

Otomotiv Karnesi - Eylül 2003

Otomotiv Üreticileri Hisse Senedi Hareketleri

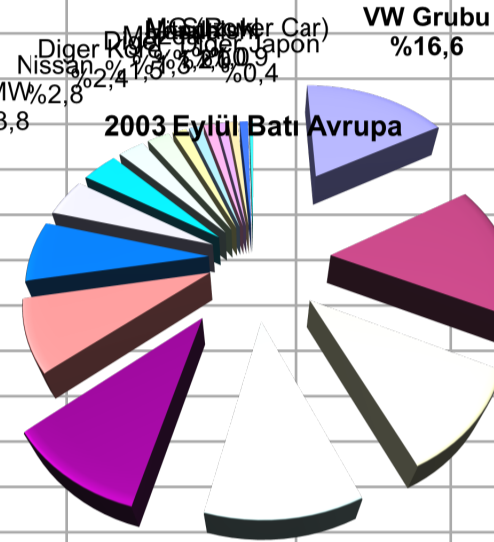
Şirket	30.09.2003	29.08.03	Aylık Değişim%	1 Ocak'tan beri %	Döviz
1 FIAT SPA	6,77	6,33	6,95	20,35	EUR
2 Toyota Motor Co.	3350	3290	1,82	5,02	JPY
3 General Motors Co.	40,93	41,1	0,41	5,08	USD
4 Nissan Motor Co.	1209	1281	5,62	30,56	JPY
5 Ford Motor Co.	10,77	11,56	6,83	8,35	USD
6 Honda Motor Co.	4410	4770	7,55	0,46	JPY
7 Renault	50,8	55,45	8,39	9,25	EUR
8 Mazda Motor Co.	280	313	10,54	27,27	JPY
9 BMW AG	32,45	36,43	10,93	7,10	EUR
10 Peugeot SA	36,49	41,27	11,58	9,36	EUR
11 DaimlerChrysler	30,14	35,9	16,04	5,52	EUR
12 Volkswagen AG	38,59	46	16,11	0,18	EUR

Avrupa'da yeni yaşanmaya başlayan düzleme henüz hisse senedi hareketlerine yansiyacak kadar kuvvetli değil. Geçen ayın lideri VW bu ay listenin sonunda ve Renault dışında Avrupa'lı markaların hepsi yılbaşından bu yana performanslarına bakılırsa negatifte. Japonlar Eylül ayında pazardaki genel performanslarına paralel bir görünümdeydi: Hisse değerleri sene başından beri oldukça yüksek seyreden markalar biraz düştü. Amerika'lı üreticilerse 3. çeyrek sonuçlarının parlak olması nedeniyle biraz geriledi ama yatırımcısını bu sonuçlara önceden hazırlamış olmaları sayesinde gerilemeler küçüktü. Analistler hala dünyanın en büyük pazarı olan Amerika için yıl ortasında 16.3 milyon araçlık yıllık satış tahminini, 16.7 milyon araca yükseltti. Ancak bunun Amerika'lı üreticiler için ne kadar iyi haber olduğu tartışılır: Edmunds adlı bir araçtırma firmasının yaptığı çalışmaya göre 3 büyük Amerika'lı üreticinin ülkelerindeki pazar payı ilk defa toplamda %60'ın altına düştü. 2003 yılında %57.6 olarak ölçülen bu rakam bir yıl önce %61 oranındaydı. Japon üreticilerin Amerika'daki tırmanışı ise sürüyor: geçen yıl %28 olan Japon araç satış payı bu yıl %31.4'e çıktı. Hisse alanında Eylül ayının en yüksek getirisi Fiat'ın oldu. Aylık olarak %7'ye yakın bir getiri sağlayan İtalyan üreticinin hissesini harekete geçiren, yeni açıklanan 4 yıllık zengin bir ürün lansman planı ve bir süredir beklenen yeni CEO atamasının sonunda yapılması oldu.

