

OTOMOTİV SEKTÖRÜ

EYLÜL 2019

ULUSLARARASI **REKABET STRATEJİLERİ** ORTAK AKIL TOPLANTILARI



HASSAS KARGOLARINIZ TURKISH CARGO İLE EMİN ELLERDE.

Hassas kargolarınızı büyük bir özveri ve titizlikle
dünyanın en çok ülkesine taşıyoruz.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com

Turkish Cargo, dünyanın ilk beş hava kargo markası arasına girmeye aday

TÜRKİYE’NİN bayrak taşıyıcısı ve yükselen değeri olan Türk Hava Yolları’nın hava kargo markası olan ve dünyanın 126 ülkesine hizmet sağlayarak, en hızlı büyüyen hava kargo markası olan Turkish Cargo, 1933 yılından beri hava kargo sektöründe hizmet vermektedir.

2000 yılında “Turkish Cargo” ismiyle markalaşan başarılı hava kargo taşıyıcısı, 24’ü direkt kargo olan, 344 uçaktan oluşan filosuyla hareket ederek, dünya genelinde 88’i direkt kargo olan toplam 319 destinasyona hava kargo hizmeti sağlamaktadır.

Nitelikli kadrosu, genişleyen uçuş ağı ve yaş ortalamasıyla Avrupa’nın en genç filolarından birine sahip olan başarılı hava kargo markası, artan kapasitesi ve kabiliyetleriyle birlikte büyüme ivmesini sürdürüyor. Turkish Cargo, WACD’nin (World Air Cargo Data), 2019 yılı Ağustos verilerine göre; yüzde 7,1’lik tonaj kaybıyla daralan sektörde, yüzde 7,5’lik tonaj artışı ile hava kargo pazarında 7. sıradaki yerini korudu.

Dünyada 300’den fazla destinasyona hava kargo operasyonu düzenleyen Turkish Cargo, 60’ın üzerinde başkente 7 saatlik uçuş mesafesinde olan Mega Hub İstanbul Havalimanı’nda, toplam alanı 165 bin metrekare olacak tesisinde, yıllık 4 milyon ton kargo elleçleme kapasitesine sahip olacak.

İki faz şeklinde tamamlanacak olan tesiste; IT geliştirmeleri ve optimizasyon, robotik otomatik depolama sistemleriyle (ASRS-PCHS) donatılan tesis, özel kargo hizmetleri PER – AVI ve Ekspres – E-ticaret operasyon alanları olacak. İot&Big Data ile tüm sistemlerin ve operasyon katılımcılarının birbiri ile olan iletişimi, UGV&UAV ile operasyonel verimliliğin artırılması, alan kazanımı ve insana bağlı operasyonların minimuma indirilmesi, E-Freight ile kağıt süreçlerinin dijitale aktarılması, RPA ile hata oranı ve maliyetlerin azaltılması

gibi teknoloji destekli hizmetler ile operasyonlar yürütülecek.

Sektörde giderek ağırlığını arttıran e-ticaret alanında da yatırımlarına devam eden Turkish Cargo, Çinli ekspres kargo markası ZTO ve Hong Kong’lu PAL Air ile birlikte hayatı geçirilen Hong Kong merkezli ortak şirketi, “We World Express” ile; kapıdan kapıya lojistik faaliyetleri, toplama, taşıma, adresten alma ve dağıtım, navlun taşıma, çapraz sevkiyat ve son noktaya kadar taşıma hizmeti sağlayacak.

Sektördeki gelişimini sürdürmesinin yanı sıra sosyal sorumluluk bilinci ile de başarılı taşımalar yapmaya devam eden global hava kargo markası Turkish Cargo, önceki yıllarda olduğu gibi 2019 yılında da, özel kargo taşımalarına büyük önem verdi. Topkapı ve Dolmabahçe Sarayı’nda bulunan 8 ton ağırlığındaki 186 parça tarihi eseri, Japonya’ya başarılı ve güvenli şekilde ulaştıran Turkish Cargo; Paris Picasso Müzesi’nde bulunan 83 adet tablo, eskiz ve kostümden oluşan tarihi eseri de, İzmir’e taşıdı. Bu önemli tarihi eser taşımalarının yanı sıra; başarılı canlı hayvan taşımalarına yenilerini ekleyen Turkish Cargo; Ukrayna’da zor şartlar altında bulunan 4 aslanı, doğal yaşam alanları olan Güney Afrika’ya gururla taşıırken, göç yolundayken Şanlıurfa’da bitkin düşen kızıl akbabayı da, doğal yaşam alanı olan Sırbistan’ın Uvaç kasabasına taşıdı.

Hava kargo trafiğinin kesişme noktası olan İstanbul’da operasyonlarını sürdüren başarılı hava kargo markası; altyapısı, operasyonel kabiliyetleri, filosu ve dedike personeliyle sürdürülebilir büyümesine devam ediyor. Turkish Cargo, geniş hizmet yelpazesini ve operasyonel yeteneklerini, Türkiye’nin eşsiz coğrafi avantajlarıyla birleştirerek, 2023 yılında dünyanın ilk beş hava kargo markası arasına girmeyi hedefliyor.



OTOMOTİV SEKTÖRÜ DÖNÜŞÜM YOLUNDA



Turkish Cargo ve Turkishtime'in birlikte düzenlediği Ortak Akıl Toplantıları'nın ilki otomotiv sektörü temsilcilerini bir araya getirdi. SEDEFED'in de ev sahibi olarak yer aldığı toplantıda; Türkiye'nin otomotivde iç ve dış stratejisi, sektörün Ar-Ge yatırımlarında geldiği nokta, Sanayi 4.0'ı ele alış biçimi, kurdaki dalgalanmalardan nasıl etkilendiği ve tedarik zincirini oluşturan halkaların sektör için yarattığı değer tüm yönleri ile ele alındı.

Turkish Cargo ve Turkishtime işbirliği ile düzenlenen Ortak Akıl Toplantıları'nın ilki otomotiv sektörünün temsilcilerini aynı masa etrafında topladı. Sektörel Dernekler Federasyonu'nun da (SEDEFED) ikinci ev sahibi olarak yerini aldığı Ortak Akıl Toplantısı'nda; Türk otomotiv sanayinin ithalat, ihracat, dış ticaret, Endüstri 4.0'a adaptasyonu, malzeme hareketi de içinde olmak üzere gelişiminin önündeki engellerin aşılması, daha başarılı yönlerle ilerlemesinde; tüm tedarik zinciri yönetimi açısından neler yapılması gerektiği konuları ele alındı. Otomotiv sanayinde uzun vadeli strateji programına ihtiyaç duyulduğunun altını çizen sektör temsilcileri, sektördeki iklimin böyle bir plana uygun olduğunu ifade etti. Sektör temsilcileri, Türkiye otomotiv sanayinin tüm oyuncularını global pazarda daha rekabetçi hale getirecek çözümleri geliştirmenin dönüşümle mümkün olduğunu dile getirdi. Teşvik mekanizmasının regüle edilmesinden, vergilerle ilgili sadeleşmeye kadar sektörü ilgilendiren birçok konuyu mercek altına alan katılımcılar, dünyadaki dönüşümün çok iyi ele alınıp, stratejilerin buna göre belirlenmesi gerektiği noktasında hemfikir oldu.



EMRE ALKİN: Her şey den önce bu toplantıların ev sahipliğini yapan Turkish Cargo'nun saygıdeğer Genel Müdür Yardımcısı Turhan Özen'e ve ikinci ev sahibimiz SEDEFED (Sektörel Dernekler Federasyonu) Başkanı Ali Avcı'ya teşekkür ediyoruz. Burada gördüğünüz Ortak Akıl Toplantıları gündem maddeleri dışında da konuşabileceğiz. Bu tür toplantıların genellikle Şampiyonlar Ligi tadında bir toplantı olduğunu düşünerek ve vaktin ne kadar kıymetli olduğunu bilerek toplantımızı; "Taktik", "Stratejik" ve "Operasyonel" olmak üzere üç bölüme ayırıyorum. Burada gördüğünüz gibi sorunların arasında; operasyonel, günlük yaşadığınız manzaralar var. Bunlarla ilgili mutlaka aklınızda çözüm önerileriniz olacaktır. Bir de taktik işler var. Yani sektör olarak yapılması gereken, bir araya gelerek karar verilmesi gereken hususlar var. Bunların yanı sıra

stratejik olarak çözüme kavuşturulması beklenen noktaların varlığı da söz konusu. İşte bunların hepsi gündem maddelerimizi oluşturuyor.

Bir hafta boyunca ihracatçılar meclisinde siz otomotivcilerin de stratejik sorunlarından biri olan Brexit toplantılarına katıldım. İngiltere tarafından Sayın Başkonsolos da bu toplantılara katılan isimlerden biriydi. Sayın Başkonsolos'un bana söylediği şey şu; "Sayın Başbakan, 'No-deal' diyerek, iyi bir deal için uğraşıyor olabilir." Ben de kendi kendime hakikaten çok diplomatik bir yaklaşım diye düşündüm. Margaret Thatcher'ın koltuğunda oturan biri için kötü konuşamayacağım ama böyle bir şey için uğraşıyorsa, çok riskli bir şey için uğraşıyor. Evet iç pazarımızda olduğu gibi dış pazarlarımızla da ilgili sorunlar var. Brexit'i de bu maddenin içine koyuyorum.

Ar-Ge ile Sanayi 4.0 ile hatta Sanayi 4.0'ın arkasından gelecek olan Sanayi



5.0 ile ilgili konular var. Siz değerli katılımcılarımızı ilgilendiren otomotiv endüstrisinin genel lojistik ihtiyaçları, hava lojistiğinin genel eğilimleri ve finans konusu var. Sektör bugüne kadar nasıl finanse ediliyordu? Bundan sonra çarpıcı, sıra dışı, marifetli bir finansman metodu bulunabilir mi? Burada hem otomotiv hem de tedarik sanayinin tamamı için söz konusu olacak bir çözümünden bahsediyoruz. Bir de Gümrük Birliği anlaşmasının olası bir modernizasyonu konusu var. Bu konu ile ilgili konuşmak isteyen değerli katılımcılarımız olursa not alacağız. Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin istek ve arzuları, karşı tarafından da onayı ile tekrar güzel bir hale getirilmesi mümkün mü? Şu an itibarıyla ajanda bu değil. Sanıyorum bizimle müzakereleri durdurma aşamasında olan bir AB'nin, tutup da Gümrük Birliği'ni iyileştirme müzakeresine girmesi -hele ki bu kadar yoğun gündem içerisinde- çok zor

gözüküyor. Toplantının adeti; ilk önce ev sahiplerine bir kelam etmeleri için söz veriyoruz, ardından konuşmalar için serbest bir şekilde ilerliyoruz. İlk başta da belirttiğim gibi buradaki gündem maddeleri ile sınırlı değilsiniz. Bu, sadece suya taş atmak anlamında, suyu dalgalandırmak adına konulmuş maddeler. Ve açılış konuşması için sözü Sayın Ali Avcı'ya teslim ediyorum.

ALİ AVCI: Öncelikle hoş geldiniz. Bugün burada birbirinden değerli paydaşlarımız bulunuyor. Turkish Cargo ve SEDEFED olarak bu toplantıya ev sahipliği yapacağız ama özellikle sizleri dinlemek için bugün bir aradayız. İsterseniz kısaca SEDEFED'den bahsedelim. SEDEFED yani Sektörel Dernekler Federasyonu; 31 dernekten oluşan ve birçok sektörü içinde barındıran -otomotivciler de dahil olmak üzere- bir çatı kuruluşu. SEDEFED'in bir üst çatı

●
Ali Avcı:
"Otomotiv sektörünün en önemli konularından bir tanesi lojistik destek ve lojistik destek maliyetlerinin düşürülmesi. Bugün Çin, 'Bir Kuşak Bir Yol Projesi' ile koridor üzerindeki tüm aktarma merkezlerini, limanları ve taşıma modlarını satın alarak Avrupa-Çin arasındaki tüm maliyetleri düşürecek tedbirleri alıyor."



●
Turhan Özen:
"Türk otomotiv sektörünün; ithalat, ihracat, dış ticaret ve malzeme hareketi de içinde olmak üzere gelişiminin önündeki tüm engellerin aşılması ve daha başarılı yönlerle ilerlemesinde; özelde hava lojistiği ama genelde tüm tedarik zinciri yönetimi açısından neler gerektiği konusuyla da ilgileneceğiz. Bu değerli toplantıdan aldığımız notlardan yapacağımız çıkarımlarla da Türk Hava Yolları nezdinde üzerimize düşenleri yapmak istiyoruz."

kuruluşu ise TÜRKONFED (Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu).

Bölgesel ve sektörel iş dünyası temsil örgütlerinin çatı kuruluşu olan TÜRKONFED, gönüllülük esasına göre kurulmuş bağımsız bir sivil toplum kuruluşu. TÜRKONFED, Türkiye'nin tüm 26 kalkınma bölgesindeki üye yapısı ve sayısı ile Türkiye'nin en büyük iş dünyası örgütleri içinde yer alıyor. Bağımsız ve gönüllü yapısı dikkate alındığında Türkiye'nin en büyük sivil toplum örgütü olan TÜRKONFED; gücünü ve etkinliğini, iş insanlarının üye olduğu federasyon ve derneklerinden alarak çatısı altında 26 bölgesel, 3 sektörel olmak üzere 29 federasyon, 251 dernek üzerinden, 25 bin iş insanı ve 40 bine yakın şirket bulunduruyor. Ben sözü çok fazla uzatmak istemiyorum. Çünkü burada önemli olan sektörü dinlemek. Umarım verimli bir toplantı olur.

TURHAN ÖZEN: Saygıdeğer misafirler, Türkiye otomotiv sektörünün değerli temsilcileri, sizlerle birlikte burada olmaktan son derece heyecan ve mutluluk

duyduğumu belirtmek isterim. Turkish Cargo, dünyanın en çok noktasına uçan ve global pazardaki yerini, sürdürülebilir bir şekilde yükselten önemli bir hava kargo organizasyonu konumunda yer alıyor. Ticari hedeflerimiz ve sonuçlarımızın yanı sıra milli bir hava yolu, bayrak taşıyıcısı bir marka olarak; Türk ekonomisinin gelişmesine ve uluslararası pazarlara entegrasyonuna destek olmayı sürdürüyoruz. Bu minvalde; Türk otomotiv sektörünün; ithalat, ihracat, dış ticaret ve malzeme hareketi de içinde olmak üzere gelişiminin önündeki tüm engellerin aşılması ve daha başarılı yönlerle ilerlemesinde; özelde hava lojistiği ama genelde tüm tedarik zinciri yönetimi açısından neler gerektiği konusuyla da ilgileneceğiz. Bu değerli toplantıdan aldığımız notlardan yapacağımız çıkarımlarla da hem Türk Hava Yolları nezdinde üzerimize düşenleri yapmak istiyoruz. Türkiye otomotiv sanayinin tüm oyuncularını global pazarda daha rekabetçi hale getirecek çözümleri geliştirmek yönünde de bir misyonumuz olduğunu biliyor, bu toplantıyı organize etmemizin sebebini de buna bağlıyoruz.

EMRE ALKİN: Bu bir Ortak Akıl Toplantısı, yani herkesin aynı fikirde olması değil tam tersi, muhtelif fikirlerin gelerek, ortada bir havuz oluşturulması ve bu havuza gelen fikirleri kritik karar alıcılara ulaştırmak bu toplantının görevi.

Ben suya taş atmaya devam edeyim. Bizim dört tane unsura çok da dikkat etmeden yürüdüğümüz görülüyor. Bu unsurlarla ilgili konuşacağız. Bunlardan biri; pazar. Pazarda ilerleyen zamanlarda ne olacağız? Bu pazarın talep ettiği ürünleri Türkiye üretiyor mu? Tamam üretiyor diyelim, bu defa kapasite var mı? Kapasite yoksa, kapasiteyi nasıl artıracakız?, dönüp bunlara bakacağız. Bununla ilgili belli bir destek almamız lazım. Ardından tedarik, yani mal ve hizmetlerin üretimi için biliyorsunuz hammadde, ara malı ve yatırım malını düşük maliyetle tedarik edecek bir lojistik akla sahip olmamız lazım. Dördüncü adım tabii ki lojistiğe gidiyor. Neden? Hem mal ve hizmeti üretmek için gereken ürünü getirteceğiz hem de ürettiğimiz malı göndereceğiz. Tabii bunun bir tarafı finans, diğer tarafı ise devlet kanadından oluşuyor. Burada devlet derken, sadece

mevzuatı kastetmiyoruz. İç ve dış siyasetin de sizlerin ithalatı ve ihracatı üzerine etkisi söz konusu. Yani devletin politikaları buna cevap veriyor mu? Bugün burada söz aldığımızda; "Sektör için operasyonel, taktik ve stratejik olarak neler yapabiliriz?" bunları konuşacağız. Şimdi sözü tamamen size bırakıyorum ve bundan sonra not almaya başlıyorum.

