

ÜRETİCİ ve LOJİSTİK İŞLETME İLİŞKİLERİ

Doç. Dr. Murat ERDAL

Günümüz uluslararası taşımacılık ve lojistik sektörü çok hızlı değişim ve gelişim içerisinde. Türkiye'nin, Avrupa, Karadeniz, Akdeniz, Kafkaslar, Asya ve Afrika kıtalarının arasında stratejik bir noktada bulunması onu Ortadoğu, Balkanlar ve Kafkaslar arasında lojistik merkez haline getirmektedir. İkibin'li yıllarla birlikte bu coğrafyadaki artan ticaret hacmi batı-doğu ve kuzey-güney eksenlerinde lojistik hareketliliği artırmaktadır.

Türkiye'nin bulunduğu bu coğrafyayı en iyi şekilde kullanabilmesi ve ticaret hacmini artırabilmesi lojistik ve uluslararası taşımacılık bilgisi ve deneyiminden geçmektedir. GSMH içindeki ağırlığı her geçen gün artan sektör ülke ekonomisinin güçlenmesinde doğrudan fayda üreten ve tüm diğer sektörlerle ihracat-ithalat, dağıtım, depolama vb. süreçler bakımından bire bir ilişkisi olan tek sektördür.

Ulusal ekonominin canlanması beraberinde ithalat ve ihracatın artmasına dolayısı ile lojistik sektörünün gelişmesine neden olmaktadır. Türkiye, gelecekte çevresindeki komşu ülkelerle ve diğer bölge ülkeleriyle daha fazla ticaret yapmak mecburiyetindedir. Komşu ve bölge ülkeleriyle yapılan ticaret geliştikçe taşımacılık ve lojistik hareketlilik artacak ve sektör yeni bir dinamizm yakalayacaktır.

Balkanlar'da Güneydoğu Avrupa Ortak Girişimi (SECI) projesi, Avrupa-Kafkasya Asya Taşıma Koridoru Projesi (TRACECA) ve Avrupa Birliği'nin kendi iç projeleriyle birlikte hukuki düzenlemelerde harmonizasyon sağlanarak çok geniş bir coğrafyada taşımacılığın hızlandırılması ve ticaretin artırılması öngörülmektedir. Bu nedenle Türkiye, çevresinde olup biten bütün taşımacılık ve lojistik projelerinde aktif rol oynamalı ve yeni politikalar üretmelidir.

En az Turizm, Otomotiv ve Tekstil sektörleri kadar, ülkeye döviz kazandırma potansiyelinde olan lojistik sektörü, doğru politika ve stratejilerin izlenmesiyle birlikte

önemini artırarak devam ettirecektir. Özel sektör, pazarlama yönetimine gereken ağırlığı vermeli, iç pazar müşterisinin yanında uluslararası müşterilere de hizmet konusunda odaklaşmalıdır. Bu bakımdan Türkiye'ye olan ithalat ve ihracat yüklerinin taşınmasının yanı sıra farklı ülke gönderici ve alıcılarının ticaret potansiyellerinde rol oynamalıdır. Öyleyse özel sektör de kamu sektörü gibi uluslararası taşımacılık ve lojistik sektöründeki eğilimleri yakından takip etmeli Türkiye'ye olası etkileri, fırsatlar ve tehditler konusunda analizlerde bulunmalıdır.

Sektörün temel bileşenleri konumunda olan kurumsal, mali ve çevresel yapıda karşılaşılan sorunlara çözümler getirmek, donanım ve yazılım sistemlerinin geliştirilerek kullanıma sokulması başta kamu kurum ve kuruluşları olmak üzere, sektörde faaliyet gösteren bütün firmaların üzerinde durması gereken öncelikli konulardır.

Küresel rekabetin hızla arttığı bir dönemde sektörün tamamının yeniden yapılanması ve ülke ulaştırma politikasına bütünsel olarak rekabet gücü kazandırılması için gelişmeleri sürekli takip edecek ve bunun paylaşımını organize edecek bir yapılanmaya şiddetle ihtiyaç bulunmaktadır.

Üretim Sektörü ve Lojistik Operasyonları

Lojistik sektörü, Türkiye'nin en büyük sektörlerinin başında gelmektedir. Bir hizmet sektörü olan lojistik sektörünün diğer tüm sektörlerle doğrudan ve dolaylı ilişkisi bulunmaktadır.

