



Serdar Altay  
Ernst & Young-Partner



## Otomotiv sektörü liderlerinin gündeminde 'değişim' var!

Ernst & Young tarafından yapılan "Otomotiv Yöneticileri 2016-17" araştırması, otomotiv üreticilerinin değişimin itici güçleri karşısında yeterince hazırlıklı olmadığını ortaya koyuyor. Üst düzey yöneticilerin yüzde 85'i uygulama bazlı ulaşım ve mobilite hizmetlerine yönelik talebin şirketleri için olumlu olduğunu belirtse de yalnızca yüzde 15'inin bundan avantaj sağlama konusunda hazırlıklı olduğu görülüyor.

EY Global Otomotiv ve Ulaştırma sektörü olarak hazırladığımız ve bu yıl dördüncüsü yayınlanan "Otomotiv Yöneticileri Araştırması 2016-17" sonuçları, üst düzey otomotiv yöneticilerinin önümüzdeki 18 aylık dönemde sektöre dair karşılama çıkabileceklerini düşündükleri zorlukları ve stratejik önceliklerini mercek altına alıyor. 140 üst düzey otomobil yöneticisinin katıldığı araştırmanın temel bulgularını şöyle özetleyebiliriz:

- I. Otomotiv üst düzey yöneticileri için aciliyet arz eden değişimler:
  - a. Politik ve mevzuatsal belirsizliklere karşı hazırlıklı olma,
  - b. Dijitalleşmeyi ekosistem boyunca uygulama,
  - c. Yıkıcı (disruptive) inovasyona yönelik stratejik işbirlikleri kurabilme,
- II. Belirsizlik ile yaşama-işleyiş ortamındaki belirsizlikler; mevzuatsal, jeopolitik, küresel ekonomik senaryolara göre işleyiş kurgulama,
- III. Değer önerisini yeniden şekillendirme-sektördeki mobilite, filo yönetimi ve müşteriye sürece dâhil eden dijital müşteri deneyimi ile ilgili taleplere hitap edebilme,
- IV. Verinin değerlendirilmesi ve korunması-büyük veri (big data) ve analitik uygulamalar, ile veriden azami değer üretme; bunu yaparken veri gizliliği, siber güvenlik ve kalite risklerini önleme,
- V. Talebe yönelme-talebin büyüme eğiliminde olduğu bölgelere ve çapraz/sektör içi işbirliklerine odaklanma,
- VI. Kritik kaynakları güvence altına alma-yeteneği çekme, geliştirme ve koruma ile geleneksel olmayan teknolojilere ve fikri mülkiyetlere odaklanma.

Araştırmamız otomotiv şirketlerinin değişimin itici güçleri karşısında yeterince hazırlıklı olmadığına dair çarpıcı bir tablo ortaya koyuyor. Üst düzey yöneticilerin yüzde 85'i uygulama bazlı ulaşım ve mobilite hizmetlerine yönelik talebin şirketleri için olumlu olduğunu belirtse de yalnızca yüzde 15'inin bundan avantaj sağlama konusunda hazırlıklı olduğu görülüyor. Her üç katılımcıdan biri yeteneği elde tutmayı inovasyon gerçekleştiriminin anahtarı olarak görürken, yalnızca yüzde 3'ü yeteneği çekilme konusunda hazırlıklı. Her iki otomobil üreticisinden biri tüketici ile ilgili veri analizlerinin öncelikleri arasında yer aldığını dile getirirken, yalnızca yüzde 5'i gelirlerini bu yolla artırma konusunda hazırlıklı olduğunu düşünüyor. Katılımcıların yüzde 82'si kur oranlarının şirketleri üzerinde olumsuz bir etki yaratacağına inanırken, her beş yöneticiden biri dalgalanmaların üstesinden gelmeye karşı hazırlık yapmış durumda. Katılımcıların yüzde 75'i stratejik ortaklıkların inovasyonun katalizörü olarak görürken, yalnızca yüzde 15'i bu inisiyatifleri hayata geçirmeye yönelik şirketin hazır olduğunu düşünüyor.

Otomotiv sektörü liderleri, dijital dönüşüm ile birlikte talepte yaşanan değişimin şirketlerine katabileceği değer konusunda iyimser bir tutum sergiliyor. Genel olarak bakıldığında; global otomotiv satışlarına yön veren piyasa koşulları son dönemde değişim gösterdi.

Sektör için büyüme ABD, Batı Avrupa ve Çin gibi pazarlardan gelirken, gelişen pazarlarda yavaşlama yaşandığı gözlemlendi. Global taşıt satışlarında büyüme hızının ise önümüzdeki birkaç yıllık dönemde yavaşlama göstermesi bekleniyor. EY olarak; gelecek 10 yılda otomotiv sektörünü geçtiğimiz 20 yılda yaşananlardan daha büyük değişimlerin beklediğini düşünüyoruz. Böyle bir ortamda; otomotiv sektörü liderleri için yeni ekosisteme uyum sağlamanın yolu değişimin hızını yakalamaktan geçiyor. İnovasyon temelli itici güçler otomotiv sektöründe pazarlama stratejileri ve iş modelleri üzerinde etkili olurken, büyüme fırsatlarını da beraberinde getirecektir.

