

Otomotiv Sektöründe Gündem

2017 Ocak-Haziran

OTOMOTİV

EY

Building a better
working world



Serdar Altay

EY Türkiye
Otomotiv Sektör Lideri,
Ortak

Sercan Bahadır

EY Türkiye
Ortak

Murat Demir

EY Türkiye
Kıdemli Müdür

Özgür Doğan

EY Türkiye
Kıdemli Müdür



Serdar Altay
EY Türkiye
Ortak, YMM
Vergi Hizmetleri

Değerli Otomotiv Sektörü İlgilileri,

2016 yılı yaşanan olumsuz gelişmelere ve bu olumsuz gelişmelerin ekonomik verilere yansımalarına rağmen parametrelere bakıldığında otomotiv sektörü için verimli geçmiş ve 12 aylık dönemde otomobil satışlarında bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık %4 yükseliş yaşandığı görülmüştür. 2016 yılında Türkiye'nin küresel anlamda güçlü bir pozisyona sahip olduğu ticari araç pazarında üretimin %5,7 azalmasına rağmen binek otomobil ihracatının bazı otomobil firmalarının Türkiye'de üretilen yeni modellerinin desteğiyle %23,3 arttığı gözlemlenmiştir. Öte yandan, büyüyen Avrupa pazarı Türkiye, Çek Cumhuriyeti ve Polonya gibi ülkelere avantajlar sunmakla birlikte 2016 yılında Türkiye'deki ihracatçıların gelirlerinin artmasına da katkıda bulunduğu yönünde bir sonuç çıkarılması mümkün bulunmaktadır.

2017 yılının ilk yarısında ise Türkiye otomotiv sektörü kur artışı ve ÖTV düzenlemesine bağlı olarak yükselen fiyatlar nedeniyle 2017 yılı beklentilerine paralel ilerlemiş ve ilk altı aylık dönemde otomobil ve hafif ticari araç pazarında düşüşler görülmüştür. Bu sebeple ilk yarı sonuçları dikkate alındığı takdirde 2016 yılında yakalanan yükselişin 2017 yılında da tekrar edilmesinin ilk yarıyı için zor olacağını söylemek mümkündür.

Bu sayımızda, Invest in Turkey tarafından paylaşılan Türkiye'de "Lokomotif Sektör" olarak nitelendirilen Türkiye otomotiv sektöründe yaşanan trendlere ilişkin kapsamlı analizlerin esas alındığı değerlendirmelere yer verdik. Bunun yanı sıra Rekabet Kurumu'nun ("Kurul") yakın markajında olan en önemli sektörler arasında yer alan otomotiv sektöründeki rekabeti kısıtlayıcı niteliğe sahip yatay anlaşmaların, uyumlu eylemlerin ve teşebbüs birliği kararlarının rekabet hukuku perspektifinden değerlendirilmesine ve sektörü ilgilendirdiğini düşündüğümüz yatay ilişkilere yönelik bazı Rekabet Kurulu ("Kurul") kararlarına yer verdik ve yatay ilişkiler bakımından önem arz eden hususlara değindik. Son olarak ise "Sürücüsüz Araçlar Hedefte Olabilir mi?" başlıklı bölümle otomotiv sektöründe geleceğe yönelik ilerlemelere değindiğimizi belirtmek isteriz.

Otomotiv sektörü ile ilgilenen tüm okuyucularımız için faydalı olacağını düşündüğümüz bu sayımıza göstermiş olduğunuz ilgi için EY Türkiye Otomotiv Sektörü sorumluları olarak teşekkür ederiz.

Serdar Altay
EY Türkiye Otomotiv Sektör Lideri

I. Rakamlarla Türkiye Otomotiv Sektörü

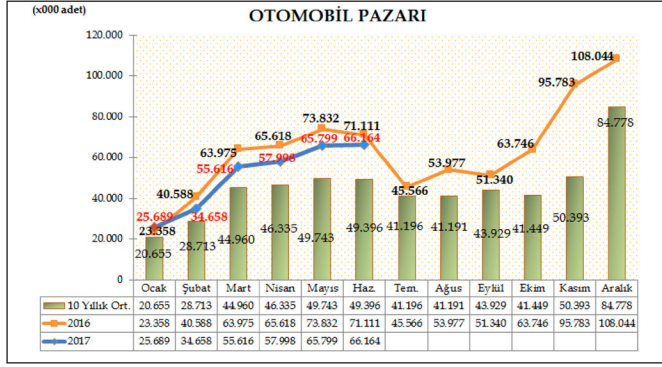


► 2016-2017 Haziran Ayı İtibariyle Otomobil Satış Miktarları

Otomotiv Distribütörleri Derneği'nin yapmış olduğu pazar değerlendirmesine göre, Türkiye Otomotiv pazarında 2017 yılı ilk altı aylık dönemde otomobil satışları bir önceki yılın aynı dönemine göre %9,62 azalarak 305.924 adede gerilediği görülmekle birlikte geçen sene aynı dönemde 338.482 adet satış gerçekleştirilmiştir.

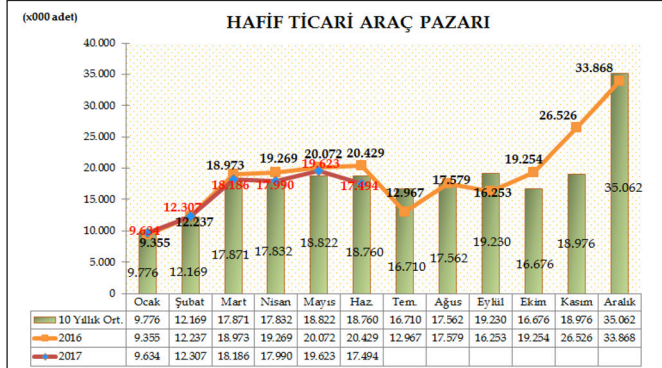
2016 yılı Haziran ayında 71.111 adet satış gerçekleştirilen Otomobil Satışları 2017 yılı Haziran ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %6,96 azalarak 66.164 adede gerilemiştir.

Otomobil pazarı, 10 yıllık Haziran ayı ortalama satışlara göre %33,95 artış gösterdiği anlaşılmaktadır.



► 2016-2017 Haziran Ayı İtibariyle Hafif Ticari Araç Satış Miktarları

Türkiye Otomotiv pazarında, hafif ticari araç pazarı 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %5,08 oranında azalarak 95.234 adede gerilediği görülmekte olup, geçen sene aynı dönemde 100.335 adet satış gerçekleştirilmiştir.



Hafif Ticari Araç Pazarı 2017 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı ayına göre %14,37 oranında azalarak 17.494 adet seviyesinde gerçekleştiği sonucuna ulaşılmaktadır. Geçen sene Haziran ayında 20.429 adet satış gerçekleştirilmiştir.

Motor Hacmi	Motor Cinsi	2016' Haziran Sonu		2017' Haziran Sonu		Değişim	ÖTV %	KDV %
		Adet	Pay	Adet	Pay			
≤1600cc	B/D	327.700	%96,22	294.292	%96,20	-%9,6	45,50,60	
1601cc≤2000cc	B/D	10.333	%3,05	9.121	%2,98	-%11,7	100,110	
≥2001 cc	B/D	2.093	%0,62	1.050	%0,34	-%49,8	160	
≤85kW	Elektrik	2	%0,00	13	%0,00	%550,00	3	
86kW≤120kW	Elektrik	0	%0,00	0	%0,00		7	
≥121kW	Elektrik	17	%0,01	19	%0,01	-%11,8	15	
<=1600cc	Hibrit	293	%0,09	134	%0,04	-%54,3	60	18
1601cc-<=1800cc (<=50KW)	Hibrit	0	%0,00	0	%0,00		110	
1601cc-<=1800cc (>50KW)	Hibrit	0	%0,00	1.214	%0,40		60	
1801cc-<=2000cc	Hibrit	28	%0,01	29	%0,01		110	
2001cc-<=2500cc (<=100KW)	Hibrit	0	%0,00	0	%0,00		160	
2001cc-<=2500cc (>100KW)	Hibrit	0	%0,00	46	%0,02		110	
>2500cc	Hibrit	16	%0,00	6	%0,00	-%62,5	160	
Toplam		338.482	%100,00	305.924	%100,00	-%9,62	VERGİ ORANLARI	

Kaynak: ODD

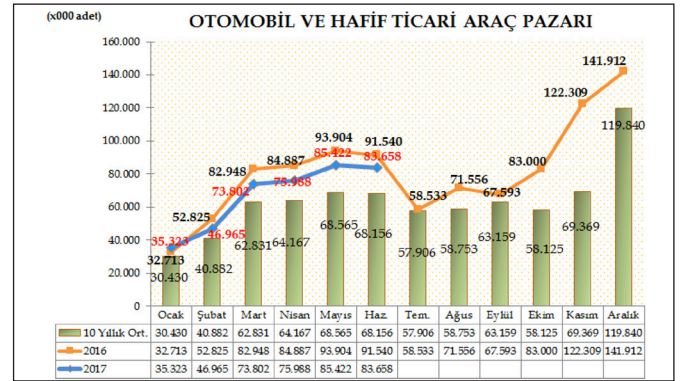
Hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Haziran ayı ortalama satışlara göre %6,76 azaldığı görülmektedir.

► 2016-2017 Haziran Ayı İtibariyle Otomobil ve Hafif Ticari Araç Satış Miktarları

Türkiye Otomotiv pazarında 2017 yılı ilk altı aylık dönemde otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı 401.158 adet olarak gerçekleşmiştir. 438.817 adet olan 2016 yılı aynı dönemi otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %8,58 oranında azalmıştır.

2017 yılı Haziran ayı Otomobil ve Hafif Ticari Araç toplam pazarı 83.658 adet oldu. 91.540 adet olan 2016 yılı Haziran ayı otomobil ve hafif ticari araç pazar toplamına göre satışlar %8,61 oranında küçüldüğü anlaşılmaktadır.

Otomobil ve hafif ticari araç pazarı, 10 yıllık Haziran ayı ortalama satışlara göre yapılan analizlerde %22,75 artış gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

