

Gerçekçi bir Bakış Açısından Türkiye Otomotivde Ne Yapabilir^(*)

Tülay Akarsoy

Şubat 2011

Başbakanın çağrısına Sanayi Bakanı katılıyor; ‘En büyük teşvik genç nüfusumuz ve otomobil sahibi olma konusundaki çok yüksek arzumuzdur’ diyor. Dolayısıyla Bakan, çağrının gerekçesi olarak doymamış iç pazarımıza işaret ediyor. Gerçekten, kendi iç pazarı yeterince büyük olmayan bir otomotiv sektörünün, sâdece ihracata güvenerek yerli markayı yaratması (en azından günümüzün verili koşullarında) mümkün gözükmemektedir. Türkiye’de doymamış ve giderek büyüyen bir binek otomobil pazarının olduğu da doğrudur. Bu pazara yerli üretimin hâkim olması istenen bir hâldir. Ama bugünkü durum, üretim lisans altında ve yabancı ortaklıklar eliyle yapılıyor da olsa, aşağı yukarı, zâten böyledir.

O hâlde siyasîlerimiz gerçekte neyin yapılmasını istemektedirler: “Yerlilik oranı %100 olan binek otoları üretilmesini mi? Bir Türk markası yaratılmasını mı? Bu sektörde bizi, küresel ölçekte vazgeçilmez kılacak, bilgiye/teknolojiye dayalı, bazı temel yetkinliklere sahip olmamızı mı? Bu seçenekleri sırasıyla irdeleyelim:

- A. Bugün Türkiye’de binek otoda yerlilik oranının ne olduğu tam olarak bilinmemektedir. Ciddî bir girdi çıktı analizine ihtiyaç vardır. Bu oranın en yüksek %40 olabileceği tahmin edilmektedir. Ancak, bu konuda iddialı olan diğer ülkelere bakıldığında, onların çok önceden bu oranlara ulaştıkları görülmektedir. Örneğin, Güney Kore’de bu hedefe 1973-76 arasında ulaşılmıştı. Bugün liberalleşmenin, bilişim teknolojilerindeki gelişim ve küreselleşmenin yarattığı üretim ortamında, bir ülkenin %100 ya da buna yakın bir yerlilik oranını yakalaması verimli ve gerekli gözükmemektedir. Hâttâ Türkiye gibi bir ülke için bu durum mümkün de değildir. Ama, binek otoda yerlilik oranının yükseltilmesi doğrultusunda tedbirler üretmek Türkiye için kaçınılmazdır.
- B. Bir Türk markası yaratmak, sektördeki küresel konsolidasyon nedeniyle olanaksızdır. Ancak, Çinlilerin Volvo’yu aldıkları gibi, dünya çapında bilinen, marka olmuş bir firmanın satın alınması yoluyla bu durum gerçekleştirilebilir. Ne var ki, Türkiye’deki siyasî-ekonomik yapı Çin’dekinden çok farklıdır. Türkiye’de yabancı lisansla üretim yapan, yabancı ortaklı otomotiv ana sanayii firmalarında, şu anda böyle bir eğilim gözlenmemektedir. Kaldı ki, Türkiye’deki ana firmalar bile, dünyadaki otomotiv üretiminin piramidal yapısında, âdetâ, sıfır katmanında yer alan birer tedarikçi gibidirler. Ancak, çok iyi bir pazar araştırmasına dayanılarak ‘**yeni bir segmentte**’ marka yaratılabilir ki, Türkiye’de bunu yapan, sermayesi yerli, firma da var (New York’ta taksi segmentinde marka olmak gibi!). Ama burada, o segmentteki talep açısından ekonomik yapılabilirliği yakalayıp sürdürülebilirlik sorunu vardır.
- C. Otomotiv, küreselleşmenin çok ileri düzeyde olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Bu, üretimde çeşitli aşamaların, dolayısıyla da katma değer zincirinin farklı ülkelere dağıldığı ve az sayıda ana firmanın güçlü markalara sahip olduğu bir yapıdır. Türkiye, dünyadaki piramidal yapının üst basamaklarında yer alan bu firmalar açısından

^(*) Cumhuriyet Bilim ve Teknoloji dergisinin 11, 18 ve 25 Şubat 2011 tarihli sayılarında ‘Politik Bilim’ köşesinde, Aykut Göker’in konuyla ilgili sorularına verilen yanıtlar biçiminde yayımlanmıştır.