GÖKHAN TUNÇDÖKEN: Öncelikle davet edildiğim için çok teşekkür ediyorum. Hepimizin bildiği gibi Türkiye otomotiv pazarı Ağustos sonu itibarıyla geçen seneye göre yüzde 46'lık bir düşüş yaşıyor. Bununla birlikte geçtiğimiz yıllarda yapılan üretimin yaklaşık yüzde 75'lik bir kısmı ihracata giderken, iç pazardaki bu daralmayla birlikte ihracat oranımız yüzde 85'lere kadar çıktı, buna karşın ihracat hacmi nominal olarak Ocak-Ağustos 2019 döneminde 20 milyar dolarlık bir seviyede kaldı. Sektörümüzü sıkıntıya sokan diğer önemli bir konu ise ihracatımızın ciddi bir oranının Avrupa bölgesine euro ile yapılıyor olması ve kurlardaki parite dalgalanmaları nedeniyle geçen yılın ilk altı ayına göre aşağı yukarı 900 milyon dolar civarında bir kaybımızın söz konusu olması. Fakat esas bakmamız gereken konu; otomotiv sanayindeki dönüşüm. Bu dönüşümün çok iyi ele alınıp, stratejilerin belirlenmesi lazım. Örneğin geçtiğimiz hafta Frankfurt Otomobil Fuarı'ndaydım. Orada neredeyse bütün araç üreticilerinin standlarında elektrikli araçlar vardı. Aslında elektrikli araçlar da bugünkü değişimi anlatmaya yetmiyor. Otonom sürüş, bağlanabilirlik, kişiselleştirilmiş mobilite, paylaşımlı araçlar... Bunların hepsi aynı anda otomotiv sektörünü kökten değiştirici etmenler. Bugünkü problemler üzerine tabii ki çalışmalıyız. Bununla birlikte bugünkü işlerimizi devam ettirerek kârlılığımızı korumaya çalışırken, otomotiv sektörünün gittiği bu alanlarda mutlaka bir şeyler yapmalıyız. Bu konuyla ilgili Bosch'tan da bir örnek verebilirim. Yine bu sene Frankfurt Otomotiv Fuarı'nda ilk kez tanıttığımız ve geliştirme ortaklığını şasi ve otomotiv uzmanı bir firma ile yaptığımız donanımı hazır şasiler elektrikli araç üretmek isteyen araç üreticilerinin hizmetine sunuldu. Bu geliştirme partnerliğinin amacı; tamamen elektrikli araçlar konusunda know-

PROF. DR. EMRE ALKİN

*Turktime Ortak Akıl Toplantı
Moderatörü / Altınbaş
Üniversitesi Rektör Yardımcısı*



KİMDİR?

Emre Alkin, 1969'da İstanbul'da doğdu. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İngilizce İktisat Bölümü'nü bitirdi. 2002 yılında profesör oldu. Çukurova Holding, Anadolu Endüstri Holding, Doğan Holding ve Altınbaş Holding'de çeşitli sorumluluklar üstlendi. TİM Genel Sekreterliği, Türkiye Finansman Şirketleri Genel Sekreterliği, Vergi Konseyi Üyeliği ve Türkiye Futbol Federasyonu Genel Sekreterliği yaptı.

TURHAN ÖZEN

*Türk Hava Yolları
Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı*



KİMDİR?

Boğaziçi Üniversitesi'nde aldığı işletme eğitiminden sonra yüksek lisansını Koç Üniversitesi Executive MBA Programı ile tamamladı. Kariyerinin ilk yıllarına Koç Grubu'na ait otomotiv sektörü işbirliklerinde satış ve lojistik yöneticilikleri ile başladı. TNT Lojistik firmasında; Dağıtım Operasyonları Grup Yöneticiliği ve Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevlerinde bulundu. CEVA Lojistik Ortadoğu ve Kuzey Afrika Bölgesi Genel Müdürlüğü görevini yürüten Özen, 2016 yılından bu yana Türk Hava Yolları A.O.'da Kargodan Sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini sürdürüyor.



**"TÜRKİYE'DE BİR AR-GE İKLİMİNİN OLUŞMASI SON
DERECE DEĞERLİYDİ. AMA BUNUN ARTIK SEKTÖR
BAZINDA REVİZE EDİLMESİNİN ZAMANI GELDİ."**

ULUSLARARASI REKABET STRATEJİLERİ OTOMOTİV SEKTÖRÜ ORTAK AKIL TOPLANTILARI

ALİ AVCI

*TÜRKONFED Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı & SEDEFED
Yönetim Kurulu Başkanı*



KİMDİR?

1956 yılında Adana'nın Ceyhan ilçesinde doğdu. Yükseköğrenimini Çukurova Üniversitesi'nde tamamladı. Yerel bir taşıma firması olan Ceynak Lojistik'i uluslararası bir yapıya dönüştüren Ali Avcı, Ceynak A.Ş., Ceysan A.Ş., Ceyport A.Ş., Ceymar A.Ş. ve Samsunport A.Ş.'yi Cey Grubu bünyesinde topladı. 2008 yılında Samsun Limanı'nın ve 2018'de Tekirdağ Limanı'nın liman işletme imtiyaz haklarını devraldı. TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olan Ali Avcı, aynı zamanda SEDEFED Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini sürdürüyor.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN

*Otomotiv Sanayi Derneği
Yönetim Kurulu Üyesi /Anadolu
Isuzu Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.
Genel Müdürü*



KİMDİR?

1963 yılında Almanya'da doğdu. Lisans eğitimini Boğaziçi Üniversitesi İşletme bölümünde tamamladı. İş hayatına 1986 yılında Pfizer A.Ş.'de başlayan Tuğrul Arıkan, CBS Printaş'da Genel Müdür ve Türk Ytong'da Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yaptıktan sonra Olmuksa A.Ş.'de CFO olarak göreve başladı. 2007 - 2013 yılları arasında ise Olmuksa International Paper'da Genel Müdür olarak çalıştı. 2013 yılında Anadolu Isuzu Otomotiv San. ve Tic. A.Ş.'ye Genel Müdür olarak geçen Arıkan, halen bu görevi yürütüyor.

how paylaşımı. Türkiye'de de bu gibi geliştirmelerin ve partnerliklerin dikkatli ve stratejik olarak uzun vadeli planlarla ele alınması gerekiyor diyerek sözü diğer katılımcılara bırakıyorum.

EMRE ALKİN: Burada önemli bir mesaj ortaya koydunuz. Dünyanın gittiği yer, artık insan eli değmeden kendinden otomasyonlu ve bol bulutlu bir sistemle devam eden bir üretim şekli. Hele ki bir de elektrikli araç diyorsunuz. Burada daha az insan ama daha fazla dijital altyapı gerektiren bir üretime doğru gidiliyor diyebilir miyiz?

GÖKHAN TUNÇDÖKEN: Evet böyle söyleyebiliriz. Üzerinde düşünülmesi gereken bir diğer konu da gençler artık araba almak istemiyor, bilhassa Avrupa'da. 18 yaşında ehliyet alan gençlerin sayısı Avrupa'da gittikçe azalıyor. Çünkü araba kullanmak pahalı bir hale geldi, şehirler özellikle de metropollerde otomobiller için park alanları azaltılıp, park ücretleri artırılıyor. Diğer taraftan da toplu taşıma geliştiriliyor. "Multimodal Transport" denilen farklı taşıma sistemleri bugün cep telefonları ile kombine edilerek, bir yerden başka bir yere çok rahat hareket edebiliyorsunuz. Biraz evvel Burtan Bey'le görüştük. Berlin'de kaldığı süre boyunca hep scooterları kullanmış, bunu Berlinliler de kullanıyor ve araç-taksi ihtiyacını azaltıyor. Riskleri barındırsa da bu alanda yeni fikirler geliştirerek farklı iş alanları yaratma imkanımız var. Bu yüzden gençleri ve Start-upları da destekleyici çalışmalar yapılabilir.

EMRE ALKİN: 2017 yılında dünyanın farklı yerlerinde on binlerce kişiye sorulan "Neyim olmazsa beni bozar?" sorusuna verilen cevapları ele alalım. 18-34 yaş arası gençler; "Cep telefonum olmazsa beni bozar" diyerek yüzde 39'luk bir dilimi oluşturmuş. Bizim yaşımızdakiler; "Arabam olmazsa beni bozar" diyerek yüzde 49 oranına kavuşmuşlar. İlginçtir nüfus da yaşlanıyor bu arada. Yani oradan acaba neyi evirebiliriz diye de çok ciddi tartışılabilir. Görüyoruz ki, bugünün gençleri araba almak istemiyor.

DR. MEHMET DUDAROĞLU: Gökhan Bey özellikle otomotiv ihracatının bugünkü durumdan bahsetti. Ben



**"ÇOK AĞIR VERGİ YÜKÜ ALTINDA OLAN OTOMOTİV
SEKTÖRÜNÜN ÜST SEGMENT ARAÇ ÜRETME ŞANSI
MAALESEF YOK. HAL BÖYLE OLUNCA SİZ DE ALT
SEGMENT ARAÇLAR ÜRETİYORSUNUZ."**

de sadece rakamlara destek olmak anlamında bir kaç bilgi vermek isterim. Bildiğim kadarıyla ana sanayinin geçen seneye oranla sadece yüzde 4'lük bir düşüşü var. Tedarik sanayinin yani biz parça üreticilerinin ihracatında da geçen seneye oranla yüzde 5'lik bir düşüş söz konusu. Tedarik sanayinin ihracattaki payı hep yüzde 41'ler düzeyindeydi. Ağustos ayında, ihracattaki yükselme ile bu seviyeyi tutturduk ama genel olarak yüzde 35'e inmiş durumdayız. İhracattaki payımızı artırmak adına biraz daha gayret göstermemiz gerekiyor.

Kur dalgalanmaları sektörü nasıl etkiliyor? Biz sanayiciler hep şunu söyleriz; kurun artışını çeşitli verilere dayanarak öngörürsünüz ve buna göre bütün operasyonlarınızı yönetirsiniz. Ama kur dalgalanmaları farklı bir şeydir. Finansal araçları kullanarak, bir nevi kumar oynayarak, dalgalanmalardan kaynaklı zararı başarılı bir şekilde gideremiyoruz. Örnek vermek gerekirse; kur 6 lira iken ürünü satıyorsunuz, 60 gün sonra paranın geldiği değer 5.90 liraya düşüyorsa, işte orada 10 kuruşluk kambiyo zararınız var. Bu 10 kuruşluk düşüşü yüzde yüz öngöremediğiniz için, kullandığınız finansal araçlarla daha da fazla zarar edebilirsiniz. Kurdaki dalgalanmalar tabii ki biz tedarikçiler kadar otomotivin değer zinciri içerisinde yer alan tüm oyuncular için de çok önemlidir. Yurt içinden tedarik ettiğimiz hammaddeler bile dövizin hareketine göre fiyatlandırılıyor. O bakımdan kurdaki dalgalanmalar yönetilemediği ve çok olumsuz etkileri olduğu için her zaman 'stabilite' diyoruz.

Yeri gelince konuşacağız ama Endüstri 4.0 konusuna da değinmek istiyorum. Bazı kuruluşlarda Endüstri 4.0 ile ilgili iyi bir ilerleme kaydedilmesi ile birlikte Türkiye'de Endüstri 4.0 konusunun çok detaylı bilinmediğine, dolayısıyla uzak durulduğuna inanıyorum. Endüstri 4.0, değer zinciri içerisindeki tüm paydaşların digitalleşmenin de yardımıyla entegrasyonunun sağlanması sürecidir. Endüstri 4.0 eko sistemi içerisinde "akıllı fabrika" konusu az çok biliniyor ama yeterli kadar ilerleme kaydedilmiş değil. Biz akıllı fabrikayı, iletişim ve bilgi teknolojileri ile otomasyon teknolojilerinin tam bir entegrasyonu olarak biliyoruz. Ama bu akıllı fabrika



konseptine çok uzak durumdayız. Özellikle Türkiye'de otomotiv sanayi bu konuda öncü olmakla birlikte tedarik sanayi olarak geride kaldık. Bu anlamda çok hızlanmamız gerektiğine inanıyorum. Ancak Endüstri 4.0 konusunda teknik destek veren firmaların hepsi yabancı menşeli firmalar ve verdikleri hizmetler çok pahalı. Bu yüksek hizmet maliyeti, ilerleme kaydetmek isteyen firmaların önündeki en büyük engel olarak durmaktadır.

GÖKHAN TUNÇDÖKEN: Endüstri 4.0 ile ilgili konuşurken Mehmet Bey, "Endüstri 4.0'ı uygulamak istiyoruz ama bu çok pahalı" dedi. Zaten Endüstri 4.0 konusunda şirketlerin çekinceleri varken, bu tip ifadelerle bu konuda çalışmayı düşünen firmaları daha fazla korkutmanın doğru olmadığını düşünüyorum. Ve bu görüşe de çok katılmıyorum. Neden dersiniz? Bosch olarak fabrikalarımızda Endüstri 4.0 çalışmalarını çok uzun zaman önce başlattık. Fakat başlattığımız projeler, geri

●
Gökhan Tunçdöken:
"Bugünkü faaliyetlerimizi
ve kârlılığımızı
koruyabilmek için
Endüstri 4.0, gelecekte
mobilité sektöründe
bir oyuncu olabilmemiz
için de otonom sürüş,
elektrifikasyon ve
bağlanabilirlik gibi konular
önemli. Bugün elimizde
olanları korumamız lazım
ki önümüzdeki dönemi
kazanabilmek için yatırım
yapabilecek gücümüz
olsun."



● Yusuf Tuğrul Arıkan: "Devletin sektöre yapabileceği önemli bir katkı STA'lar. STA'lar bir çok yerle olan gümrük maliyetlerimizi olumsuz etkiliyor. Herkes bir korumacılık şemsiyesi altına girme aşamasında. Biliyorsunuz milliyetçi akımlar da fazlaşıyor. Bu da tarife dışı ve içi engeller çıkmasına neden oluyor. Bu noktada hem AB ile hem de diğer ülkelerle STA'larla ilgili yoğun ve etkili görüşmeler yapmamız gerekiyor."

dönüşü maksimum iki yıl olan projeler. Örneğin bir çalışanımızın 100 bin euro'luk bir proje getirdiğini düşünün. Bu projenin getirdiği tasarruf yıllık 10 bin euro ve geri dönüşü 10 yıl olsun. Bu bizim için çok pahalı. Ama 2 milyon euro'luk bir proje geldiğinde, yılda 1 buçuk milyon euro'luk tasarruf sağlayacağını görüyorsak bunu hayata geçiriyoruz. Dolayısıyla projenin getirdiği bedel üzerinden değil, geri dönüşünün ne kadar olacağına bakarak bir değerlendirme yapmanın daha doğru olacağını düşünüyorum.

EMRE ALKİN: Hizmet- maliyet-tedarik deyince, lojistik konusu ile alakalı bir orta gelmiş gibi hissettim. Neticede lojistik de bu işin bir parçası

TURHAN ÖZEN: Dünyada birçok sektör, tedarik zincirinde fark yaratmayı rekabet stratejileri arasına dahil ediyor, otomotiv sektörünün de böyle olmaya başladığını düşünüyoruz. Turkish Cargo

olarak, dünyanın 126 ülkesinden diğer 126 ülkesine ulaşım imkanı sağlayan geniş uçuş ağıımız ve genç filomuzla, tedarik zinciri konusunda önemli bir oyuncu olduğumuzu düşünüyoruz. Örneğin; daha önce sadece aktarmalı uçuş yaptığımız ve ithalat-ihracat pazarımızın yok denecek kadar az olduğu Mexico City'e, direkt uçuşlarımızı başlattık. Turkish Cargo olarak, Meksika varışlı ve çıkışlı pazar oluşumuna ön ayak olarak, haftada iki gün toplam 200 tonluk kapasiteli, İstanbul ile Mexico City arasında gidiş-dönüş olacak şekilde kargo uçağı seferi düzenliyoruz. Global uçuş ile satış ağıımızın gücüne ve transit kargo satışlarına güvenerek açtığımız Meksika hattında; 1 yıl gibi kısa sürede Türkiye-Meksika ithalat ve ihracatı da faydalandı ve bu kapasiteden önemli bir pay almaya başladı dolayısıyla Turkish Cargo olarak; daha önce olmayan dış ticaret ilişkisine imkan verir hale geldik.

