

“Milli Otomobil” projesine başka bir açıdan bakmak

2019-02-17 04:34:14

Türkiye’de birçok kişi, Türkiye’de üretilecek bir “milli” otomobilin[1] ekonomik gelişme üzerinde olumlu bir etki yapacağına dair sarsılmaz bir inanca sahiptir. Bu nedenle milli otomobil üretimi konusu sıklıkla gündeme gelir. Bazen sadece söylem düzeyinde kalır, bazen somut bazı adımlar atılır ama “milli” otomobilin ekonomik başarısının anahtarı olduğuna ilişkin inancımız hiç kaybolmaz. Nitekim son yıllarda bu konu yeniden gündeme gelmiş, milli otomobil üretimine önümüzdeki yıllarda başlanacağına ilişkin haberler basında yer almıştır.

[2]

Türkiye’deki milli otomobil projesi ile ilgili en önemli sorun, konu ile ilgili tartışmaların çoğunlukla milli gurur, istihdam olanakları gibi projenin sadece getirilerine odaklanıyor olması, maliyetler kısmını ihmal etmesidir. Milli otomobilin üretilebilmesi için milletçe önemli bir bedel ödenmesi gerekmektedir. Çünkü milli otomobil projesi bir özel yatırımcının kar motivasyonu ile başlattığı bir girişim değildir. Aksine, özel girişimciler bu projeyi yeterince karlı görmedikleri için bu işten uzak durmayı tercih etmişlerdir. O yüzden bu projeler (Türkiye’de olduğu gibi) her zaman siyasetçilerin (devletin) önderliğinde başlatılmış ve sürdürülmüştür. Siyasetçilerden beklenen kamu kaynaklarını ve gücünü kullanıp projeyi özel sektör için karlı hale getirmesidir. Bu maksatla üretim öncesinde yapılan araştırma geliştirme harcamalarına kamu katkısı sağlanır. Üretime geçtikten sonra ise milli otomobili yabancı rakiplerine karşı koruma maksadıyla gümrük duvarlarının yükseltilmesi, milli otomobilin bazı vergilerden muaf tutulması, kamu kuruluşlarının milli otomobil kullanması zorunluluğu getirilmesi gibi politikalar ile proje desteklenmeye devam edilir. Kuşkusuz bu politika basitçe kamu kaynaklarının özel sektöre aktarılması gibi değerlendirilemez. Beklenti, uzun dönemde, milli otomobil üreticisinin kendisine aktarılan kaynakları verimli kullanarak -özellikle uluslararası alanda- rekabetçi konuma gelmesi ve gerek kendisi gerekse kendisine girdi sağlayan sektörlerin gelişimi ile kamu desteğine ihtiyaç kalmadan üretime ve istihdama pozitif katkı yapmasıdır. Beklenti gerçekleşirse başlangıçta özel sektöre aktarılan kamu kaynakları fazlasıyla kamuya geri dönecektir. Ancak, diğer ülke deneyimleri, bunu başaramayan ülke sayısının başarılarından daha fazla olduğunu göstermektedir.

Bu kısa çalışmada, bazı ülke deneyimlerine dayanarak, milli otomobil projesinin maliyetleri ve buna bağlı olarak projenin başarısına ilişkin bazı alternatif tartışma konularına dikkat çekilecektir.

Başarılı örnekler: Japonya ve Kore

Milli otomobil politikası savunucularının temel referansı 1950’lerde Japonya’nın 1970’lerde Kore’nin bu alandaki başarısıdır. Belirtilen tarihlerden önce kayda değer bir otomobil endüstrisine sahip olmayan bu iki ülke günümüzde dünya otomobil üretiminin yüzde 15’ini gerçekleştirmektedir.[3] Dünyanın en büyük otomobil üreticileri arasında üç Japon (Toyota, Honda, Nissan) ve bir Kore (Hyundai) üreticisi yer almaktadır.[4]

İkinci Dünya Savaşı sona erdiğinde tek bir binek otomobil dahi üretmeyen Japonya, savaşın sona ermesini takiben uygulamaya konan politikalar sonucunda dünyanın en büyük otomobil üreticilerinden biri haline geldi. Bu başarının arkasında Japon hükümetlerinin ve sanayileşme politikalarını yürüten Japon Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (MITI) payı büyüktür.