Üretim sektöründe rekabet gücünün elde edilmesinde lojistiğin önemi çok büyüktür. Hedef pazarların istek ve ihtiyaçlarının zamanında karşılanabilmesinde lojistik kaldıraç etkisi görmektedir. Uluslararası pazar şartları içerisinde hiçbir tarafın; tedarikçi, üretici, dağıtımçı ve müşterinin, gecikmeye tahammülü bulunmamaktadır. En ufak bir gecikme veya hata bütün bir şirket imajının zarar görmesine ve pazar payının kaybedilmesine neden olmaktadır³⁶.

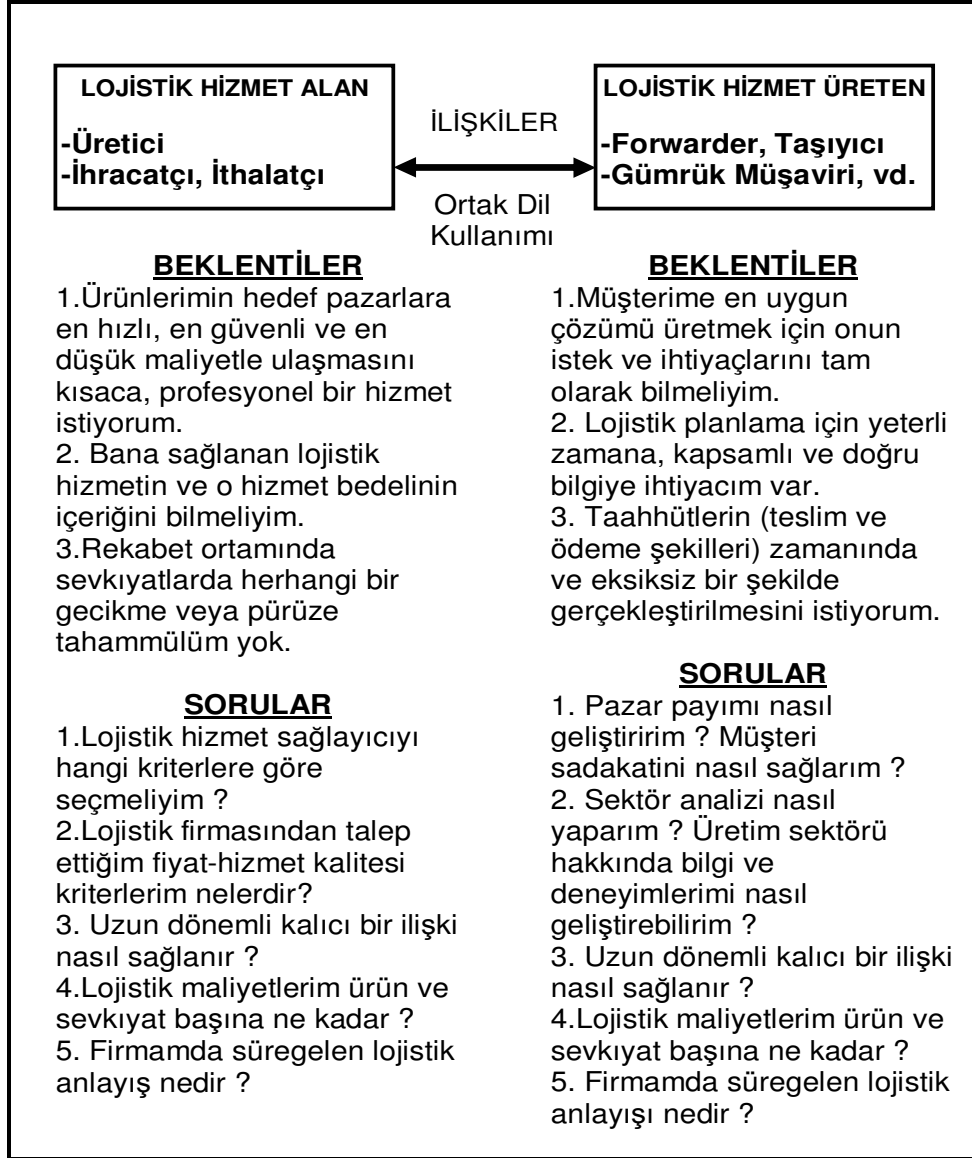
³⁶ Murat Erdal, "Üretim Sektörü ve Lojistik" **Dünya Gazetesi**, Perşembe Rotası Deniz Ticareti ve Lojistik Gazetesi, Sayı:7468, 9 Aralık 2004, s:2.

