

AKP'nin araba sevdası ne için?

Başlıktaki sorunun kısa yanıtının "ekonomi için" olmadığını sanırım herkes biliyor veya seziyordur. AKP ile onun genel başkanı RTE'nin önceliğinin siyasi olduğu açıktır. 2019 için olamadıysa da hiç olmazsa 2023 için "onların yüz yılda yapamadığını biz yaptık" tarzında yeni bir siyasi propagandanın kaldıraç rolünü üstlenebilecek bir prestij projesinin peşindedirler. Nasıl olsa sermayenin bütün kesimleri artık başkanın arzularını emir telakki edecek kıvama getirilmiştir. Biraz da devletin maddi destekleri sözü verilince, hatta Saray cephesinden "kârı sizin zararı bizim" şeklinde bir teminat sergilendiyse, akan sular duracaktır.

Bu projenin siyasi hedefli olduğu açık olabilir; ancak bu, ekonomik etkilerinin hiç olmayacağı anlamına gelmez. Bu etkiler henüz işin başında çalışmaya başlamıştır. İki yıl önce ekonomik ömrünü tamamlamış Saab markasının otomobil platformunu davul zurnayla 40 milyon Avro'ya (164 milyon TL'ye) satın alma "basiretini" göstermiş olan iktidar kadroları, bugün "yeni babayiğitler" açıklanırken bu hesapsız yatırımın çöpe gidecek olmasına hiç de hayıflanmış gözükmemektedir. Muhtemelen bu 40 milyon Avro, o zamanki konjonktürde iktidar lehine yapılmış bir reklam harcaması olarak değerlendirilmekte ve işini gördüğü düşünülmektedir. Şimdiyse, milyar dolarlık bir devlet desteğinin hazırlıkları yapılmaktadır. Nasılsa halkın temsilcilerinin (milletvekillerinin) dahi, ne milyon ne de milyar dolarların hesabını sorabilmesinin olanağı kalmıştır.

Gerçekten de araba sevdasının kamuya ve halka olumsuz ekonomik etkilerinin bugünkü iktidarın en küçük kaygısını bile oluşturması beklenemez. Çünkü siyasi hedefler çökerse, her ne pahasına olursa iktidarda tutunabilmenin meşruiyeti de çökecektir. Şimdiye kadar kişisel zenginleşmeler için devlet kaynakları nasıl seferber edildiyse, siyasi hedeflere hizmet edebilecek hiçbir devlet olanağı da, şimdiye kadar görüldüğü gibi, esirgenmeyecektir. Nasıl olsa milletin büyük çoğunluğu, kendi üzerine düşecek ek yükler ile iktidarda tutunmak isteyenlerin yönetim kaprislerinin savurganlıkları arasında bir neden-sonuç ilişkisi kurabilecek düzeyde değildir. Güvenilen nokta budur.

Ama öbür yandan, siyasi yönetimin en üst kademelerinde dahi, teknik/ekonomik konulardaki cehaletin yüksekliği ile siyasi hırsların yüksekliği arasındaki güçlü ilişki şaşırtıcı düzeylerde. Başka deyişle, çift taraflı bir cehalet sarmalı söz konusudur. Biri diğerine bağımlıdır ve biri diğerini beslemektedir. Bütün bunlar kuşkusuz azgelişmişliğin sadece ekonomi düzleminde kalmadığının da bir göstergesidir.

Ama gelin biz ekonomi düzleminde kalarak devam edelim.