Otomotiv sanayinin oluşturulmasına karar verilmesini takiben, üretime başlayan yerli üreticileri korumak için gümrük vergileri, döviz tahsisleri ve yabancı yatırımcıların endüstriye girişinin engellenmesi gibi rekabeti engelleyici politikalar yürürlüğe kondu. Böylece yerli üreticilerin iç pazarda üretim yapabilmelerine olanak sağlayacak kadar kar elde etme imkânı yaratıldı. Hükümet politikaları koruma yanında endüstrideki girişimcilere yol gösterme rolünü de üstlendi. Koruma tedbirlerinin maliyetli olduğu ve bu nedenle sonsuza kadar süremeyeceğinin farkında olan hükümet gelecekte karşılaşacakları artan rekabet ortamına otomobil üreticilerini hazırlamak üreticileri yönlendirdi (Atsumi 2017).

Korumacılık döneminde Japon tüketiciler kaliteleri Avrupalı ve Amerikalı rakiplerine göre daha düşük ama fiyatları onlara göre daha pahalı olan Japon otomobillerini tüketmek zorunda kaldılar. Japon otomobilleri uluslararası piyasalarda rakipleri ile mücadele edememekteydi. 1960 yılında 165 bin otomobil üreten Japon üreticileri bunun sadece yüzde 4’ünü ihraç edebilmişlerdi. Ancak korumacılık döneminde kendini geliştiren üreticiler korumacılık tedbirleri tedrici olarak kaldırıldıkça rekabet güçlerini arttırıp kısa zamanda uluslararası pazarda önemli bir yer sahibi oldular. 1980 yılına gelindiğinde Japon üreticileri yıllık 7 milyon otomobil üretmekte ve bunun 4 milyonunu (yüzde 57) ihraç etmekteydiler (Atsumi 2017).

Japonya’ya benzer bir tecrübe 20 yıl sonra Güney Kore’de yaşandı. Kalkınma için otomobil dâhil altı kritik endüstri belirleyen Kore hükümeti Japonya’ya benzer politikalarla bu endüstrileri destekledi. Hükümet tarafından sağlanan finansal desteklerle 1975 yılında ilk milli otomobil olan Hyundai “Pony” modeli üretime başladı. Gümrük duvarları ve ithalat sınırlamaları ile yerli üreticiler dış rekabetten korunurken ihracat teşvikleri sayesinde başta Hyundai olmak üzere tüm Koreli otomobil üreticileri ihracat yapmaya başladılar. Koruma ve teşvik politikaları yanında, hükümet otomobil üretiminin rasyonalizasyonu ve yeni ürünlerin geliştirilmesi konusunda yerli şirketlere yol gösterici oldular. 1974 yılında 38 bin olan binek otomobil kapasitesi 2012 yılında 4,5 milyona yükseldi. Zaman içinde maliyetlerini düşüren, kalitelerini yükselten Kore otomobillerinin ihracat potansiyeli de hızla arttı. 1980’lerde yılda sadece 25 bin civarında otomobil ihraç eden Koreli üreticilerin ihracatı 2012 yılında 3,17 milyona yükseldi (Lee ve Mah 2017).

Başarısız Örnekler: Malezya, Endonezya, İran ve Avusturalya

Japonya ve Kore’nin devletin koruyucu ve yol gösterici politikaları ile kısa zamanda genel olarak sanayileşme daha spesifik olarak otomobil sektöründe gösterdikleri başarı diğer gelişmekte olan ülkelere ilham verdi, bir çok ülke benzeri politikalar ile bu ülkelerin başarısını tekrarlamaya soyundu.