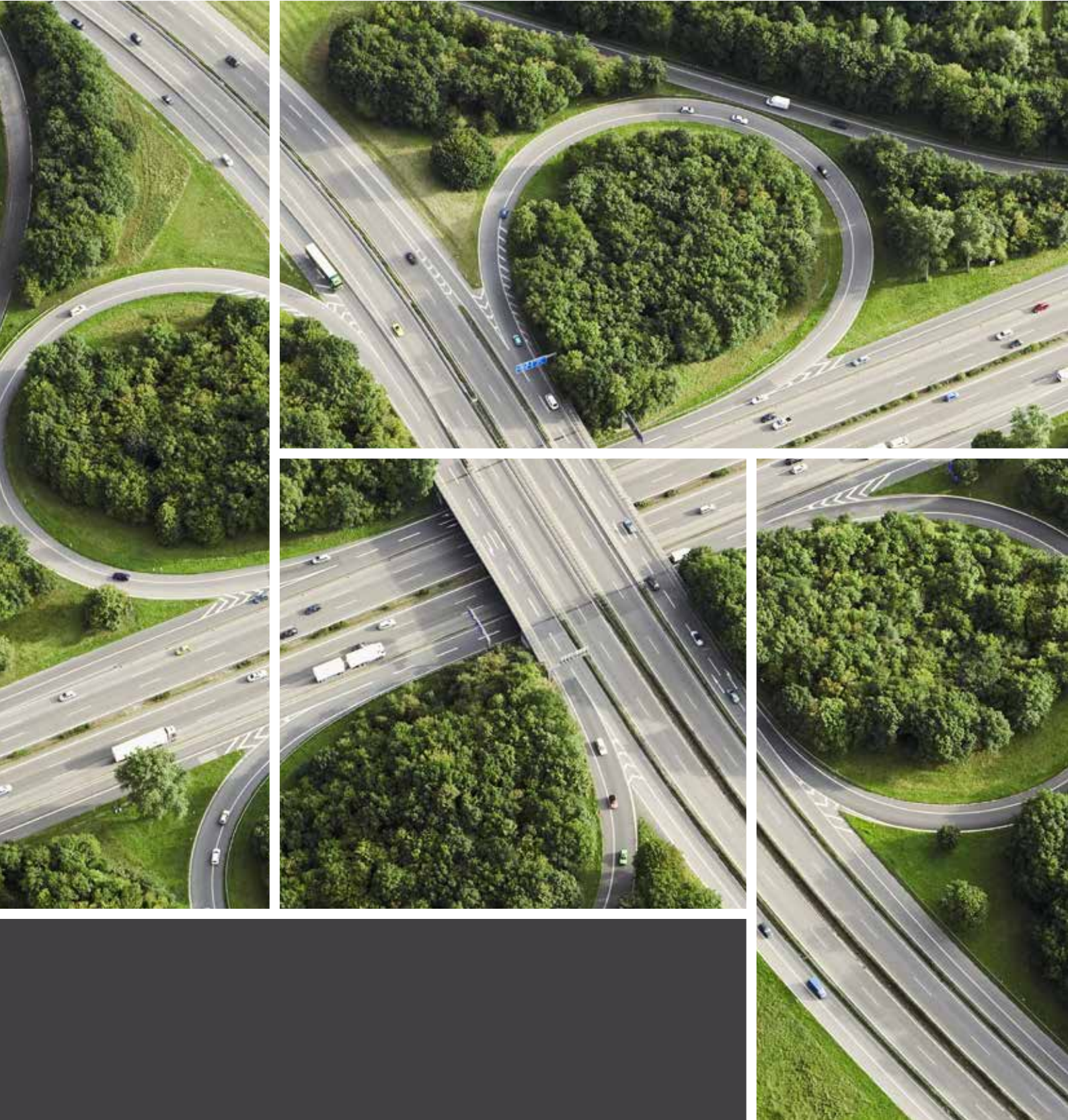


► 2016-2017 Haziran Ayı İtibariyle Otomobil Pazarı

2017 yılı Haziran sonu otomobil pazarı motor hacmine göre incelendiğinde, en yüksek paya %96,20 oranıyla yine 1600cc altındaki otomobiller 294.292 adet ile sahip olduğu görülmektedir. Ardından %2,98 pay ile 1600-2000cc aralığındaki otomobiller ve %0,34 pay ile 2000cc üstü otomobiller yer almıştır. 2016 yılı aynı döneme göre, 1600cc altındaki otomobil satışlarında %9,6, 1600-2000cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında %11,7 ve 2000cc üstü otomobillerde ise %49,8 azalış görüldüğü sonucuna ulaşılmaktadır. 2017 yılı altı aylık dönemde 85kW altı 13 adet, 121kW üstü 19 adet olmak üzere 32 adet elektrikli otomobil satışı gerçekleştiği görülmektedir.

Aşağıdaki tablodan görüleceği üzere, 2017 yılı Haziran ayı sonunda, 1600 cc altı motor hacmine sahip hibrit otomobil satışları 134 adet ile geçen yıl aynı döneme göre %54,3 daralmıştır. 2017 yılı altı aylık dönemde, 1601cc=1800cc (>50 kW) aralığında 1214 adet, 1801cc - 2000cc aralığında 29 adet, 2001cc - 2500cc (>100KW) aralığında 46 adet, 2500cc üstü ise 6 adet hibrit otomobil satışı gerçekleştiği görülmektedir. 2017 yılı Ocak-Haziran döneminde ise ODD'nin verilerine göre toplam 1.429 adet hibrit otomobil satışı gerçekleştirilmiştir.

II. Rekabet Hukuku Perspektifinden Otomotiv Sektöründe Yatay İlişkiler



Rekabet Hukuku Perspektifinden Otomotiv Sektöründe Yatay İlişkiler

Otomotiv sektörü, Rekabet Kurumu'nun ("Kurum") yakın markajında olan en önemli sektörlerden biridir. Nitekim otomobil, hafif ticari araç, minibüs, otobüs, kamyon ve çekici gibi motorlu araçlar tüketiciler nezdinde en büyük harcamalardan birine tekabül etmekte ve bu kapsamda motorlu araçların satım, dağıtım ve bakım-onarım hizmetleri bakımından rekabetçi bir yapı kurmak büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda Kurum tarafından sektörde faaliyet gösteren teşebbüslerin, zaman zaman rekabeti kısıtlama veya ortadan kaldırma etkisi veya sonucu doğurabilecek olan tek taraflı veya diğer teşebbüsler ile anlaşmayaptığı veya bazı eylemlerde bulunduğu değerlendirilmektedir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un ("Kanun") 4. maddesine göre:

"Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır."

Görüldüğü üzere kanun koyucu, rakip teşebbüsler arasındaki yatay anlaşmaların, uyumlu eylem ve kararların rekabeti kısıtlama amacı taşıması durumunda hukuka aykırı olduğunu hüküm altında almıştır.

Bu yazımızda, otomotiv sektöründe rekabeti kısıtlayıcı etkileri bakımından yatay anlaşma ve uyumlu eylemlere ilişkin bilgi vererek sektörü ilgilendiren Rekabet Kurulu ("**Kurul**") kararlarına değinilecektir.

1 | Rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki rakip teşebbüs ilişkileri

Kanun yukarıda görüldüğü üzere rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı maksat barındıran her türlü anlaşmayı, birlikte alınan kararı ve uyumlu eylemi yasaklamaktadır. Ticarete zarar vermeye elverişli olan ve rekabeti önleme, kısıtlama veya bozma amacı taşıyan ya da etkisini gösteren işletmeler arası anlaşmalar, işletme birliklerinin kararları ve bunların uyumlu uygulamaları ile alış ve satış fiyatlarının belirlenmesi, üretimin, pazarlamanın, teknik ilerlemenin ya da teknik yatırımların sınırlandırılması veya kontrol altına alınması, pazarın veya tedarik kaynaklarının bölüştürülmesi, rekabete zarar verecek biçimde, eş taraflara farklı hüküm ve şartların uygulanması rekabete aykırı ve yasaktır.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre, teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının yasak kapsamına girebilmesi için, belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme,

bozma veya kısıtlama amacı taşıması veya bu etkiyi doğurması gerekir. Bu sonucu doğurmak kaydıyla her türlü anlaşma, karar ve uyumlu eylem bu Kanun uygulamasında hukuka aykırı ve yasak sayılmıştır.

Bu nedenle, 4. maddede sözü geçen "anlaşma", "teşebbüs birlikleri kararı" ve "uyumlu eylem" kavramlarının açıklığa kavuşturulması yerinde olacaktır.

1.1. Yatay Anlaşmalar

Rekabet hukuku açısından anlaşmalar dikey anlaşmalar ve yatay anlaşmalar olmak üzere iki bölüm altında incelenmektedir. Yatay anlaşmalar rekabet hukuku kapsamında birbirine rakip olarak nitelendirilen teşebbüsler arasındaki anlaşmalardır.¹ Dikey anlaşmalar ise; tedarik zincirinin farklı seviyelerinde faaliyette bulunan teşebbüsler arasında akdedilen anlaşmaları nitelendirmektedir.

Rekabet hukuku açısından yapılan anlaşmalara ilişkin bir şekil şartı bulunmamakta olup taraflar arasındaki gizli veya açık irade uyuşması ve rekabeti kısıtlayıcı veya ortadan kaldırıcı nitelikteki davranış birlikteliği taşıyan bir anlaşmanın rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olduğu kabul edilmektedir. Bir yatay anlaşmanın rekabeti sınırlayıcı niteliği ekonomik açıdan büyük önem arz eden fiyat, kâr, alım satım şartları, arz veya müşteri gibi unsurların taraflarca belirlenmesi veya paylaşmasından kaynaklanmaktadır.

Yakın geçmişten bir kartel soruşturması örneği vermek gerekirse; Avrupa Komisyonu tarafından 2016 yılında araba üreticileri Mitsubishi Electric ve Hitachi aleyhinde rekabete aykırı biçimde fiyat koordinasyonu ve müşteri paylaşımı yaptıkları kanaati ile toplamda 137.789.000 Euro para cezası verilmiştir.² İlgili soruşturmada ilgili teşebbüslerden Denso ise karteli ortaya çıkartmada Avrupa Komisyonu ile işbirliği yapması sebebi ile herhangi bir para cezasına çarptırılmamıştır.

1.2. Uyumlu eylemler

Uyumlu eylemler, Kanun'un mezkur maddesinde "*bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda, piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil eder*" ifadesiyle açıklanmaktadır. Buna göre teşebbüsler arasında anlaşma aşamasına gelmeyen ancak tarafların birlikte hareket etme dürtüsü barındırdığı anlaşılan piyasa hareketleri uyumlu eylem kapsamında değerlendirilebilecektir. Görüldüğü üzere Kanun'un 4. maddesi uyarınca herhangi bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda dahi, teşebbüsler arasında rekabeti sınırlamaya veya ortadan kaldırmaya yönelik bilinçli bir irade birliği olması halinde de cezai yaptırım uygulanabilecektir.

1) Rekabet hukuku kuralları uyarınca rakip kavramı potansiyel ve fiili rakip olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Fiili rakip, aynı ilgili pazarda aktif olarak faaliyet göstermekte olan rakip teşebbüsleri nitelendirilmekteyken; üç yılı aşmayacak şekilde ilgili pazarda aktif faaliyet gösterebilme olasılığı olan teşebbüs ile aktif olarak faaliyet gösteren teşebbüsler potansiyel rakip olarak nitelendirilmektedir.

2) Avrupa Komisyonu, CASE AT.40028 -ALTERNATORS AND STARTERS.

1.3. Teşebbüs birliği kararları

Kanun'un 3. Maddesi uyarınca, teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu birlikler teşebbüs birlikleri olarak adlandırılmaktadır. Teşebbüs birliklerinin tüzel kişiliği olması bakımından rekabet hukuku kapsamında herhangi bir zorunluluk bulunmamaktadır.

2. | Yatay ilişkiler bakımından Kurul kararları ışığında önem arz eden hususlar

Otomotiv sektöründe yatay ilişkiler bakımından önem arz eden hususlardan biri rakip teşebbüsler arasında rekabete hassas veri paylaşımıdır. Rakip teşebbüsler arasındaki rekabete hassas veri paylaşımı, Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmektedir. Rekabete hassas veri; teşebbüslerin ilgili pazarda kendini rakiplerine karşı konumlandırmasını sağlayarak koordinasyon etki yaratabilecek verilerdir.

Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz ("Kılavuz") uyarınca, bilgi değişiminin rekabet üzerindeki olası etkileri, her somut olayın kendine has özellikleri dikkate alınarak incelenmelidir. Ancak veri paylaşımının rakipler arasında koordinasyona yol açabilecek nitelikte bir bilgi paylaşımı olup olmadığının değerlendirilmesi en önemli hususların başında gelmektedir. Bu kapsamda paylaşılan bilginin stratejik bilgi olup olmadığının değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Fiyata, miktara, müşterilere, maliyetlere, cirolara, satışlara, alımlara, kapasiteye, ürün niteliklerine, pazarlama planlarına, risklere, yatırımlara, teknolojilere, Ar-Ge programlarına ilişkin ve benzeri bilgilerin rekabete hassas olduğu kabul edilir.