Sadece yeni hatlar açmıyoruz; Çin'deki, Mexico City'deki, Hindistan'daki ve Doğu Avrupa'daki satış teşkilatımız ne kadar satış yapar diye hesaplamalar yapıyoruz ayrıca bu satış acentelerinin birçoğu da otomotiv üreticilerine hizmet veriyor. Doğru kullanıldığı zaman lojistik ve değer zinciri, sektörler için ciddi faydalar sağlıyor. Dolayısıyla networkümüzü kullanırken, bunu Türkiye'deki ithalatçıların ve ihracatçıların dünyadaki rekabet gücünü artırma imkanını da düşünerek yapıyoruz. Bayrak taşıyıcı olmamız, bize bu yönde bir sorumluluk veriyor.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Buradaki gündeme bağlı kalarak özellikle otomotiv sanayicileri açısından durumun nasıl olduğuna değinmek istiyorum. Evet dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 da konuşulacak. Burada biz firmalara, derneklere ve devlete düşen bazı görevler var. Hatta bugün Sanayi Bakanımız dijital dönüşüm ve Ar-Ge ile ilgili bir planı da anlattı. Belki onu da bugün burada konuşma imkanı buluruz. Ama şu an itibarıyla bakarsak bazı realiteler var. Tedarik sanayi ile birlikte 32 milyar dolarlık ihracatla ciddi anlamda liderliğimiz devam ediyor. Türkiye ihracatının beşte biri otomotiv sanayinden sağlanıyor ama sektör için aynı zamanda bazı tehditler de söz konusu. Bu tehditlerin başında, ihracat pazarlarındaki gelişmeler var.

Dünyada özellikle Çin'de bir duraklama söz konusuysen, Amerika da yerinde sayıyor. Bizim en büyük pazarımız olan Avrupa'da ise bir gerileme kendini gösteriyor. Söz konusu gerileme de bizim ihracatımızı olumsuz yönde etkiliyor. Şimdi bunun üzerine bir de iç piyasa gerçeğimiz var. İç piyasada binekte yüzde 50, ticaride 55, A-ticaride yüzde 70'lere varan bir gerileme söz konusu. Bunlar son derece ciddi oranlar. Bu nedenle sektör adına bir değerlendirme yaparken sadece ihracat olarak değil, iç piyasayı da beraber düşünmek gerekiyor. Şu anda gördüğümüz şey, sepette olan ülke sayılarını yenilememiz gerektiği. Bu anlamda Avrupa'nın dışına da çıkmamız önemli. Yakın bölgeler, Körfez, Afrika bölgesi, Rusya gibi yerler daha fazla üzerinde durmamız gereken pazarlar.

Diğer taraftan devletin yapabileceği önemli bir katkı; STA'lar. STA'lar birçok yerle olan gümrük maliyetlerimizi olumsuz etkiliyor. Herkes bir korumacılık şemsiyesi altına girme aşamasında. Biliyorsunuz milliyetçi akımlar da fazlalaşıyor. Bu da tarife dışı ve içi engeller çıkmasını sağlıyor. İşte bizlerin hem AB ile hem de diğer ülkelerle STA'lar konusunda çok yoğun ve etkili görüşmeler yapmamız lazım. Bu görüşmelerden bir tanesi de Brexit konusunda. Dünya haritasına baktığınız zaman Brexit'ten en çok etkilenen ülkelerin arasında Türkiye'nin olduğunu görüyoruz. Pozitif yönde etkilenen çok ülke var tabii ki ama negatif yönde etkilenen ülkeler arasında başı çekiyoruz. Bu ciddi bir konu. Ama bütün bunların dışında iç piyasa gerçeği var. Onu biraz açarsak konuşma bitmez. Dilerseniz bu konuyu sonraki aşamaya alalım ve öyle devam edelim.

ALİ RİZA AKTAY: Sektörün içinde bulunduğu bazı günlük problemlerden Gökhan Bey biraz bahsetti. Ama böyle bir toplantıda daha çok -otomotiv daha çok uzun vadeli planlar yapan bir sektör olduğu için- sektörün geleceğe nasıl hazırlandığı konusuna ağırlık vermeyi tercih ederim. Gördüğüm en önemli şey, bu tip platformlarda trendin nereye gittiğini konuşuyoruz. Ama gerek firma bazında, gerek sektör olarak, gerekse de ülke olarak çok da tutarlı bir yol haritamız olduğunu düşünmüyorum. Bu aslında dijitalleşme ile de başlıyor. Hatta bunu

DR. MEHMET DUDAROĞLU

TOBB Otomotiv Yan Sanayi Sektör
Kurulu Meclis Başkanı / TOSB
Otomotiv Yan Sanayi İhtisas OSB
YKB Vekili / Eku Fren ve Döküm
San. A.Ş. YKB



KİMDİR?

1956 yılında Artvin'de doğdu. Lisan eğitimini Karadeniz Teknik Üniversitesi Kimya Mühendisliği bölümünde aldı. Dış ticaret ve finans dalında yüksek lisans, işletme yönetimi dalında doktora yaptı. Karabük Demir Çelik Fabrikası ve Eczacıbaşı İlaç Sanayi'nde çalıştı. 1986 yılından beri Eku Fren ve Döküm Sanayi A.Ş.'de Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev alıyor. TAYSAD'a bir dönem Başkanlık yapan Dudaroğlu, 2016 yılından itibaren TOBB Otomotiv Yan Sanayi Sektör Kurulu Meclis Başkanlığı'nı yürütüyor. Aynı zamanda TOSB Organize Sanayi Bölgesi Başkanvekili ve TOGEV Vakfı Başkanı.

GÖKHAN TUNÇDÖKEN

Bosch Sanayi Ticaret A.Ş.
Mobilite Çözümleri İlk Donanım
Satış Direktörü / OİB Yönetim
Kurulu Üyesi



KİMDİR?

Gökhan Tunçdöken, Almanya'da makine mühendisliği alanında lisans eğitimi aldı. Daha sonra aynı eğitim kurumunda Ekonomi Mühendisliği Master Programı'nı tamamladı. 1992 yılında Bosch San. ve Tic. A.Ş. Dizel Enjeksiyon Sistemlerinden Sorumlu Aplikasyon Mühendisi olarak işe başladı. Bosch Türkiye ve Almanya'da çeşitli görevlerde bulunan Gökhan Tunçdöken, bugün Mobilite Çözümleri İlk Donanım Satış Direktörü olarak görevini sürdürüyor. Aynı zamanda Uludağ Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği (OİB) Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapan Tunçdöken, evli ve bir çocuk babası.



**"ASLINDA ELEKTRİKLİ ARAÇLAR DA BUGÜNKÜ
DEĞİŞİMİ ANLATMAYA YETMİYOR. OTONOM SÜRÜŞ,
BAĞLANABİLİRLİK, KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ MOBİLİTE,
PAYLAŞIMLI ARAÇLAR... BUNLARIN HEPSİ AYNİ
ANDA OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜ KÖKTEN DEĞİŞTİRİCİ
ETMENLER."**

• Gökhan Tunçdöken

ULUSLARARASI REKABET STRATEJİLERİ OTOMOTİV SEKTÖRÜ ORTAK AKIL TOPLANTILARI

ALİ KİBAR

Kibar Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı



KİMDİR?

1958 yılında Kayseri'de doğdu. Marmara Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi'nden mezun oldu. DEİK Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Üyesi, DEİK Türkiye - Kore İş Konseyi Başkanı, DEİK Türkiye-İsviçre İş Konseyi Yürütme Kurulu Üyesi, DEİK Türkiye - ABD İş Konseyi Yürütme Kurulu Üyesi, Türkiye Alüminyum Sanayicileri Derneği (TALSAD) Yönetim Kurulu Başkanlığı görevlerine devam ediyor. 1982 yılından itibaren Kibar Grubu'nun her kademesinde görev alan Ali Kibar, Kibar Holding Yönetim Kurulu Başkanı olarak görevini sürdürüyor.

FUAT BURTAN ARKAN

Arfesan Arkan Fren Elemanları San. Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı



KİMDİR?

1977 yılında İstanbul'da doğdu. 1996 yılında İstanbul Özel Saint Joseph Fransız Lisesi'nden mezun olduktan sonra öğrenimine Laval Üniversitesi'nde devam etti. Aldığı ekonomi eğitimi sonrasında, Arfesan Arkan Fren Elemanları Firması'nda çeşitli kademelerde görev alan Fuat Burtan Arkan, bu firmada Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı sürdürüyor. Arkanlar Gayrimenkul Yatırım şirketlerinde Yönetim Kurulu Üyesi olan Fuat Burtan Arkan, STK çalışmalarına ise TAYSAD'da başladı.



"ARTIK OTOMOBİLLERİN DÖNÜŞTÜĞÜNÜ GÖRÜYORUZ. BİZ ELEKTRİKLİ ARAÇLARA DOĞRU GİDİYORUZ AMA ARTIK ELEKTRİKLİ ARAÇLAR DA GERİDE KALDI. OTONOM ARAÇLAR, HİDROJEN VE FARKLI TEKNOLOJİLERLE YENİ MODELLER GELİŞTİRİLİYOR."

• Ali Kibar

birçok firma ticarete de dökmüş durumda. Ama bu konuyu özümseyip, sektör ve ülke bazında bir öncelik listesi yapmış değiliz. Yine mobilite hayatımızın artık değişmez bir parçası haline geldi. Ama biz hala faizler, kurlar ve talep düşüşü gibi şeylerle uğraşıyoruz. Tabii buna yönelik sektörün ne bir kaynak ayırmaya (teknik uygulamalar hariç) gücü var ne de bu konuda devletle entegre bir yol haritası. Yerli araçla yola çıkılıyor ama orada kullanılan katma değerli tüm ürünler yurt dışındaki firmalar üzerinden sağlanıyor. Çünkü; firmalar üretimden doğan herhangi hataya düşmek istemiyor.

Sektörün Ar-Ge teşviklerindeki düzenlemeden tutun birçok kritik noktada uzun dönemli bir yol haritasına ihtiyacı var. Artık lojistik, kalite ve üretim teknolojilerini geçtik, ülke bunların sınavını çoktan verdik. Sektörün iklimi, birçok sektörde olmayan uzun dönemli planlamaya müsait bir sektör. Yani bir aracı düşünün, piyasaya çıkmadan iki buçuk yıl önce bu aracın projesi başlıyor. Bizler iki buçuk yıl önce o projeye dahil oluyoruz. Yaklaşık altı yıl seri üretim sürüyor. Yani bir işin başı ve sonu arasında yaklaşık dokuz yıl var. O dokuz yıl boyunca ne yarattığınız önemli. Dolayısıyla bu kadar uzun soluklu bir sektörde yeni nesil araçlarla ilgili çok daha uzun vadeli yol haritalarının çıkması lazım. Biz şimdi bunu yapmak yerine; içten yanmalı motorlar ve en düşük segmentlerle araç üretme peşindeyiz. Hal böyle olunca yeni teknoloji, yeni uygulama da ülkeye gelmiyor. Mesela ana sanayi teşviklerinde devlet politikası olarak bu konuyu biraz öne çıkarmak lazım. Global markalara; "Gel burada D segment yap, ben sana şu avantajı sağlayayım" demeliyiz. Çünkü bu tip üst segmentler geldiği zaman, bizler de tedarik zincirinin bir parçası olarak geliyoruz. Gelişiyoruz derken, yeni uygulamalar, yeni trendler de tedarikçiye kazandırıyor. Bu nedenle; OSD (Otomotiv Sanayii Derneği) ve TAYSAD (Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği) gibi sektör derneklerinin ilgili bakanlıklarla bu markaların hem yeni nesil araç hem de üst segmentli araçlar üretmeleri konusunda ısrarcı olması ve bu konuda iklim hazırlaması gerektiğini düşünüyorum. Diğer taraftan Ar-Ge teşvikinin çıkması, Türkiye'de bir Ar-Ge ikliminin oluşması son derece değerliydi.

Ama şimdi bunun artık sektör bazında revize edilmesinin zamanı geldi. Mesela; Ar-Ge merkezlerinin yıllık denetimi aynı soru üstünden yapılıyor. Ana sanayi, malzeme üreticisi ve lojistik olmak üzere bütün tedarik zincirini destekleyen Ar-Ge projelerini öne çıkarmamız lazım. Bu adım dolaylı bir şekilde çalışmalarımızı hızlandıracaktır. Sektörde birçok sorun var ama öncelikli sorunların bunlar olduğunu düşünüyorum.

ŞAHİN SAYLIK: Ali Rıza Bey'in söylediklerinden yola çıkarak aslında endüstrimizdeki darboğazın; dinamik olma zorunluluğumuz ve uzun vadeli realistik/bağımsız plan yapamamak olduğunu söyleyebilirim. Çünkü bu toplantıyı biz Japonya veya Kore'de yapıyor olsaydık, çok farklı konular konuşuyor olurduk. Mesela uluslararası rekabetçiliğimizi artırmak için "aracın donanımını, konforunu, dijitalliğini, güvenliğini daha nasıl artırabiliriz, motor verimliliğini, Co2 emisyonunu nasıl azaltabiliriz"i konuşabilirdik. Veya Norveç'te olsak önümüzdeki 20 yılda tüm araçların elektrikliye dönme aksiyonunu konuşup, altyapı üzerine planlar yapabilirdik. Fakat bizim gerçeklerimiz farklı; ekonomideki çalkalanmalar, kur dalgalanmaları, jeopolitik olarak bölgede yaşananlar sanayimizi kırılgan yapıyor. Diğer taraftan ana sanayimiz bağımsız değil. Çoğu, yabancı yatırımcıdan ya da ortaklıktan oluşuyor. Bu durumda serbest karar alamıyorsunuz. Kararlar karşı tarafın da çıkarları doğrultusunda olması gerekiyor. Bu da sanayimizi kırılgan hale getirirken uzun vadeli planlar yapmamızı da zorlaştırıyor.

Bizim şirketimiz motor soğutma sistemleri konusunda dünyada sayılı firmalardan, fakat ülkemizin gerçeğine bağlı olarak yüzde 75 ihracata çalışıyoruz. Pazar payımız iç pazarda dar çünkü motor üretimi sınırlı. Biraz evvel bahsettiğimiz gibi yabancı ortaklıklar veya ortak stratejilerden kaynaklı olarak motorlar, aktarma organları elektronik aksamalar gibi pahalı girdiler bunların hepsi ithal ediliyor. Yani bizim ana sanayimiz ithalata, hem de katma değeri yüksek olan ürünlerde ithalata bağımlı. Bu sanayimiz için ciddi bir durum.

Bahsi geçen kur dalgalanmasının negatif etkileri üzerine ben de bir örnek



vermek istiyorum; geçtiğimiz Haziran'dan bu yana kurlar aynı seviyede seyrediyor. Öncesindeki beklenmedik kur artışı ve çalkalanma tüm ana girdilerimizi etkiledi. İhracat ağırlıklı olarak iş yapan kendi firmamız adına konuşacağım; geçtiğimiz seneye nazaran bu yıl kâr kaybı yaşıyoruz. Çünkü bütün girdilerimizde maliyetlerimiz artmasına karşın geçen Haziran'dan bu yana ihracat satışımızdan elde edilen gelir aynı. Bu durum kârlarımızı eritiyor.

Bu konuyu bu şekilde bağlayıp Endüstri 4.0 konusuna geçmek istiyorum. Bu konu ile ilgili bir kavram kargaşası olduğunu gözlemliyorum. Bir fabrikanın tek başına bağımsız 4.0 olmasından söz edemeyiz. Endüstri 4.0 zincirleme bir reaksiyondur. Bir öncesinin ve bir sonrasının da bu alt yapıya hizmet ediyor olması gerekir. Eğer bir firma tek başına Endüstri 4.0'a sahip olduğunu söylerse, bu bir yerde yüzde 100 otomasyon anlamına veya altyapı olarak

●
Şahin Saylık:
"Endüstri 4.0 ile ilgili bir kavram kargaşası söz konusu. Endüstri 4.0 zincirleme bir reaksiyondur. Bir öncesinin ve bir sonrasının da bu alt yapıya hizmet ediyor olması gerekir. Eğer bir firma tek başına Endüstri 4.0'a sahip olduğunu söylerse, bu bir yerde yüzde 100 otomasyon anlamına veya altyapı olarak hazır olduğu anlamına gelebiliyor. Ana sanayi, yan sanayi, müşterinin ve hatta son tüketiciye kadar ilerleyen zincirleme operasyonda bütün paydaşların alt yapısının Endüstri 4.0'a göre olması lazım."



● Ali Kibar:
"Global pazarlara baktığımızda, Türkiye'de üretilen ürünü örneğin üçüncü dünya ülkeleri pazarlarında satmanız maliyet yüksek olduğundan dolayı mümkün olmuyor. Çünkü oralarda hala Euro-3, Euro-4, Euro-5 standartları uygulamaları söz konusu."

hazır olduğu anlamına gelebiliyor. Gerçek anlamda baktığınızda Endüstri 4.0 böyle bir şey değil. Ana sanayi, yan sanayi, müşteriniz ve hatta son tüketiciye kadar ilerleyen zincirleme operasyonda bütün paydaşların alt yapısının Endüstri 4.0'a göre olması, arka planda tüm bulutların birlikte çalışıyor olması lazım.

ÖMER İLTAN BİLGİN: Asıl söylemek istediğim birçok şeye aslında Ali Rıza Bey başladı. Bugün Türk otomotiv sanayi ve yan sanayi en çok Ar-Ge yapan sektör konumunda. Kötümser bir tablo çizmek istemiyorum ama yapılan bu Ar-Ge çalışmalarının ne kadarı yarın bir gün geçerli olacak, bunu bilmiyoruz. Şunu söylemek istiyorum; TAYSAD ve OSD sektörde neler var, neler eksik diye bir çalışma başlatmıştı. Bence bizim yan sanayi olarak buralara yönelmemiz gerekiyor. Yoksa boşuna vakit kaybı yaşamış oluyoruz. Bunun dışında değinmek istediğim bir konu daha var.