Bu bağlamda en önemli girişimlerden biri Malezya’da yaşandı. 1981 yılında iktidara gelen Malezya Başbakanı Mahatir Muhammed ülkesinde hızlı kalkınmayı sağlamak amacıyla Japonya ve Kore modeline dayanan bir kalkınma hamlesi başlattı. “Doğuya Bak” politikası olarak adlandırılan bu politika bol miktarda milliyetçilik ile soslandırılmış, Batı’ya alternatif olarak doğudaki “örnek” ülkelerle her konuda işbirliğine öncelik veren bir endüstrileşme çabasıydı. Bu politikanın sembollerinden biri de “milli otomobil” üretilmesi projesiydi. İlk otomobil fabrikası Proton 1984 yılında kuruldu. Şirketin yüzde 70’i bir Malezya kamu firmasına, yüzde % 30’u Japon Mitsubishi şirketine aitti. 1985 yılında banttan inen ilk Proton Saga Saloon 1.3L Mitsubishi kaportası ve motoruna sahip, diğer “milli olmayan” yerli montaj emsallerinden % 20-30 daha ucuz bir ortadirek aile otomobiliydi. Birincisinden 10 yıl sonra ikinci milli otomobil projesi Perodua ilan edildi. Japon Daihatsu (Toyota) şirketi (yüzde 32) ile Malezya’nın kamu şirketlerinin (yüzde 68) ortak olarak kurdukları yeni ortaklık, Proton modelleri ile rekabet etmeyecek, alt orta sınıfa hitap edecek küçük otomobiller üretecekti.

Perodua'nın ürettiği 1000cc'den küçük motora sahip ilk otomobil (Kanchil) 1994 yılında üretim bandından indi.

Malezya hükümeti de örnek aldığı ülkelerde olduğu gibi yerli otomobil üreticilerini cömertçe destekledi. 2000'li yılların başında yerli otomobillerin Malezya binek otomobil piyasasındaki payı yüzde 80'in üzerindeydi.[\[5\]](#) Yerli otomobillerin yüksek pazar payları onların ticari başarılarının değil, hükümetin izlediği korumacı politikalar sonucu suni olarak yaratılmış fiyat avantajlarının sonucuydu. Gümrük duvarları ve milli otomobiller için sağlanan devlet destekli düşük faizli krediler sayesinde 1990'ların sonunda milli otomobiller rakiplerinden yüzde 20 daha düşük fiyata satılabilmekteydiler (Athukorala & Kohpaiboon, Tarihsiz, s. 18). Ancak 2000'li yıllarda, özellikle Malezya'nın taraf olduğu serbest ticaret anlaşmalarının Malezya hükümetini uyguladığı korumacılık tedbirlerini yumuşatmaya zorlaması nedeniyle, milli otomobiller iç piyasada hızla pazar güçlerini kaybettiler. 2001 yılında yaklaşık yüzde 20 olan yabancı otomobillerin iç pazardaki payı 2014 yılına geldiğinde yerli-milli otomobillerin payını geçmişti.

Malezyalı siyasetçilerin milli otomobilleri geliştirmek maksadıyla uyguladığı korumacı politikalar belki Malezya halkının gururunu okşadı, Malezyalı siyasetçilere oy getirdi ama Malezya halkına maliyeti de çok yüksek oldu. Korumacı ortamın yarattığı en önemli maliyetlerden biri “kalite” sorunuuydu. Malezyalı tüketiciler fiyat avantajı nedeniyle milli otomobilleri tercih etseler de bu otomobillerin kalitesinden hep şikâyetçi oldular. Malezya otomobillerinin kalitesi yabancı muadillerine göre her zaman daha düşük oldu.[\[6\]](#)

