her geçen gün enerji tasarruflu modellere doğru ilerleyen küresel bir sektöre ayak uydurabilmesi gerekiyor. Her geçen gün daha nitelikli hale gelen işgücünün oluşturduğu avantaj, Ar-Ge faaliyetleri gerçekleştirebilmek için gerekli rekabetçi ortamın sağlanmasıyla desteklenmeli. Türkiye'nin bu geçişin altından kalkabileceğini gösteren ilk işaret 2009'da Renault'un Bursa'da yeni bir elektrikli binek arabası üretme kararını duyurması oldu. Bu karar ile söz konusu araç İngiltere piyasasında satın alınabilecek en ucuz yaygın elektrikli araba haline geldi.¹⁷

Grafik 6: Türkiye'nin otomobil sektörünü yönlendiren etkenler (100=5 ülkeden oluşan örnekleme en büyük değişkenin boyutu)



Kaynak: PwC Analizi, Dünya Ekonomik Forumu, FDI Intelligence, Dünya Bankası

Turizm

Muhteşem sahil şeridi, sıcak iklimi ve tarihi, kültürel ve doğal cazibe merkezleri ile Türkiye çok tercih edilen bir tatil merkezi. 2010 yılında tüm dünyada en popüler 7. tatil ülkesi olan Türkiye 27 milyon ziyaretçi ağırladı.¹⁸ Farklı birçok alanı içeren ve geniş turist yelpazesine hitap eden Türk turizm sektörü bu özelliği ile dünya turizm sektöründeki dalgalanmalardan bir ölçüde korunuyor. 2009 yılında küresel turizm sektörünün %3,5 oranında küçülmesi¹⁹, buna karşılık Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı yaklaşık %3 artması bunun en somut örneğini oluşturuyor.²⁰

Türkiye, yükselen orta sınıf için cazip

Türkiye, halihazırda İngiliz, Alman ve Rus turistler için popüler bir tatil ülkesi ve bu grup da ülkeye gelen tüm yabancı ziyaretçilerin üçte birinden fazlasını oluşturuyor.

Gelecek 30 yılda, Türkiye gelişmekte olan ülkelere seyahat etme meraklısı orta sınıfı da çekmek için oldukça iyi bir konumda. Türkiye halen bazı gelişmiş ülkelerdeki köklü turizm merkezlerine oranla gelişmekte olan ülkelere gelen daha fazla sayıda ziyaretçiyi ağırlıyor. Türkiye'deki yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %43'ü gelişmekte olan ülkelere gelirken, bu segment ABD'de toplam ziyaretçilerin %22'sini ve İtalya'da ise %10'unu oluşturuyor.²¹

Son dönemlerdeki vize kaldırma anlaşmaları sonucunda ülkenin doğudaki komşuları İran, Gürcistan ve Suriye'den de daha çok turist geliyor. Bu ülkelere gelen ziyaretçilerin oranı 2008'de %9 seviyesinde iken şu anda %14 oranına ulaşmış bulunuyor.

Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) tarafından yapılan tahmine göre uzun vadeli iklim değişikliği modelleri Türkiye'nin ideal tatil havası olan 27 °C'lik sıcaklığa daha çok yaklaşması ile sonuçlanabilir.²²

Böylece, Türkiye güneş isteyen Avrupalı turistlere daha çok hitap ediyor olacak. Geleceğe yönelik tüm bu trendleri dikkate alan basit bir model kullanarak Türkiye'nin, yıllık ziyaretçi sayısı bakımından 2041 yılına dek İngiltere'yi geçme ve neredeyse İtalya'yı yakalama potansiyeline sahip olduğu sonucuna varılabilir (Bakınız Şekil 7).