Burada demir yollarından bir temsilci de görmek isterdim. Çünkü, Türkiye'nin demir yolu politikası bizim her işimizi aksatıyor. Yüzde 75 oranında Avrupa ile çalışıyoruz. Ne gelen parça ne giden parçada hiç birinde demir yolu üzerinden akış sağlayamıyoruz. Burada Turkish Cargo'yu tabii ki tebrik etmek gerekiyor. İki basamak öne geçti ama ortada bir basamak var, onu da kim yapacak merakla bekliyoruz.

ALİ KİBAR: İlk başta Turkish Cargo'nun otomotiv sanayi ve yan sanayi ile irtibatını tam olarak çözemedim. Çünkü biz bugüne kadar bitmiş bir aracı hiç uçak ile göndermedik. Yan sanayi olarak da daha çok geleneksel taşıma yöntemleri ön planda. Ama acil ihtiyacın doğması durumunda Turkish Cargo'nun da aralarında bulunduğu şirketler üzerinden hava yolu taşımacılığına ihtiyaç duyuluyor. Belki Turkish Cargo olarak ülkenin ihracatçılarının uygun olabilecek mal gruplarını koordine ederek yurt dışı pazarlara iletişimi anlamında yapılan çalışmalara biraz daha ağırlık verilirse, ülkenin söz konusu sektördeki rekabetçi olabilecek ürünleri yurt dışına ulaştırılmış olur. Az önce Ömer Bey'in de ifade ettiği, Türkiye'deki demir yolu konusuna kısaca değinmek istiyorum. Bizim 26 tane farklı lojistik depolama alt yapımız var. Fakat alt yapının olduğu bazı yerlerde kara yolu ulaşımı yok. Yani bırakın demir yolunu, kara yolu taşımacılığı için yol yok. Lojistik sektöründe şu anda demir yolu ile birlikte kara yolunda da ciddi eksiklikler söz konusu.

Otomotiv sektörüne ana sanayi olarak baktığımızda Türkiye'deki mevcut yapı, yabancı ortaklıklar üzerine kurulu. Ana sanayi yabancı ortaklıklar üzerine kurulu olduğu için onların plan, politika ve stratejilerine uyum sağlamak durumunda kalıyor. Türkiye'deki gerek Ar-Ge, gerek faaliyetler ve de hızlı dönüşüm sürecinde biz esasen oldukça geri kalıyoruz. Bu dönüşüme çok da hızlı bir şekilde ayak uydurmamız gerekiyor. Eğer ayak uyduramazsak 10-15 yıl sonra aradaki mesafe o kadar fazla açılacak ki, üretilen sistemin belki pazarı dahi olmayacak. Bu anlamda dünyadaki hızlı dönüşüme adapte olarak ilerlememiz gerekiyor. Otomotiv sektörü özeline geldiğimizde, artık otomobillerin dönüştüğünü

görüyoruz. Biz elektrikli araçlara doğru gidiyoruz ama artık elektrikli araçlar da geride kaldı. Otonom araçlar, hidrojen ve farklı teknolojilerle yeni modeller geliştiriliyor. Türkiye'de elektrikli otomobil üretilecek ama elektrik üretim batarya alt yapısı yok. Sistemin şarj edileceği istasyonlar yok. Biz eğer belli bir noktaya odaklanıyorsak, bu nokta ile ilgili alt yapı, hedef, strateji ve doğru doldurmalarla altını beslememiz lazım ki en sağlıklı neticeyi alabilelim. Dolayısıyla bunun bir sistemsel bütünsellik içerisinde ele alınması gerekiyor.

EMRE ALKİN: ABD Ticaret Bakanı Wilbur Ross, Türkiye'den ayrılmadan önce bir bombanın fünyesini çekerek, Türkiye'deki firmaların ciddi bir otomasyon probleminin olduğunu söyleyerek gitti. Sayın Kibar, özellikle sizin sektörde otomasyon sorunu var mı?

ALİ KİBAR: Şöyle söyleyeyim; esasında ABD'nin teknolojisi bizden 15-20 yıl geri. Ama orada ciddi bir pazar var. Dolayısıyla ABD'de bugün o üretimi, daha yalın üretim sistematiği ile ürettiğiniz zaman geniş pazara satabiliyorsunuz. Türkiye'nin bugün en büyük sorunu; kapasitenin iç pazarda derinliği olmayan bir şekilde kullanılamamasından kaynaklanıyor. Sanayileşme aşamasındaki bütün ülkelere bakın; önce iç pazarları ile büyümüş ve gelişmişlerdir. İşte bizim ana sorunumuz bu. İçerideki hacmi büyütmemiz gerekiyor. Biz maalesef vergisel uygulamalar veya farklı tereddütlerle, iç piyasada pazar derin olmadığı için perakende bir şekilde, hammadde tedarikinde dışarıya bağlı bir şekilde ilerlemeye çalışıyoruz. Biliyor musunuz ki, Türkiye'de otomobil koltuğu üretilir ama kızak mekanizması hala ithal gelir. Türkiye bir otomobil koltuğunun kızak mekanizmasını yapamamıştır. Çünkü bir kızak tesisi yapmak için 400-450 bin kapasitede yıllık tüketim icap eder. Biz katma değeri yüksek diyorsak aynı zamanda da bir takım tüketim alışkanlığı olan yerlerde birleştirmeye özendirici bir strateji ile bunun tamamlaması lazım.

OSMAN TUNÇ DOĞAN: Ben de ABD ile ilgili bir konuya değineceğim. Biliyorsunuz ki, son uygulamalardan sonra bazı ürünler GTS (Genelleştirilmiş

ÖMER İLTAN BİLGİN

*Pimsa Adler Otomotiv A.Ş.
Yönetim Kurulu Üyesi*



KİMDİR?

1943 yılında İstanbul'da doğdu. Orta öğrenimini İstanbul Robert Koleji'nde tamamlayan Ömer İltan Bilgin, yükseköğrenimini ise bugün Boğaziçi Üniversitesi olan Robert Koleji Yüksek Okulu'nda yaptı. Yalova Aksa Akrilik Kimya şirketinin kuruluşunda çalıştı. 1975 yılında Pimsa Poliüretan şirketini kurdu. Dudullu Organize Sanayi Bölgesi'nin kuruluşunda yer aldı. TAYSAD'ın Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yapan Bilgin, halen derneğin Danışma Kurulu Üyesi. Kocaeli Sanayi Odası Motorlu Taşıt Araçları ve Yan Sanayi Komitesi'nin Başkanlığı'nı da yapıyor.

ALİ RIZA AKTAY

*Farplas Otomotiv A.Ş. Genel
Müdürü*



KİMDİR?

1963 yılında Mersin'de doğdu. 1985 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünde lisans, 1988 yılında aynı üniversitenin İşletme Yönetimi bölümünde yüksek lisans eğitimi tamamladı. İş hayatına 1986 yılında Farplas'ta başladı. 2003 yılına kadar sırasıyla; Planlama Mühendisi, Operasyon Müdürü ve Genel Müdür Yardımcısı olarak çalıştı. 30 yılı aşkın süredir Farplas Otomotiv A.Ş.'de görev yapan Ali Rıza Aktay, 2003 yılından bu yana Genel Müdürlük görevini sürdürüyor.



**"BİZİM GELİŞTİRDİĞİMİZ HER ÜRÜNÜ İÇERİDE
DENİYOR OLMAMIZ LAZIM. İÇ PİYASA BİZİM İÇİN
AYNI ZAMANDA TEST SAHASI. AMA ELEKTRİKLİ
ARAÇLARDA BU SEFER ÖYLE OLMAYACAK, BÜYÜK
İHTİMALLE TERSTEN BAŞLAYACAĞIZ."**

GÜRAY KARACAR*Tofaş Dış İlişkiler Direktörü /
OSD Yönetim Kurulu Üyesi***KİMDİR?**

Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nden 1998 yılında mezun olan Güray Karacar; turizm, medya, iletişim sektörlerindeki deneyimlerinin ardından 2003 yılında Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği Genel Sekreteri olarak görev aldı. Aynı dönemde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı Ulusal Program Koordinatörü, Center for International Private Enterprise Yürütme Kurulu Üyeliği görevlerinde bulundu. Karacar, 2016 yılının Haziran ayından bu yana Tofaş Dış İlişkiler Direktörü olarak görev yapıyor.

OSMAN TUNÇ DOĞAN*Hema Endüstri Genel Müdürü***KİMDİR?**

1970 yılında Anamur'da doğdu. 1991 yılında Erciyes Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünden mezun oldu. 1993 yılında Hema Endüstri'de Üretim Mühendisi olarak iş hayatına başladı. "Yalın Üretim Liderliği", "6 Sigma Kara Kuşak Proje Liderliği" konularında çalışmalar gerçekleştirdi. Hema Endüstri'de Fabrika Müdürlüğü ve Genel Müdür Yardımcılığı görevlerinde bulunan Osman Tunç Doğan, 2009 yılından beri bu firmada Genel Müdür olarak çalışmalarına devam ediyor.



"2017 YILINDA DÜNYANIN FARKLI YERLERİNDE ON BİNLERCE KİŞİYE SORULAN "NEYİM OLMAZSA BENİ BOZAR?" SORUSUNA 18-34 YAŞ ARASI GENÇLER; "CEP TELEFONUM OLMAZSA BENİ BOZAR" DİYEREK YÜZDE 39'LUK BİR DİLİMİ OLUŞTURMUŞ. BİZİM YAŞIMIZDAKİLER İSE; "ARABAM OLMAZSA BENİ BOZAR" DİYEREK YÜZDE 49 ORANINA KAVUŞMUŞ."

• Emre Alkin

Tercihler Sistemi) kapsamından çıkarıldı. Bu ürünlerde yüzde 2-2.5'ten tutun da yüzde 40'lara kadar çıkan ekstra vergiler ortaya çıktı. Otomotiv alanında ihracatımızın yoğun olduğu bir bölgeden söz ediyoruz. Söz konusu rekabet ortamında yüzde 2'lerin bile bizler için ne kadar önemli olduğunu hepimiz biliyoruz. Bu noktada kuruluşlarımıza da önemli görevler düşüyor. Bu konularla ilgili konuşuluyor fakat üzerine daha fazla gidilerek otomotiv sektörünün ana sanayi ve yan sanayi bazında daha rekabetçi olması için uğraş vermemiz gerekiyor. Bir diğer bahsedeceğim konu; son bir yıldır Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik koşullarla ilgili olacak. Ben 1994, 2001 ve 2008 krizlerini gördüm. Ama en son krizin bu kadar uzun sürmesi birçok sektörde olduğu gibi otomotiv gruplarında da bir belirsizlik yarattı. Bu ortam yatırımcılarımızı ve müşterilerimizi de tedirgin ediyor. İngiltere, ABD, Avrupa grubundaki müşterilerimiz belirli periyodlarla artık finansal raporlar istiyor. Bu noktada müşteri ve yatırımcılarımızın nezdinde güvenimizi artırmak için gereken adımların atılması gerekiyor. Çünkü ülkemizin güvenilirliğini artırmanın, yan sanayimizin garantörü olarak bizim daha rekabetçi olmamızı sağlayacağına inanıyorum. Endüstri 4.0 uygulayan firmaların en fazla ciddiye alması gereken konu içeriden ya da dışarıdan siber atak. Endüstri 4.0 denilince bir şirketin bunu sadece uygulaması değil, bunu bütün kuruluşları ile entegre etmesi önemli. Umarım otomotivde 2011, 2017'leri gördüğümüz gibi daha güzel günleri görür, yatırımlarımıza devam ederiz. Biz son üç yılda 75 milyon euro'luk yatırım yaptık. Ve bu yatırım sadece otomasyon kapsamında oldu.

GÜRAY KARACAR: Otomotiv sektörü olarak ciddi bir sorumluluğumuz var. Bu ülkenin toplam ihracatının neredeyse beşte birini gerçekleştiren bir sektörden bahsediyoruz. Diğer taraftan da yurt içi pazarda -ki en önemli faktör olduğunu düşünüyorum- çok ciddi vergi yaratıyoruz. Ağustos ayı itibarıyla devletimizin toplamı beklenen otomotiv sektörüne dair ÖTV miktarı 23 milyar lira iken bugün gerçekleşen rakamın 6 milyar lira olduğunu görüyoruz. Evet içinde bulunduğumuz ekonomik koşullar

da ortada ama bu rakamlar bize, iç piyasaya daha fazla otomobil satılması ve bu şekilde devletin vergi kazancı elde etmesi gerektiğini gösteriyor. Cari açık konusunda baktığınızda sanırım en dengeli seyreden sektörün otomobil olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda ihracatımıza biraz daha destek olunsun ki, ülke ekonomisine de daha çok kazanç sağlayabilelim.

Gökhan Bey'in belirttiği gibi Frankfurt Otomobil Fuarı'nda herkes standına elektrikli otomobil koydu. Tabii ki bizim de projelerimiz var ama ortada bir de alım gücü gerçeği var. Son günlerde gazetede gördüğüm bir başlık ilginçti; "Hayaller otonom, gerçekler sekiz yaş". Yani tüketici yeni araç alamadığı gibi ikinci elde sekiz yaşa yönelmiş durumda. Dolayısıyla sizin de gelirinizin, merak ettiğiniz otonom araçları almaya imkan vermesi gerekiyor. Dolayısıyla ekonomik bir gerçeklik içerisinde yaşıyoruz. Ben Türkiye'deki dönüşümün çok hızlı olacağını maalesef ön göremiyorum. Çünkü bu ciddi bir maliyet getiriyor. Ticari alandaki kullanımda daha hızlı bir geçiş söz konusu olabilir. Bu tabii ki bir öngörü.

Çok ağır vergi yükü altında olan otomotiv sektörünün üst segment araç üretme şansı maalesef yok. Hal böyle olunca siz de alt segment araçlar üretiyorsunuz. Örnek olarak ABD ihracatı açısından konuyu ele aldığınızda, bu segment araçların söz konusu pazarda maalesef tüketiciye yönelik bir cazibesi yok. Belki ihracata yönelik özel projelerde hükümet özel destekler sağlayabilir, bu şekilde farklı pazarlardaki tüketicilerin beğenilerine hitap eden ürünleri de ihraç ettiğimiz ürünler arasına ekleyebiliriz.

Diğer taraftan STA'lar konusunda ciddi beklentilerimiz söz konusu. Önemli çalışmalar yürütülüyor fakat sonuçlarını görmeye ihtiyacımız var. Yeni pazarlar bulup, ihracatı artırmamız lazım. Gümrük Birliği'ndeki mevcut durum bizim Avrupa Birliği'nin imzaladığı anlaşmaları takip etmemizi gerektiriyor. Fakat ikili anlaşmalar yapmak için görüştüğümüz ülkeler maalesef özel ticaret anlaşmalarından kaçındığında bizim için bir dezavantaj da doğabiliyor. Sektör temsilcileriyle birlikte bu konuya eğilerek, nelere dikkat edilmesi, nelere ihtiyacımız olduğu ile ilgili biraz daha beraber çalışılması gerektiğine inanıyorum.



EMRE ALKİN: 58 bin TL çıplak fiyatı olan bir aracı almaya kalktığınızda 42 bin TL vergi ödüyorsunuz. Velew ki ben bunu gidip bir banka ile anlaşıp, 48 ay olmak kaydı ile "hepsini vadeli bir şekilde ödeyeceğim" dediğinizde, arabanın fiyatı 150 bin TL'ye geliyordu. (Son faiz indirimi hariç) Faiz indirimi ile birlikte fiyatlar biraz daha aşağı çekilmiş olabilir (140 bin TL civarı) Bunu yabancılara anlattığınızda fıkra malzemesi oluyor.

ÖZGÜR ÖZDOĞRU: Emre Bey moderatörlüğünüz için öncelikle size ardından ev sahiplerimiz Turkish Cargo ve SEDEFED ile Turkishtime ekibine teşekkür ediyorum. Aulativ yüzde 100 yabancı sermayeli bir şirket. Dolayısıyla ana tedarik sanayinde olan yabancı bakış açısı ile birkaç nokta belirtmek isterim. Az önce Osman Bey'in bahsettiği siber atak ile ilgili konuşmak isterim. Geçen

●
Güray Karacar:
"Elde ettiğiniz gelirin, merak ettiğiniz otonom araçları almaya imkan vermesi gerekiyor. Dolayısıyla ekonomik bir gerçeklik içerisinde yaşıyoruz. Ben Türkiye'deki dönüşümün çok hızlı olacağını maalesef ön göremiyorum. Çünkü bu ciddi bir maliyet yükünü de beraberinde getiriyor."