Türkiye'de ilk yerli araba üretimi hevesine kapılındığında, 1960'larda Devrim ve Anadol deneyimleri yaşandığında, dünya otomotiv piyasasına üretici olarak katılma olanakları henüz açıktı. Hatta Türkiye'ye kıyasla birkaç yıl geriden bu işe girişen Güney Kore pekala başarılı olabildi. Türkiye'deki girişimler sebatlı olmadı. Sermaye, yabancı markaların acenteliğini tercih etti veya Avrupa'da üretim bantlarından çekilmiş modelleri veya bunların kabaca dönüştürülmüş versiyonlarını üretmekle sınırlı kaldı. Yüksek gümrük duvarlarıyla iç piyasası korunmuş olan ülkede yerli ve yabancı otomotiv üreticileri, rekabeti sırtlarında hissetmeden, eski modellerle yüksek kazançlar elde etmeyi yeğlediler. 1990'larda işler değişmeye başladı; özellikle de 1996'da Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girişiyle birlikte Türkiye otomotivcileri eski modellerin üretiminden tamamen çekildiler, iç ve dış piyasalar için yabancı markaların kimi güncel modellerinin montajını yapmaya yöneldiler. Bu arada belirli yedek parçaların üretiminde de bir uzmanlaşma başladı, bunlarda dış pazarlara fason üretimler de epey yol aldı; montaj sanayiinde bazı yerli katkılar da yapılabilir oldu. Otomotiv iç pazarı halen bir milyon araç satışı eşiğini aşamasa dahi, üretimde 1,5 milyon eşiği aşılabildi; yani önemli ihracat sayıları oluşmaya başladı. Buna karşılık, içerde üretilen "yerli montaj" arabaların toplam iç satışlardaki payı da yüzde 30'un altına düştü. Ülke, dışarıya sattığı araç kadar dışardan araç ithal eden garip bir bağımlılık ilişkisi içine girdi. Ancak içerdeki araba sanayii de üçte iki oranının üzerinde ithalata bağımlı olduğundan, aslında otomotiv dış ticareti net ithalatçı konumunu pekiştirdi.

Türkiye'nin siyasi mukteditleri işte böyle bir iklimde "milli" bir araba markası hevesine düştüler. Gerçi bağımlılık ilişkileri içinde kalınmış olsa da, Türkiye'de otomotiv sanayiinde belirli bir birikim ve yetkinlik kazanılmıştı. Ancak "yerli veya milli" bir markanın oluşturulması ve bunun değişik modellerinin geliştirilmesi bambaşka bir şeydi. O nedenle, RTE'nin çağrılarına olumlu yaklaşan sermayedar yıllardır çıkmamıştı. Koç Holding'in patronunun Saray'daki bir zirveden hemen sonra yaşamını yitirmesi belki de bir kırılma anı oldu; Mayıs 2017'de TOBB başkanı, gerekli destekler verilirse milli bir markanın yaratılmasına talip olacaklarını açıkladı. Bu süreç, Kasım 2017'nin ilk günlerinde bu işe talip "beş babayiğit" kuruluşun açıklanmasıyla yeni bir aşamaya geldi.

Şimdi bu firmalardan sadece iki buçuğu otomotivde belirli bir üretim deneyimine sahip olmuşlar. Ama hiçbir otomobil üretimi konusunda uzmanlaşmamış ve üstelik model geliştirecek konumda olmamış. Hele, şimdi artık gözlerin dikildiği yüzde yüz elektrikli araç üretiminde hiçbir

yetkinlikleri yok. Elektrikli araç alanına girilmesi belki kötünün iyisi olarak yorumlanabilir, ama bu yeni sayılan alanda bile 20 yıllık birikimler söz konusu. Türkiye 10 yıl önce bu kararı vermiş olabilseydi belki bugün biraz daha umutlanmak mümkündü; yitirilmiş zamanın telafisi bu alanda özellikle zordur. Kaldı ki güçlük sadece Türkiye'nin deneyimi olmadığı elektrikli araç teknolojisinde yetkinlik kazanmasıyla sınırlı değildir, yepyeni bir marka yaratmanın ve bunu dünya ölçeğinde rakabetçi modellerle pazarlamanın yapısal güçlükleridir.

Yüzde yüz yerli fanteziden (böyle birşey dünyada kalmamış durumda) vazgeçilmiş olsa da, elektrikli araç geliştirmede dünya firmalarının AR-GE harcamalarının yanına bile yaklaşmak söz konusu değil. Tesla gibi bağımsız firmaların, Toyota gibi elektrikli modellerde öncülük yapanların aldığı yollar bir yana, şimdi diğer dünya markaları da bu alana milyarlar yatırmaktadır. Volkswagen, elektrikli otomobil bataryalarını geliştirmek için önümüzdeki 8 yılda 50 milyar Avro'luk yatırım planlamaktadır; Mercedes için bu rakam, tek bir elektrikli ürün gamı için 10 milyardır; diğerleri de aynı yoldadır.