18: Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation)

19: Kaynak: Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı

20: Kaynak: Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı

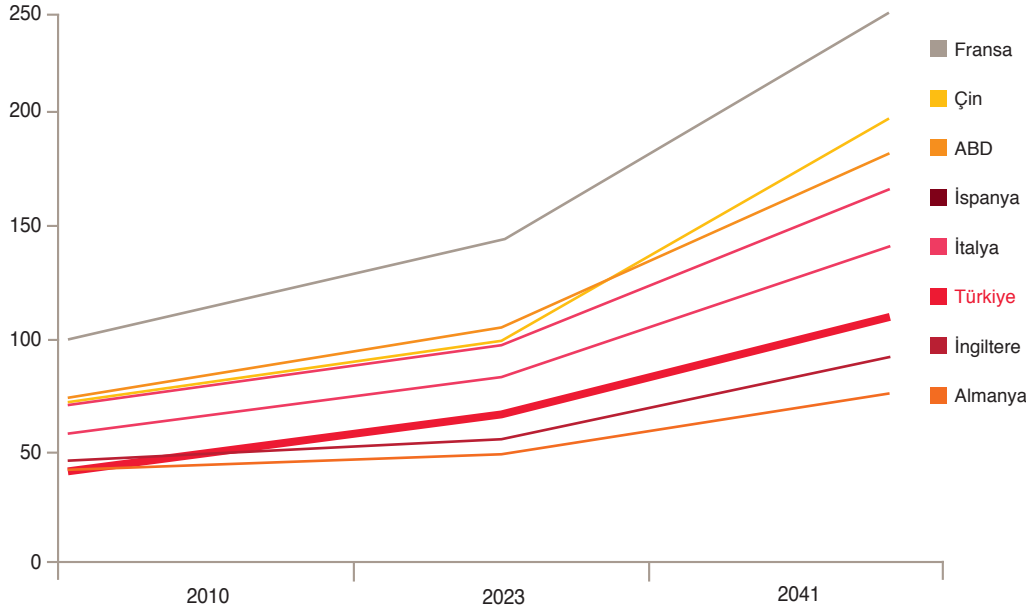
21: Kaynak: Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı; ABD Seyahat ve Turizm Sektörleri İdaresi (Office for Travel and Tourism-U.S.); Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat)

22: Kaynak: Beat the Brochure tarafından yapılan 2000 katılımcılı araştırma

Ege ve Akdeniz bölgelerinde İzmir ve Antalya sahillerinde yer alan turizm tesislerinin yanı sıra şehir merkezindeki üst sınıf bölgeler Türkiye'nin gelecekteki turizm altyapısını oluşturabilir. Gelecek 30 yılda kültür ve tarih alanlarındaki gelirini artırmak için Türkiye bu alanlarda kendini daha çok tanıttak.

Özellikle İstanbul zengin hafta sonu tatilcileri tarafından gün geçtikçe daha çok tercih ediliyor ve 2010 Avrupa Kültür Başkenti projesi de yeni bir modern sanat müzesinin açılması gibi turistlere yönelik tesislerin gelişmesini sağladı. İstanbul'da merkezi çekim alanlarının etrafında yan hizmet sunan tesislerin gelişmesi, böylece de turistler için eğlence yerlerinin yaratılması potansiyeli de mevcut.

Grafik 7: Giriş yapan yıllık turist endeksi (100=2010 yılında en yüksek turist girişi alan ülkenin büyüklüğü)



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation), Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC), PwC Analizi

2023'te Türkiye - Türkiye Cumhuriyeti'nin 100. yıldönümü

Büyümenin temelleri atılıyor

Uzun vadeli büyüme tahmin modelimiz, Türkiye'nin orta vadede güçlü büyüme potansiyeline sahip olduğunu gösteriyor. İspanya ve Kanada gibi yavaşlayan ekonomilerle birlikte Türkiye bazı gelişmiş ekonomileri yakalamak için iyi bir konuma sahip.

2010 yılındaki 12.000 dolara kıyasla önümüzdeki 10 yılda yaklaşık 20.000 dolara ulaşması beklenen kişi başı GSYİH ile Türkiye'nin daha zengin bir ülke olması öngörülmüyor.

Değer zincirinde yukarılara tırmanmak

2023 yılına kadar uzmanlık merkezi kurmaya yönelik olarak bazı sektörlerin ciddi atılım yapma potansiyeli bulunuyor. Türkiye; gıda ve içecek, otomobil üretimi ve turizm sektörlerinde halihazırda önemli yol kat etti. Bu sayede Türkiye ekonomisi bu alanlarda göreceli olarak hızlı büyümeye tanıklık edecek.