Buna ek olarak, bilgi değişiminin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında rekabeti kısıtlama etkisinin bulunması için, fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon gibi rekabet parametrelerinden en az biri üzerinde olumsuz etki doğurabilecek nitelikte olması gerekir. Bilgi değişiminin rekabeti kısıtlayıcı etkisinin değerlendirilmesinde, ilgili pazarın özellikleri ile bilgi değişiminin nitelikleri dikkate alınır.

2.1. Otomotiv Sektörü Soruşturması ve Ceza Kararı³

Kurul, motorlu taşıtlar sektöründe faaliyet gösteren yirmi üç (23) teşebbüs hakkında ilgili teşebbüslerin birbirlerine fiyatlara ilişkin bilgi paylaştıkları iddialarına yönelik olarak soruşturma başlatmıştır. Soruşturma süresince yapılan incelemeler sonucunda soruşturma kapsamında yapılan inceleme ve değerlendirmeler sonucunda, yeni binek ve hafif ticari araçlar pazarında faaliyet gösteren on beş (15) teşebbüsün geleceğe yönelik fiyat ve satış stratejileri ile hedef ve stok bilgilerini toplantı ve/veya bireysel iletişimler yoluyla paylaşmak yolu ile Kanun'un 4. maddesini ihlal ettikleri kanaatine varılarak toplamda 277 milyon Türk Lirası cezaya hükmedilmiştir. Otomotiv sektörü soruşturması sonucunda verilen ceza Kurul'un bugüne kadar vermiş olduğu en büyük cezalardan biri olarak tarihe geçmiştir. Söz konusu karar, otomotiv sektöründe faaliyet gösteren teşebbüsler bakımından rekabet hukuku kurallarına uygun sağlam bir faaliyet stratejisi benimsemenin ne kadar elzem olduğunu gözler önüne sermektedir.

2.2. Otomotiv Distribütörleri Derneği ("ODD") web sitesine ilişkin karar⁴

Karar ile kurulacak ODD web sitesi ve burada yer alacak istatistikî nitelikteki bilgilere ilişkin teşebbüs birliği kararına menfi tespit belgesi verilmesine ilişkin başvuru görüşülmüştür. Bu kapsamda incelemeler esnasında pazarın yapısı ve paylaşılması öngörülen bilgiler incelenmiş, bilgi değişiminin pazarda koordinasyon doğurucu etkiler yaratmaması gerektiğinin altı çizilerek pazarın yapısı ve değişilen bilginin niteliğinin bu etkilerin değerlendirmesinde önem taşıdığı belirtilmiştir.

İnternet sitesinde yer alacak bilgilere bakıldığında ise; bu bilgilerin Türkiye geneline yönelik (yerli ve ithal) satış miktarları ve pazar paylarını içerdiği, ülkedeki bölgeler veya iller bazında ayrıntılı istatistiklere yer verilmediği, markalar için verilen istatistiklerin otomobil ve hafif ticari araç grubunda gerçekleştirilen satışların toplamına yönelik olduğu, markaların her iki grubun alt ürün segmentlerinde (örneğin farklı otomobil sınıflarında) gerçekleştirdikleri ayrıntılı satış fiyatı ve miktarları ile pazar payı verilerine yönelik bilgilerin bulunmadığı, keza verilerin fiyatların, üretimin, satışların ve kapasite kullanım oranlarının gelecekteki durumlarına dair bilgiler içermediğinin anlaşıldığı belirtilmiştir. Tüm bunlardan hareketle, genel verilere dayanan istatistikî bilgiler olan bu tür bilgilerin, bu sektörde rekabetçi davranışların koordinasyonuna yol açma potansiyeli taşımaktan uzak olduğu kanaatine varılarak başvuru kabul edilmiştir.

2.3. ODD web sitesi, veritabanı ve diğer sebeplerle hazırlanan raporlardaki bilgilerin yayımlanmasına ilişkin karar⁵

Kurul ODD üyelerinin şebekelerindeki personel sayısına, yetkili satıcı ve servis sayısına ilişkin bilgilerin derlenerek muhtelif zamanlarda paylaşılmasına yönelik olarak menfi tespit kararı vermiştir. Buna ek olarak Kurul;

- ▶ Üçer aylık dönemlerde toplam ve marka olarak ayrıştırılmış şekilde il bazında satış adetleri,
- ▶ Üçer aylık dönemlerde markaların yeni modellerine ilişkin kesin olmayan takvim çalışmaları (lansman),
- ▶ Binek ve hafif ticari araçların filo satışlarında markaların, devlet, kiralama şirketleri, taksiler, leasing ve özel satış olarak sınıflandırılan alıcı gruplarına yönelik satışlardaki payı hususlarındaki veri paylaşımına yönelik olarak

İl bazındaki verilerin marka, model ve alt kırılım ayrıştırması içermemesi, lansmana ilişkin paylaşımların; uygulanacak tavsiye veya nihai satış fiyatları, satış stratejisi, hedef, arz miktarı gibi koordinasyon doğurucu etkisi bulunan bilgileri içermemesi göz önünde bulundurularak; filo satış rakamlarının alıcı grupları bakımından ayrıştırılmasında alıcıların unvanlarına ilişkin bilgilerin yer almaması koşuluyla bireysel muafiyet tanınmasına karar vermiştir.

- 3) 18.04.2011 tarih ve 11-24/464-139 sayılı Rekabet Kurulu kararı
- 4) 15.04.2004 tarih ve 04-26/287-65 sayılı Rekabet Kurulu kararı
- 5) 14.07.2011 tarih ve 11-43/916-285 sayılı Rekabet Kurulu kararı

2.4. Ağır Ticari Araçlar Derneği'nin ("TAİD") Aylık Satış Rakamları Paylaşımına Yönelik Karar⁶

Kurul TAİD'in üyeleri ile ağır ticari araçların kamyon, çekici, treyler ve otobüs kırılımında ve marka bazında satış adedi bilgisini paylaşmasına menfi tespit vermiştir.

2.5. ODD Ağır Ticari Araçlar ve Binek ve Hafif Ticari Araçların Satış Sonrası Hizmetlerine Yönelik Karar⁷

ODD'nin ağır ticari araç satışları ile binek ve hafif ticari araçlara yönelik satış sonrası hizmetlere ilişkin üyeleri ile bilgi paylaşılması hususundaki teşebbüs birliği kararına yönelik olarak menfi tespit talebi değerlendirilmiştir. Kurul;

- ▶ Binek ve hafif ticari araçlara yönelik olarak aylık, üç aylık, yıllık bazda, mekanik ve kaporta alt kırılımlarını içerir şekilde yetkili servis araç giriş sayısı ve hizmet satılan saat verilerinin,
- ▶ Binek ve hafif ticari araçlara yönelik olarak kümülatif bazda, mekanik ve kaporta alt kırılımlarını içerir şekilde yetkili servis araç giriş sayısı ve hizmet satılan saat verilerinin,
- ▶ Binek ve hafif ticari araçlara yönelik verilerin marka bazında aylık, üç aylık ve yıllık olarak derlenmesine ilişkin bilgilerin paylaşımına Kanun'un 8. maddesi uyarınca menfi tespit belgesi vermiştir.

Yukarıda yer alan bilgiler ve Kurul kararları ışığında, otomotiv sektöründe aktif teşebbüsler ile ilgili olarak birçok Kurul kararı olduğu ve bu kapsamda otomotiv sektörünün rekabet hukuku açısından önemli bir değere haiz olduğu görülmektedir. Kurul'un bugüne kadar vermiş olduğu en büyük ceza kararlarından birinin otomotiv sektörü özelinde verilmesi, teşebbüs birliği kararları doğrultusunda rakip teşebbüsler arasında bilgi paylaşımının yaygın olması gibi hususlar değerlendirildiğinde; özellikle yatay ilişkiler ekseninde olmak üzere, aktif teşebbüsler açısından rekabet hukuku kurallarına uyumun tam olarak sağlanmasının büyük önem arz ettiği açıktır. Bu doğrultuda sektörde aktif teşebbüsler açısından rekabete uyum programlarının değeri günbegün artmaktadır.

6) 12.04.2012 tarih ve 12-20/518-154 sayılı Rekabet Kurulu kararı

7) 06.06.2012 tarih ve 12-30/891-269 sayılı Rekabet Kurulu kararı

Bu bölüm, KS Avukatlık Ortaklığı tarafından hazırlanmıştır.

KS Avukatlık Ortaklığı

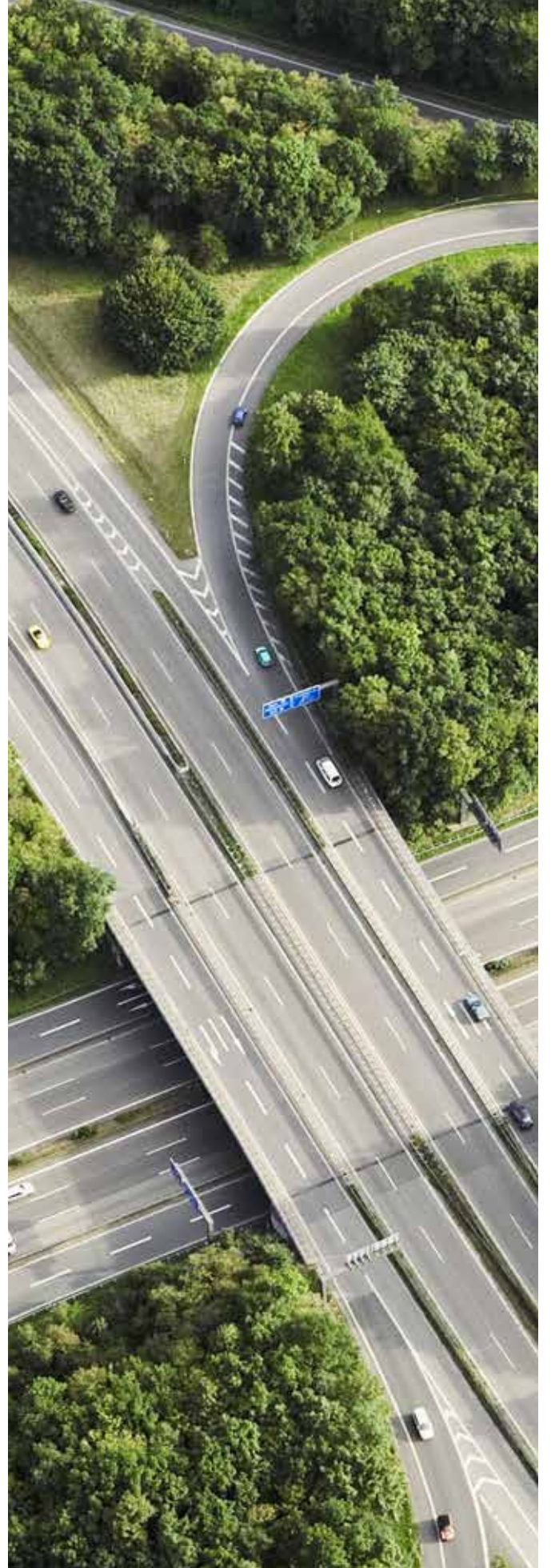
Zekeriya Başar Özbilen

Kıdemli Müdür, Otomotiv Sektörü
basar.ozbilen@tr.ey.com

Ezgi Tahmaz

Kıdemli Avukat, Rekabet Hukuku
ezgi.tahmaz@tr.ey.com

0 (212) 315 30 00



III. Otomotiv Sanayii Trend Analizi

Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 yılı performansları

Otomotiv sanayiinin ihracat performansı

Yerel üretimde karşılaştırmalı durum

Invest in Turkey tarafından yayımlanan 2016 yılı 'Otomotiv Sanayii Trend Analizi' başlıklı çalışması incelendiğinde;

- ▶ Motorlu araçlar pazarının 2016'da satılan birim araç sayısı bakımından pozisyonunu koruduğu,
- ▶ Piyasada hakimiyeti bulunan ithal modellerin konumlarını güçlendirdiği,
- ▶ Türkiye'nin küresel anlamda güçlü bir pozisyona sahip olduğu ticari araç alanında üretimin %5,7 azaldığı,
- ▶ Binek otomobil ihracatı, ağırlıklı olarak Fiat ve Toyota'nın yeni modellerinin desteğiyle 2016'da %23,3 arttığı,
- ▶ Ford & Daimler'in sağladığı performanstaki yükselişle, ticari araç ihracatının 2016'da %2 arttığı,
- ▶ Avrupa pazarındaki büyümenin, yatırımcılar için artan bir gelir seviyesini beraberinde getirdiği,
- ▶ Avrupa binek oto pazarında görülen %6,5'lik artışın zengin fırsatlar oluşturduğu,
- ▶ Türkiye'nin, önde gelen rakipleri Çek Cumhuriyeti ve Polonya ile birlikte büyüyen Avrupa pazarının avantajlarından faydalandığı

sonuçlarına ulaşılmaktadır. Söz konusu çalışma birçok analizin yapılması için esas bilgiler içermekle birlikte çalışmanın devamında pazardaki trendlere, üreticilerin 2016 yılı performanslarına, otomotiv sanayiinin ihracat performansına ve yerel üretimin karşılaştırmalı durumuna ilişkin detaylı analizlere yer verilmiştir. Dergimizin devamında Invest in Turkey tarafından yayınlanan çalışma esas alınarak söz konusu başlıklara değinilecektir.