İkinci olarak, Malezyalı tüketiciler bu politikayı desteklemek için yüksek bir maddi bedel ödediler. Otomobil sahibi olmak isteyen Malezyalılar için iki alternatif vardı: Yerli veya yabancı (ithal ya da Malezya'da monte edilmiş) bir otomobil satın almak. Uygulanan korumacı politikalar nedeniyle yabancı (ithal ya da Malezya'da üretilen) otomobillerin fiyatı yerli otomobillerden en az % 50, aynı otomobillerin ABD'deki fiyatına göre iki kat daha pahalıydı (Tong & Lim, 2013). Bu durum yabancı otomobil talebini önemli ölçüde caydırırsa da hala birçok Malezyalı yabancı otomobilleri tercih etmekteydi. Sadece 2013 yılında yerli otomobil almayı tercih etmeyen tüketiciler satın aldıkları yabancı otomobillere 9 milyar riggint (2.1 milyar ABD doları) ödeyerek milli otomobil politikasına dolaylı olarak destek oldular.[\[7\]](#)

Milli otomobil politikasına en büyük destek ise fiyatı daha ucuz olan yerli otomobilleri almayı tercih eden tüketicilerden geldi. Yerli otomobillerin fiyatları yabancılardan ucuz olsa da, rekabetçi bir piyasadaki satış fiyatının yaklaşık 15 bin riggint (yaklaşık 3500 ABD doları) üzerindeydi.[\[8\]](#) 1985-2003 yılları arasında 3,5 milyon Proton satıldığı düşünülürse, sadece Proton alıcıları milli otomobil politikasının sürdürülebilmesi için 52,5 milyar riggint (12,3 milyar ABD doları) destek sağlamışlardı.[\[9\]](#) Bunlar dışında Malezyalı vergi mükellefleri hükümetin milli otomobil şirketleri için sağladığı her türlü finansal desteğe ödedikleri vergiler aracılığı ile katkıda bulundular. Örneğin, hükümet Proton'a Ar-Ge harcamaları için her yıl yaklaşık 200 milyon riggint (47 milyon ABD doları) vermektedir.[\[10\]](#)

Aslında bu maliyetler her ithal ikameci politikalar için beklenen sonuçlardı. Ancak uzun vadede sağlanacak refah artışı ile vatandaşların katlandıkları maliyetlerin fazlasıyla geri döneceği beklenmekteydi. Otomobil piyasası için bu geri dönüş artan otomobil üretimi ve ihracatı olarak kendini gösterecekti. Ancak, Malezya'da iç piyasanın rekabetten uzak, güvenli ortamı milli otomobillerin kalitelerini yükseltmeleri ve/veya maliyetleri düşürmeleri için yeterli motivasyon yaratmıyordu. Bu yüzden, Malezya otomobilleri maliyetlerinin altında satılmalarına rağmen, dış piyasada başarı sağlayamadılar. İngiltere pazarında 1990'ların

sonunda yıllık 10 bin araçlık bir satış ile düşük fiyatlı otomobiller sınıfında ufak bir başarı yakalamış olsalar da daha sonra aynı sınıftaki Japon ve Kore otomobillerinin kalitesine erişemedikleri için satışlar hızla geriledi. 2009 yılında Proton İngiltere’de yılda sadece 960 araç satabilmişti (Athukorala & Kohpaiboon, Tarihsiz, s. 18).

