



TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

TÜSİAD
YÖNETİM KURULU ÜYESİ
TUFAN ÜNAL'IN
“OTOMOTİV SANAYİNDE TASARIM
İŞBİRLİKLERİ”
SEMİNERİ KONUŞMASI

22Ekim 2004
Sabancı Center

TUSİAD AVRUPA SANAYİ VE İŞVERENLER KONFEDERASYONLARI BİRLİĞİ (UNICE) ÜYESİDİR.

İstanbul: Meşrutiyet Cad. No: 74 Tepebaşı 80050 İstanbul - Türkiye
Ankara : İnan Cad.No:39/4 Gaziosmanpaşa 06700 Ankara - Türkiye
Brüksel: 13,Avenue Gaulois, des 1040 Brussels-Belgium
Washington D.C : 1250 24th Street, Washington D.C. 20037 USA

Tel: (90-212)249 19 29
Tel: (90-312)468 10 11
Tel: (32-2) 736 40 47
Tel: (1-202) 776 77 70

Fax: (90-212) 249 13 50
Fax: (90-312)428 86 76
Fax: (32-2) 736 39 93
Fax: (1-202) 776 77 71

e-mail: tusiad@tusiad.org
e-mail: ankoffice@tusiad.org
e-mail: bxloffice@tusiad.org
e-mail: usoffice@tusiad.org

web sitesi: www.tusiad.org

Sayın konuklar, saygıdeğer basın mensupları,

Geçtiğimiz iki yılda, Türkiye çok başarılı bir ekonomik performans sergiledi. Enflasyon hızla aşağı çekildi, üretim ve yatırım hamlesi gerçekleşti. 2004'ün ilk yarısına ilişkin göstergeler "düşük enflasyon-yüksek büyüme" sürecinin devam ettiğine işaret ediyor. Yurtdışı ekonomik piyasalardaki tüm olumsuz gelişmelere karşılık, olumlu ekonomik beklentiler devam ediyor. Üretimdeki hızlı artışa bağlı olarak dış açık yükselirken, kamu kesimi açığı ve yatırım-tasarruf açığı azalıyor. Diğer yandan, dış açık ve yüksek petrol fiyatlarına rağmen, dalgalı kur rejimiyle birlikte, Türkiye geçmiş tecrübelerinin tersine, enflasyon hedefini tutturma yolunda, kararlılıkla devam ediyor. Bu olumlu gidişatta hiç şüphesiz özel sektörün yatırım hamlesinin de büyük payı var. 2004'ün ilk çeyreğinde, özel sektör yatırımları %60.6 arttı. Özel sektör makine teçhizat yatırımlarının artış hızı ise %89.6 oldu. Yatırımlardaki, özellikle de makine teçhizat yatırımlarındaki bu artış beraberinde verimlilik artışı getiriyor. Türkiye, üç sene önceye oranla yaklaşık %30 daha verimli üretim yapıyor. Bunun sonucu olarak da şirketlerimiz uluslararası rekabette daha başarılı oluyor. Bunun en büyük kanıtı da yüksek ihracat performansımız. Türkiye'nin ihracatı Ocak-Ağustos döneminde %32 arttı.

Temennimiz, Türkiye ekonomisindeki olumlu gelişmelerin ivmelenerek devam etmesi. Ancak bunun bazı önkoşulları olduğunu belirtmeliyim. Bunun da en başında güçlü makroekonomik performansın yatırım ortamının iyileştirilmesi ile desteklenmesi geliyor.

Ancak bugünkü konumuz itibarıyla esas altını çizmek istediğim nokta Türkiye'nin artık yeni bir büyüme stratejisini ortaya koyabilmesi. Türkiye'ye yatırım yapmak isteyen yerli-yabancı işadamlarının karşı karşıya olduğu bir konu da hangi sektöre yatırım yapılacağı. Genel anlamda sanayi stratejisi, dünya ölçeğinde artan rekabet koşulları gözönünde bulundurularak, bir ülkenin sanayi yapılanmasının güçlü ve zayıf yönlerinin tespit edilmesi ve ülkenin önündeki fırsat ve tehditlerin sanayinin rekabet gücü ve verimliliğini artırmaya yönelik olarak değerlendirilmesi ile sürdürülebilir kalkınmanın hedeflenmesi olarak özetlenebilir. Benzer yaklaşım, sanayinin bütününe teşkil eden alt sektörler için de geçerli bir tanımlama olarak kabul edilebilir.

21.yüzyılda teknolojik değişimin hızlanması ile tüm dünyada bir paradigma değişikliği gerçekleşmektedir. Teknoloji ve bilgiye dayalı avantaj üstünlükleri rekabeti şekillendirmekte; yeni sektörler ortaya çıkarken mevcut olanlar derin bir yenilenme sürecinden geçmekte; şirketler çok daha esnek organizasyon yapılarına doğru kaymakta; sanayiye yaklaşım değişmekte; yoğunlaşan rekabet çok daha aktif politikaları icap ettirmektedir. Bu değişim altında şekillenen yeni sanayileşme paradigması, küresel rekabette ayakta kalabilmek için esnekliği, hızlı yanıt verebilme yeteneğini ve yeni teknolojileri kullanabilme becerisini gerektirmektedir. Değişen koşullar altında, sanayileşmede vurgu, nicelikten niteliğe kaymakta; beceri geliştirme, kapasite oluşturmaktan, daha önemli hale gelmektedir.