‘üretebilme (imalât) yeteneğine sahip bir ülke’ olarak görülmektedir. Yâni, bizim ülkemiz, yabancı lisans altında ama istenen kalitede, istenen sürede ve uygun fiyatlarla üretim yaparak uluslararası pazarlarda rekabet edebilmektedir. Ancak, yeteneğimiz ‘imalâtla’ sınırlı olduğu için, Türkiye’de kurulu üretim hatları, kolayca daha uygun bir coğrafyaya kaydırılabilir. Dolayısıyla, **önemli olan**, kavram ve tasarım geliştirmeden başlayarak satış sonrası teknik hizmetler ve müşteri eğilimlerini tespiti kadar uzanan **küresel üretim sürecinin**, elden geldiğince, **en yüksek değerlerin yaratıldığı aşamalarında yer alıp vazgeçilmez olabilmektir.**

Bizi Küresel Ölçekte Vazgeçilmez Kılacak Yetkinlikleri Edinebilmenin Şartları Nedir?

Küresel eğilimleri ve pazarı iyi değerlendirerek, uzun vâdede erişmeyi öngörebileceğimiz yetkinliklerimizin belirlenmesi ilk şarttır. Örneğin, varlık gösteremediğimiz içten yanmalı motorlar yerine elektrikli ve hibrit araçlar üzerinde odaklanılabilir; bu araçlarla ilgili kavram geliştirme, tasarım ve tasarım doğrulama alanlarında yetkinlik kazanmaya; bunun için de uzun vâdeli programlar yaparak konuyla ilgili bilgiler edinmeye başlanabilir. Bilgi edinmek için en etkin yol bizim araştırma yapmamız; teknoloji geliştirmeye çalışmamızdır. Örneğin, üniversite sanayi işbirliği sağlanarak lityum esaslı piller üzerinde araştırma başlatılabilir.

Otomotiv yan sanayiini yâni tedarikçi firmaları güçlendirerek küresel oyuncular hâline getirmek bir diğer şarttır. Bu firmaların küresel oyuncu olabilmeleri için sahip olmaları gereken asgarî yetenek düzeyi, küresel oyuncu konumundaki ana firmaların öngördükleri kalite ve sürede ve uygun fiyatlarla üretim yapabilmeleridir. Ama bu yetmez; eğer otomotiv sektörünü gerçekten, çok daha fazla net katma değer yaratan, küresel ölçekte onu vazgeçilmez kılan bir sektör hâline getirmek istiyorsak, tedarikçi firmalarımıza kendi üretim konularında kavram ve tasarım geliştirebilme ve doğrulayabilme yeteneğini de kazandırmak zorundayız. Bu da yetmez, onları, parça tedarikçiliği yerine sistem ve alt sistemler sunabilecekleri bir yetenek düzeyine getirmek de gerekir.

Elbette, önce tedarikçi firmaların kendileri buna istekli olmalıdırlar. Örneğin, içinde yer aldıkları uluslararası tedarik zincirinde, küresel oyuncu konumundaki ana firmanın istediği kalitede üretim yapabilmeleri için gönderdiği bilgileri iyi özümseyip kendilerine mal etmeyi; bununla da yetinmeyip o bilgileri kendileri de yeniden üretebilir hâle gelmeyi istemeleri; bunda kararlı olmaları şarttır. Sektörle ilgili politikaları belirleyenlerin göreviyse, tedarikçi firmaları bu yönde teşvik etmektir; onlara yardımcı olacak, teknolojik destek sağlayacak, bilimsel bilgi açıklarını kapatacak mekanizmaları ve işbirliği ortamlarını geliştirmektir. Otomotiv yan sanayiinin öngörülen yetenek düzeylerine gelebilmek için kendi içinde kuracağı yeni örgütlenme biçimleri de vardır. (Otomotiv yan sanayiini söz konusu yetkinlik düzeylerine getirmeden, bu öngörülmeden, ulusal marka yaratılması nasıl istenir; bunu anlamak hiç mümkün değildir...)

Şunu açıkça görelim: Net katma değeri ciddî oranlarda artırmak ve vazgeçilmez olabilmek için tek imkân, bilim ve teknolojide yetkinleşmektir. Bu olmadan, örneğin yeni tasarımlar geliştirebilmek mümkün değildir. Oysa, asıl net katma değer bu tür süreçlerde yaratılır. Bugünkü verili koşullarda bir atılım yapabilmek için, sektör düzeyinde, orta ve uzun vâdeli teknolojik öngörülerde bulunabilmek, dikkatlerimizi hangi teknolojiler üzerinde yetkinlik kazanmaya odaklayacağımızı belirlemek şarttır.

Bilim ve teknolojide çok daha yetkin hâle gelmek, sektörün tek başına başarabileceği bir şey olmadığına göre, mevcut bilim ve teknoloji sistemimizde, ulusal yenilik sistemimizde, hangi kurumları harekete geçirmek ya da yeniden düzenlemek gerekir? Kaçınılmaz olan, firmalar arası araştırma ve teknolojik geliştirmede işbirliği mekanizmalarını nasıl kurarız? Öngörülecek araştırma ve teknoloji geliştirme faaliyetleri için gerekli finansman desteği de içinde olmak üzere, bütün bu sorunlarla baş etmek için hangi ulusal programları yürürlüğe koyarız? Bunların yanıtları verilebilmelidir; verilebilir de... Gerekli şartlar sağlanırsa, otomotivde vazgeçilmez bir konuma gelmek mümkündür ve önemlidir.