Ar-Ge faaliyetlerinin yoğun olacağı tarımsal teknoloji ve alternatif enerji sektörlerindeki olası uzmanlık merkezleri 2023 yılına kadar muhtemelen henüz gelişimlerinin ilk safhalarında olacaklar, çünkü bu alanlardaki önemli operasyonların tesisi daha çok zaman alacaktır. Uzun vadede baktığımızda Türkiye yenilikçi üretim ve araştırma alanında daha köklü bir merkez haline geldikçe bu sektörlerin uzmanlık merkezleri kurma potansiyeli artacak.

Metodoloji

Bu bölümde, raporda yer verilen uzun vadeli GSYİH tahminleri için kullanılan metodoloji hakkında bilgiler verilmektedir.

GSYİH tahminleri

Modelin özünde uzun vadeli büyüme trendinin aşağıdaki etkenlerce yönlendirildiği gerçeği yer almaktadır:

- Çalışma yaşındaki iş gücü artışı (en güncel BM nüfus tahminleri esas alınarak).
- Yetişkin nüfus içerisindeki ortalama eğitim seviyesini esas alarak tespit edilen insan kaynakları artışı.
- Amortisman hariç sermaye yatırımı ile büyüyen fiziki sermaye stokundaki artış.
- Refah düzeyi yüksek ülkelerin teknoloji ve süreçlerinin kullanılması ile gelişmekte olan ülkelerin teknolojide ilerleyerek, gelişmiş ülkeleri yakalamalarının getirdiği verimlilik artışı.

Gelişmekte olan ekonomiler, bu ölçümlerin birçoğu bakımından gelişmiş OECD ekonomilerine göre daha güçlü büyüme potansiyeline sahip, ancak bu saptamayı yaparken bu ülkelerin genel anlamda büyüme yanlısı politikalar izleyeceği varsayılmaktadır. Bu nedenle, tahminler önümüzdeki yıllarda gerçekte neyin olacağını değil de ilgili politikaların uygulanmaya devam edilmesi halinde gelecekteki muhtemel GSYİH'yi göstermektedir ve bu noktada bazı ülkelerin bu politikaları uygulamada sürdüremeyeceği gerçeği göz ardı edilmemelidir. Doğal olarak bu uzun vadeli büyüme tahminleri ile alakalı birçok başka belirsizlik de söz konusudur, dolayısıyla raporda yer verilen spesifik rakamlardan ziyade genel trendlere odaklanılmalıdır. Genel küresel ekonomik kalkınma sürecini rayından çıkaracak felaketlerin yaşanmaması şartıyla küresel ekonomik gücün G7 ülkelerinden gelişmekten olan E7 ülkelerine kayması hakkında varılan genel sonuçların bu belirsizlikleri dengelemesi beklenmektedir.

PwC makroekonomi ekibi

Ekonomik Görüş raporları, PwC'nin Makroekonomi ekibi tarafından hazırlanmaktadır. Ekip, toplamda küresel GSYİH'nin %90'ına karşı gelen 40 ekonominin dahili modelini elinde bulundurmaktadır. Bu sayede tüm dünyadaki ekonomik görünüm hakkında derinlemesine bir anlayış ediniyoruz. Bu modellere hem ekonomik hem de başka alanlarla ilgili hakim trendler ve beliren trendler hakkında sistematik ve ayrıntılı araştırma ve incelemeler ekliyoruz.

Ekip, stratejik fırsatları tespit etmek ve dış riskleri değerlendirmek için iş dünyası ve hükümetler ile birlikte çalışıyor. Bu kapsamdaki danışmanlık hizmetleri, makro trendlerin stratejik analizini aşağıdaki dört ana kategoride güçlü nicel teknikler ile birleştiriyor:

Ekonomi vizyonu tasarımı

Ekonomik vizyon planlarını ve stratejilerini yaratmak ya da güncellemek için şehir, bölge ve ülke yönetimleri ile çalışıyoruz.