Kaldı ki, yakıt hücreli (hidrojen temelli) modeller üzerinden gelişen başka bir yönelim de devreye girmektedir. Bu sistemde araçtaki elektrik, hidrojen kullanan ufak bir güç santrali ile elde edilebilmektedir. Henüz maliyetli bir sistem olduğu için lüks segment ve ağır vasıtalar dışında kullanıma girmesi beklenemez belki ama her durumda akülü modellerin hem kendi aralarında hem de yakıt hücrelilerle çetin bir yarışma içine girmesi beklenebilir. Peki, AKP'nin arabası bunun neresinde olabilecek?

Diğer bir sorun alanı da ölçek ekonomisidir. 1970'lerden itibaren, lüks segmentler dışarda tutulursa, dünya markası olabilmek için bir milyonluk üretim eşiğinin aşılabilmesi gerekli olmaya başlamıştı. Bu eşiği aşabilmek için erkenden firmalar arasında birleşmeler başlamıştı. Peugeot ile Citroen'in birleşmesi 1976 yılına dayanmaktadır. Ancak 1990'lardan itibaren birkaç milyonluk üretim eşikleri gerekli oldu, 2000'lerden sonra ise beş milyon eşiğine ulaşabilmek için yeni birleşmeler yaşandı. Lüks segmentlerde bile milyon eşikleri geride bırakıldı. Ama artık şimdilerde, Çin'in de dev firmalarıyla devreye girmesinden sonra, yıllık 10 milyon üretim hedefinin altında kalanların ayakta kalması güçtür. Çünkü ölçek ekonomisi, aynı platformların ve motorların, aynı kokpitlerin ve malzemelerin birden çok modelde kullanılmasını, hatta markalar arasında motor/platform alışverişlerini gerekli kılmakta, böylece maliyetler aşağıya çekilerek daha düşük kâr hadleriyle yaşamının olanakları elde edilmektedir. Lüks segment dışında düşük kâr hadleriyle çalışmanın bir başka telafi mekanizması, servis ve yedek parça ağı üzerinden daha yüksek kârlarla çalışma potansiyelinin yaratılmasıdır. Ama bu dahi büyük ölçek ekonomisini gerektirmektedir. Türkiye'de ise iç pazarın toplamı bile henüz milyon eşiğini aşamamıştır. En çok satan model yılda 50 bin düzeylerindedir. Babayiğitlerin arabası kaç satabilecektir ki?

Türkiye'nin babayiğitleri kuşkusuz bunları bilmektedirler. Ama onlar boğucu siyasi baskı ortamı nedeniyle kaçınamayacakları bir girişimden en az zararla kurtulma hesabı yapmaktadırlar. Bu arada, nasıl ki köprü, havalimanı ve hastanelerde, devletten araç-yolcu ve hasta garantileri alınmaktadır, onların da ürettikleri her bir elektrikli araç başına destek isteyecekleri, başlangıç sermayesine devlet katkısı ve ucuz finansman peşinde olacakları, Ar-Ge harcamalarının finansmanının devletçe karşılanmasını, şarj istasyonlarının ve enerji altyapısının devletçe geliştirilmesini isteyecekleri bugünden dile getirilmektedir.

Belki iktidar mahvilinden de "milli araba" işinin kısa sürede sönümlenecek bir balondan ibaret kalacağını bilenler vardır. Ama ne gam, yeter ki 2019 ve 2023 siyasi dönüm noktalarında iktidara yeni bir rüzgar katsın... Nasıl olsa, zararın faturasını kendilerine değil millete kesecekler; tabii millet daha önce onlara bir fatura kesmezse...

haber.sol.org.tr/yazarlar/oguz-oyan/akpnin-araba-sevdasi-ne-icin-216200