● Fuat Burtan Arkan:
"Yüzde 70 ithalat yaparak pazara mal sağlayan ile yüzde 30 ithalat yaparak pazara mal sağlayanlar günün sonunda yine aynı Kurumlar Vergisi'ni ödüyor. Teşvik mekanizmasının bu anlamda regüle edilmesi gerekiyor."

hafta da haberlere düşen bir örnek oldu. Toyota'nın globaldeki büyük bir alt kuruluşu (dünyanın çeşitli yerlerinden malzemelerini toplayan bir iştiraki) 37 milyon dolarını tek seferde bir sahte e-maile kaybetti. Buradan da anladığımız üzere dijitalleşme ciddi riskler ve tehditler de taşıyor. Ali Bey'in az önce bahsettiği otomasyonla ilgili de dünyada 27 ülkede operasyonları olan bir şirket olarak şöyle söyleyebilirim; Biz güvenlik sistemleri üretiyoruz yani; hava yastığı, emniyet kemeri, direksiyon üretiyoruz. 2 bin 900 tane çalışanımız var. Aslında el emeği ile de ürettiğimiz ürünler var. Dünyanın 27 farklı ülkesindeki üretimlerinden daha uzun zamanda üretim yapmıyor, hatta birçok üründe daha kısa zamanda üretiyoruz. Yani otomasyon dediğimiz kısım bu anlamda kafamızda bir mit olarak durmamalı. İlgili ürüne özel spesifik çalışmalar var bunu kendi avantajımıza kullanmalıyız. O yüzden en azından kendi içinde bulunduğumuz tedarik sanayinde, otomasyondan ziyade bir dönüşüm hızı

problemimiz olduğunu düşünüyorum. 10 yıl sonra şu anda kullandığımız araçların içinde yolcuların hangi formatta oturacağı ile ilgili çok net bilgi sahibi değiliz ama şunu biliyoruz ki, bugünkü formatta olmayacak. Araçlarda çok ciddi dönüşümler söz konusu olacak. Yani aracın aksesuarı, içerisindeki parçalar, görünen görünmez kalemelerde çok ciddi bir dönüşüm olacak. O zaman da bu tedarik sanayinin biraz daha cesur olması gerektiğini düşünüyorum. Bulduğum şirket, bu anlamda geçtiğimiz yıl bir karar aldı. Aktif güvenlik sistemleri dediği elektronik sistemler ile ilgili bölümünü, farklı bir şirket olarak tamamen kendinden ayırdı. Şirket; "Pasif güvenlik sistemleri, stratejik olarak, hatta yönetim ekibi olarak aktif güvenlik sistemleri ile aynı ekiple götürülemez. İkisi de birbirinden tamamen ayrı bir dünya. Bunlardan biri daha yakın dönem hedeflere odaklanmışken bir tanesi 10-15 yıl sonraya yatırım yapıyor" diyerek böyle bir ayrıma gitti.

ALİ AVCI: Ben de bir lojistikçi olarak demir yolu lojistik destek konusuna kısa bir katkı sunmak isterim. Hem liman işletmecisiyim hem de lojistik sektöründe faaliyet gösteriyorum. Tabii ki otomotiv sektörünün en önemli konularından bir tanesi lojistik destek ve lojistik destek maliyetlerinin düşürülmesi konusu. Bugün Çin, "Bir Kuşak Bir Yol Projesi" ile koridor üzerindeki tüm aktarma merkezlerini limanları ve taşıma modlarını satın alarak Avrupa-Çin arasındaki tüm maliyetleri düşürecek tedbirleri alıyor. Biliyorsunuz bizim Avrupa ile demir yolu bağlantımızı sürekli açık tutma mecburiyetimiz var. Bu, Marmaray projesi ile kesintiye uğradı. Bu kesinti ile Tekirdağ-Derince arasında feribotla taşıma söz konusu. Tekirdağ Limanı'nda yapılan rampa da zaman zaman çalışmıyor. Bandırma'dan Tekirdağ'a direk bir hat oluşturuldu. Bu hat maalesef hala devreye alınamadı. Buraya aslında çok basit bir rampa yapılacaktır.

Deniz yolu, dünyanın son dönemde en güncel taşımacılık yöntemi. Artık tüm mallar konteyner ile aktarılıyor ve konteyner ile otomobil de taşıyabiliyorsunuz. Konu kara yoluna geldiğinde, kara yolu ile artık 6-7 tane

portatif araç taşınması yapılabilir. Yakıt maliyetleri arttıkça kara yolunun maliyetleri de artıyor. Deniz yolu olarak baktığınızda limana yakın olan bir fabrikanın maliyeti ile biraz daha içerde olan bir fabrikanın maliyeti arasında çok fark oluyor. Gaziantep'teki üretici ile Mersin'deki üreticinin maliyet farkı 30 dolardır. Bu çok önemli bir rekabet farkı. Aynı şey İzmit bölgesindeki yapılanma ile Ankara'daki yapılanma için de söylenebilir. Türkiye'de özellikle lojistik merkezlerimizi demir yolu bağlantıları ile güçlendirerek, rekabet kabiliyetimizi artırabiliriz.

FUAT BURTAN ARKAN: Firma olarak yıllık 1 buçuk milyon havalı fren körüğü üretirken yüzde 95'in üstüne varan bir ihracat pazarımız var. Küresel pazarda da yeni üretilen araçlarda after market hariç yüzde 6 ile 7 arasında bir pazar payımız söz konusu. Ağırlıklı ihracat destinasyonumuz; Almanya başta olmak üzere Avrupa, onun arkasından Çin ve ABD geliyor. Şu an Sanayi Bakanlığı'nın elinde doğru sınıflandırılmış tedarikçilere ait envanterin olduğu bir liste yok ve bunun üstünden yetkinlik ölçümünün yapılması, yetenek ve yetkinliğe dayalı hedeflerin belirlenmesi gerekiyor. Otomotiv tedarikçileri nerelerde yetkin, nerelerde yoğunlaşması gerekiyor, kümelenme nerelerde olacak bununla ilgili bir çalışma yok. Bunu bilmediğinizde kapasitenizi ölçemiyorsunuz. Kapasitenizi ölçemediğinizde fiyat rekabetine zaten maruz kalıyorsunuz. İç pazarınız yok. İç pazarınız olmayınca yabancılar bu fiyat rekabetini ülkedeki siyasi dengesizlikleri de kullanarak kur baskısı rüzgarını da arkasına alarak kullanıyor. Diğer taraftan önümüzde metal işçilerini bekleyen toplu sözleşme konusu var. Talepler yüzde 30'larda. Bunlar çok ciddi riskler. Sektörü dönüştürmek gerekiyor. Nasıl dönüştüreceğiz? Mobiliteden Gökhan Bey bahsetti, Ali Bey 'batarya' dedi. Batarya önemli, uygunluk gelişimi olmamış bir ürün. Bu yüzden burada fırsat yakalama şansımız var. Sektördeki diğer ülkelere göre eşit şartlarda yarışabiliyoruz. 'Gücümüz nerede?' diye sorarsak, gücümüz mevcut bütünüyle kapasitemizde. Batarya tekil değil, batarya arkasından hafif alışımlı malzemeleri, teknolojileri getiriyor. Bu adımların

ÖZGÜR ÖZDOĞRU

*Autoliv Cankor Otomotiv
Emniyet Sistemleri San. ve Tic.
A.Ş. Genel Müdürü*



KİMDİR?

1975 yılında Sinop'ta doğdu. Boğaziçi Üniversitesi İnşaat Mühendisliği bölümünü 1999 yılında tamamladı. İş hayatına Kibar Holding'de başlayan Özgür Özdoğru, aynı dönemde Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigorta bölümünde yüksek lisans yaptı. Beş yıl çalıştığı Kent Gıda'da Maliyet Müdürlüğü görevinden sonra Mondri Tire Kutsan'a CFO olarak geçiş yaptı. 2015 yılında Ülke Mali İşler Müdürü olarak katıldığı Autoliv Cankor'da 2016 yılından bu yana Genel Müdürlük yapan Özgür Özdoğru, evli ve bir çocuk babası.

ŞAHİN SAYLIK

*Kırpart Yönetim Kurulu Başkan
Yardımcısı ve Genel Müdürü*



KİMDİR?

1968 yılında doğdu. Lisans eğitimini Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık / Mühendislik bölümünde tamamladı. New Jersey City Üniversitesi'nde MBA yaptı ve tamamı uluslararası ticaret konuları olmak üzere değişik kademelerde yöneticilik görevinde bulundu. Miss Brenner Inc.'te dört yıl Yurtdışı Ticaretten Sorumlu Başkan Yardımcısı görevinde bulundu. Kıraça Şirketler topluluğunda değişik görevlerde çalışan Saylık, Kırpart A.Ş.'de Genel Müdür Yardımcılığı görevinde bulundu. Halen aynı şirkette Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Genel Müdür olarak çalışıyor. 2012'de Kırpart Şangay firmasını kuran Saylık, halen o şirketin de Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yürütüyor.



**"ELEKTRİKLİ ARAÇLARA FOKUSLANIRKEN DİĞER
TARAFtan DA KATMA DEĞERİ ARTIRARAK,
MEVCUTTA DEVAM EDEN İÇTEN YANMALI VE
HİBRİD ARAÇLARDA ÜLKE EKONOMİSİNE, SEKTÖR
İHRACATINA NASIL DAHA FAZLA KATMA DEĞER
SAĞLARIZ KONUSUNU DÜŞÜNMEMİZ GEREKİYOR."**

birbirini tamamlaması esas. Bu anlamda küresel pazarda bir fırsat eşitliği var ve bu bizi kalkınarak dönüştürebilir. Sadece fiyat rekabeti ile orta gelir tuzağından da kurtulamayız bunun için kalkınarak gelirimizin artması gerekiyor. Eğitim sistemimiz ortada, kalkınmaya odaklı değil. Bunun dışında, Ar-Ge konusu ile ilgili devlet niceliksel hedefleri çok seviyor. 1000 tane Ar-Ge merkezimiz var. Ar-Ge merkezlerine verilen teşvikler, işletme sermayesine dönüyor. Bunun önüne geçilmesi gerekiyor. Katma değer yaratan aynı seviyede ya da artan katma değerlere mutlaka teşvik paketlerinin değişmesi gerekiyor. Yüzde 70 ithalat yaparak pazara mal sağlayan ile yüzde 30 ithalat yaparak pazara mal sağlayanlar günün sonunda yine aynı Kurumlar Vergisi'ni ödüyor. Teşvik mekanizmasının bu anlamda regüle edilmesi gerekiyor. Tuğrul Bey STA'lardan söz ederken orada dikkatimi çeken bir nokta oldu. Rusya bu konuda çok ciddi adımlar attı. Putin geçen sene iç pazarı korumaya yönelik tedbirler aldı. "Made in Russia" olma şartı getiriyor. Ve bu arkası dolu dolu geliyor. Serbest ticaret için mücadele ederken ülkeler kendini de korumaya çalışıyor. Bunu sektörde ve devlet nezdinde analiz eden pek yok.

EMRE ALKİN: Ekonomi Bakanlığı döneminde başlamış; ağır ithalat vergileri koyarak markaları Türkiye'de üretime yönlendirmeye çalışan bir uygulama var. Ben de diyorum ki, eğer Türkiye iç pazarı firmalara bir güven vermiyorsa, ithalat vergisi koyarak nasıl cesaret vereceksiniz? Onu merak ediyorum, bu hep kafamda bir soru işareti. Çünkü ithalat vergilerini artırarak ihracatı yukarı taşımak dünyada görülmüş bir şey değil.

YILMAZ SARIHAN: Lojistik konusuna kilitlenip kaldık. Aslında bizim burada paramızın gittiği alan çok yönlü takım tezgahları. Takım tezgahlarını ülke olarak ele almazsak yani bu alanda üretime geçmezsek ilerleyen günlerde çok zor durumlara düşeceğiz. 2 ya da 3 euro'ya parça malzeme üretiyorsunuz, ama bu parçayı üretecek makineye 300-500 bin euro veriyorsunuz. Bu anlamda son 20-25 yıldır Tayvan'ı, Japonya'yı ve Almanya'yı zengin ettik. Hiçbir zaman bu alanda makine üretmeyi düşünmedik. Aslında

çok pahalı makinelere gerek duyulmadan çok başarılı üretimler yapılabilir. Eğer bizler katma değerli ürünler üretmek istiyorsak her şeyden önce makine üretim kabiliyetimizi geliştirmeliyiz. Benim esas üzüntü duyduğum konu bu. Bizler makine üretimi konusunda çok geç kaldık ama bu hiç olmayacak anlamına gelmiyor. Eğer biz bu pazarda ilerleyen zamanlarda dimdik ayakta kalmak istiyorsak, bu ülkenin kendi makinesini kendisinin üretmesi gerekiyor.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Biz OSD olarak şimdiye kadar konuşulan konularda birçok kamu kurumu ve bakanlık ile görüşmeler yaptık ve yapmaya devam ediyoruz. Hatta bunların bazılarını TAYSAD ve OSD de katılıyor ve orada tabii ki somut çalışmalarımız ve önerilerimiz söz konusu. Bunlardan bir tanesi dijital dönüşüm. Biz bunu yıkıcı bir teknoloji olarak görüyoruz. Gelişmiş ekonomilerin rekabetçiliklerini sağlamak ve maliyetlerini düşürmek için canla başla çalıştıkları bir alan ve bizim mutlaka bir şeyler yapmamız gerekiyor. Bu noktada Mehmet Bey çok güzel belirtti; inanılmaz maliyetlerle karşılaşyoruz en başta işin danışmanlarından maliyet başlıyor. Bir de altı aşamalı planın daha üç ya da dördüncü basamağına gelmeden yüksek oranlarda maliyetler söz konusu oluyor. Şimdi bununla ilgili MES'in yaptığı güzel bir çalışma var. Onlar bu çalışmayı teknoloji merkezi olarak yaptı. Bir şekilde çeşitli firmalarla anlaşıp, Endüstri 4.0 tarafının uygulanması planları daha ucuza ve somut adımlarla gerçekleştiriliyor. Bu gibi çalışmaların Türkiye'de desteklenmesi gerekiyor, çünkü sektör adına iyi bir şey. Aksi takdirde ferdi şirket olarak maliyetlerin karşılanmasına imkan yok. Bu, dijital dönüşümün iç çalışmaları. Bir de bunun müşteri tarafı var. Müşteri tarafı daha da yıkıcı. Oradaki dijital dönüşümde artık araçlar her şeye bağlı. Yani olay sadece araçların elektrikli ya da hibrit olması değil. Müşteri tarafında da ciddi bir yatırım söz konusu ve buradaki maliyetler de son derece yüksek. Bu noktada somut çalışmalar yapıp, buna göre adımlar atmak gerekiyor. Araç elektroniği, sensörler, hatta size komik gelecek ama bizim araç içi eğlence sistemlerinin yerleşmesine acilen ihtiyacımız var. Bahsettiğimiz bu sistemler Türkiye'ye

bugün Çin'den geliyor. Olacak şey değil. İşte somut olarak bunların yapılması gerekiyor. Ar-Ge merkezi konusuna gelirsek, doğru Türkiye'de 1000'den fazla Ar-Ge merkezi oldu.

Otomotiv sektöründeki sayı ise 161'e ulaştı. 4 buçuk yıl önce Türkiye'deki toplam Ar-Ge merkezi sayısı 300'ler civarındaydı. Bugün bu merkezlerde yapılan projeler gerçekten son derece zayıf. Bunlar Ar-Ge'ye hizmet verecek projeler değil. Bu anlamda proje kalitelerinin artması gerekiyor. Bu noktada bizim somut önerimiz şu oldu; dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 kaçınılmaz ve bu bizi yıkacak bir teknoloji. Buradan hareketle muhakkak Ar-Ge teşviklerinin içine sokulması lazım. Yatırımlarla ilgili Ali Rıza Bey çok güzel bir şey söyledi; selektif yatırımlar ve teşvikler. Evet onu da önerdik. Şu anda ilk önce batarya paketleme tesislerine teşvik verilmesi lazım. Çünkü onu bile şu anda hazır alıyoruz. O paketleme tesisi yatırımı ve tabii ki yeni nesil araçların gelişimine destek verilmesi gerekiyor. Buradan nasıl görünüyor bilmiyorum ama, ana üreticilerin çoğu elektrikli araçlar, hibrit araçlar konusunda çalışıyor. Ama bu çalışmalarda da şunu unutmamamız gerekiyor; Türkiye'de talep yok. Türkiye'de hiçbir otobüsçü elektrikli otobüse bindiği için bilet fiyatını üç kat vermeyecek. Ama araç fiyatı üç misli. Yani elektrikli aracı üretmekten çok aracın finansmanını kimin sağlayacağı konusunda bir düşünmemiz lazım. Şu andaki finansman maliyetleri ile biz bu aracı üretsek de kimseye satamayız.

Bizim geliştirdiğimiz her ürünü içerde deniyor olmamız lazım. İç piyasa bizim için aynı zamanda test sahamız. Deneyimi ilk başta içeride kazanmamız gerekiyor. Ama bu sefer öyle olmayacak elektrikli araçlarda bu defa büyük ihtimalle tersten başlayacağız.