Otomotiv Sanayii Trend Analizi

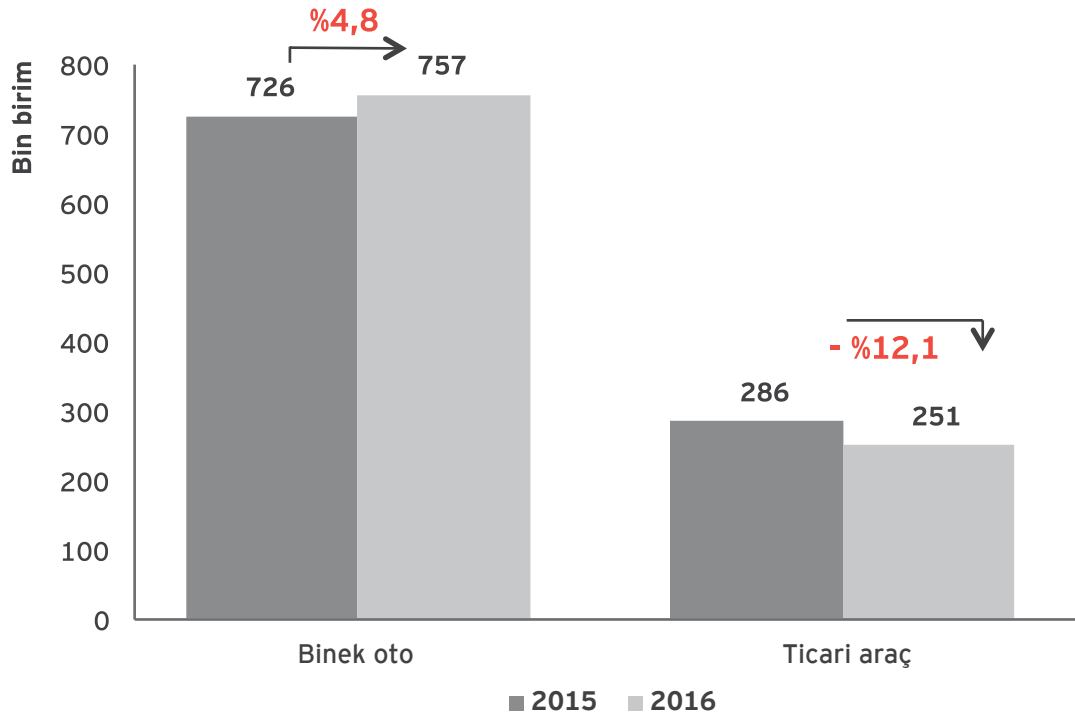
Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 performansları
Otomotiv sanayiinin ihracat performansı
Yerel üretimin karşılaştırmalı durumu

Motorlu araç pazarı 2016'da, satılan birim araç sayısı bakımından pozisyonunu korudu

Türkiye otomotiv pazarı, 2016'da da 2015'tekine benzer bir performans gösterdiği; binek oto pazarında satışlarda bir miktar artış gerçekleşse de, ticari araç satışlarında yaklaşık yüzde 12 düşüş görüldüğü; Pick-up ve kamyon segmentlerindeki azalmanın, ticari araç pazarındaki düşüşe öncülük ettiği; Türk lirasındaki değer kaybının ve zorlaşan kredi koşullarının düşüşte etkili olduğu açıklanmış olup, araç türüne göre pazara ilişkin tabloya aşağıda yer verilmiştir.

Araç türüne göre pazar



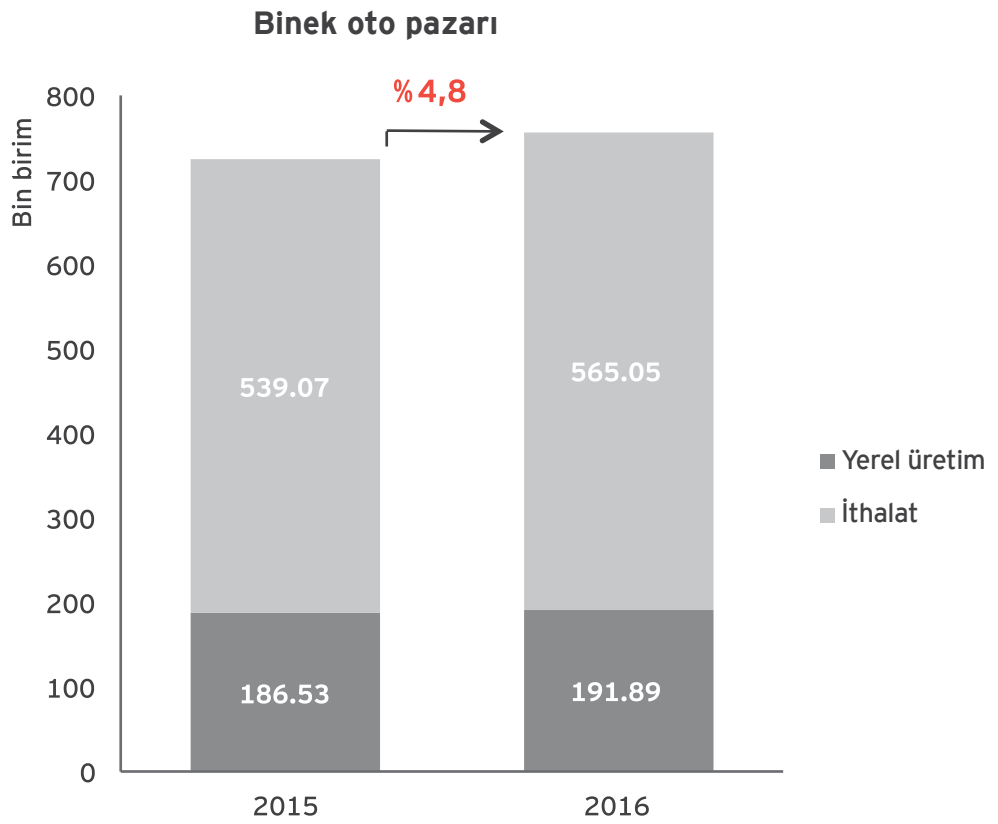
Otomotiv Sanayii Trend Analizi

Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 performansları
Otomotiv sanayiinin ihracat performansı
Yerel üretimin karşılaştırmalı durumu

Pazarda hakimiyeti olan ithal modeller konumlarını güçlendirdiler

Renault'un şu anda VW'nin de önünde yer alarak binek otomobil pazarının lider markası durumunda olduğu; Renault'un satışları %4,7 artarken, VW'nin toplam satışlarında %5,5'lik düşüş gerçekleştiği; Renault'un yerel üretimi yapılan modelleri ivme kaybetse de ithal modeller satışlarda %30 artışla markayı listenin en başına taşıdığı da ayrıca belirtilmiş olup, Türkiye'de üretilen ve ithal edilen binek oto pazarına ilişkin tabloya aşağıda yer verilmiştir.



Bu analizin devamında ise;

- ▶ Ford & Fiat gibi markaların nispeten düşük performansının, hafif ticari araç pazarında yerel olarak üretilen araçlarda belirgin azalmayla sonuçlandığı, ancak pazarın hala yerel markaların hakimiyeti altında ve paylarının %55,7 seviyesinde olduğu analizi yapılmıştır.
- ▶ İki yılın ardından, lüks segmentte yer alan markaların şu anda toplam binek otomobil pazarının %13'ten daha azını oluşturduğu ve bu grupta satışların 2016'da %3,86 düşerken; segmentin lideri durumundaki Mercedes-Benz'in 32.000 birimi aşan satışıyla binek oto pazarında yer alan ilk 10 marka arasında olduğu açıklanmıştır.
- ▶ İthal modellerin satışları bakımından, VW'nin piyasadaki değişen koşulları yönetebilmesi sayesinde rakiplerine kıyasla daha başarılı olduğu ve ülke olarak Türkiye VW Group'un en tepedeki pazarları içerisinde yer aldığı sonucuna ulaşılmakla birlikte, Opel'in de binek oto pazarında payını ve satışlarını artıran (2016'da 8000 birimin üzerinde) bir diğer marka olduğu ve Ford'un ithal modellerle birlikte düşüşü bu yıl da engelleyemediği belirtilmiştir.

Otomotiv Sanayii Trend Analizi

Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 performansları

Otomotiv sanayiinin ihracat performansı Yerel üretimin karşılaştırmalı durumu

Invest in Turkey tarafından yayımlanan çalışmanın 'Üreticilerin 2016 Performansları' başlıklı bölümünde ise;

- ▶ Yeni modellerin desteğiyle, Fiat ve Toyota'nın üretimlerini belirgin şekilde artırdığı (İki marka üretiminde sırasıyla yıllık bazda %151 ve %30 artış,
- ▶ Renault'un hala Türkiye'deki otomobil üretiminin büyük bölümünü elinde bulundurduğu ve 2016'da üretimde bir miktar artış kaydettiği, buna ek olarak Hyundai ve Honda'nın üretim seviyelerini koruduğu,
- ▶ Ticari araç üretimindeki bu düşüşte esas olarak ağır ticari araç üretimindeki %44'lük azalmanın etkili olduğu, 2016'da tarihi bir rekorun gerçekleştiği binek oto üretimine kıyasla, Türkiye'nin küresel olarak güçlü bir pozisyonda bulunduğu ticari araç üretiminde yaklaşık %6'lık küçülme görüldüğü,
- ▶ İmalatçılar için iç pazarın daha az önemli hale gelmesi yönündeki trendin 2016'da da devam ettiği ve 2015 ile kıyaslandığında, iç pazarda satılan yerel üretim binek otomobillerin payının %23,5'ten %21,5'e, ticari araç tarafının %32'den %26'ya gerilediği,
- ▶ Ticari pazardaki son yıllarda aşağı yönlü trendin ithalatçılardan çok yerel üreticilerin satışları üzerinde etkili olduğu ve pazar payında üç yıl süren artışın ardından, yerel üretim hafif ticari araçların 2016 sonunda %4'lük bir düşüş kaydettiği; bu değişimin bir sonucu olarak, ithal modellerin hafif ticari araç pazarının yarısına hakim olmak üzere oldukları

belirtilmiştir.