Coğrafi pazar seçimi

Yeni coğrafi pazarlardaki fırsatları değerlendirirken büyüyen çokuluslu şirketlere destek sunuyoruz.

İş senaryosu analizi

Şirketlerin işlerindeki riskleri ve fırsatları anlamalarına yardımcı olmak için makro trendlere ilişkin bilgilerimizi ve ekonometrik araç takımımızı kullanıyoruz.

Ekonomik etki analizi

Daha kapsamlı ekonomik trendler bağlamında müşterilerin faaliyet gösterdikleri ekonomilere sağladıkları değeri ortaya koymalarına yardımcı oluyoruz.

Hizmetlerimiz hakkında daha ayrıntılı bilgi almak için makroekonomi ekibimizle bağlantıya geçebilirsiniz:

John Hawksworth

İngiltere Baş Ekonomisti
Tel: +44 (0) 20 7213 1650
E-posta: john.hawksworth@uk.pwc.com

William Zimmern

Kıdemli Danışman
Tel (Direk): +44(0) 207 212 2750
Tel (Mobile): +44(0) 7730 146 351
E-posta: william.zimmern@uk.pwc.com

Himani Gupta

Kıdemli Asistan
Tel: +44 (0)20 7804 5475
E-posta: himani.z.gupta@uk.pwc.com

Robert Vaughan

Asistan
Tel: + 44 (0)20 7804 5475
Tel: + 44 (0)20 7212 2521
E-posta: robert.p.vaughan@uk.pwc.com

PwC Türkiye

Dünyanın farklı noktalarında müşterilerimiz, iş hayatındaki fırsatların yakalanması ve karmaşık sorunların aşılmasında her an PwC'den destek almaktadır. Bu müşteriler; dünyanın en büyük küresel şirketlerinden kamu kurumları ve diğer kâr amacı gütmeyen kuruluşlara ve aile şirketlerinden henüz başlangıç aşamasındaki şirketlere kadar uzanıyor. Onların hedeflerini, rekabet ortamlarını ve bağlı oldukları yasal düzenlemeleri anlamak ve sorgulamak üzere çalışıyoruz. Küresel ağıımız, derin sektör tecrübemiz ve güçlü birikim ve deneyimimizden yararlanarak müşterilerimizin aradıkları değeri yaratmalarına yardım ediyoruz.

Yaklaşımımızın temelinde, müşteriler ile güçlü ilişkiler kurmanın değeri yarattığı ve ağıımızın yetkinliklerini daha da güçlendirdiği inancı yatmaktadır.

PwC, tüm dünyada en üst düzey sektör uzmanlığı ile sunduğu denetim, vergi ve danışmanlık hizmetleri ile müşterilerine aradıkları değeri katar. 158 ülke 169.000'i aşkın çalışanı ile PwC yeni bir yaklaşım ve pratik tavsiyeler üretmek üzere müşterileri ile düşünce, deneyim ve çözüm önerilerini paylaşır.

PwC 1981'den bugüne 30 yıldır faaliyet gösterdiği Türkiye'de, İstanbul'da iki, Ankara'da, Bursa'da ve İzmir'de birer ofis olmak üzere toplam 5 ofiste, yaklaşık 1.250 kişilik profesyonel kadrosu ile Türk iş dünyasının aradığı değeri yaratmak için hizmet sunmaktadır.

Daha fazla bilgi almak için www.pwc.com/tr adresini ziyaret edebilir veya PwC Türkiye'den aşağıdaki kişiler ile iletişime geçebilirsiniz:

Cansen Başaran Symes

PwC Türkiye Başkanı

Tel: +90 (212) 326 6102

E-posta: cansen.basaran-symes@tr.pwc.com

Orhan Cem

Danışmanlık Hizmetleri Lideri

Tel: +90 (212) 376 5310

E-posta: orhan.cem@tr.pwc.com

Zeki Gündüz

Vergi ve Hukuk Hizmetleri Lideri

Tel: +90 (212) 326 6410

E-posta: zeki.gunduz@tr.pwc.com

Zeynep Uras

Assurance Services Leader

Tel: +90 (212) 326 6114

E-posta: zeynep.uras@tr.pwc.com