Lojistik konusu ile ilgili de otomotivciler olarak geniş çaplı bir araştırma yaptırıldı. Bu alanda somut adımların atılması gerekiyor. Demir yolu taşımacılığına dair alanların genişletilmesi gerekiyor, bu su götürmez bir gerçek. Yapılan araştırmalara göre; lojistikte ülkeler arasında ilk 20'deyiz, bu çok kötü bir sıralama. Geleceğini ihracata, ihracatla büyümeye adanmış bir ülke olarak bu sonuç gerçekten çok üzücü.



PELİN YENİGÜN: Burada araştırmalardan bahsedildi, ben de bu noktada katkılar sunmak isterim. Daha makro ekonomik değerlendirmelerde bulunmak istiyorum. Biz geçen sene dijital dönüşüm ile ilgili olarak üç farklı sektörde bir araştırma yaptık. Bu sektörlerden biri de otomotiv yan sanayiydi. Burada aslında dijital dönüşümün sektörlerdeki yerini belirlemeye çalıştık. Bunun biraz daha kolay anlaşılması için de Endüstri 4.0 gibi dört üzerinden puanlama yaptık. Otomotiv sektörü yan sanayi, bu üç sektör (tekstil, tarım) arasında en iyi sektör çıktı. Endüstri 4.0'ı en iyi konum olarak alırsanız; otomotiv 3.1, tekstil 2.3 ve tarım da 2'nin altında bir puan aldı. Araştırmada burada sizlerin de söylediği birçok şeyi destekleyecek dijital dönüşüm ile ilgili bir takım sorunlar olduğu ortaya çıktı. Evet dijital dönüşümün farklı aşamaları var. Sektör olarak en yetersiz görülen alan strateji ve akıllı üretim. İnsan ve organizasyon fonksiyonunda dijital dönüşüm sektörün greceli olarak

Yılmaz Sarıhan:
"Eğer bizler katma değerli ürünler üretmek istiyorsak her şeyden önce makine üretim kabiliyetimizi geliştirmeliyiz. Bizler makine üretimi konusunda çok geç kaldık ama bu hiç olmayacak anlamına gelmiyor. Eğer biz bu pazarda ilerleyen zamanlarda dımdık ayakta kalmak istiyorsak, bu ülkenin kendi makinesini kendisinin üretmesi gerekiyor."

ULUSLARARASI REKABET STRATEJİLERİ OTOMOTİV SEKTÖRÜ ORTAK AKIL TOPLANTILARI



●
Emre Alkin:
"58 bin TL çıplak fiyatı olan bir aracı almaya kalktığınızda 42 bin TL vergi ödüyorsunuz. Veleve ki bir banka ile anlaşılıp, 48 ay olmak kaydı ile hepsini vadeli bir şekilde ödemek istediğinizde, arabanın fiyatı 150 bin TL'ye geliyordu. (Son vergi indirimi hariç) Vergi indirimi ile birlikte fiyatlar biraz daha aşağı çekilmiş olabilir (140 bin TL civarı) Bunu yabancılarla anlattığınızda fıkra malzemesi oluyor."

daha iyi olduğu alan; fakat bunu uzun vadeli bir strateji işine döndürmede ya da akıllı üretim aşamasında üçün biraz daha altında kalıyor. Bu noktada özellikle stratejiyi biraz daha irdelemeye çalıştık. Stratejik yatırımlar konusunda sektör kendini yavaş yavaş daha iyi hissediyor. Fakat stratejiyi hayata geçirme konusunu, kendini bu alanda geliştirmesi gereken bir alan olarak görüyor. Yani stratejinin fayda ürettiği bir aşamaya geldiği düşünülüyor. Bu sonucun genel olarak burada konuşulanları desteklediğini düşünüyorum o yüzden sizlerle paylaşmak istedim. Biz bu araştırmayı yaparken teknolojinin farklı aşamalarında olan üç sektörü seçmek istemiştik. Otomotiv, burada tahmin ettiğimiz gibi en üst seviyede olan sektördü. Araştırmada

bilinen bir şey var, global tedarik zincirine bağlanmanın aslında dijitalleşme ve Endüstri 4.0'da çok çok önemli bir faktör olduğu ortaya çıkıyor. Buradan da aslında diğer bir konuya geçmek istiyorum. Bu da Gümrük Birliği ve Avrupa ile olan ilişkiler. Biz Gümrük Birliği ile yeni bir çalışma yürütüyoruz. Güncellenmesi konusu siyasi ve hukuki açıdan şu anda çok ihtimal dahilinde gözükme de, yaklaşık 4-5 yıldır Avrupa Komisyonu bu konu üzerinde titizlikle duruyor. Ve çok büyük araştırmalar yaptırıyor.

Bu araştırmaların biri de 2017 yılı itibarıyla Gümrük Birliği'nden en fazla faydalanan sektörün iki açıdan otomotiv sektörü olduğunu gösteriyor. Bunlardan birincisi ihracat rakamları, ikincisi de bu bahsettiğim global tedarik zincirlerine



bağlanma oluyor. Yani yurt dışından çektiği yatırımlarla Gümrük Birliği süreci otomotiv sektörünün faydasına çalışmış gözüküyor. Burada aslında Gümrük Birliği'nin güncellenmesi konusu otomotiv sektörü açısından öncelikli olmamakla birlikte yapılan senaryo çalışmalarındaki bir alternatifte Gümrük Birliği'nden çıkılıp, Avrupa Birliği ile STA'ya dönülmesi.

Açıkçası burada sizin görüşünüzün de etkili olacağını düşünüyorum. Çünkü senaryo çalışması olarak kullanılmış olsa da, hem global tedarik zincirine bağlanma, hem de nominal ihracatını artırmış bir sektör olarak otomotiv sektörünün durumu önemli.

Bu bağlamda Gümrük Birliği'nin güncellenmesini sadece ihracat pazarına

etkisi olarak değil; olası bir yabancı yatırım tıkanmasında açılacak bir kapı olarak ta görülmesi gerektiği düşüncesini burada raporun bir sonucu olarak not etmiş olayım.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Bunlar tabii ki çok hassas konular. Az önce söylediğim gibi İngiltere olayında başımıza gelene bakın. Avrupa Birliği ile bağlantılı olarak bu ülkeyle ticari ilişkilerimizi kurmuştuk. Şimdi bir şekilde o anlaşma olmadan adım atamıyoruz. Eğer anlaşmazlık olursa, o zaten bir felaket olacak. Eninde sonunda bize bir maliyet çıkacak. Tüm dünyanın haritası içerisine baktığımız zaman, maliyet çıkan ender ülkelerden biriyiz. Gümrük Birliği de çok hassas bir konu. Gümrük Birliği'nden çıkmak, STA'larla bu



● Dr. Mehmet Dudaroğlu: "Kurdaki dalgalanmalar tabii ki biz tedarikçiler kadar otomotivin değer zinciri içerisinde yer alan tüm oyuncular için de çok önemli. Yurt içinden tedarik ettiğimiz hammaddeler bile dövizin hareketine göre fiyatlandırılıyor. O bakımdan kurdaki dalgalanmalar yönetilemediği ve son derece olumsuz etkileri olduğu için her zaman 'stabilite' diyoruz."

işi halletmek gerçekten çok çok dikkatli düşünülüp değerlendirilmesi gereken bir şey. Bize fayda mı getirir, zarar mı? Bu konunun herkesin görüşünün alınarak yönetilmesi gerekiyor. Kamunun tek başına alacağı bir karar değil.

DR. MEHMET DUDAROĞLU: Değinmek istediğim birkaç konu var. Özellikle otomotivin şu anda önemli konularından bir tanesi, yaklaşık 20 yıldır konuşulur ama bir türlü de gerçekleştirilemez. O da Otomotiv Test Merkezi. Bu merkez hangi aşamada? Şimdi bu merkez, özellikle ana sanayi için düşünülür ama tedarik sanayinin de çok ciddi ihtiyaçları var. Ve biz de kendi ürünlerimizin testleri ile ilgili bir dolu paralar öderiz yurt dışına. Bu konu, maalesef siyasi iradenin el atıp gerçekleştireceği bir konu olduğu için bizler hep talep ederiz ama oradan da bir türlü dönüş olmaz. Ümit ediyoruz ki, en kısa zamanda bu gerçekleşir. İkinci bahsedeceğim konu Ar-Ge merkezleri.

Ar-Ge merkezlerinin yetkinliğine dair bir envanterin de mutlaka çıkartılması gerekiyor. TAYSAD Organize Sanayi

Bölgesi'nde; 2 bin 800 dönümlük alanda faaliyet gösteren 80 fabrikamızda 16 tane Ar-Ge merkezimiz, bir tane tasarım ve bir tane inovasyon merkezimiz var. Kim kimin ne yaptığını bilmiyor, iletişimsizlikten dolayı birbirimize destek olamıyoruz, sinerji yaratamıyoruz. Bu konuda işbirliğini teşvik edecek adımlar atılmalıdır. Üçüncü bahsedeceğim konu verimlilik. Tabii ki otomasyonun verimliliğe çok ciddi katkısı olacak. Bu fayda yadsınamaz. Ama şu anda herhangi bir fabrikadan içeriye girildiğinde, toplam ekipman etkinliğinin yüzde 50-60 bandında seyrettiğini görürsünüz, dolayısıyla verimsiz çalışıyoruz. Sanayiciler olarak kendi işyerlerimizde verimliliğin artırılması en önemli görevlerimizden biri olmalıdır, kaynaklarımızı etkin kullanmalı, doğru yatırımlara yönelmeliyiz.

ALİ KİBAR: Az önceki ifadelerle belki katkısı olur diye bir kaç yorumda bulunmak istiyorum. Birinci yapıda; otomotivde katma değeri ürün diyoruz, A,B ve C segmentinde ürün imal edip satabiliyoruz.

Vergilendirme altyapımız bizi buna yönlendiriyor. Bunun üzerinde yaptığımızda, ilave farklar ortaya çıkıyor. İkinci yapıda, "hafif ticari binek" diye bir segmentasyon ayırımında binek olarak kullanılan ama hafif ticari olan bir tüketim pazarına döndük. Ama tabii ki burada temel sorun Pelin Hanım'ın da ifade ettiği gibi; Gümrük Birliği anlaşması sonrasında yerli üretim sanayimizin ayakta tutulabilmesi yönünde yurt içi mevzuatlar da biraz destek olunacak bir transformasyonla bu noktaya geldik. Eğer ki Gümrük Birliği ile ilgili bir karar farklılaşması, patika ayrımı varsa bunu çok hassas ve dengeli bir şekilde değerlendirmek gerekiyor. Çünkü 1995 yılından bu yana Türkiye'deki bütün altyapı Avrupa homologasyonlarına uygun bir şekilde dönüşmeye başladı. Bugün bile Avrupa'daki homologasyon biraz daha geriden bile olsa oraya doğru gitmeye çalışıyor. Ama otomotivde global pazarlara baktığınızda, Türkiye'de üretilen ürünü örneğin üçüncü ülke pazarlarında satmanız maliyet yüksek olduğunda dolayı mümkün olmuyor. Çünkü oralarda hala Euro-3, Euro-4, Euro-5 standartları uygulamaları söz konusu. Dolayısıyla

biz otomotivde gelişim öngörüyorsak kendimizi 10 sene 20 sene sonra nerede göreceğiz bir kere o noktayı belirlemek lazım.

Bugün Amerika'ya bir ürün satmak istiyorsanız onların testlerinden geçmiş bir şekilde aracı donatmak icap ediyor. Dolayısıyla kendinizi geliştireceğiniz pazar, sizin homologasyonunuzla sınırlı zaten. Kısacası biz hangi yönde gelişmek istiyoruz ve enerjimizi kaynaklarımızı nereye harcamak istiyoruz bu konuları iyi değerlendirmek lazım.

EMRE ALKİN: Birinci bölümde operasyonel anlamda çektiğimiz sıkıntıların yanında strateji ortaya koyma konusundaki kırılganlıklarımızdan bahsettik. İkinci bölümde ise birinci bölümde çok fazla dokunmadığınız finansman kısmı var. İçinde bulunduğumuz şartlar altında otomotiv sektörünün finansmandan beklediklerini dinlemek lazım. O nedenle ben sözü yine serbest bırakmak istiyorum. Finansmanda yaşanan zorluklar neler? Grupları içerisinde bankaya sahip olduğu için refleksleri de hızlı olan üstatlarımızda var, onları da bu konuyla ilgili dinlemek isteriz.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Şu anda Türkiye Bankalar Birliği finans sağlama konusunda otomotiv sektörü ile çok yakın çalışmalar içerisinde bulunuyor. Ve bir şekilde kamu bankaları kanalıyla firmaların daha doğrusu sektörün satışlarına nasıl destek olunabilir onun çalışması yapılıyor. Bu konuda kamu bankalarını özel bankalar da takip eder mi, onu bilemiyorum. Ama kamu bankalarının Türkiye Bankalar Birliği kanalıyla böyle bir çalışması var. Son derece önemli çünkü, otomotiv yurt dışına tamamen finansmanla daha doğrusu müşteri finansmanı ile dönen bir sektör. Şimdi gördüğümüz bir tespitimiz daha var; evet doğru finansman çok önemli ama şu anda şirketlerde zaten hakikaten yaptıkları kampanyalarla kriz öncesi durumunun faizlerini veriyor aslında. Ama bu hala olumlu yansımıyor. Öyle de bir hassas durum var. O yüzden umarım Eylül-Aralık döneminde finansmandaki bu çabalar fayda sağlar. Ama şu anda beklemedeyiz, Bankalar Birliği de bu konuda çalışıyor.

EMRE ALKİN: 1990'larda Amerikan otomobil şirketleri Japonlarla yarışırken "Jeep alanlara 5 bin dolar indirim yapıyoruz" diye bir kampanya başlatıyor. Talep zayıf kalınca, bu indirimi 10 bin dolara kadar çıkarıyor. Bu defa tüketici; "Biraz daha bekleyelim belki 15-20 bin dolar daha düşer" diye bekliyor. Bu indirimlerle firma neredeyse batacak duruma geliyor. Sürekli olarak faizin düşmesi tüketicide de "Biraz daha bekleyelim. Bir iki ay daha bekleyip, taban fiyattan ben bu ürünü alırım" diye bir beklenti yaratıyor.

DR. MEHMET DUDAROĞLU: TAYSAD olarak bir dönem Eximbank ile çok yakın bir çalışma yapmıştık. Özellikle istediğimiz, "Alacak Sigortası" konusuydu. Alacak Sigortaları artık Eximbank tarafından başarılı bir şekilde uygulanıyor. Bu bizim gibi ihracatçı firmalar için çok önemli bir adım. Bunun yanı sıra; "Reeskont Kredisi" önemli bir adım oldu. Bizler sadece Eximbank ile çalışmıyoruz. Sanayiciler olarak sürekli yeni yatırımlar yapmak zorundayız. Özellikle kriz dönemlerinde, krizi fırsata çevirebilmek isteriz. Yatırım yapmak için krediye ihtiyacımız var. Kredi faizlerinin yüksek olduğu dönemlerde yatırım yapmaktan kaçınılırız. Zaten Yatırım ortamının iyileştiğinin en önemli göstergelerinden biri de düşük faizleridir. "Ben yatırım yapacağım, ne kadar faiz ödeyeceğim?" diye sorarız. Kredi faizlerinin, alınan kararlarla aşağı indirilmiş olması çok önemli ve faydalı. Ama bunun reel sektöre yansımaları kamu bankalarının dışında henüz göremedik. Yatırım ortamının da gelişebilmesi için uzun vadeli kredilere mutlaka ihtiyacımız var. Ticari bankaların kredi faizleri hala yüksek olduğu için uzun vadeli kredi almakta zorlanıyoruz. Yüksek faizin operasyonel düzeyde etkisine baktığımız zaman, özellikle bankalardan kredi alamadığımızda ne yaparız? Nakit sıkışıklığı nedeniyle ana sanayi tedarikçiye yüklenir, yani ödemeyi geciktirir. Biz de kendi tedarikçilerimize ödemeyi geciktiririz. Biz birbirimizi finanse ederek işi çevirmeye çalışırız ama bu, günü kurtarmaktan öteye gidemiyor. Bu kısır döngü değer zinciri içerisindeki tüm paydaşları olumsuz etkiliyor ve piyasalarda durağanlığa yol açıyor. Şu anda içinde bulunduğumuz durum budur.

Üretici ihracatçılar olarak üzerimizdeki bir başka yükten bahsetmek istiyorum. Devreden KDV yükü. Bu, siyasi irade tarafından çözülecek bir konudur. Biliyorsunuz KDV Kanunu'nun 29'uncu maddesi "Devreden KDV'ler iade edilemez" diyor, yani nakit olarak size ödenemez. Üretici ihracatçılar olarak, alacak hesabımızda önemli bir meblağ tutan ve nakit akışımızı olumsuz etkileyen bu durumun acil olarak çözülmesini talep ediyoruz. Bir çözüm önerisi olarak şunu söylemek isterim; bu alacaklar devlet garantili poliçeye dönüştürülebilir veya Eximbank'tan aldığımız kredilerde bunları teminat olarak gösterebiliriz.