Otomotiv Sanayii Trend Analizi

Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 performansları

Otomotiv sanayiinin ihracat performansı

Yerel üretimin karşılaştırmalı durumu

Invest İn Turkey tarafından yayımlanan çalışmanın 'Otomotiv Sanayiinin İhracat Performansı' başlıklı bölümünde ise;

- ▶ Renault'un 2015'e kıyasla neredeyse aynı miktarda üretim rakamı açıkladığı belirtilmiş olup, Fiat ve Toyota, sırasıyla %337 ve %33'lük ihracat büyümesiyle büyümenin ana destekçileri olduğu ve Hyundai'nin de kaydettiği %3 artışla toplam ihraç edilen adet sayısını 207.000'e ulaştığı,
- ▶ Fiat ve Toyota'nın ekledikleri yeni modeller Avrupa pazarındaki artışa katkı sağlarken, Türkiye'deki binek otomobil üreticilerinin toplam ihracat gelirlerini %21 artırdığı; İtalya, İngiltere, Almanya, Fransa ve İspanya'dan gelen ihracat gelirleri artarken, İtalya'nın listenin en üst sırasına yerleştiği,
- ▶ Artışta özellikle Daimler'in yoğun otobüs ihracatının etkili olduğu ve tesislerindeki büyümenin ardından ihracat oranının daha da yükseleceği,
- ▶ Avrupa pazarındaki güçlü büyümenin desteğiyle, -İngiltere hariç-, ihracat gelirlerinin 2016'da %11,6 arttığı; İtalya, Almanya, Fransa, Hollanda ve Slovenya önemli artış görülen ihracat hedefleri olurken, 2015'te rekor seviyelerin görüldüğü İngiltere'nin ihracat geliri bakımından daha alt sıralarda kaldığı, buna rağmen söz konusu daralmanın 2016'da da lider pozisyonunu değiştirmedeği

belirtmiştir.

Otomotiv Sanayii Trend Analizi

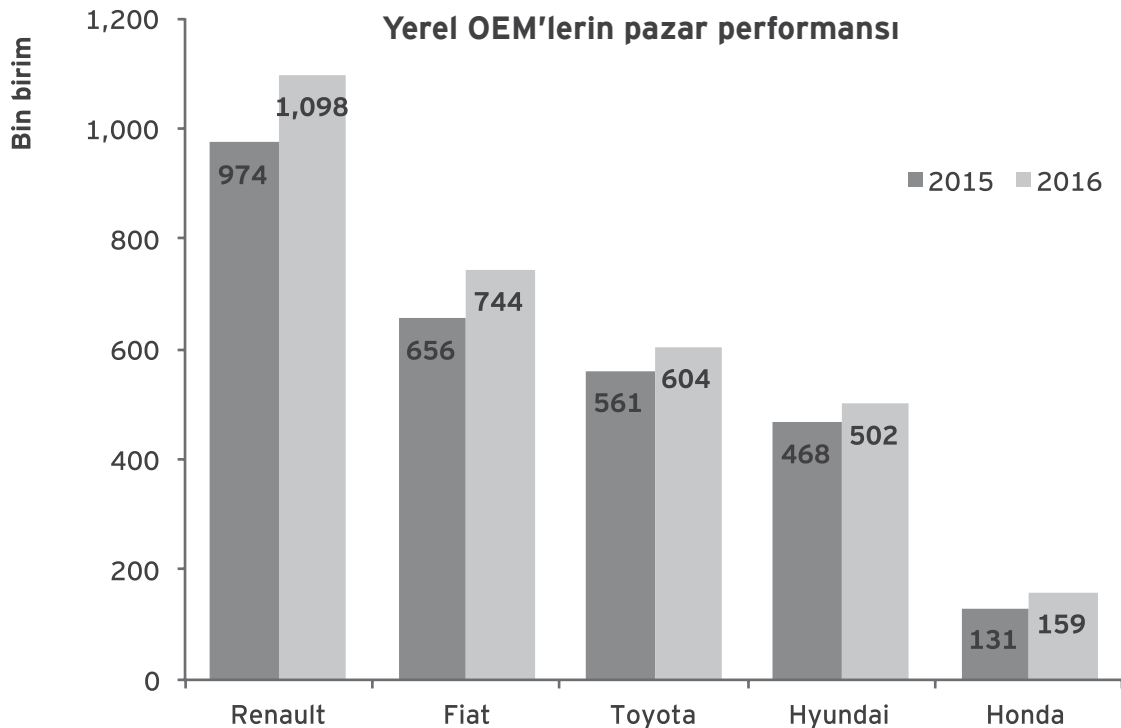
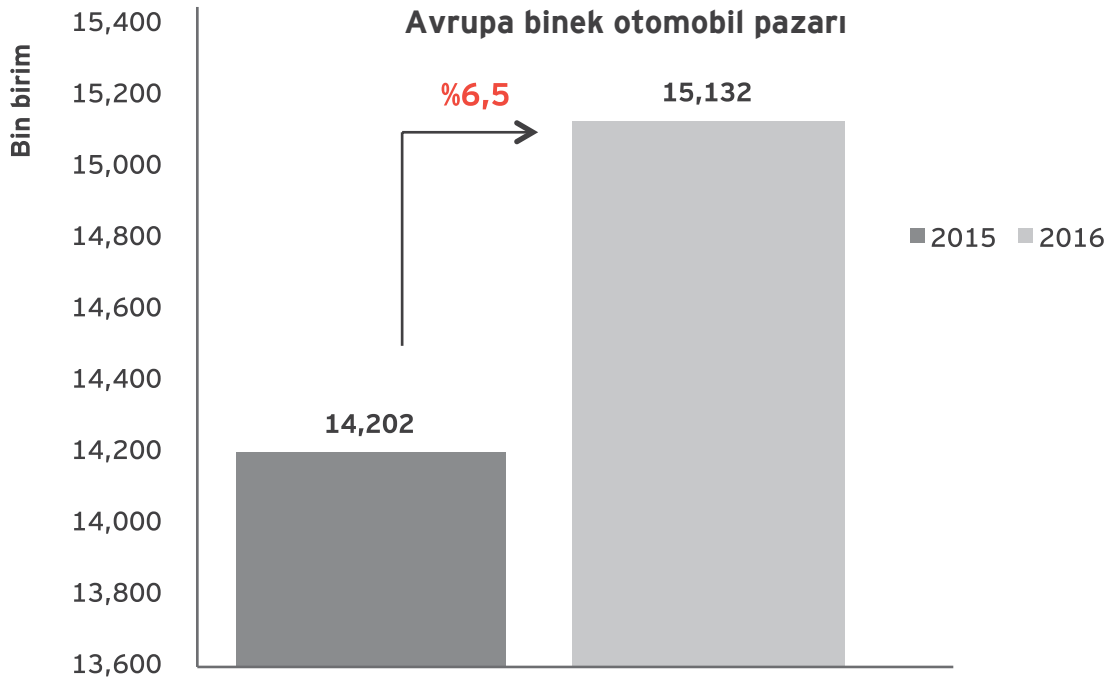
Pazardaki trendler

Üreticilerin 2016 performansları

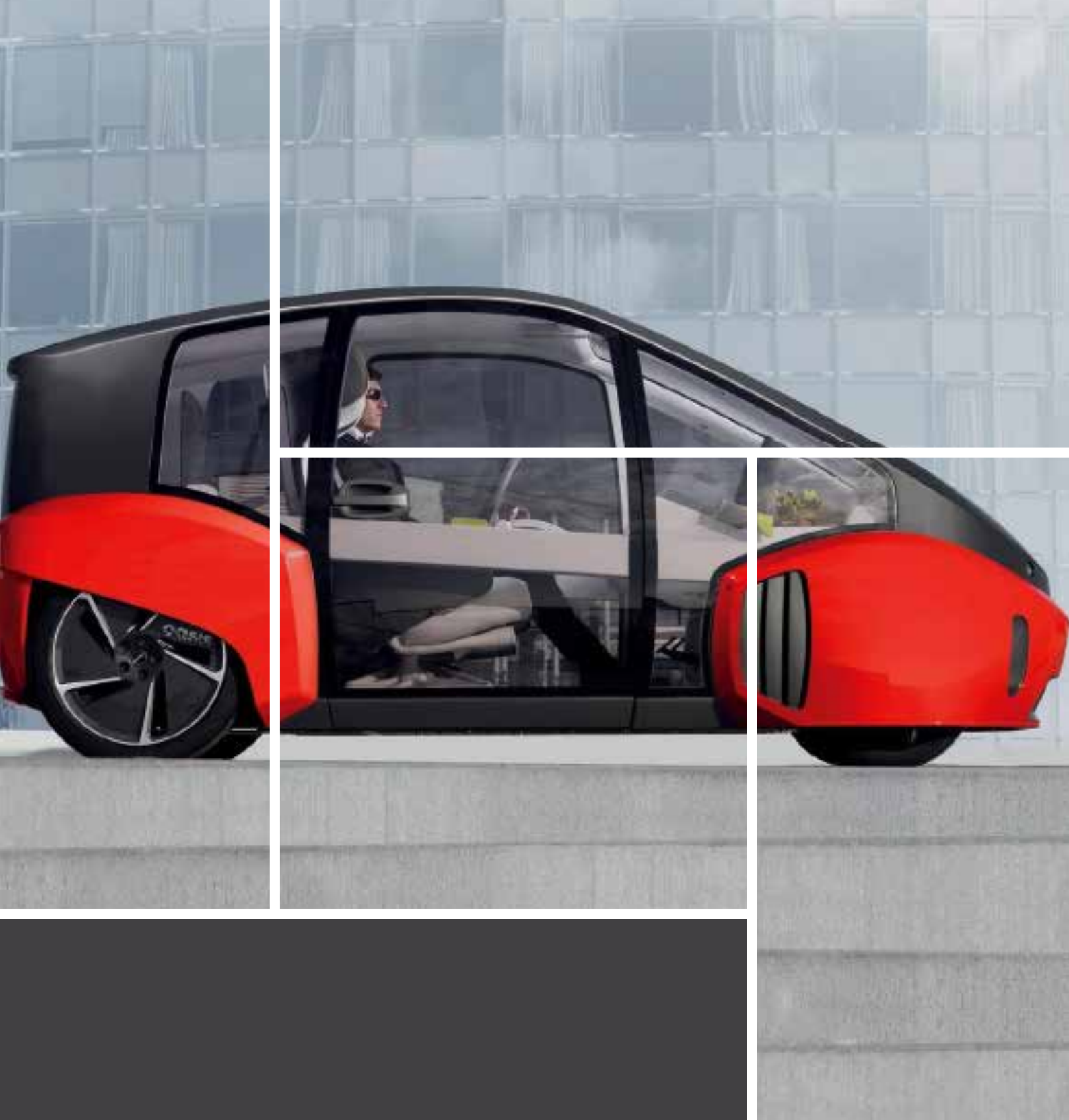
Otomotiv sanayiinin ihracat performansı

Yerel üretimin karşılaştırmalı durumu

Sıra yerel üretime geldiğinde ise Avrupa'daki pozitif büyüme trendinin, Türkiye'de faaliyet gösteren bütün OEM'ler (Orijinal Parça Üreticisi) için de aynı fırsat penceresini sunduğu ve Türkiye'de üretim tesisleri bulunan bütün OEM'lerin geçtiğimiz yıl pazar performanslarını artırdığı belirtilmiştir. Diğer taraftan, binek otomobil tarafındaki %20'lik büyüme oranıyla Türkiye'nin, Çek Cumhuriyeti ve Polonya'ya kıyasla en yüksek büyümeye sahip durumda olmasına rağmen bölgede en güçlü konuma sahip olduğu ticari araç pazarındaki gerilemenin, genel performansını da bölgedeki benzer ülkelere kıyasla olumsuz yönde etkilediği analizi yapılmıştır.