Batı Avrupa Özeti

2003 Eylül Sonu Batı Avrupa Toplam Pazarı				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 VW Grubu	2.076.926	16,6	3,8	
2 PSA	1.922.483	15,4	0,2	
3 Ford Grubu	1.389.401	11,1	3,0	
4 Renault	1.355.655	10,8	4,6	
5 GM Grubu	1.261.363	10,1	0,5	
6 Fiat Grubu	1.017.530	8,1	12,4	
7 DaimlerChrysler	877.714	7,0	5,0	
8 Toyota	565.122	4,5	5,0	
9 BMW	469.944	3,8	4,0	
10 Nissan	356.625	2,8	8,3	
11 Diğer Kore	300.788	2,4	18,9	
12 Diğer	184.938	1,5	1,7	
13 Mazda	163.904	1,3	30,9	
14 Honda	156.523	1,2	6,9	
15 Mitsubishi	131.316	1,0	3,0	
16 Suzuki	127.699	1,0	0,5	
17 MG (Rover Car)	110.012	0,9	2,1	
18 Diğer Japon	54.171	0,4	4,7	
Total	12.522.114	100,0	2,0	

Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)
VW Grubu	2.076.926	16,6	3,8
PSA	1.922.483	15,4	0,2
Ford Grubu	1.389.401	11,1	3,0
Renault	1.355.655	10,8	4,6
GM Grubu	1.261.363	10,1	0,5
Fiat Grubu	1.017.530	8,1	12,4
DaimlerChrysler	877.714	7,0	5,0
Toyota	565.122	4,5	5,0
BMW	469.944	3,8	4,0
Nissan	356.625	2,8	8,3
Diğer Kore	300.788	2,4	18,9
Diğer	184.938	1,5	1,7
Mazda	163.904	1,3	30,9
Honda	156.523	1,2	6,9
Mitsubishi	131.316	1,0	3,0
Suzuki	127.699	1,0	0,5
MG (Rover Car)	110.012	0,9	2,1
Diğer Japon	54.171	0,4	4,7



Hızlı bir Eylül ayı, sakin geçen Ağustos'tan sonra, toplam beklentisi içindeki Avrupa pazarının tam aradığıydı. Pazar geçen yıla oranla %4.4 oranında artarken 16 pazarın 11'i büyüdü. En çok kazanan yine Japon ve Uzakdoğulu üreticiler ve binek araç grubunda yeni Megane'in etkilerini görmeye başlayan Renault oldu. Toplam pazar hala yavaş geçen ilk ayların etkisiyle geçen yıla göre %2 aşağıda ama düzleme eğilimi gözardı edilemeyecek kadar belirgin. Büyük pazarlar arasında en hareketliler Almanya ve Fransa oldu. Analistler Eylül'ün geleneksel olarak yazdan çıkış ayı şeklinde algılanması ve gitgide artan satış kampanyalarını araç talebini artıran faktörler olarak nitelendirdiler. Eylül ayıyla ilgili tek negatif boyut Euro'nun hala Amerikan Dolarına karşı fazlasıyla güçlü olması ve ihracata bel bağlayan Avrupa'lı üreticilerin taşıdıkları kur yükü olarak değerlendiriliyor.

Avrupa'da Beş Büyük Pazar + Türkiye

İngiltere - İlk 10				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 Ford Grubu	466.037,0	19,82	1,5	
2 GM Grubu	319.883,0	13,61	5,4	
3 PSA	284.614,0	12,11	7,2	
4 VW Grubu	268.368,0	11,41	1,6	
5 Renault	164.455,0	7,00	0,6	
6 DaimlerChrysler	116.813,0	4,97	13,8	
7 Toyota	106.292,0	4,52	3,8	
8 BMW	100.109,0	4,26	2,3	
9 Nissan	88.821,0	3,78	3,9	
10 Fiat Grubu	88.688,0	3,77	7,7	
Toplam	2.351.034,0	85,24	1,9	

Almanya - İlk 10				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 VW Grubu	772.745	29,04	0,9	
2 DaimlerChrysler	392.259	14,74	6,0	
3 GM Grubu	281.719	10,59	2,8	
4 Ford Grubu	230.447	8,66	12,9	
5 BMW	188.711	7,09	3,8	
6 Renault	166.213	6,25	4,4	
7 PSA	157.865	5,93	11,5	
8 Fiat Grubu	97.764	3,67	15,3	
9 Toyota	83.328	3,13	6,6	
10 Mazda	57.939	2,18	15,4	
Toplam	2.660.939	91,28	1,0	

Fransa - İlk 10				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 PSA	609.645	33,18	6,3	
2 Renault	514.385	28,00	9,3	
3 VW Grubu	159.084	8,66	14,4	
4 GM Grubu	99.703	5,43	5,9	
5 Ford Grubu	97.709	5,32	3,9	
6 Fiat Grubu	86.819	4,73	19,0	
7 DaimlerChrysler	74.345	4,05	9,3	
8 Toyota	55.460	3,02	11,2	
9 Nissan	32.802	1,79	25,7	
10 BMW	31.678	1,72	6,4	
Toplam	1.837.126	95,89	7,2	