Hangi Bilim ve Teknoloji Alanlarında Yetkinlik Kazanılmalı?

Gün geçmiyor ki gazetelerden hibrit veya elektrikli bir yerli aracın yapıldığı müjdesini almayalım. Bu haberler 'Model Araba Severler' kulübünün merakı dayalı etkinliklerini çağrıştırıyor. Bir 'niş' bulup orada çalışma yapmanın önemi küçümsenemez ama bu, ulusal ya da bölgesel ölçekte bir yetkinlik kazanıldığı anlamına gelmez. Olması gereken, üzerinde çalışılan binek aracının ulusal ve uluslararası pazarda rakiplerine fark atacağı bir üstünlüğe sahip kılınması veya küresel üretim/küresel değer zincirinde ülkenizi/bölgenizi vazgeçilemez kılacak temel yetkinliklerin edinilmesidir. Küresel üstünlüğün en önemli kaynağı teknoloji hâkimiyetidir.

Otomotiv sektörünü teknolojik bir sistem gibi ele alırsak, bu sistemde birçok teknolojinin birbirine paralel ilerlemeler kaydettiği görülür. Sektörde var olmak bu teknolojilere çeşitli düzeylerde hâkim olmakla mümkündür. Sektör, ayrıca, konumuzla ilgili yeni teknolojilerin ticarileşme alanı olarak da ele alınabilmelidir. Otomotiv, örneğin, nano-teknolojinin belli alt başlıklarının; yüksek mukavemetli hafif bileşenlerle aşınmaya dayanıklı kaplamalar ve nano kompozitlerin; elektrokromik camlar ve krom ikame teknolojisinin yeni ticarileşme alanlarıdır.

Türkiye Otomotiv Sanayii, içten yanmalı motorlarla ilgili bazı teknolojilerin pazarı bugün cazip gözükse bile, klâsik araç sistemlerinde geçerli olan bu teknolojilerin çok prim yaptığı yılları kaçırdığından, bunlara değil, çeyrek asır sonrasının otomotiv teknolojilerine bakmalıdır. Dolayısıyla, klâsik güç sistemlerinde, yıllardan beri çok büyük bütçeler harcanan, buna karşılık, enerji tasarrufu, hareket esnekliği ya da konfor açısından sağlanan faydanın artık marjinal düzeyde kaldığı teknoloji arayışlarına önem vermektense, büyük olasılıkla bu sistemlerin yerini alacak 'sıfır emisyonlu' elektrikli ulaşım sistem ve teknolojilerine yönelmek, stratejik açıdan çok daha doğru olabilir. Batarya ve şarj teknolojileriyle şarj istasyonları vb. altyapılar önümüzdeki yılların üzerinde çalışılacak konuları olacaktır. Bu teknolojilerle birlikte, kaçınılmaz olarak, ulaşım kontrol, haberleşme ve navigasyon teknolojileri de önem kazanacaktır. Her ne kadar ülkemizdeki otomotiv sektörünün, var olan yeteneklerinin sistematik/metodolojik değerlendirmesi yapılmadıysa da, sektörle ilgili başka pek çok çalışmanın sonuçlarına dayanarak ele alabileceğimiz diğer taşıt teknolojileri konularının şunlar olacağı söylenebilir: Hibrit araçlar; yakıtlar (biyo-etanol, yenilenebilir yakıtlar, optimize yakıtlar); yakıt hücreleri, yakıt hücresi bileşenleri ve hidrojen; ortak güvenlik (araçtan araca etkileşim, araç altyapı etkileşimi, akıllı ulaşım); malzemeler (hafif araç konseptleri, akıllı nano-taşıyıcılar ile malzemelerin çok katmanlı korunumu, çok amaçlı hafif alaşımlar)... Ayrıca, yüksek getiri potansiyeline sahip 'DPF (Diesel Particulate Filter)', 'GDI (Gasoline Direct Injection)', 'ileri EPS (Electronic Power Steering) ve 'DCT (Dual Clutch Transmission)' gibi güç aktarım teknolojileri... Elektronik çağrı (e-call) ve gömülü navigasyon sistemleri gibi telematik uygulamalar...

Buraya kadar söylenenlerin hepsi bir yana, varsayalım ki, otomotivde hep üretim [imalât] üssü olarak kalmakta ısrarlısınız. O zaman da üretim teknolojilerinde söz sahibi olmanız beklenmez mi? Üretim üssü olmakla övünmek üretim teknolojilerini geliştirmede yetkinleşmiş olmayı gerektirmez mi? Oysa, bu teknolojilerde de sâdece bir kullanıcıyız.