Günümüz küresel rekabet koşulları içerisinde taşıma, depolama, dağıtım, paket-ambalajlama ve gümrükleme gibi birçok lojistik hizmetin bedeli göreceli olarak hem yüksektir hem de ayrı bir uzmanlık gerektirmektedir. Üretim sektörü özellikli bir sektördür ve kendine özgü dinamikleri bulunmaktadır. Ürünlerin çeşitliliği ve nitelikleri bakımından söz konusu lojistiğin de kendine özgü uygulamaları vardır. Küresel rekabet sadece üreticileri veya satıcılar arasında değil daha geniş bir ekseninde onların tedarikçileri, dağıtımçıları ve lojistik hizmet sağlayıcıları arasında cereyan etmektedir. Özetle günümüzde rekabet, tedarik zincirleri arasında yaşanmaktadır.

Üretici bir işletme, hedef pazarlarına göre birçok lojistik faaliyet içerisindedir. Bunlar, genel hatları ile,

- Hammadde, yarı mamul ve hazır parça tedarik lojistiği ile yurtdışından malzeme getiriyorsa ithalat lojistiği,
- Fabrika içi ve/veya depolar arası lojistik,
- Yurtiçi dağıtım ve uluslararası pazarlara ürün sevk ediyorsa ihracat lojistiğidir.

Lojistik faaliyetlere kısır ve sığ bir bakışın yansıması olan “**hangi firma olursa olsun en düşük maliyetle ürünümüzü taşıyın**”, “**yoldan geçen bir kamyonu çevirelim**” veya “**ambarlardan bir araç bulalım, nakliye o yapsın**” gibi anlayışlar son dönemde kırılmaya başlamıştır. İşletmeler artık bilmektedirler ki, taşıma, depolama, dağıtım, gümrükleme gibi alanlarda bilgi ve deneyim şarttır. Bu iş süreçlerinde bir kez sorun yaşandığında, maliyetler çok yüksek olabilmektedir.



Şekil 1. Üretici- Lojistik İşletme İşbirliği ve Beklenti Analizi.

www.meslekiyetlilik.com®

Bugünün rekabet ortamında üretim sektörü lojistik konusunda bir takım soruları daha sık sorar hale gelmiştir (Şekil 1):

- Lojistik maliyetleri ürün ve sevkiyat başına ne kadardır ?
- Lojistik uygulamaların toplam giderlere oranı nedir ? Bu maliyetleri nasıl aşağıya çekebiliriz ?
- Lojistik, rekabette kaldıraç etkisi yapabilir mi ?
- Taşıma, dağıtım, depolama, ambalajlama ve gümrükleme gibi lojistik

aktiviteler için dış kaynaktan nasıl yararlanılır?

- Firmamızda süregelen anlayış, “lojistik eşittir taşıma” anlayışı mıdır ?
- Yöneticilerimizi lojistik konusunda eğitmenin firmaya katkısı ne olur ?

Bütün bu soru ve değerlendirmeler, işletmeleri daha fazla lojistik odaklı düşünmeye sevk etmektedir. Lojistik alanındaki hızlı gelişme, bütün sanayi dallarında işletmeleri, enerjilerini en iyi bildikleri işe harcamaya zorlamaktadır. Üreticiler de pazarda yaşanan kıyasıya rekabetten dolayı daha fazla dış kaynaktan yararlanma yoluna gitmektedirler. Bunlardan bir tanesi de “lojistik hizmet sağlayıcı” işletmelerle uzun dönemli işbirliği yapmaktır.

