



Otomotiv Sanayiinde İşbirlikleri II: “Endüstriyel Tasarım ve Ürün Geliştirme”

Açılış Konuşması

**Prof. Dr. Gündüz Ulusoy
Rekabet Forumu Direktörü**

**22 Ekim 2004
Sabancı Center, İstanbul**

Değerli misafirlerimiz, değerli medya mensupları;

Hepinize TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu adına “Otomotiv Sanayiinde İşbirlikleri” ana başlığı altında düzenlediğimiz 2. toplantı olan “Endüstriyel Tasarım ve Ürün Geliştirme” Konferansına hoş geldiniz diyorum.

TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu bu iki kurum tarafından geçen yıl içinde kuruldu. İşbirliğinin somut bir örneğini oluşturan Rekabet Forumun misyonunu şöyle ifade ediyoruz; “Genel olarak küreselleşme, özel olarak da Avrupa Birliğine entegrasyon sürecinde uluslararası piyasalarda Türk özel sektörünün kalıcı bir pazar payı elde edebilmesi için gerekli rekabet gücü, teknoloji yönetimi ve kıyaslama çalışmalarını yapmak ve yapılmasına vesile olmak üzere bir araştırma platformu oluşturmaktır.”

Rekabet Forumu faaliyetlerini üç ana kategoride topluyor; araştırma faaliyetleri, bilgi yayılma faaliyetleri ve işbirlikleri. Bugün bizi bir araya getiren Konferans bilgi yayılımı çerçevesinde yaptığımız bir faaliyet.

Konferans ile ilgili ayrıntılara girmeden önce, Türkiye otomotiv sektörünün içinde bulunduğu ortamı biraz olsun yansıtabilmek amacı ile işbirliği yaptığımız kuruluşlardan birisi olan Dünya Ekonomik Forumu'nun geçenlerde yayımladığı ‘2004-2005 Yılı Küresel Rekabet Raporu’nun sonuçları hakkında kısa bir bilgi vermek isterim.

Dünya Ekonomik Forumu'nun bu yıl 104 ülkeyi içeren büyüme rekabet endeksi sıralamasında Türkiye 66. sırada yer aldı. Buna göre Türkiye, son üç yıldır görece olarak aynı yeri muhafaza ediyor. Bu da Türkiye'nin 2001 yılı ekonomik kriz yılının olumsuz izlerini henüz tam olarak silemediğini gösteriyor. Ayrıca Türkiye'nin rekabet sıralamasındaki yerinin Avrupa Birliği üyeleri ve aday ülkeler arasında en sonda olması da dikkat çekiyor.

Büyüme rekabet endeksi üç göstergeden oluşuyor. Bunlar teknoloji, kamu kurumları ve makroekonomik çevre. Türkiye teknoloji göstergesinde 52. sırada yer alırken, kamu kurumları göstergesinde 62., makroekonomik çevre göstergesinde ise 84. sırada yer aldı. Türkiye'nin söz konusu bu üç göstergedeki sıralama değerleri son üç yılda kararlılık gösteriyor. Bunlar da son üç yılda kararlılık gösteren göstergeler.

Görüldüğü gibi Türkiye'nin rekabet sıralamasındaki yerini makroekonomik çevre göstergesinde elde edilen düşük değer belirlemektedir. Raporla bu konuyla ilgili olarak sunulan sonuçları şöyle özetleyebiliriz.

Türkiye'nin rekabet sıralamasındaki yerinin yükselmesi, öncelikle makroekonomik çevre göstergesini oluşturan unsurlardaki gelişmelere bağlıdır. Makroekonomik çevre göstergesinde düşük değerlerin nedeni olarak makroekonomik dengelerin sağlanamaması ve kamu harcamalarındaki israf öne çıkmaktadır.

Kamu kurumları göstergesinde ise elde edilen sonucu aşağıya çeken unsur ihale düzeni, hukukun üstünlüğü boyutundaki zayıflık ve yolsuzluklardır. Türkiye'nin bu alanlarda göstereceği gelişmeler rekabet sıralamasındaki yerini önemli ölçüde yükseltebilecektir. Türkiye için raporda iş yapmada en sorunlu alanlar başlığı altında derlenen sorunlar da önemli ipuçları içeriyor. Buna göre iş yapmada en sorunlu alan olarak politikalarda süreklilik olmayışı öne çıkıyor. İkinci en sorunlu alan olarak bürokraside verimsizlik yer alırken, bunu finansmana erişim olanakları ve vergi oranları takip ediyor.

Rapordaki diğer bir ana endeks de iş rekabet endeksi. Türkiye iş rekabet endeksi sıralamasında 103 ÷lke arasında 52. sırada yer alıyor. Yani büyüme endeksine göre daha iyi bir durumda. Buna göre Türkiye büyük oranda, kamu politikalarının sonuçlarını yansıtan büyüme rekabet endeksindeki performansından daha iyisini iş rekabet endeksi sıralamasında gerçekleştirmektedir. Şirketler özellikle işletme ve strateji alanında rekabet sıralamasında 44. sırayı alarak görece öne çıkmaktadır.