IV. Sürücüsüz araçlar hedefte olabilir mi?



Sürücüsüz araçlar hedefte olabilir mi?

“Öyle bir dönem içinde bulunuyoruz ki bir süre önce bilim kurgu olan, hızla gerçeğe dönüşüyor. Kimsenin hayal bile edemeyeceği şeyler, devrim niteliğinde gelişmeler olarak karşımıza çıkabiliyor. Otomobil üreticileri, bu sektöre yeni girenler ve taşımacılık alanıyla bağlantılı işlerde faaliyet gösterenlerin bu yeni dönemin güçlükleriyle başa çıkabilmek için inovasyon yapmak konusunda çok daha hızlı hareket etmeleri ve iş modellerini belirgin şekilde dönüştürebilmeleri gerekiyor. Otomotiv alanındaki büyük müşterilerimizin bu konuda piyasaya yön verebilecek durumda olduklarına inanıyoruz.”

*Randall J. Miller
EY Global Otomotiv & Taşımacılık Lideri*



Otomobiller, yüksek hızın verdiği heyecandan, uzun süren yolculukların ve tıkanmaların verdiği strese kadar insanların üzerinde çok çeşitli duygular uyandırır. Sebep ister servet ve konfor içerisinde hissederek sürmek olsun ister çocuğunuzu futbol takımıyla birlikte kendi maçlarına götürürken onları eğlendirmek olsun, bir otomobilin iç tasarımı tüketicinin sürüş deneyimi üzerinde önemli rol oynuyor.

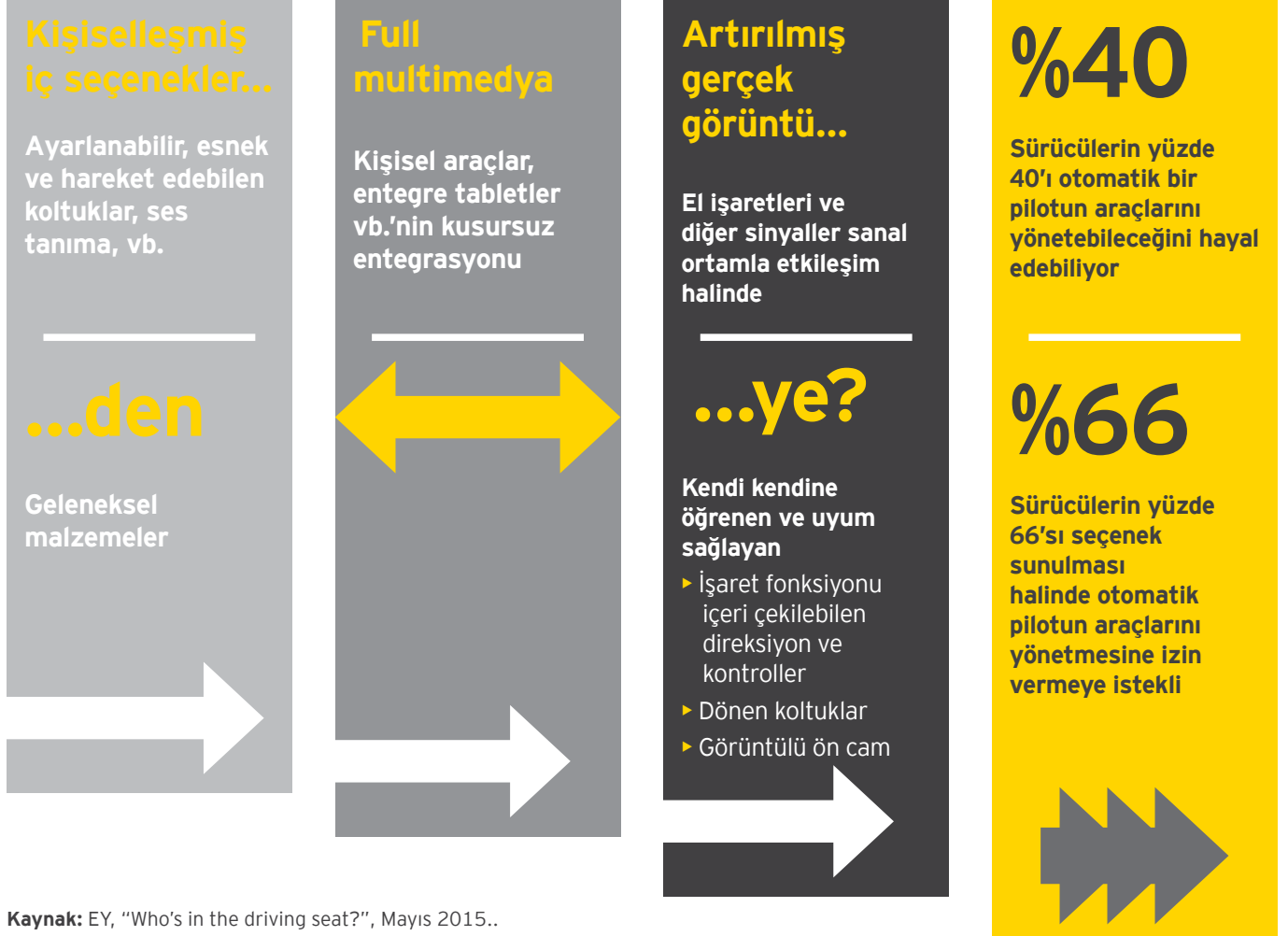
Ancak günümüzde bütün araçların içerisinde yer alan ortak bir unsur var ki o da direksiyon. Bugün çok sayıda model otonom özelliklere sahip olsa da, hiçbiri tamamen otonom, sürücüsüz yeteneklere sahip değil.

Çok uzak olmayan bir gelecekte tümüyle otonom araçlar istisna olmaktan çıkıp norm haline gelecek. Bu araçlar şehirlerdeki hareketliliği yeniden tanımlamanın yanında, sadece otonom olmakla kalmayıp, yaygın, bağlantılı ve çevreci nitelikte de olacak.

Bu trend, otomobil üreticileri için çok geniş fırsatları da beraberinde getirirken; bir hizmet olarak mobilitenin, üreticilerin araç içi tasarımlarını kişiselleştirilmiş, bağlantı donanımlı araç deneyimleri ile uyarlamasının bir yolunu bulamamaları halinde üreticiyle müşteri arasındaki ilişkiye zarar verebilecek bir unsur haline gelmesi şeklinde açık bir risk de söz konusu olabilir.

Araçların içi, tekerlek üzerinde giden oturma odaları fonksiyonu gören tasarımlarla eğlence unsurlarını giderek daha fazla bir araya getirecek

Direksiyon, vites kolu ve pedallara artık ihtiyaç kalmayabileceğinden tamamıyla yeni arayüzler desteklenecek.



Kaynak: EY, "Who's in the driving seat?", Mayıs 2015..

Araçlar bütünüyle otonom hale geldikçe iç tasarımlara ilişkin olasılıklar da sınırsız bir hal alıyor. Sürücüler sürekli yola bakmaktan veya her virajda tehlikelere karşı dikkat göstermek zorunda kalmaktan kurtulurken, araçların içi tüketicinin yolculuk boyunca istediği veya ihtiyaç duyduğu şekilde dönüşüm gösterebilecek. Kimi zaman bir ofis, kimi zaman da bir eğlence yeri veya rahatlama ve dinlenme tesisi haline alabilecek.

Sürücüler yolcuya dönüştükçe ve araçlarda seyahat, ürün sahipliğinden hizmet sunumuna doğru yol aldıkça, akıllara ilginç bir soru geliyor: direksiyona, geriye görme aynasına, vites kolu, pedallar ve hatta alıştığımız biçimde bir gösterge paneline ihtiyaç olacak mı?

Bu konuda sınır yok, araç içi tasarımları biz nasıl olmalarını istiyorsak o hale gelecek. Hâlihazırda çeşitli şirketler bu doğrultudaki teknolojilerini dünya genelindeki elektronik temalı fuarlar ve otomobil fuarlarında sergilemiş bulunuyor. "Active glass" teknolojisiyle otomobil ön camları, bağlantısı bulunan dokunmatik ekranlara dönüşebilecek. Bu ekranlar aynı zamanda göz bebeği tanıma ve mimik algılama yoluyla da kontrol edilebilecek. Artırılmış gerçeklik görünümü ve dinamik sensör özelliği yolculara el işaretleri ve diğer sinyalleri kullanarak sanal ortamla irtibat kurma imkanı sunabilecek. Koltuklar yolcular arasındaki etkileşimi kolaylaştırmak için dönerken, okuma veya uyku için de yatırılabilir. İleri düzeyde iletişim sayesinde, kişiselleştirilmiş deneyimler sunmak için kişiye ait araçların tanınabilmesi sağlanacak.



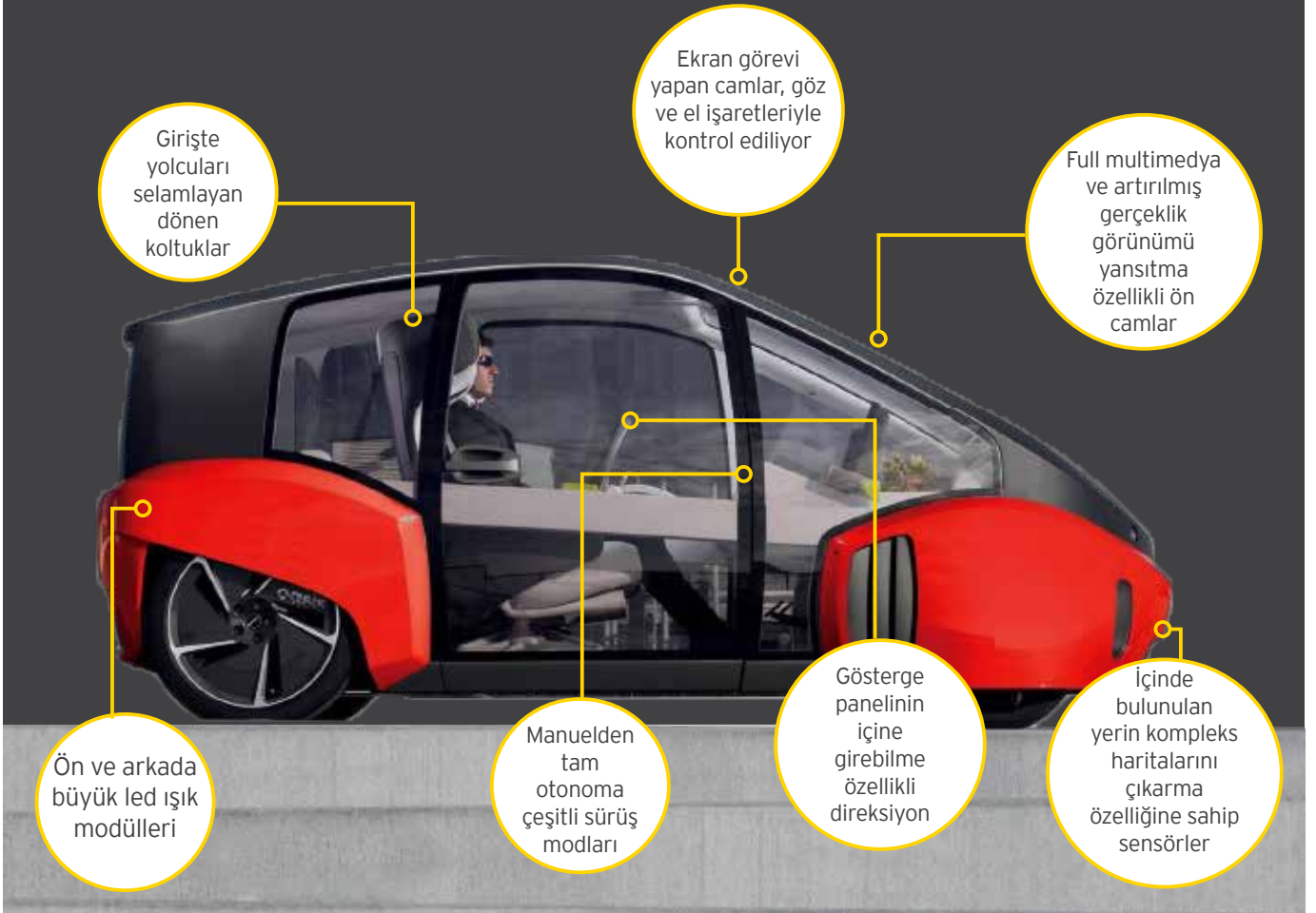
Otomobil tasarımcıları ve üreticileri çeşitli teknolojileri bir araya getirerek, bağlantısı bulunan iç tasarımlar ve sürücüsüz yaşam alanları oluşturacaklar:

- ▶ Artırılmış gerçeklik
- ▶ İnsan - makine arayüzü
- ▶ Hem ankastre hem de monte edilebilir entegre multimedya sistemleri

Geleceğin otomobilinin iç tasarımında alışılmışın dışında farklı malzemeler de kullanılacak:

- ▶ LED ışık modülleri ve ekranlar
- ▶ Karbon fiber takviyeli plastik
- ▶ Görüntü oynatan aktif cam
- ▶ Çok amaçlı koltuklar

Geleceğin otonom araçlarında iç tasarım



Bireysellikten ödün vermeden paylaşım

Otomobillerin ortak kullanımı gibi yeni konseptlerle, bireysellikten uzaklaşma gibi bir risk de gündeme geliyor. Mobilite kapsamındaki tüketiciler artık sürdürdükleri otomobilin sahibi olmayacak ve araç içi tasarımlarını kendi bireysel taleplerine göre düzenlemek konusunda ya hiç inisiyatif kullanamayacaklar ya da çok kısıtlı hakları olacak. LED lambalar gibi ışıklandırma teknolojileri araç içi görünümleri müşterinin isteğine göre düzenlemede kullanılabilirken, bu teknolojilerin (bugünkü maliyetlerle) daha yoğun kullanılması çok daha zor ve pahalı olacaktır. Bu nedenle otomobil üreticileri ve mobilite alanında faaliyet gösteren şirketler, burada kilit soruyla karşılaşıyorlar: Bir otomobil hangi ölçüde ve nasıl bir yaklaşım içinde kişiselleştirilmelidir?

Konaklama endüstrisi, giderek popüleritesi artan paylaşım modeli de dahil, otomotiv sanayiine önemli dersler sunuyor. Lüks neredeyse tamamen rahatlık, bireysellik ve deneyimle ilgiliyken, fonksiyonellik kaliteden taviz vermeden, her türlü kişiselleştirmeden uzak olabiliyor.

Bunlar gibi varsayımlar yeni otomobil tasarımlarını da kuşkusuz etkiliyor. Gelecekte sürücüsüz araçların mobilite ekosistemi tüketicilere geniş kapsamlı ihtiyaçlara hitap eden çeşitlilikte araçlar sunabilir. Tüketici bir tarafta yolculukta fiyat ve etkinliği dengeleyebilen, sınırlı bireysellik ve başkalarıyla alan paylaşımı içeren bir mobilite türü seçebilir. Diğer tarafta ise, belirli bir ücret karşılığında, kapıdan alındıkları, rahatlık ve mahremiyetten ödün verilmeyen sürükleyici bir multimedya deneyimi de tercih edilebilir.

“Otomobil üreticilerinin kendilerine şu soruyu sormaları gerekiyor: oturma odasının nasıl otomobile dönüştürüleceği yaklaşımıyla geleceğin otomobili bir Crossover yıldızı mı olacak?”

Ya da araç paylaşımı gibi yeni mobilite hizmetleri sağlayıcıları taksi gibi tekil kavramların provokatörleri mi olacak?

*Peter Fuss
Ortak, Otomotiv Danışmanlık
Almanya - İsviçre - Avusturya*

Burada cevap aslında otomobil üreticileri ile mobilite şirketlerinin odaklarını nerede konumlandıklarında gizli. Üründe mi tüketicilerde mi?

Mantıksal sonuç otomobiller ve bu nedenle geleceğin mobilitesi tüketicilerin istek ve arzularına göre evrilecek. Kullanıcılar için, bu kendini daha önce bilinmeyen bir iyi hissetme hali sunan araçların yaratılmasına giden bir yol, Rinspeed Oasis gibi.

“Bütün mesele müşteri deneyimi ve teknolojinin kişiselleşmeye yenilikçi yollar getirecek şekilde kullanılmasıyla ilgili.”

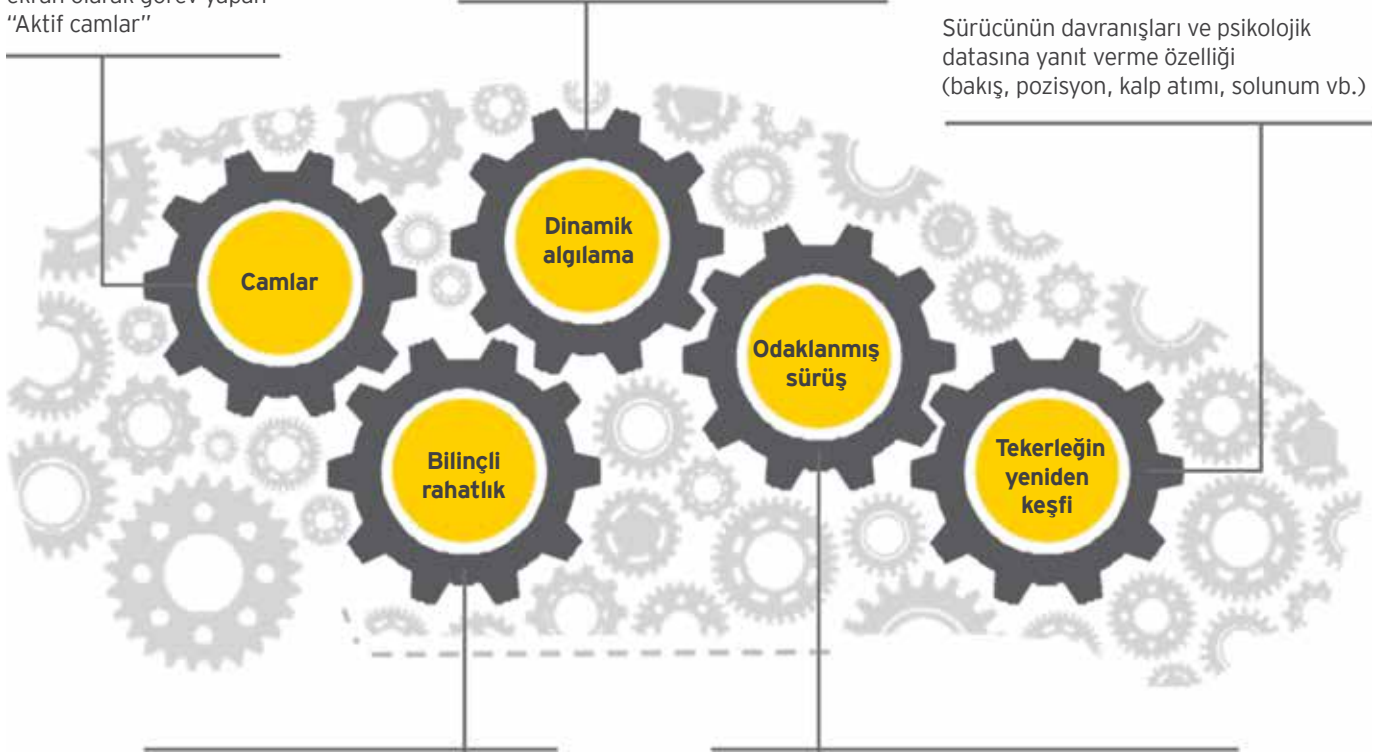
*Kristin M. Schondorf
Global Otomotiv & Taşımacılık Mobilite Lideri*

Algılama, malzemeler, görüntü ve yapay zeka alanındaki ilerlemeler deneyimi güçlendirecek. Dev dokunmatik ekranlar ve işaret kontrolü sayesinde araçlar mevcut durumu algılayarak değişen koşullara adaptasyon sağlayacak.

Görüntü oynatma özellikli, bağlantılı dokunmatik ekran olarak görev yapan "Aktif camlar"

Sürücünün tercihlerine, davranış ve isteklerine göre adaptasyon sağlama özelliği

Sürücünün davranışları ve psikolojik datasına yanıt verme özelliği (bakış, pozisyon, kalp atımı, solunum vb.)



Değişen derecelerde otomasyonun olarak tanıdığı bir dizi özellik destekleniyor

Deneyimin kalitesini ve sürücünün performansını iyileştirmek için tasarlanmış "odaklanmış sürüş modu" destekleniyor



Konsept otomobil gelecekte kısa bir görüntü sunuyor

Şehir için tasarlanmış son konsept otonom araç tasarımında, Rinspeed Oasis oturma odasından esinlenilen bir iç tasarım kapsamında, klavyeye de dönüşebilen bir direksiyon tercih etti. Araçta koltuk, televizyon ve hatta küçük bir bahçe alanı bile var. Geniş ön cam iki kat büyüklüğe ulaşarak bir sanal gerçeklik ekranı haline geliyor. İsmi bile araç seyahati için yeni bir gerçekliğe işaret ediyor. Civardaki restoranları mı öğrenmek istiyorsunuz? Oasis, sosyal medyadaki arkadaşlarınızın bu konudaki önerilerini size sunuyor ve sadece bir "OK" işaretinizle kişisel asistan sizin için bir masa rezervasyonu yapıyor. Ve dahası da var: Oasis'in arkasındaki teslimat alanı, kendini yeni iş modellerine açıyor. Yolcuların rotası uyarınca teslimat hizmetleri sağlanırken, bu durum varlık kullanımını iyileştirerek akıllı taşımacılıkta yeni bir boyuta geçilmesine imkan tanıyor.

EY olarak mobilitenin geleceğini aktif biçimde şekillendirmeye odaklandık. Büyük otomotiv ve taşımacılık sektörü müşterilerimizin, mobilite hizmetlerinde piyasaya yön vermek için direksiyon başında olacaklarına inanıyoruz. Deneylerden kaynak sağlamaya kadar mobilite dönüşümündeki her unsurda kendilerine yardım etmek için çalışıyoruz.

Prototip ve konsept otomobil geliştirmede uzmanlaşmış bir mobilite laboratuvarı olarak faaliyet gösteren ve İsviçreli bir yaratıcı think-tank olan Rinspeed ile işbirliğimiz, yeni teknolojiler ve invasyondan ne anladığımızı gösteriyor. Rinspeed'in konsept otonom araçları, Oasis gibi, otomatik özel taşımacılığın bu alandaki dönüşümü nasıl gerçekleştireceğini ortaya koyuyor.

İnovasyon ve gelişen teknoloji anlayışımız ile otomotiv alanındaki büyüyen küresel ağımla EY, büyük şirketlere bir start-up gibi inovasyon yapmalarına, doğru kabiliyete ulaşmalarına ve gelecekteki tüketicileri yakalamalarına yardımcı oluyor.



Sürücü koltuğunda kim var: Otomotivin geleneksel oyuncularını mı yoksa yenilikçileri mi?