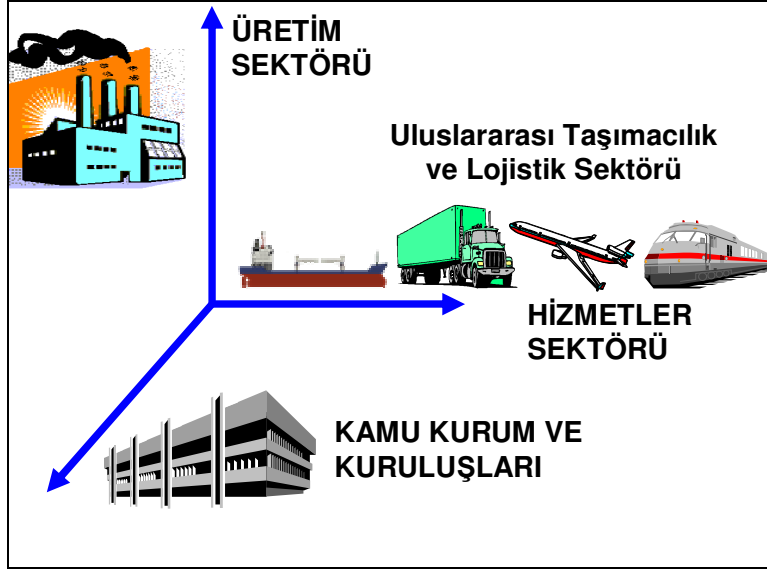
Ülkemizde uluslararası çapta yüzlerce lojistik işletmesi faaliyet göstermektedir. Lojistik hizmet sağlayıcı işletmenin, seçim sürecinde doğru ve sağlıklı adımların atılması gerekmektedir. Lojistik işletmelerinden hizmet içerikleri ve fiyat teklifleri alınarak sözleşmenin kapsamı, sorumlulukların çerçevesi, karşılıklı yükümlülükler ve taahhütler açık bir şekilde dile getirilmelidir. İstek ve talepler hizmet sözleşmesi yapılmadan gündeme getirilmeli, maliyet-zaman planlaması buna göre yapılmalıdır.

Öncelikle karar verilmesi gereken alanların başında, en düşük fiyatla sağlanan hizmetin mi ? yoksa profesyonel bir hizmetin mi ? istendiği gelmektedir. Sadece fiyat endeksli hareket edilmesi, rekabette kısa süreli avantaj sağlar gibi görünmekte, uzun dönemde ise pürüzler ortaya çıkabilmektedir.

Hiçbir işletme, arzu etmediği olumsuzlukların faturasını ödemek istemez. Ürünlerin ortadan kaybolması veya hasara uğraması, aracın arızalanması veya kaza geçirmesi gibi istenmeyen durumlara karşı önceden tedbir alınmalıdır.

Uluslararası müşterilerin üreticilerimizden beklentileri, yüksek kalite ve dünya standartlarına uygunluktur. Müşterilerin kalitesizlikten kaynaklanan maliyetlere tahammüllerinin olmadığı bilinmektedir. Üretim sektörünün lojistik hizmet üretenlerden ilk beklentileri profesyonellik, saygınlık, güvenilirlik ve meslek ahlak ilkelerine uygunluktur.

Lojistik hizmet sağlayıcı ile olan ilişkilerde, verilen sözlerin zamanında tutulması, güvenilirlik, iletişim, erişilebilirlik gibi alanlarda problemler yaşanmamalıdır, Her iki taraf içinde geçerli olan bu kriterler ve karşılıklı beklentilerin artması, profesyonel iş anlayışının yaygınlaşmasını ve yüksek standartları meydana getirecektir. Sektörler arası işbirliğinin yanında bir diğer bileşke kuvvete, yani “**kamu yönetimi**”nin katalizör gücüne ihtiyaç vardır (Şekil 2).



Şekil 2. Rekabet Gücünün Elde Edilmesinde Üç Bileşke Kuvvet.

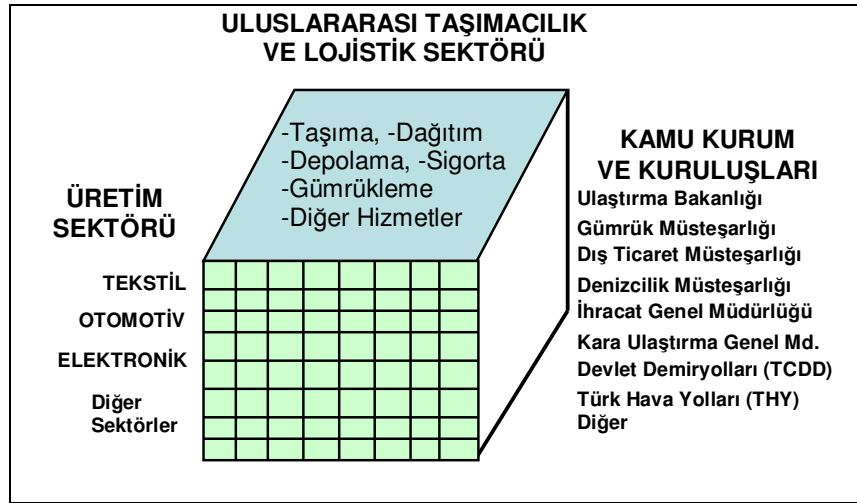
Kamu yönetimi, getirdiği düzenlemeler ile ithalat ve ihracata doğrudan etki etmektedir. Dış ticaret işlemlerinin basitleştirilmesi ve lojistik hareketlerine hız kazandırıcı yasal çerçevenin oturtulması tüm sektörlerin ortak beklentisidir.