Güneydoğu Asya’da bir başka başarısız milli otomobil girişimi Endonezya da yaşandı. 1966 yılında başa geçtikten sonra önemli bir kalkınma hamlesi başlatan ve Endonezya’nın kalkınmasında önemli katkıları olan başkan Suharto da 1996 yılında bir “milli otomobil” projesi başlattı. Bu program ile Endonezya markasına sahip ve yerli yedek parçalar kullanan Endonezya şirketleri 3 yıl süre ile gümrük vergilerinden ve otomobillere uygulanan lüks vergisinden muaf tutulacaklardı. 27 Şubat’ta Suharto ilk “milli otomobil” statüsünün Timor Putra National (TPN) şirketi tarafından üretilecek Timor’a verildiğini ilan etti. Bu şirketin kurucusu ve sahibi Suharto’nun oğlu Hutomo “Tommy” Mandala Putra’ydı ve şirket o zamana kadar hiç otomobil üretmemişti. Bu zafiyetin giderilmesi için TPN Güney Kore’nin üçüncü büyük otomobil şirketi Kia ile ortaklığa gidip Kia Timor Motors (KTM) şirketi kuruldu. Plana göre KTM Jakarta’nın 50 km dışında bir üretim birimi kuracak ve burada Kia sedan modellerinin Timor markası ile montajı yapılacaktı. Ancak hâlihazırda Timor’ları üretecek bir üretim birimi mevcut değildi. Bu nedenle Suharto ilk yıl otomobillerin Kore’de Kia fabrikasında üretilmesine ve Endonezya’da Timor adıyla satılmasına izin veren bir kanun çıkardı. Şirket ithal ettikleri bu otomobilleri ithalat vergilerinden muaf olarak ithal edebilecekleri. Bu kanun Timor’a gümrük vergisi ödeyerek ithal ettikleri yedek parçaları ülke içinde montaj yaparak üretim yapan rakiplerine karşı büyük bir avantaj sağlamaktaydı. Bu avantaj sayesinde, Timor muadili olan ithal otomobillerin yarı fiyatına satılabilmekteydi. Hükümet fabrika tamamlanıncaya kadar Timor için sağlanan ayrıcalığı sürdürmek niyetindeydi. Fabrikanın inşasını da hükümetin emriyle kamu bankalarından oluşan bir konsorsiyum finanse etmekteydi (Hale, 2001).

Endonezya’da otomobil üretimi yerli şirketler ile ortaklık halinde bulunan yabancı şirketler tarafından yürütülmekteydi. Timor’a sağlanan ayrıcalıklar başta Japon markaları ve onların yerli ortakları olmak üzere ülkedeki tüm otomobil üreticilerini olumsuz etkiledi. Bunun üzerine diğer yerli üreticiler, Timor için sağlanan teşviklerin GATT anlaşmasına aykırı olduğu gerekçesiyle Dünya Ticaret Örgütüne başvurular. Başvuruları değerlendiren kurum, 1999 yılında, ilgili ticaret anlaşmaları ihlal ettiği gerekçesiyle Endonezya’dan 1993 tarihli yerel içerik düzenlemesini sona erdirmesini talep etti. Teşviklerin kalkması ile Timor Endonezya piyasasında kendisini rakiplerine karşı avantajlı kılan tek silahını kaybetmiş oluyordu. Timor projesinin sonunu getiren ülkede yaşanan ekonomik kriz oldu. 1998 yılında Doğu ve Güneydoğu Asya ülkelerini etkileyen ekonomik kriz en fazla Endonezya’yı vurmuştu. Krizi aşmak amacıyla Endonezya IMF’nin mali yardımını talep etti. 1998 yılında IMF ile anlaşma imzalandı. Bu anlaşma ile Endonezya hükümeti devletin ekonomiye müdahalesini azaltmasını öngören bir dizi reform yapmayı taahhüt etmekteydi. Reformların bir kısmı otomotiv sektörü ile ilişkiliydi. Buna göre Endonezya gümrük vergilerini düşürmeyi, “yerel içerik” (otomobillerde yerli üretim yedek parça kullanımını teşvik) programını sona erdirmeyi ve DTÖ kararına uymayı taahhüt etmekteydi. Suharto hükümetinin 1998 Mayıs ayında düşmesinden sonra iktidara gelen Habibi bu taahhütleri yerine getirdiği gibi Milli Otomobil projesini de sona erdirdi (Hale, 2001).

Milli otomobil projesini hayata geçirildiği bir başka ülke bu bölümde ele alacağımız diğer ülkelere göre dünyaya daha kapalı bir ülke olan İran’dır. İran’ın otomobil endüstrisinin başlangıcı 1950’li yıllara dayanır. O yıllarda yerli girişimciler özellikle Avrupalı ortaklar ile Avrupa markalarının yurtiçinde üretimine başlamışlardı. Diğer ülkelerde olduğu gibi otomobil üreticilerine çeşitli teşvik ve korumalar sağlandı. Yabancı yatırımcıların kullandıkları yerel

içeriği yeterince arttırmadığını gören Şah Rıza Pehlevi sanayileşme hızını arttırmak amacıyla korumacılık politikaları yanında ülkedeki sanayileşmeyi yönetmek ve yönlendirmek amacıyla bazı kurumlar oluşturdu. Modeli bir İngiliz otomobil markası olan Hillman'ın Hunter modeline dayanan ilk İran otomobili Paykan 1967 yılında üretime başladı. Zamanla çeşitli modifikasyonlar yapılan marka bugün Samand adıyla özgün modellerini üretmektedir (Mehri 2015).