İtalya - İlk 10				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 Fiat Grubu	554.161	29,56	12,7	
2 PSA	207.091	11,05	19,1	
3 VW Grubu	194.449	10,37	11,6	
4 Ford Grubu	190.151	10,14	7,8	
5 GM Grubu	163.703	8,73	7,0	
6 Renault	146.273	7,80	7,9	
7 DaimlerChrysler	98.386	5,25	12,7	
8 Toyota	98.138	5,23	4,8	
9 Nissan	51.446	2,74	24,1	
10 BMW	48.817	2,60	3,1	
Toplam	1.874.963	93,47	3,2	

İspanya - İlk 10				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 PSA	279653	22,10	2,2	
2 VW Grubu	235333	18,60	0,4	
3 Renault	155055	12,25	1,7	
4 GM Grubu	133111	10,52	0,4	
5 Ford Grubu	127842	10,10	4,9	
6 Fiat Grubu	63863	5,05	13,6	
7 DaimlerChrysler	52043	4,11	5,6	
8 Diğer Kore	46325	3,66	13,3	
9 Nissan	42903	3,39	3,8	
10 Toyota	36669	2,90	29,4	
Toplam	1265399	92,68	2,8	

Türkiye - İlk 10 (Marka bazında)				
Şirket	Adet	Pazar Payı (%)	Yıllık fark(%)	
1 Ford	32.734	15,2	138,2	
2 Renault	29.388	13,6	95,5	
3 Tofaş	23.999	11,1	63,2	
4 Opel	18.376	8,5	195,0	
5 Peugeot	17.798	8,3	92,3	
6 VW	14.455	6,7	117,0	
7 Hyundai	13.074	6,1	124,7	
8 Toyota	9.002	4,2	69,8	
9 Honda	6.842	3,2	122,9	
10 Mercedes	6.349	2,9	68,6	
Toplam	215.588	79,79	102,0	

Avrupa'da otomotiv yöneticilerini şu sıralar en çok meşgul eden konu, Amerika pazarını kasıp kavuran, üreticilerin kar marjlarını eriten finansal kampanya furiasının yaşanıp yaşanmayacağı. Amerika'da araç satmanın ana yöntemi olarak kabul edilen kampanyalar üreticiler açısından kısa vadede pazar payı korumanın en kolay yöntemi olarak algılanıyor ama ayda araç başına ortalama 3600 dolara varan maliyetleriyle karlılık sıkıntısı çeken Avrupa'lı üreticilerin de gözünü korkutuyor. Ford'un global COO'su (Chief Operating Officer) Sir Nick Scheele Amerikan kaynaklı yöntemlerin Avrupa'da çalışmayabileceğini, otomotiv sektöründe asil rekabet gücünün üründe saklı olduğunu hatırlatıyor. Sektörel araştırmalara ürünün önemini gözardı etmezken diğer satış pazarlama yöntemlerine göre "kampanya" kavramının daha etkili olduğuna da işaret ediyor. Cap Gemini Ernst & Young'ın yaptığı bir araştırma geleneksel kitlesel iletişim araçlarının (örn televizyon reklamları) tüketici satın alma kararı üzerindeki etkisinin azaldığını ortaya koyuyor. Araştırmaya göre alıcıların sadece %18'i reklamların kararlarını etkilediğini söylerken üreticilerin %56, bayilerinse %76'sı reklamın etkili olduğunu düşünüyorlar! Aynı çalışma otomobil alıcılarının %57'sinin sıfır/düşük faizli kredi kullanma imkanının satın alma kararını etkilediğini gösteriyor. Eylül ayında büyümeye geçen Avrupa pazarları arasında Almanya Frankfurt Otomobil fuarının, ikinci büyük pazar İngiltere plaka değişikliği döneminin, Fransa ise özellikle Renault'nun üstüste gelen güçlü lansmanlarıyla harekete geçti. Türkiye'de hareketlenen binek araç pazarının Renault'ya önceki aylara oranla sağladığı avantaja rağmen Ford liderliğini Eylül'de de artırarak devam ettirdi. Benzer bir şekilde Renault da üçüncü sıradaki Tofaş'la arasındaki farkı açıyor. Otomotiv Sanayicilerinin tepkisini çeken özel tüketim vergisinin artırılmasının hızla iyileşen pazarın gidişine etki edip etmeyeceğinin ilk işaretleriniyse Ekim ayından itibaren görmeye başlayacağız.

Not: Satış rakamları Eylül ayı sonu itibarıyla toplam araç satışlarını, Yıllık Fark (%) ise geçen yıla göre satış hacmindeki değişimi gösterir.