Üreticinin rekabet avantajının artırılmasında kamu yönetiminin;

- Kanun ve yönetmelikler,
- Vergiler,
- Dış ticaret düzenlemeleri, ithalat, ihracat ve transit rejimler,
- Petrol başta olmak üzere doğalgaz, elektrik, su gibi enerji maliyetleri,
- İşçi-işveren ilişkilerindeki düzenlemeler,
- Sektöre giriş bariyerleri, kotalar ve/veya çeşitli teşvikler,
- Gümrük mevzuatı vb. düzenlemeleri belirlediğinden dolayı sorumluluk alanı çok büyüktür.

İhracat yapma, ülkeye döviz kazandırma kamu ve özel sektörde her kesimin ortak arzusudur. Fakat ülkemiz dış ticaret uygulamalarında; uluslararası taşımacılık ve lojistik işlemlerinde karmaşıklık, hantal yapı ve bürokrasi, etik olmayan davranış ve uygulamaların yaygınlaştığı, altyapının yetersiz olduğu tüm taraflarca dile getiren ve bu konularda çok da mesafe alınamayan bir gerçektir.

Üreticiler, ister ihracat, isterse ithalat veya yurt içi dağıtımda yoğun lojistik faaliyetler gerçekleştirmektedir. İhraç veya ithal edilen ürünlerin hedef pazarlara gecikmeyle ve yüksek maliyetlerle ulaşması firma imaj kaybının yanı sıra sözleşmeden kaynaklanan ilave yükümlülükler de getirebilmektedir. Örneğin, sınır kapılarında 20 kilometre uzunluğundaki araç kuyruklarının oluşması ihracatçıyı doğrudan ilgilendirmektedir. Böyle bir durumda, ilgili tüm taraflarda, özellikle gönderici ve müşteride teslimatın söz verilen zamanda yapılıp yapılamayacağı endişesi belirginleşmektedir. Sınır kapılarında bekleyen araçlar taşıyıcılara, fakat taşıdıkları mallar ihracat yapan bütün işletmelere aittir.



Şekil 3. Üretim ve Lojistik Sektörü ile Kamu Yönetimi Rol Dağılımı.

Uluslararası pazar şartlarında tekstil, otomotiv, elektronik ve diğer sanayi dalları ve dış ticaret firmaları lojistik sektörünün sorunlarına en az kendi sektör sorunları kadar sahip çıkmalıdır. Hiçbir sektör **“benim derdim bana yeter”** diyemez.

Çünkü, bugün uluslararası rekabette tek bir çözüm veya bireysel kurtuluş reçetesi yoktur. Üretim sektörünün temsilcileri, kamu kurum ve kuruluşları nezdinde lojistik odaklı girişimlerini ve lobi faaliyetleri arttırmak, lojistik sektör temsilcileri ile ilişkilerini geliştirmek ve onlara her türlü platformda destek vermek durumundadır (Şekil 3).

Lojistik sektöründe, ticaret ve taşımacılığın basitleştirilmesi ve hızlandırılması amacıyla yönelik hazırlanan 4925 Sayılı Karayolu Eşya Taşıma Kanunu ve Yönetmeliği beraberinde lojistik sektörüne ciddi yükümlülükler getirmektedir. Mesleki saygınlık, mesleki yeterlilik ve mali yeterlilik gibi kriterlerle birlikte lojistik sektörünün kayıt altına alınması ve eğitim seviyesinin yükseltilmesi olumlu gelişmeler olarak değerlendirilmektedir. Diğer taraftan lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin, katlandıkları yüksek mali portföyle orantılı olarak müşterilerine daha yüksek fiyatla hizmet sağlayacakları düşünülmektedir.

Uzakdoğu, Avrupa ve Amerika'lı üreticilerle rekabette, "zaman", "kalite", "tasarım" ve "marka" gibi faktörlerin yanında "lojistik maliyetler" de çok önemli bir faktördür. Dolayısıyla kamu tarafından lojistik ile ilgili ortaya konan her bir kanun ve yönetmelik, tüm sektörlerle olumlu ve/veya olumsuz olarak doğrudan etki edecektir. Bu nedenle ülkemizin rekabet avantajı için, özel sektör ve kamu sektörünün bütünsel olarak hareket etmeye her zamankinden daha çok ihtiyacı vardır.