İran devriminden sonra otomobil fabrikaları devletleştirildi ancak korumacılık politikalarında bir değişiklik olmadı. Ancak, zaman içinde devletleştirmenin olumsuz etkileri görülmeye başlayınca üretimin korumacılık politikasının rasyonelleştirilmesi yönünde adımlar atıldı. Önceden yabancı otomobillerin lisansı ile üretim yapan bir başka yerli üretici olan SAIPA da 2008 yılından itibaren kendi modellerini geliştirip kendi markasıyla satmaya başladı. Bugün İran dünyanın 14., Orta Doğu'nun ise en büyük otomobil üreticisidir. [\[11\]](#) İranlı otomobil üreticileri Suriye ve Venezüella'da üretim birimlerine sahiptirler. Ancak, İran otomobil endüstrisi büyük ölçüde iç pazara dayanmaktadır sağlanan teşviklere rağmen ihracat imkânları büyük ölçüde komşu ülkeler ile sınırlıdır. Bunun en büyük sebebi yarım yüzyıldır süren korumacılık politikalarına rağmen İran otomobil endüstrisinin uluslararası alanda rekabet edebilecek kalite/fiyat bileşimini yakalayamamış olmasıdır (Mehri 2015).

Başarısız “milli otomobil” projelerine son örnek olarak Avusturalya ele alınacaktır. Avusturalya siyasal ve ekonomik olarak yukarıda ele alınan ülkelerden daha liberal bir ülke olduğu için diğer başarısız deneyimlerden biraz farklılaşmaktadır. Avusturalya'nın coğrafi ve demografik koşulları otomobil kullanımını teşvik ülke olduğu için otomobil endüstrisinin geçmişi 20. yüzyıl başına kadar gider. 1920'de Ford tarafından kurulan ilk otomobil fabrikasının yaptığı temelde Amerika'dan ithal edilen parçaları Avusturalya'da monte etmekten ibaretti. Belirli hedefleri olan bir milli otomobil sanayi oluşturulması çabası II. Dünya Savaşı sonrası başladı. İktidardaki İşçi Partisi, tasarımı Avusturalya'da yapılmış, Avusturalya'da üretilen parçalarla yine Avusturalya'da üretilmiş “Avusturalya'nın kendi otomobilini” üretmesi seferberliğini başlattı. Bu politikaya kendini ilk adapte eden şirket General Motors'un Avusturalya'daki birimi Holden oldu. Chevrolet modellerinden etkilenmiş ilk “milli” otomobil Holden 1948 yılında yollardaydı. Ülkedeki diğer otomobil üreticileri de bu yolu izlediler. Milli otomobil politikası her ülkede olduğu gibi ithal kısıtlamaları, yerli parça kullanımına teşvik ve vergi istisnaları gibi yöntemlerle desteklendi. Bu politikalar sonucunda 1970 yılına gelindiğinde Avusturalya dünyanın en büyük 10 otomobil üreticisinden biriydi. Aynı yıl Avusturalya'da satın alınan otomobillerin neredeyse tamamı Avusturalya'da üretilmişti (Stanford 2017).