GÜRAY KARACAR: Pazarın büyütülmesi ile ilgili olarak hurda programına da değinmemiz gerektiğini düşünüyorum. Biliyorsunuz Türkiye'de Euro standartlarına uyum Euro-4 ile birlikte 2009 yılında başladı. Pazarın halen yüzde 50'den fazlasını, Euro standartları öncesi araçlar işgal ediyor. Biz bir yandan Avrupa Birliği'ni takip ediyoruz, tabi eklenen teknolojiler araç fiyatlarının yükselmesine de neden olmakta. 2019 yılsonuna kadar devam eden bir hurda programı mevcut, daralmakta olan pazarda bir destek unsuru olarak katkıda bulundu. Hurda programının artan fiyatlar doğrultusunda katkı oranının yeniden belirlenerek sürekli hale getirilmesi önemli katkı sağlayacaktır. Bankalarla ilişkiler konusuna gelirsek; beklentilerimizi Tuğrul Bey paylaştı zaten. Beyaz eşya sektörüne, konut sektörüne verilen desteklerin bir benzerinin ihracata bu kadar katkısı olan bir sektör için de kısa zamanda gündeme gelmesini bekliyoruz.

Çok kısa olarak Eximbank ve verdiği desteklerden söz etmek istiyorum. Verilen bu desteklerin belki çok daha iyi kullanılması gerekiyor. Bir sonraki aşamada şu olabilir; artık yavaş yavaş bizim de yurt dışına çıkarak yatırım yapmamız gerekebilir. Yabancı yatırımı çekmek, çok kıymetli ama artık öyle bir mühendislik kapasitesi oluştu ki, çevre pazarlara gidip bu birikimimizi orada değerlendirebiliriz. Bugün sadece Türkiye içerisinde faaliyet gösterecek bir sektör değiliz. Kaldıkı yeni yatırımlar kadar olan yatırımı büyütme de önemli.

ALİ RIZA AKTAY: Biliyorsunuz biz ana sanayiye parça veriyoruz. Onlar da araç olarak bunu ihraç ediyor. Şimdi baktığınızda üretimimizin aslında yüzde 80'i ihracata gidiyor ama bu ihracat, dolaylı bir şekilde olduğu için biz burada ihracatçı sayılmıyoruz. Bunu sanırım TAYSAD ve ilgili dernekler gündeme getiriyor ama bir türlü somut bir adım atılmadı. Mesela ana sanayiye verilen bir takım teşvikler oluyor. Biz tedarikçiler olarak söz konusu projeye yönelik yurt dışından ürünler getiriyor, onun gümrük vergilerini ödüyoruz. KDV ödüyoruz ama sanayiye fatura ederken KDV'siz kesiyoruz. Çünkü firmanın teşviki var o teşvike biz üretici olarak entegreyiz aslında ama ihracatçı sayılmadığımız için bu teşvikten faydalanamıyoruz. Bu konunun, farklı platformlarda dillendirilmesi gerekiyor ve burada da dile getirmek istedim ki bir kamuoyu oluşturmuş olsun. Aslında burada konuşulanların hepsi bir beklenti ve güven ortamı ile ilgili. Asıl problem orada. Herkes nakit ve döviz pozisyonunu koruma dürtüsü içerisinde hareket ediyor. Mesela ÖTV bir anda bitti, herkes bunun devam edeceğini düşünüyordu. Beklenti bu yöndeydi fakat devam etmedi. Böyle bir beklenti var. Biz sektörde uzun vadeli proje bazlı kredi alamıyoruz. Tamam uzun vadeli plan yapmak çok güzel bir şey ama kârlılığın da en düşük olduğu sektörlerden biriyiz. Bu kadar düşük kârla çalışan bir sektörün gidip de bu kadar yüksek kredi faizleri ile kredi alması çok da akıl kârı değil. Projenin başlangıç noktasından seri üretim sonuna kadar bir lifetime var. 7-8 senelik proje için ana sanayiye olan kontratları gösterilerek, uygun ekonomik krediler ve her adımda da bunun takibi yapılarak sağlanabilir mi? Belki şu anda çok zor bir şey söylüyorum ama böyle bir adım, uzun dönemde sektöre soluk aldırabilir.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Güray Bey'in bahsettiği yaşlı araç programı önemli bir başlık. Türkiye'de ciddi anlamda bir yaşlı araç var. Fakat empati de duymamız gerekiyor. Devlet de bu vergiler konusunda geri adım atmak istemiyor. Az önce söylediğiniz gibi vergiler konusunda bir düşüş var. Vergi geliri devlet bütçesi için önemli bir girdi. Orada biz de empatiyi duyduk aslında.

Denildi ki; “Öyle bir sistem olmalı ki, birim araç başına değil büyüyen pazarı dikkate alan bir vergi yapısı olsun. Bunun için de önemli konu şu oldu; MTV (Motorlu Taşıtlar Vergisi). Araç yaşlandıkça vergi düşüyor. Aslında araç yaşlandıkça çevreye, güvenliğe, trafiğe olan negatif etkisi artıyor. Bizim önerimiz; MTV yaşa göre düşmesin, aksine artsın. Artsın ki, yerine yeni araç alımında bir teşvik söz konusu olsun. Yani ortada büyüyen bir pazar var ve o büyüyen pazardan da daha fazla ÖTV alınacak diye bir yaklaşım gösterdik, bunu somut olarak söyledik. Bu belki sektöre çok katkı sağlayacak bir şey. Ve yaşlı araçlar değişim programı ile birleştirilebilir.

GÜRAY KARACAR: Otomotiv yüksek kârlılık ile çalışan bir sektör değil, içinde bulunduğumuz ortamda satış sonrası hizmetlerden yedek parça satışından zaten gelir elde etmeyi beklediğiniz bir durum söz konusu. Türkiye’de tüketicinin korunması, sanayi ürünlerinin güvenliği anlamında çok güzel uygulamalarımız, kanunlarımız var ama yeterince harekete geçirilebilmiş değil. Bir yanda ithal edilen sahte ürünler var, diğer tarafta da Türkiye’de üretilen ürünler. Bunların hiçbirinin lisans anlaşması yok. Bu işin ticari tarafı, ama daha can alıcı tarafı, bu çok ciddi bir güvenlik unsuru.

YUSUF TUĞRUL ARIKAN: Sektörün bazı küçük dokunuşlara ihtiyacı var. İç pazarı canlandıracak, belki biraz satışları artıracak, dijital dönüşüme, Endüstri 4.0’a daha fazla puan yaratacak küçük dokunuşlara ihtiyacı söz konusu. Mesela vergi kanunları... Şimdi bir binek araç aldığınızda, o aracın amortismanını aldığınız ay ve geri kalan kaç ay ise o kadar yazabiliyorsunuz. Yani senelik yazamıyorsunuz. Ama bir makine aldığınızda o sene o makineyle bütün amortismanı yazıyorsunuz. Eğer amortisman senelik olarak yazılabilseydi, araç alımı biraz daha teşvik edilmiş olurdu. Aynı şekilde binek araç alan KDV ve MTV’sini kanunen gider olarak yazamıyor. Bu alanlarda sektörün dokunuşlara ihtiyacı var.

Teşvik konusunda da, 100 binden fazla araç kapasitesi yatırımı, elektrikli araç yatırımı olsun diyoruz. Ama yatırım indirimlerimiz tamamen vergi indirimi



üzerine kurulu. Yatırım yapıp da ilk 3-5 sene kâr ortaya çıkaran kaç firma var? Yaptığınız yatırımın ancak 10-15 yıl sonra geri dönüşü olabiliyor. O gün geldiğinde de bu, Türk Lirası olarak çok bir şey ifade etmiyor. Biz yıllardır şunu söylüyoruz; yatırım indirimi ne kadar yüksek olursa olsun vergi yükü çok uzun yıllar içerisinde oluştuğu için firmaya çokta katkısı olmuyor. Önerdiğimiz şey ise; yatırım finansmanı. “Bize yatırım finansmanında, 3-5 yıllık finansmanda ve faizinde destek olun” diyoruz.

ŞAHİN SAYLIK: Sanayimizin katma değerini nasıl artıracakları noktasında bazı notlar paylaşmak istiyorum. Ana sanayi için tek söyleyeceğin şey; mümkün olduğu kadar katma değeri yüksek ürünlerin yerleştirilmesi konusunun çok önemli olduğudur. Ortaklarını ikna etmeleri gerekmektedir. Yan sanayi ise aslında potansiyel olarak ana sanayini orta vadede yakalayabilecek (ihracat rakamları) bir

●
Ali Rıza Aktay:
“Ana sanayiye verilen bir takım teşvikler oluyor. Biz tedarikçiler olarak bir projeye yönelik yurt dışından ürünler getiriyor, gümrük vergilerini ve KDV’sini ödüyoruz ama sanayiye fatura ederken KDV’siz kesiyoruz. Çünkü firmanın teşviki var. O teşvike biz üretici olarak entegre biz aslında ama ihracatçı sayılmadığımız için teşvikten faydalanamıyoruz. Yan sanayi olarak bu konuda bir iyileştirme yapılmasını bekliyoruz.”



Osman Tunç Doğan:
“Son ekonomik krizin
bu kadar uzun sürmesi
birçok sektörde olduğu gibi
otomotiv gruplarında da
bir belirsizlik yarattı. Bu
ortam yatırımcılarımızı ve
müşterilerimizi de tedirgin
ediyor. İngiltere, ABD, Avrupa
grubundaki müşterilerimiz
belirli periyodlarla artık
finansal raporlar istiyor.
Bu noktada müşteri ve
yatırımcılarımızın nezdinde
güvenimizi artırmak için
gerekli adımların atılması
şart. Çünkü, ülkemizin
güvenirliliğini artırmanın, yan
sanayimizin garantörü olarak
bizim daha rekabetçi olmamızı
sağlayacağına inanıyorum.”

kabiliyete sahip. Dünya standartlarında tesislerimiz ve iş tecrübemiz var. Fakat emek yoğun çalışan, mevcut tasarımı kopyalayan kimliğinden çıkıp, ürün tasarlayan ve ilk tedarikçi olan bir kimliğe evrilmemiz gerekiyor. Yani bir anlamda, ürünlerdeki katma değerini artırmanın, global olmanın, farklı pazarlara ulaşabilmenin hatta markalaşmanın yolu ürün tasarlama ve ilk tedarikçi olma kabiliyetinden geçiyor. Çünkü ilk tedarikçi olduğunuz zaman ürünü geliştirdiğiniz pazarın dışında (Genellikle Avrupa pazarı) dünyadaki diğer üretim merkezlerinin de kapıları açılıyor. Böylece dünyaya açılmamız ve bir pazara bağlı kalmadan ihracat sepetini daha da çeşitlendirmemiz kolaylaşıyor. Bunun yolu da tabii ki Ar-Ge çalışmaları, inovatif düşünce ve stratejilerden geçiyor. Diğer taraftan iç pazarı genişletmemiz/canlandırmamız gerekiyor. “Nasıl satabiliriz?” konusu çok

basit bir konu değil, çünkü insanların gelirleri daraldığı zaman ilk önce lüksten başlayarak harcamalarını kısıtlıyor. Türkiye’de 100 kişiye düşen otomobil sayısı 15 civarında. AB ülkelerinde 52, ABD de ise neredeyse birebir durumda. Burada cazibe artırıcı yeni finansal yollar düşünülmeli. Mesela ilk defa araba alacak kişilere farklı bir kredi, farklı bir vergi, farklı bir finansman sağlanabilir.

Evet dönüşümden bahsediyoruz; elektrikli araçlar, otonom vs... Bu noktada insanlar gelecekteki araçlardan bahsederken artık elektrikli araçlar demiyor; NEV (new energy vehicle) deniyor, yani yeni enerji araçlar. Çünkü elektrikli araçların da kendi içinde ciddi sıkıntıları var ve geleceğin ihtiyaçlarını tam olarak karşılamaya yetmiyor. Bir de hibrid çözümler var bunu da atlamamak lazım. Önümüzdeki orta vadenin, geçiş döneminin önemli bir parçası olacaktır. Ama şunu göz ardı etmemek gerekiyor; evet fuarlarda, basında, konferanslarda new energy karşımıza çıkıyor. Fakat bugün itibarıyla toplam satışın yüzde 1,5’ini oluşturuyor. Bunun değişik sebepleri var. Değişim muhakkak olacak ama kolay olmayacak. Bundan beş yıl önce katıldığımız konferanslarda, 2020-2025’te ulaşılacak rakamları kimse konuşmuyor artık. Şu anda herkes daha temkinli. 2030’a gelindiğinde yüzde 20-25 olur mu? Evet kendimizi geleceğe hazırlayalım ama elektrikli araçlara fokuslanırken diğer taraftan da katma değeri artırarak, mevcutta devam eden içten yanmalı ve hibrid araçlarda ülke ekonomisine, sektör ihracatına nasıl daha fazla katma değer sağlarız konusunu ihmal etmememiz gerekiyor. Geleceğe hazırlanmanın en önemli yolunun bugünden geçtiğini unutmamamız gerekiyor.

Bir başka dipnotum da; ülkeye yatırım çekmek... Yatırım çekme konusuna da başka bir perspektiften girmek istiyorum. Çin’i çok iyi biliyorum. DEİK-Çin Yönetim Kurulu’nda da üçüncü dönemim. Şirketimiz Çin’de üretilen toplam binek araç pazarının yüzde 15’ine sahip. Türkiye’nin tüm ihracatını tek başına yapıyor. Bizim ana sanayimizin ülkedeki yatırımları büyük oranda Batılı yatırımlar olduğu için ihracatımızın büyük bir bölümü (yüzde 70’i) Avrupa’ya gidiyor. Çünkü ucuz insan gücünü,

avantajlı maliyetleri, kapasite kullanımını, ürün geliştirme teşviklerini kullanarak daha ucuz segmentlerde Türkiye'nin hem iç pazarını hem de yakın coğrafyadaki ihtiyacını karşılamayı hedefliyorlar. Şuraya geleceğim, yüzümüzü birazda uzak coğrafyadaki ana sanayilere çevirmemiz gerekiyor. Çünkü onlar için Türkiye değişik imkanlar sunabiliyor. En başta coğrafik konumu ile dört saat uçuş mesafesinde neredeyse 2 milyar nüfusu ve 30 trilyon dolar ekonomiye ulaşan noktada yer alıyor. Bir yol ve kuşak projesinin önemli bir parçası. Lojistik, çok güçlü bir yan sanayi, maliyet avantajları, genç nüfus, Avrupa Birliği anlaşması Türkiye'yi çok cazip hale getiriyor fakat bunun pazarlamasını çok bilinçli ve hedefe yönelik yapılmadığını görüyorum. Mesela Çin'den örnek vermem gerekirse; yabancı ortaklı birçok ana sanayi var ama yanında geliştirdikleri, ürettikleri, büyültmeye, dünyaya açmak istedikleri kendi markaları var. Şimdi bunlar belli bir mesafedeler. Her geçen gün de kalite, servis vs. olarak gelişiyorlar... Bunlar sadece iç pazarı değil, global pazarlardan pay alma ve markalaşmayı da hedefliyor. Stratejileri bu yönde. Bu firmalar ilk etapta Kuzey Afrika, Doğu Avrupa, Orta Doğu ve Rusya pazarlarına ulaşmak isteyeceklerdir. Tabii ki nihayetinde Avrupa. Biz bu firmalara Türkiye'nin avantajlarını iyi anlatabilirse buraya gelmelerini sağlayarak, Türkiye'nin toplam ihracatına da katkı sağlamaları yönünde bir eğilim oluşturmuş olacağız. Bu, sadece otomotiv için geçerli değil tüm sanayiler için geçerli bir durum. Bu amaca yönelik ihtisas toplantıları yapıp, avantajları karşı tarafa iyi pazarlıyor olmamız gerekiyor.

FUAT BURTAN ARKAN: Güray ve Tuğrul Bey'in hurda teşviki ile ilgili söylediklerine kısa katkıda bulunmak istiyorum. Treyler tarafında da böyle bir şeye ihtiyaç var. Yaklaşık 350- 400 bine yaklaşan bir treyler parkı var. Buradaki yaş ortalaması çok yüksek. Sonuçta uçaktan indirdiğiniz malı bir şekilde kara yolunda taşıyorsunuz ve güvenli bir şekilde taşımanızı gerekiyor. Avrupa'daki gibi bir yol denetimi Türkiye'de yok, başboş denetimsiz araç cennetiyiz. Eğer bir treyleriniz varsa İngiltere'de yolda giderken yol polisi sizi durdurur, fren

sisteminde bir hava kaçağı var mı yok mu kontrollerini yapar. Sistemde eğer böyle bir durumunuz varsa çok büyük cezalarla karşılaşsınız. Bu anlamda hurda teşvikinin yaş bazlı olarak treyler tarafında da değerlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum.