Endeksin ortaya koyduğu en önemli rekabetçi dezavantajlar ise bankacılık sisteminin yapısı, kayıt dışı ekonomi ve vergi sisteminin etkin olmayışıdır. Görüldüğü gibi bu rekabetçi dezavantajlar da ÷lke çapında yapısal sorunlara dikkat çekmektedir.

İlginç olarak yine yeni açıklanmış olan 'Dünya Kalkınma Raporu'nda da aynı sorunlara dikkat çekilmektedir. Raporun diğer bir ilginç göstergesi de ulusal yenilik kapasitesidir. Ulusal yenilik kapasitesi göstergesi, ÷lkelerin bilim ve teknoloji birikimlerini yeniliğe dönüştürebilme yeteneğini belirlemeye çalışmaktadır. Türkiye, ulusal yenilik kapasitesi sıralamasında 44. sırada, Yunanistan ve Çin'in hemen altında, Bulgaristan ve Romanya'nın oldukça önündedir.

Konferansımıza gelirse, Konferansın konusunu belirlerken öne çıkan husus; Konferans duyurularımızda da belirttiğimiz gibi Türkiye otomotiv sanayiinin bir yol ayrımında olduğu şeklindeki gözlemimizdir.

Görüşümüze göre bu aşamada seçenekleri, ya üretim üssü olmak hedefiyle yetinip yoğun rekabetin yol açtığı düşük kar marjinaliyle yaşamaya çalışmak ya da niteliksel bir sıçrama ile ürün geliştirmede daha fazla ağırlığını hissettiren, bu sayede yaratılan katma değer içerisinde daha fazla pay alan bir sanayi olmak şeklinde ifade edebiliriz. Gönlümüz ve mantığımız ikinci seçenektir.

Türkiye otomotiv sanayiinin, dünya otomotiv sanayii içinde adı sayılan bir oyuncu olabilmesi, böylesine bir niteliksel sıçramayı gerekli kılmaktadır. Niteliksel sıçrama bir vizyon, strateji ve güç birliği, işbirliği ister. Bu elbette sektörün tek başına halledebileceği bir şey değildir.

Ancak sorunun sahibi sektördür ve öncülük yapmak ondan beklenir. Öncülük de bir vizyon, strateji ve güç birliği, işbirliği ister. Vizyon ve stratejinin oluşturulmasının başlangıç noktası ise bir güç birliği, işbirliği kararlılığıdır.

Bu görüşlerden hareketle, Rekabet Forumu olarak biz bu Konferanslar dizisinin ana başlığını işbirlikleri olarak belirledik. Firmaların ve sektörün varlığını sürdürebilmesinin işbirlikleri yaşamsal önemi olan bir faktördür. Çeşitli alanlarda ve şekillerde işbirliklerinden bahsedebiliriz.

Ben burada işbirliklerini iki açıdan ele almak istiyorum. Birincisi firmalar üzerindeki maliyet baskısı karşısında işbirlikleri, ikincisi ise teknolojik gelişmeler karşısındaki işbirlikleridir. Dünya ticaretine baktığımızda, özellikle çok uluslu şirketleri gözlemlediğimizde, dünyada rekabet büyük oranda tedarik zincirleri arasında cereyan ediyor diyebiliriz. Bu tedarik zincirlerinin rekabet gücünü ise önemli ölçüde halkaları arasındaki işbirliklerinin nitelikleri belirlemektedir.

Otomotiv sektöründe dünyada büyük bir maliyet baskısı söz konusu. Otomobil fiyatları üzerindeki baskı, dünyadaki üretim kapasitesi fazlalığının ve yoğun rekabetin bir sonucu

olarak ortaya çıkmaktadır. Maliyet baskısının göğüslenebilmesi, sadece üretim tekniklerinde ve üretim yönetimi ve lojistik alanlarında gelişmeler sonucu gerçekleştirilen tasarruflarla sağlanamaz. Ana ve yan sanayi arasında olduğu gibi, aynı zamanda yan sanayinin ve ana sanayinin kendi içinde de işbirliklerini gerektirir. Üniversiteler ve araştırma kuruluşları ile işbirliklerini gerektirir.

Dünyada hızla artan ve artacak tüketim, Çin ve Hindistan hatırlatmak isterim, ve bunun sonucunda gerek enerji kaynakları, gerek diğer doğal kaynaklar ve çevre üzerine gelen baskının, oluşmaya devam eden iklim değişikliklerinin, yolculuk konfor ve emniyetinde yükselen müşteri ve toplum beklentilerinin, önümüzdeki yıllarda karayollarının ve karayolu taşıtlarının tasarımı ve kullanılan ürün teknolojileri üzerinde önemli bir tesir icra etmesini bekleyebiliriz.