Avusturalya otomobil endüstrisi hızla gelişmesine rağmen rekabet gücü zayıftı. Otomobiller kalite ve fiyat açısından uluslararası rakipleriyle rekabet edecek seviyede değildi. 1980'li yıllarda dünyadaki genel serbestleşme eğilimlerine bağlı olarak Avusturalya'da da ithalat kısıtlamalarının sınırlandırılan, otomotiv endüstrisinin daha rasyonel hale gelip maliyetlerin düşmesini, ihracatın artmasını sağlayacak yeni politikalar uygulamaya başladı. Serbestleşmeye birlikte otomobil piyasasında ithal otomobillerin payı hızla arttı ve yerli üretim düştü. Otomobil endüstrisinin artan rekabet ortamına kendisini uyarlaması için Avusturalya hükümeti 2000'li yıllarda sektöre kamu kaynaklarından yüz milyonlarca Avusturalya doları aktardı. Buna rağmen sektör artan rekabet ortamında ayakta kalmasını sağlayacak maliyet düşüşlerini gerçekleştiremedi ve 2006 yılında Mitsubishi Avusturalya'daki üretim faaliyetlerine son verdi. 2013 yılında hükümet sektörü daha fazla desteklemeye niyetli olmadıklarını açıklayınca diğer üreticiler Ford ve Toyota da üretimlerini durdurdular. 2017 yılı sonunda da milli otomobil Holden'in de üretimi durdurmasıyla Avusturalya'da otomobil üretimi tamamıyla sona ermiş oldu (Stanford 2017).

Milli otomobil politikasına ilişkin birkaç alternatif tartışma konusu

Görüldüğü gibi, dünyanın farklı coğrafyalarında farklı siyasal ve ekonomik rejimlere sahip ülkeler milli otomobil projesine girişmişlerdir. Her ülke deneyiminde kendine özgü durumlar olsa da bazı olgular hepsinde gözlemlenmektedir. Bu son bölümde Türkiye'de çok fazla dikkate alınmayan bu olgulara dikkat çekilecektir. Kuşkusuz her bir olgunun ilgili araştırmacılar ve politika yapımcılar tarafından daha derinlemesine incelenmesi gerekir.

Tüm milli otomobil deneyimleri göstermiştir ki, bu politikanın bir maliyeti vardır ve bu maliyeti politikayı uygulayan ülke vatandaşları, yüksek fiyatlı ya da düşük kaliteli otomobiller şeklinde doğrudan veya vergiler aracılığıyla dolaylı olarak, öderler. Nitekim Türkiye'deki projenin ayrıntıları henüz netleşmemiş olmasına rağmen devletin % 49 ile bu projeye ortak olacağına ilişkin haberler Türk basınında yer almaya başlamıştır. [\[12\]](#)

Yukarıda da belirtildiği gibi, milli otomobil projesinin sürdürülmesi için katlanılan maliyetlerin zamanla azalacağı ve sektörün destekler olmadan da ayakta kalması beklenir. Ancak birçok ülkede bu destekler yarım yüzyıldır sürmektedir ve yakın zamanda kalkacak gibi gözükmemektedir. Çünkü korumacı politikaların sağladığı kolay kazançlara odaklanan yerli girişimciler uluslararası arenadaki rekabet ortamına kendini hazırlayamamakta ve siyasilerden kendilerine sağlanan desteklerin devamını talep etmemektedirler. Siyasetçiler de bu projenin yürümeyeceğine karar verseler bile, zaman içinde milli otomobil ve ilgili işletmelerde çalışanların sayısı binlerle ifade edilmeye başlamasıyla, projeden vazgeçilmesi durumunda binlerce kişinin işsiz kalmasına neden olacak bir karara imza atmaya cesaret edememektedirler.

Milli otomobil projesi ile ilgili önemli bir sorun da projenin başarısının nasıl belirleneceğidir. Çoğu zaman başarı üretim miktarı ile ölçülmekte üretimdeki artışlar başarı olarak değerlendirilmektedir. Kuşkusuz üretim artışı kısmi olarak bir başarıyı ifade eder çünkü otomobil sektöründe maliyetlerin rekabetçi seviyelere çekilebilmesi için üretimin belirli ölçekleri yakalaması gerekmektedir. Ancak üretim ne kadar yükselirse yükselsin milli otomobil herhangi bir destek olmadan uluslararası piyasalarda rekabet edemiyor ise o endüstrinin başarılı olduğu söylenemez. Örneğin, İran yer aldığı coğrafyanın en büyük otomobil üretici olmasına rağmen otomobil politikasının başarılı olduğu söylenemez.