Otomobil üreticileri, genel iş modelleri araç sahipliğinden mobiliteye doğru kayması nedeniyle en büyük değişimi yaşayacak üreticiler olacak. Eğer tamamıyla ürüne odaklanırlarsa, otomobil üreticilerinin bu yeni ekosistemde müşterilerle hiçbir ilişkisi olmaması gibi bir risk söz konusu. Ancak, araç içi deneyimini kişiselleştirerek müşteri ilişkisini elde tutup güçlendirme konusunda gerçek bir fırsat elde edebilirler. Daha da ötesi, tüketicinin talep edeceği kişiselleştirme seviyesi ve tam otomatik araçları mümkün kılacak otomasyon seviyesini yakalamak için otomobil üreticilerinin gönüllü işbirlikçiler, teknoloji şirketleri, iç tasarım şirketleri, medya ve eğlence şirketlerinin yer aldığı bir ekosistem geliştirmeleri gerekiyor.

Otomotiv iç tasarımına odaklanan malzeme sağlayıcılar ve Tier 1 oto tedarikçileri de tam otomatik araçlara geçişten yoğun olarak etkilenebilirler. Kaputun altındaki içten yanmalı motor gibi bazı parçaların elimine edilmesiyle otomotiv şirketleri yönlerini diğer yüksek marjlı işlere çevirmektedirler. Burada satış ve hizmet nedeniyle müşterilerle doğrudan ilişki içinde olan bayilerin de, otonom bir modelde araç içi deneyimini şekillendirme konusunda özel fırsatları olacaktır. Otomobil üreticilerinin yaptığı gibi bayilerin de müşteri ilişkilerini koruyabilmek için inovasyon yapıp yeni iş modelleri denemeleri gerekiyor.

Sektörü önemli ölçüde etkilemesini beklediğimiz bir diğer değişim ise sanayiinin dışından gelecek yeniliklerden kaynaklanacak. Teknoloji, medya ve eğlence organizasyonları, start-up'lar ve hatta mobilité şirketleri kendi alternatif vizyonlarını sunacak ve tüketicinin bekleyebileceği bu çözüm sürücüsüz giden bir otomobil veya uçan bir taksi olabilecek. Söz konusu fırsatlar tedarik alanında da işlemlere yön veriyor. Tedarikçiler, harita, artırılmış gerçeklik teknolojileri, yapay zeka ve derin öğrenme gibi kabiliyetleri kazanmak için çalışıyorlar.

Oyun alanında şartlar eşit ve açık. Savaş otonom bir araçta iç tasarımla ilgili deneyime sahip olmak için olmakla beraber, esas mücadele müşteri ile ilişkiye kimin sahip olacağı üzerine yaşanacak. Mobilitenin geleceği yarının tüketicisi ve teknolojisini bugünden kucaklayabilen şirketler tarafından şekillendirilecek. Liderlik etmek isteyenlerin, geleceği tasarlayarak tüketici deneyimlerini geliştirmeleri, yenilikçi bir ekosistem geliştirmeleri ve sürdürmeleri ve esas iş alanlarını rekabet avantajı sağlamak için kullanmaları gerekiyor.



Mobilitenin geleceğine doğru yol inşa etmek

EY, 2016'da farklı bir dizi katılımcının, geleceğin mobilite senaryoları için birlikte vizyon ve prototip geliştirdikleri bazı çalışmalara öncülük etti. Bu sıkı, ileriye dönük ve işbirliği amaçlı seanslar yoluyla katılımcılar arasındaki önemli farklılıklar ve kritik sorular su yüzüne çıktı.

Yarının sıra dışı çözümlerinin hızlı tasarımına doğru yol almak

Sonuçlar: Geleceğin üç vizyonu

Sorduğumuz soru şuydu: Mobilitenin geleceği büyük değişimleri ve çok sayıda fırsatı temsil ediyor. Nasıl başaracaksınız?

İşte, her katılımcı grubun cevapları:

Otomobil üreticileri

Yeni bir OEM türüne dönüşmek:
"Orijinal Deneyim Yapıcısı"
(OEM, Orijinal Ekipman Üreticisi'nin kısaltması)

Vizyon:

Esas işle ilgili kuvvetinizi artırırken müşterilere özel mobilite deneyimleri sunmak.

Engelleyici

"İÇGÜDÜ":

Sezgisel bir mobilite platformu – Zenginleştirilmiş ve tatmin edici bir hayat için co-pilotunuz.

Vizyon:

Bir platform olarak mobilite, tüketicilerin mobilite deneyimlerini dönüştürmektedir. İstendiği anda seyahatlerle ilgili plan ve tahmin yapma kabiliyetiyle, kullanıcının bilinçli bir müdahalesini gerektirmez ve tüketicilerin yaşamlarının kusursuz bir parçası olur.

İşbirlikçi ekosistem

"TA: DA":

Herkes için faydalı olması amacıyla paylaşılan verinin gücüne işlerlik kazandırma – sosyal fayda için iş dünyası, girişimciler, vatandaşlar ve teknolojinin mükemmel evliliği.

Vizyon:

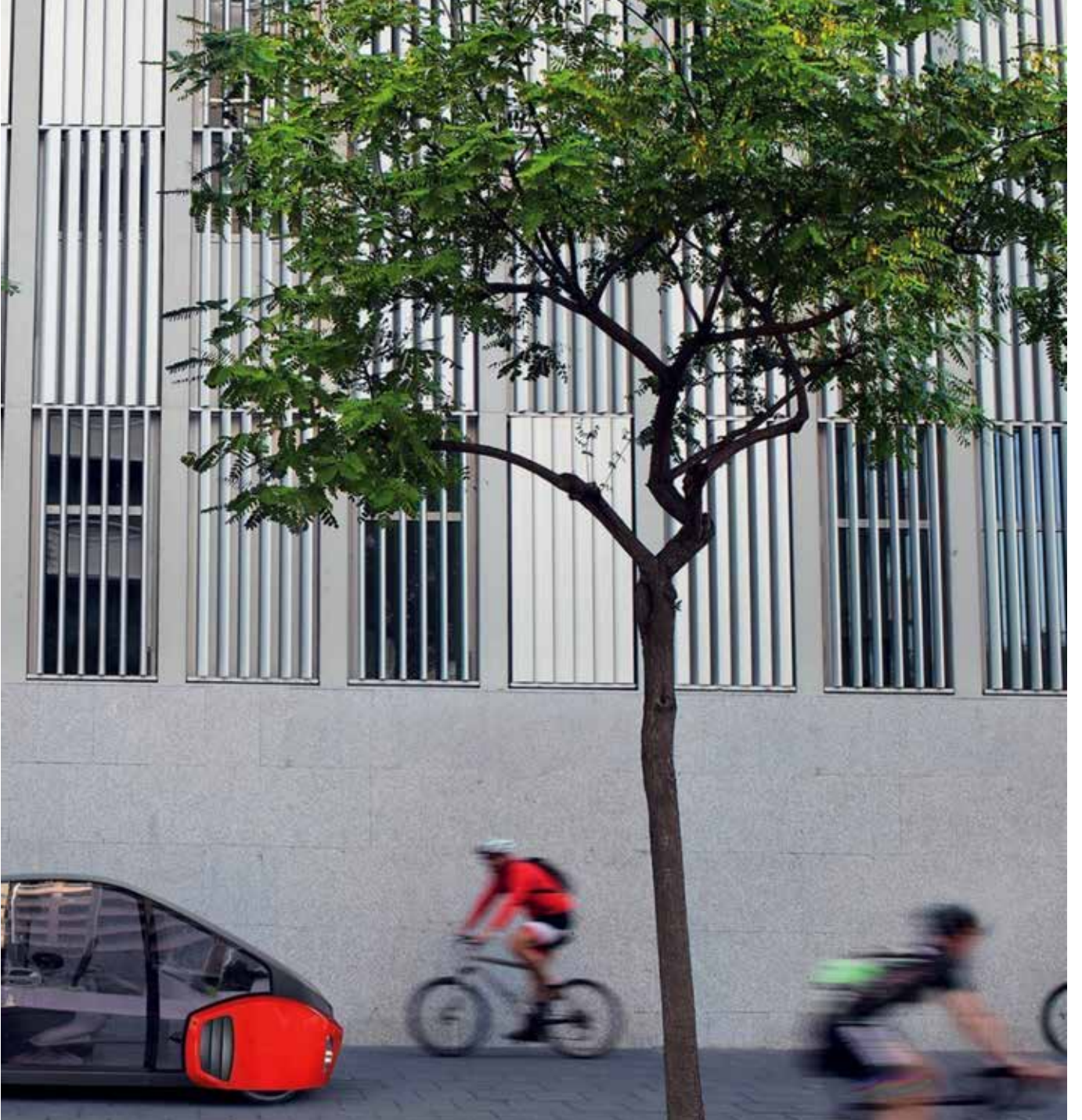
Teşvikler sağlanarak, herkes için faydalı dikkat çekici değerler yaratılarak oluşturulmuş, mobilite datası için ekosistemdeki tüm paydaşlara çıkar sağlayacak açık bir işlem platformu.



EY Global Otomotiv & Taşımacılık sektörü işletmenizi bugün ve yarın için değişen koşullara karşı korumanızda yardım edebilir

6 trilyon \$'lık geleneksel otomotiv sanayii söz konusu ve çok yoğun inovasyon, yeni dijital teknolojiler içeren bir mobilite ekosistemi oluşturuluyor. Bunun hızına ayak uydurulabilmesi için, otomotiv şirketleri görülmemiş bir hızla işlerini dönüştürmeye, yeni iş modelleri ve hizmetler geliştirmeye zorlanıyor.

Şirketlerin başarılı olabilmeleri için, iş uygulamaları ve kültüründe değişim gerekiyor. İnovasyonda olumlu getiriler elde edilebilmesi için hızlı ve çevik hareket edilmesinde fayda var. Kapsamlı yeni teknoloji ve inovasyon anlayışımızla, büyüyen küresel otomotiv ve taşımacılık profesyonelleri ağıımız aracılığıyla EY olarak şirketlere yeni gelir modellerini ticarileştirebilmeleri ve işletmelerini gelecekte yaşanabilecek değişikliklere karşı bugünden koruyabilmeleri için destek oluyoruz.



EY Hakkında

EY bağımsız denetim, vergi, kurumsal finansman ve danışmanlık hizmetlerinde bir dünya lideridir. Anlayışımız ve kaliteli hizmetlerimiz dünya ekonomisi ve sermaye piyasalarında güvenin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. EY, güçlü yönetim ekibiyle tüm paydaş gruplarına verdiği sözleri yerine getirmekte ve bu şekilde çalışanları, müşterileri ve içinde yer aldığı diğer çevreler için daha iyi bir çalışma hayatı oluşturulmasında önemli bir rol üstlenmektedir.

EY adı küresel organizasyonu temsil eder ve Ernst & Young Global Limited'in her biri ayrı birer tüzel kişiliğe sahip olan, bir veya daha çok, üye firmasını temsil edebilir. Sınırlı sorumlu bir Birleşik Krallık şirketi olan Ernst & Young Global Limited müşteri hizmeti sunmamaktadır. Daha fazla bilgi için lütfen ey.com adresini ziyaret ediniz.

© 2017 EY Türkiye.
Tüm Hakları Saklıdır.

Sadece genel bilgi verme amacıyla sunulan bu yayın muhasebe, vergi veya diğer profesyonel hizmetler alanında geçerli bir kaynak olarak kullanılması amacıyla hazırlanmamıştır. Belirli bir konuya ilişkin olarak ilgili danışmana başvurulmalıdır.

ey.com/tr
vergidegundem.com
facebook.com/ErnstYoungTurkiye
instagram.com/eyturkiye
twitter.com/EY_Turkiye