Daha şimdiden bu yönde önemli gelişmeler olmaktadır. Örneğin, otomotiv sektöründe kullanılan malzemenin niteliği değişmektedir. Alüminyum, seramik ve plastik giderek daha yoğun kullanılmaktadır. Benzer şekilde taşıtlarda elektronik parçalara da daha sık rastlamaktayız. Nitekim bugün Avrupa kompakt otomotiv sınıfında maliyetin yaklaşık yüzde yirmisini oluşturan elektronik parçaların kullanımının, 2015 yılında maliyetin yüzde kırkını oluşturacağı tahmin edilmektedir.

Yakıt pili, hibrid otomobil, elektrikli otomobil daha şimdiden günlük terminolojideki yerlerini almışlardır. Bu teknolojik değişikliklerin bir kısmı yıkıcı teknolojik değişiklikler, yani yeni gelen teknolojinin dışında pazarda başka teknolojilerin yaşamasına izin vermeyen türden teknolojik yenilikler de olabilecektir. Bunun anlamı, yatırımını böyle bir teknolojinin tehdidine açık teknolojiler üzerine kurmuş şirketlerin, gerekli önlemleri almadıkları takdirde pazardan elenecekleridir.

Bütün bu belirsizlikler, firmaların yaşamlarını sürdürebilmeleri açısından, sektör içi ve dışı firmalarla, üniversite ve araştırma kuruluşlarıyla işbirliklerini zorunlu kılmaktadır. Bahsettiğimiz nitelik sıçramasının gerçekleştirilmesinde, elbette sektör firmalarının oluşturdukları işbirlikleri tek başına yeterli değildir.

İki örnek vermek isterim. Biraz önce rekabet açısından Türkiye'nin yerini ve bunun nedenleri hakkında sunulan bulguları ifade ettim. Örneğin kayıt dışı ekonomi ve rekabet ortamı. Kayıt dışı ekonominin şemsiyesi altında tam rekabetin oluşmadığı bir ortamda varlığını sürdüren, geleneksel diye nitelendireceğimiz firmaların varlığı, sektörün modern işletmelerinin büyümesini ve güçlenmesini yavaşlatmaktadır.

Rekabet ortamından beklenen, gelenekselden moderne yapısal değişimini gerçekleştiremeyen şirketlerin, pazardan çekilmesi ve rekabet edebilir şirketlerin bu süreçte daha da güçlenmeleridir. Bu şekilde güçlenen şirketlerin rekabet gücü, sektörün rekabet gücünü belirler. Rekabet ortamının oluşturulmasını büyük ölçüde kamudan beklemekle birlikte, sivil toplum örgütlerinin de çabalarına gerek olduğunu vurgulamak isterim.

Diğer bir örnek ulusal sinovasyon sistemimizin olmayışı. Böyle bir sistemi oluşturacak parçaların eksikliği, mevcutların da dağınıklığıdır.

Hükümetin 2005 yılı bütçe teklifinin önemli bir noktası da, ar-ge harcamalarını Türkiye'nin şimdiye kadar görmediği bir düzeye yükseltme taahhüdüdür. Gerçekleşmesini canı gönülden

arzu ettiğimiz bu alışılmadık olanağın etkin kullanımını ancak eski alışkanlıkların terk edilerek, yeni yaklaşımlar ve işbirliklerini yansıtan örgütlenme modelleriyle mümkün olabilecektir.

Benim sadece bir bölümüne işaret edebildiğim bu konuların hepsini biz bugün burada bir günlük Konferansımızda elbette kapsayamayız. Bu nedenle ‘tasarımda işbirliği’ örneklerine odaklandık.

Bu işbirliği örneklerine girmeden önce, bu örnekleri daha iyi değerlendirmemizi sağlayacak iki ufuk açıcı konuşmamız olacak. Bu topraklarda arabanın hikayesinin bugününü ve yarınını dünden gelerek bir perspektife oturtan bir konuşma ile başlayacağız. Daha sonra da sektör için bir strateji önerisini paylaşacağız. Günün sonundaki kapanış oturumunda ise günün bir değerlendirmesini yapacağız.

Bu Konferanstaki konuşmaları videoya alıyoruz, Konferans sonrası bunları deşifre edip yayımlayarak ve sektörle ve diğer ilgililerle paylaşarak bu konularda bir birikimin oluşmasına vesile olmaya çalışacağız.

İşbirliği Konferanslarından ilkini geçen sene Eylül ayı sonunda ve yine yüzün üstünde katılımcıyla yapmıştık. Bazılarınızla geçen sene de beraberdik. Sektörün bu toplantılara gösterdiği ilgi böyle bir platforma duyulan ihtiyacı da yansıtmaktadır.

Biz, Rekabet Forumu olarak İşbirliği Konferanslarını daha sık aralıklarla devam ettirmek istiyoruz. Bu konuda sektör firmalarının olduğu gibi sektörün temsilcileri konumunda olan OSD ve TAYSAD’ın da işbirliğine ihtiyacımız var. Hepinize bu Konferansı onurlandırdığınız için teşekkür ediyor, saygılarımı sunuyorum.