Son olarak, 1970'lerdeki Güney Kore'nin başarısından sonra hiçbir ülkede milli otomobil politikasının başarılı olamadığını görüyoruz. Kuşkusuz başarısızlıklarda yerelde yapılan politika hataların payı vardır. Ancak özellikle 1990'lı yıllardan sonra hızlanan küreselleşme yerli oto politikalarının başarı şansını önemli ölçüde azaltmıştır. Düşen gümrük duvarları, kaldırılan ithalat kısıtlamaları otomobil endüstrisindeki rekabeti arttırmış ve karları düşürmüştür. Küresel rekabet ortamında ayakta kalmaya çalışan oyuncular ölçeklerini büyütüp maliyetlerini düşürme yarışına girmişlerdir. [\[13\]](#) Bu nedenle -Çin ve Hindistan hariç- sonradan otomobil piyasasına girmeye çalışan üreticilerin sadece iç pazara dayanarak optimal ölçüğe ulaşmaları ihtimali çok düşmüştür.

Kaynakça

Athukorala, Prema Chandra, ve Archanun Kohpaiboon. Thailand in global automobile networks. International Trade Centre, Tarihsiz.

Atsumi, Toshihiro. «Infant industry argument for trade protection and Japanese automotive industrial policy.» Papers and proceedings of economics, no. 153 (2017): 165-177.

Hale, Christopher D. «Indonesia's national car project revisited.» *Asian Survey* 41, no. 4 (2001): 629-645.

Lee, Jee In, ve Jai S. Mah. «The role of the government in the development of the automobile industry in Korea.» *Progress in Development Studies* 17, no. 3 (2017): 1-16.

Mehri, Darius Bozorg. *The Rise of Iran Auto: Globalization, liberalization and network centered development in the Islamic Republic*. Unpublished dissertation, 2015.

Stanford, Jim. «Automotive surrender: The demise of industrial policy in the Australian vehicle industry.» *The Economic and Labour Relations Review* 28, no. 2 (2017): 197-217.

Tong, Terpstra Jane, ve Ngat-Chin Lim. «Proton: Its Rise, Fall, and Future Prospects.» *Asian Case Research Journal* 16, no. 2 (2013): 347-377.

* Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü

[1] Milli otomobil konusu çok tartışılrsa da milli otomobil ile ne anlaşıldığı çok açık değildir. Bu yazıda milli otomobil orijinal bir tasarımı ve markası olan ve bu hakların bir Türk şirketine ait olduğu bir otomobil kastedilmektedir.

[2]

<https://www.yenisafak.com/ekonomi/yerli-otomobil-icin-bes-firma-milli-goreve-haziriz-2807223>

[3] <http://www.acea.be/statistics/tag/category/passenger-cars-world>

[4] <http://www.oica.net/category/production-statistics/2016-statistics/>

[5]

<https://paultan.org/2016/01/19/foreign-brands-again-outsell-proton-perodua-in-2015/2015-mkt-share-perodua/>

[6]

<http://www.motortrader.com.my/news/quality-of-perodua-and-proton-getting-closer-to-other-makes-according-to-j-d-power-study/>

[7] <http://www.kinibiz.com/story/issues/191566/where-proton-went-wrong.html>

[8] Bu değer İngiltere'ye ihraç edilen Proton ile aynı Proton'un Malezya'daki fiyatı arasındaki farktır.

[9] <http://www.kinibiz.com/story/issues/191566/where-proton-went-wrong.html>

[10] <http://www.kinibiz.com/story/issues/191566/where-proton-went-wrong.html>

[11] <http://www.oica.net/category/production-statistics/2016-statistics/>

[\[12\]](https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2017/05/30/yerli-otoya-49-devlet-katkisi) <https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2017/05/30/yerli-otoya-49-devlet-katkisi>

[\[13\]](#) *Bu nedenle son 30 yılda otomotiv endüstrisinde hızlı bir birleşme dalgası yaşanmıştır.*