Bilinen faktör bileşenleri üzerine kurulmuş bulunan karşılaştırmalı üstünlükler önemini yitirirken, teknoloji temelli üstünlükler ve bilgi üstünlüğü temeline atfedilen yeni rekabet kalıbı önem kazanmaktadır. Bununla birlikte daha az hiyerarşik yapılanma ile örneklendirilen yeni organizasyon yapılarının ortaya çıkması dikkat çekici bir husus olarak ortaya çıkmaktadır. Artık firmalar teknolojiyi yoğun olarak kullanan verimli şebekeler halinde yeni yapılanmaktadırlar. Teknolojinin hızlanarak değişmesi ayrıca hem eski sanayi sektörlerinin yeniden yapılanması hem de yeni sanayi sektörlerinin doğmasına yol açmaktadır. Bu

çerçevede geleneksel ham maddelerin yeni ham madde türleri ile yer değiştirdiği süreçler gözlenmektedir. Politik anlamda ise yeni rekabet kavramı yeni sanayi alanlarının düzenlenmesi ve şekillenmesini amaçlayan pro-aktif politikaların üretilmesi ihtiyacını doğurmaktadır.

Teknolojideki bu gelişme ayrıca ülkeler arasındaki teknoloji ve ürün akışını da değiştirmektedir. Bu bağlamda ulaşım ve iletişim maliyetlerinde görülen düşüşler, internet yoluyla, az bir maliyet ile bilgiye erişimin artması, bilgi transferinin daha hızlı ve kolay yapılabilmesi yeni paradigmanın diğer özellikleri arasında bulunmaktadır.

Teknolojideki bu değişimlerin sanayi faaliyetlerine, sanayinin gelişmesini sağlayan bilgi akışına ve ortaya konan sanayi ürününün pazarlanmasına önemli etkileri gözlenmektedir. Sanayi üretimi süreç içerisinde daha fazla uzmanlaşan bir yapı haline gelmiştir. Sanayi bilgi ile ilişkili birçok faaliyeti ise yeni kuruluşlar tarafından üstlenilmiş durumdadır. Sanayinin büyümesinde ve rekabetinin geliştirilmesinde finans, ulaştırma, iletişim gibi değişik hizmet sektörlerinin önemi ön plana çıkmıştır.

Son yıllarda yakaladığı çıkış trendi ile uluslararası ölçekte bir üretim üssü olmayı başarma yolunda olan Türk otomotiv sanayii gerçek anlamda bir yol ayrımında bulunmaktadır. Önümüzdeki yol ayrımında seçim, ya üretim üssü olmakla yetinip yoğun rekabetin yol açtığı düşük kâr marjları ile yaşamak, ya da niteliksel bir sıçrama ile ürün geliştirmede daha fazla ağırlığını hissettiren, bu sayede yaratılan katma değer içerisinde daha fazla pay alan bir sanayi olmak arasındadır. Yakın gelecekte uluslararası pazarda artan rekabet baskısı altında Türk otomotiv sanayininin tasarım işbirliklerini daha da geliştirmesi gerekecektir.

Türkiye, dünya ekonomisindeki değişimler; teknolojinin üretim yapıları, şirket organizasyonu, satış ve pazarlama teknikleri başta olmak üzere tüm ekonomik ve sosyal hayat üzerinde neden olduğu dönüşümler ve AB üyelik perspektifi çerçevesinde, otomotiv sektöründe yeni bir strateji benimsemek zorundadır.

Çoğu kez, başarılı sektörel sanayi ve rekabet stratejileri, söz konusu ülkenin özel koşullarına uygun olarak tasarlanmış politikalar ve kurumsal düzenlemelerden oluşmuştur. Bu başarılı sektörel stratejilerin ortak paydasının ise piyasaya dayalı rekabet, uygun teşvik mekanizmaları, sağlıklı yan sanayi politikaları ve sağlam finansman politikaları gibi temel ilkelere dayandığı görülmektedir. Önemli olan, bu temel ilkelerin ülkenin özgün koşullarına doğru olarak adapte edilebilmesi ve en iyi sonucu almaya yönelik uygulamanın yapılabilmesi için gerekli kurumsal yapının oluşturulabilmesidir. Ayrıca stratejimiz ve bağlı politikalarımız belirlenirken uluslararası ticaret düzenlemelerinin çok büyük önem kazandığı küresel bir dünyada bu strateji ve politikaların uygulanacağı da gözardı edilmemelidir.

Yeni ekonomik dönemde otomotiv sektörümüzdeki ana sanayi ile yan sanayi ilişkilerinin sağlam bir temele oturtulmasında yukarıdaki gerekçelerden ötürü de büyük bir fayda bulunmaktadır. İşte bu nedenle bu konferansı çok önemli buluyor, toplantıyı düzenleyenlere ve aktif katılımcılara teşekkürlerimi sunarım.