GÖKHAN TUNÇDÖKEN: Teknoloji üreten bir şirketin temsilcisi olarak yine konunun teknoloji tarafına değinmek istiyorum. Bugünkü faaliyetlerimizi ve kârlılığımızı koruyabilmek için Endüstri 4.0, gelecekte mobilite sektöründe bir oyuncu olabilmemiz için de otonom sürüş, elektrifikasyon ve bağlanabilirlik gibi konular önemli. Bugün elimizde olanları korumamız lazım ki önümüzdeki dönemi kazanabilmek için yatırım yapabilecek gücümüz olsun. Endüstri 4.0'ın toplamına baktığımızda ise bu çok uzun bir yolculuk. Yani ortada; bugün bir son kullanıcı araç satın almak için aracın koltuğunu, koltuğun rengini tasarlayıp sipariş verdiğinde, bütün tedarik zincirinde o anda planlamaların hiçbir insan eli değmeden otomatik olması yönünde bir vizyon var. Ama bu hedefe biz belki 15- 20 yıl sonra ulaşacağız. Bugün hiçbir şey yapmazsak bu hedefe ulaşmamız mümkün değil. Başka konuşmacı arkadaşlarım da söyledi, bu bir zincir olduğu zaman anlam kazanıyor. Ama zincirin halkalarını birbirine bağlayabilmemiz için ilk başta halkaları oluşturmamız lazım. Yani her şirketin (ana ve tedarik sanayinde çalışan firmalar) ufak ufak projeler yapması lazım. Bizim Bosch olarak önerimiz şu; örneğin bir firmanın lojistik konusunda sıkıntısı olabilir. "Depoda bir problemim var, şu alanda bir analiz yapabilir miyiz? Şu noktada küçük bir proje ile lojistik operasyonlarımızda bir miktar iyileşme sağlayabilir miyiz" diyebilir. Bu talep; verimlilik konusunda ya da hatalı sevkiyatların engellenmesine yönelik olabilir. Burada önemli olan şey şu; belki firma böyle küçük bir proje başlattığında projeyi danışman firma ile yürütürken mevcut ekibinin böyle projelerin altından kalkacak kapasitede olmadığını tespit edebilir. Bunun bile büyük bir kazanım olduğunu düşünüyorum. Çünkü firmanın o ekibi söz konusu işin altından kalkacak kapasiteye getirebilmek için uzun bir zamana ihtiyacı olabilir, en azından



●
Ömer İltan Bilgin:
"Bugün Türk otomotiv sanayi ve yan sanayi en çok Ar-Ge yapan sektör konumunda. Kötümser bir tablo çizmek istemiyorum ama yapılan bu Ar-Ge çalışmalarının ne kadarı yarın bir gün geçerli olacak, bunu bilmiyoruz."

o zamanı başlatmak için alarımın çalmasını sağlamış olur. Bu noktada büyük değil küçük adımlarla, küçük projelerle başlamanın önemli olduğunu düşünüyorum.

Geleceğe yönelik Türk otomotiv sanayinin gelişmesi ve yeni trendlerden pay alabilmesi için "elektrifikasyon, otonom sürüş ve bağlantıbilirlik" önemli dedik. Bu belki büyük bir lokma. Neden? Şimdi Bosch olarak baktığımızda; biz en az 10 yıldır elektrikli motorlar, elektrikli sistemler, bağlantıbilirlik sistemleri üzerinde çalışıyoruz. Bu konuda milyarlarca euro harcamalar var. Ama enteresan bir konu var; otomobilin içi bugünkünden farklı olacak. Koltuklar bugünkü gibi olmayacak, emniyet kemerleri farklı olacak, belki gösterge panelleri böyle olmayacak. Ve burada insanlar artık farklı şekillerde seyahat

edecek. Bir insan, İstanbul'dan Ankara'ya yola çıktığında altı saat araba kullanırken, belki artık araba kullanmayacak ve araba kendi kendine gidecek. Zaten araca nereye gideceğinizi söyleyeceğiniz için araba, sizin şehre indiğinizi o bölgede satış yapan markalara bildirecek. Onlar da belki arabınıza reklam gönderecek ve siz bu reklamları göreceksiniz. Ve bu reklam için o araç üreticisi ya da hizmet sağlayıcısı belli bir bedel alacak. Şimdi bunun gibi farklı iş modelleri var. Burada sözü nereye getirmek istiyorum; Türkiye'de OİB (Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği) olarak her sene proje yarışmaları düzenliyoruz. Buraya birçok genç, fikirleri ile katılıyor. Bu fikirlerle ödüller veriliyor. Ancak daha sonra bu gençlerin projeleri ile ilgilenen çok fazla firma görmedim. Buradaki sayının artması gerekiyor. Ben İTÜ MAGNET ve İTÜ Çekirdek'te gönüllü danışmanım. Orada da birçok genç, biraz önce bahsettiğime benzer fikirler geliştiriyor. Bunların çoğu bağlantıbilirlikle ve dijitalleşme ile ilgili. Bugün tamamen metal parça geliştiren/üreten bir şirket, İTÜ MAGNET ya da İTÜ Çekirdek'te belli bir seviyeye gelmiş bir Start-up'a yatırım yapsa, iki taraflı fayda olacağını düşünüyorum. O firmanın 20-30 yıllık üretim tecrübesi ile bir grup gencin yeni fikirleri birleştirilerek bambaşka yeni projeler yaratılıp, otomotivin geleceğine yönelik inovasyonları şirketlerimize enjekte edebiliriz deyip sözümü burada bitirmek istiyorum.

ÖZGÜR ÖZDOĞRU: Otomotiv dünyasında izlenebilirlik önemli bir konu. Zaten bu hayatımızın bir parçası. Bugün; Fiat Doblo'nun ABD'ye giden bir aracının içerisine verdiğimiz hava yastığının, hangi vardiyamızda, ne zaman, hangi tedarikçimizin parçalarını kullanarak ürettiğimizi biliyoruz. Şimdi buradan bu altyapıyı da kullanarak işin proje ve yatırım finansman tarafına dönersek, biraz önce Yılmaz Bey'in söylediği; makine ekipman tarafındaki teşviki, tedarik zincirinin tümüne yaymak lazım. Nihayetinde bu izlenebilirlikle sizin yaptığınız makinede çıkan bir parça eğer nihai araç üreticisi tarafından ihraç ediliyorsa o teşvik aşağı doğru gelmeli ve bir politika haline getirilmeli.

İkincisi müşteriler, tedarikçilerin her zaman fabrikanın yakınında olmasını

ister. Bizim gibi ana tedarik sanayisi için bu anlamda ihracat teşvikinde depolama ve elleçleme maliyetleri çok önemli. Sektörel meclislerde ve TAYSAD'ın da girişimiyle bu anlamda daha önceden teşviklerle ilgili birçok çalışma yapıldı. Belli teşvikler de şu anda var. Ama buradaki kendi gücümüzle bu işi yapmak istiyorsak ihracata yönelik olmak istiyorsak müşteri her zaman ilgili parçasını kendinin çok yakınında, elinin altında, istediği zaman ulaşabileceği şekilde olmasını istiyor. Bu da depolama süreçlerinin çok ciddi bir teşvik politikası ile ele alınması gerektiğini ortaya çıkarıyor.

DR. MEHMET DUDAROĞLU: Katma değerli ürün üretebilmek için Ar-Ge ve inovasyon konusunun önemini hep konuşuyoruz. Güçlü bir otomotiv ekosisteminin içerisinde nitelikli Start-up'lara ihtiyacımız var. Start-up'lar'la ilgili bizim TOSB Organize Sanayi Bölgesi'nde bir merkezimiz var. 38 tane Start-up firması ile çalışıyoruz. Ancak Start-up'ların en büyük sıkıntısı biliyorsunuz sermaye, yeterince güçlenemiyorlar ve projelerini potansiyel müşterilerine tanıtamıyorlar. Biz bu arkadaşları kendi Organize Sanayi Bölgemiz içerisindeki firmalarla tek tek bir araya getiriyoruz. Firmaların ihtiyaçları ile Start-up'ların projelerini eşleştirmeye ve onları teşvik etmeye çalışıyoruz. Ülkemizdeki tüm organize sanayi bölgelerinin bizim yaptığımız gibi Start-up'ları desteklemesi teknolojik gelişime önemli katkı sağlayacaktır.

ALİ AVCI: Kıymetli fikir ve desteklerinizle bir Ortak Akıl Toplantısı'nın daha sonuna geldik. Otomotiv sektörünün kendi alanında deneyimli duayen isimleriyle bir araya gelerek faydalı bir toplantı geçirdiğimizi düşünüyorum. Turkishtime'in önderliğinde Sayın Emre Alkin'in moderatörlüğünde ve Turkish Cargo'nun da desteği ile düzenlenen bu toplantıların devamını diliyorum. Umarım bu toplantı amacına ulaşmıştır. Tekrar katkı sunan tüm paydaşlara ve buraya gelen herkese teşekkür ediyorum.

TURHAN ÖZEN: Bu Ortak Akıl Toplantısı'nın, sonuç ve çözüm odaklı gelişime mutlaka katkı sağlayacağını



düşünüyorum. Otomotiv sektörü öylesine büyük bir alana sahip ki; sizler ihracatınızın, ithalatınızın ve malzeme hareketinizin çok büyük bir kısmını kara, demir ve deniz yoluyla yapmanıza rağmen, toplam hava kargo sektörü içerisinde de değer olarak gayet ciddi bir pay alıyorsunuz. Genelde lojistik, özelde de hava kargo taşımacılık sektörü için, otomotiv çok önemli çünkü sizler ihracattaki gücünüz, tedarik zinciri ve lojistik üzerindeki taleplerinizle bizleri yönlendiriyor, bizdeki gelişmeyi ve pazarlardaki ilerlemeyi de drive ediyorsunuz. Turkish Cargo olarak burada olmak hem de bu çalışma içerisinde konuşulan gündem maddeleri üzerinden fikir teatisinde bulunmaktan, ciddi derecede faydalandığımızı düşünüyorum. Ortak akıl toplantılarının devamını diliyorum, sektör duayenlerine, katkıları ve yorumları için çok teşekkür ediyorum.

●
Özgür Özdoğan:
"İçinde bulunduğumuz tedarik sanayinde, otomasyondan ziyade bir dönüşüm hızı problemimiz söz konusu. 10 yıl sonra şu anda kullandığımız araçların içinde yolcuların hangi formatta oturacağı ile ilgili çok net bilgi sahibi değiliz ama şunu biliyoruz ki, bugünkü formatta olmayacak."

OTOMOTİV SEKTÖRÜNÜ GELECEĞE TAŞIYACAK 10 PARAMETRE

1- Uzun vadeli strateji programı yapılmalı

Sektörün Ar-Ge teşviklerindeki düzenlemelerden tutun birçok kritik noktada uzun dönemli bir yol haritasına ihtiyacı var. Sektörün iklimi, birçok sektörde olmayan uzun dönemli planlamaya müsait. Bu kadar uzun soluklu bir sektörde, yeni nesil araçlarla ilgili çok daha uzun vadeli yol haritalarının çıkması gerekiyor. Bu anlamda paydaşların devleti de yanına alarak uzun vadeli bir otomotiv sektörü stratejisi ortaya koyması bekleniyor.

2- Vergilerle ilgili sadeleşme ve rasyonelleşmeye ihtiyaç var

Devreden KDV'ler ve MTV'nin daha rasyonel bir hale getirilmesi gerekiyor. KDV Kanunu'nun 29'uncu maddesi; "Devreden KDV'ler iade edilemez" diyor, yani nakit olarak ödenemez. Bu nedenle devreden KDV'ler, sektörün sırtında bir yük olarak duruyor. Bir çözüm önerisi olarak; bu alacaklar devlet garantili poliçeye dönüştürülebilir veya sektör aldığı kredilerde bunları teminat olarak gösterebilir.

3- Lojistik altyapısı ile ilgili eksikliklerin acilen giderilmesi

Türkiye'nin lojistik ile ilgili özellikle de demir yollarının hem geometrisi hem de vardığı noktalarla ilgili eksiklikleri söz konusu. Demir yolu taşımacılığına dair alanların genişletilmesi gerekliliği su götürmez bir gerçek olarak sektörün karşısında duruyor. Yüzde 75 oranında Avrupa ile çalışan sektör, mal giriş çıkışının hiç birinde demir yolu üzerinden akış sağlamıyor. Türkiye'de özellikle lojistik merkezleri, demir yolu bağlantıları ile güçlendirilerek sektörün rekabet kabiliyeti artırılabilir.

4- Dijital altyapı ve otomasyon alt yapısındaki açıklar kapatılmalı

Dünyanın gittiği yer, artık insan eli değmeden kendinden otomasyonlu ve bol bulutlu bir sistemle devam eden bir üretim şekli. Hele ki bir de elektrikli araçlardan bahsediliyor. Burada daha az insan ama daha fazla dijital altyapı gerektiren bir üretime doğru gidiliyor. Bu konuda dünyaya entegre olmakla ilgili bir eksikliğimiz yok fakat alt yapıya dair eksiklerimiz var ve bunları bir an önce tamamlamamız gerekiyor.

5- Ar-Ge desteklerinin belirlenmesi

1000 tane Ar-Ge merkezinin olduğu Türkiye'de Ar-Ge merkezlerine verilen teşvikler, işletme sermayesine dönüşüyor. Katma değer yaratan aynı seviyede ya da artan katma değerlere mutlaka teşvik paketlerinin değişmesi gerekiyor. Yüzde 70 ithalat yaparak pazara mal sağlayan bir işletme ile yüzde 30 ithalat yaparak pazara mal sağlayanlar günün sonunda yine aynı oranlarda vergi ödüyor. Teşvik mekanizmasının bu anlamda regüle edilmesi gerekiyor.

6- Uzun vadeli proje bazlı kredi beklentisi

Yatırım ortamının da gelişebilmesi için sektörün uzun vadeli kredilere ihtiyacı söz konusu. Ticari bankalarda hala kredi faizleri yüksek olduğu için sektör uzun vadeli kredi almakta zorlanıyor. Zaten düşük kârla çalışan bir alan oldukları için sektör temsilcileri, yüksek kredi faizleri ile kredi alınmasını mantıklı görmüyor. Bu nedenle uzun vadeli bir proje için ana sanayiyle yapılan kontratlar gösterilerek, uygun ekonomik krediler verilerek uzun dönemde sektöre soluk aldırılabilceği öngörülüyor.

7- Yeni pazarlar için mutlaka diplomasinin devreye girmesi

Enerji satın aldığı yerlere peşin ödeme yapan Türkiye, konu kendi mallarını satmaya geldiğinde diplomasini hiç kullanmıyor. Burası devletin devreye girmesi gereken bir alan. Pazar bu kadar hızlı gelişirken, sektörün de bir yandan yeni pazarlar bulup, buradaki ihracatı artırması gerekiyor. Sektör temsilcileriyle birlikte bu konuya eğilerek, nelere dikkat edilmesi ve nelere ihtiyaç olduğu ile ilgili beyin fırtınası yapılmalı.

8- Yatırım mallarının yerleştirilmesi

Sektör yıllardır üretim yapıyor ama üretimini yaptığı malların makinesini yurt dışından alıyor. Aslında çok pahalı makinelere gerek duyulmadan başarılı üretimler yapılabilir. Eğer otomotiv sanayi katma değerli ürünler üretmek istiyorsa, her şeyden önce makine üretim kabiliyetini kullanmalı. Ez cümle ile sektör bu pazarda ilerleyen zamanlarda ayakta kalmak istiyorsa, bu ülkenin kendi makinesini kendisinin üretmesi gerekiyor.

9- Fikri ve mülkiyet hakkı ve patentler

Türkiye'de tüketicinin korunması, sanayi ürünlerinin güvenliği anlamında önemli kanunlar var fakat bunlar yeterince harekete geçirilebilmiş değil. Ne Türkiye'de üretilen ürünlerin ne de ithal edilenlerin lisans anlaşması bulunmuyor. Bu, çok ciddi bir güvenlik unsuru. Özellikle otomotivdeki güvenlik parçaları sadece şekli itibarıyla bir testten geçirilerek satışı yapılıyor. Bu konu ile ilgili denetimin hem devlet hem de firma bazında daha titiz yapılması bekleniyor.

10- Yapısal reformlara duyulan ihtiyaç

Özellikle hukuk reformu önemli. Yurt dışındaki müşteriler arasında güvenilirliğimizi sorgulayıp, fabrikaya kadar gelenler var. Bu nedenle hukuk ve yapısal reformların yapılması gerekiyor.

KARGOLARINIZI HIZLI VE GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE DÜNYANIN DÖRT BİR YANINA TAŞIYORUZ.

Turkish Cargo olarak, e-ticaret ürünlerini dünyada 120'den fazla ülkede
300'den fazla noktaya güvenle taşıyoruz.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com

DÜNYANIN EN ÇOK ÜLKESİNE UÇAN HAVA KARGO MARKASI.

Turkish Cargo olarak her geçen gün büyüyor,
filomuzu güçlendiriyoruz.



**TURKISH
CARGO**

turkishcargo.com