**Dr. Öğr. Üyesi Haldun TURAN**

İstanbul Rumeli Universitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi

Endüstri Mühendisliği Bölümü

haldun.turan@rumeli.edu.tr

Orcid:0000-0002-0701-7679

# LOJİSTİK İŞLETMELERİNİN İHRACAT YÖNETİMİ REKABET GÜCÜ GELİŞTİRMEDEKİ ROLÜ

# ÖZET

Ülkelerin ekonomik büyüme oranlarını artırabilmelerinde ve küresel pazarlardan daha

fazla pay alabilmelerinde dış ticaretin, özellikle de ihracatın önemi büyüktür. İhracatın tatmin edici düzeylerde olması ve sürdürülebilirliği, ülkelerin katma değeri yüksek ürün ihraç etmesine, ürün ve pazar çeşitliliğinin artırılmasına bağlıdır. Bununla birlikte, son yıllarda kompleks bir görünüm sergileyen dış ticaret işlemleri lojistiğin önemini arttırmış, ülkelerin sözü edilen politika ve stratejileri mutlaka lojistik stratejileriyle geliştirmesi ve entegre etmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Bu amaçla, lojistiğin ülkelerin (özellikle de Türkiye’nin) ekonomik kalkınmasındaki önemi ve küresel rekabet gücü ile ilişkisi vurgulanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın teorik bölümünde lojistiğe kavramsal ve tarihsel bakış açısıyla değinilmiş, ülkelerin lojistik başarısının en önemli ölçütü olarak kabul edilen Lojistik Performans Endeksi incelenmiştir. Bununla birlikte, Türkiye’de lojistik sektörünün önemi, gelişimi, rekabet gücü ve Lojistik Performans Endeksi ele alınmıştır.

Yaşanan gelişmelerin, özellikle bilgi işleme ve iletme fonksiyonlarının işlerlik kazanması yoluyla ihtiyaç duyulan bilgilerin zamanında ve doğru bir şekilde kullanılmasına büyük katkıları olduğu açıktır. İşletmelerde karar alma sürecinin hızlandırılması; çağımızda bilginin giderek artan önemi, pazardaki değişmelerin hızının artması ve işletmelerin yaşanan değişimlere adaptasyonunun hızlı bir şekilde sağlanması gibi nedenlerle büyük bir gereksinim halini almıştır. İşletmelerin yaşadığı zamansal kısıtlama, verilerin anlamlı bir hale dönüştürülme süreci olarak da ifade edilen veri işleme süreçlerinin etkinliğinin geliştirilmesini ve hızlandırılmasını da gerektirmektedir.

Türkiye’de lojistik firmaları benzer stratejiler uygulayarak rekabet güçlerini arttırma çabasındadır. Firmaların rekabet güçlerini arttırmak üzere mevcut uygulamalarının farklı biçimlerde iyileştirilmesi için başvurduğu önlemler şöyle sıralanabilir (Babacan, 2003: 13):

* Maliyet Minimizasyonu
* Nakliye maliyet ve sürelerini kısaltmak
* İşçilik maliyetlerini azaltmak
* Minimum stok bulundurarak stok maliyetlerini azaltmak
* Aynı anda farklı markaları taşıyarak müşteri ve hizmet veren firma için maliyetleri Azaltmak
* Sermaye harcamalarının azaltılması Outsourcing-insourcing yapmak

Ölçümler

* Müşteri memnuniyet ölçümleri
* Performans ölçümleri

Yeni Sabit Yatırımlar

* Depo, hangar, antrepo yatırımları
* Raflama sistemi (fiks ve kaotik raflama)
* Bilgi işlem departmanlarını yenileme ve sistem yazılımlarını etkinleştirme
* Araç filosunu yenileme

Ürün Çeşitliliği (belli ürünlerin üretim ve ihracatında yoğunlaşmamak)

Rekabet gücü, daha fazla miktarda ve daha yüksek kalitede mal ve hizmet üretip, satışının gerçekleştirilmesi olarak ifade edilmektedir.

• Rekabet, 4054 sayılı kanunun 3. maddesine göre, mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış olarak tanımlanmaktadır,

• İş dünyasında rekabet gücü ise; bir firmanın diğer firmalar karşısında sunmuş olduğu mal ve hizmetler sayesinde rakiplerin, potansiyel müşterilerin, firmanın sahip ve ortaklarının gözünde eriştiği maddi ve manevi üstünlükler olarak tanımlanabilir.

İşletmelerde rekabet gücünün geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınması açısından önemli olan başlıca faktörler; üretim maliyeti, teknoloji ve ar-ge faaliyetleri, kalite ve standartlara uygunluk, nitelikli işgücü, pazar payı, ürün kalitesi ve çeşitliliğinin arttırılması, diğer faktörler olmak üzere 7 faktör olarak ifade edilebilmektedir.

İnsan kaynakları, teknoloji, finansal güçlülük, müşteri değeri, hissedar değeri, uygulanan yönetimsel yaklaşımlar ve daha sayılabilecek birçok faktör işletmenin faaliyette bulunduğu sektör içerisinde uygulanabilecek stratejileri sınırlamaktadır. Bu nedenle çeşitli açılardan bakılarak, işletme amaçlarının etkin ve verimli bir şekilde başarılması için çeşitli stratejiler geliştirilmiştir.

Lojistik faaliyetlerin işletmelerin rekabetçi konumlarına yapmış oldukları çok sayıda katkılar bulunmaktadır. İfade edilen katkıların sürdürülebilir kılınması, toplam bir süreç olarak lojistiğin bütünsel başarısına etki eden faktörlerin ön plana çıkarılarak etkinliğinin geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu noktada, gerçekleştirilen saha araştırmasının sonuçlarıyla da paralellik gösteren; yenilik, tedarikçi ilişkilerinde etkinlik, tedarik etkinliği, çevresel sorumluluk, değişimi yönetme, iletişim, sipariş işleme ve esneklik ön plana çıkan faktörler arasındadır.

Küçük ya da büyük işletme olunmasına bakılmaksızın işletmelerin bütünsel başarısının tesis edilmesinde söz konusu faktörler; işletmeler açısından farklı birer rekabetçi yetenek olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu nedenle işletme başarısının tesisi açısından söz konusu kritik faktörlere eğilmek yönetsel bir gereklilik olmaktadır. Ayrıca, söz konusu faktörler veya yetenekler ayrı ayrı ele alınabilecek önemli bir çalışma alanını da temsil etmektedir. İfade edilen faktörlerin, lojistik faaliyetlerin işletmelerin rekabet gücüne yapmış oldukları katkıları göz önüne alınarak geliştirilmesi yoluyla işletmelerin yoğun rekabette ayakta kalabilmesi sağlanabilmektedir. Rekabetin işlevsel hale gelmesi işletme yeteneklerinin ve kaynaklarının rasyonelliğine büyük derecede bağlıdır. Bu bağlılığın göz önüne alınarak, işletme açısında hayati bir yetenek konumunda olan lojistiğin işletmelerin başarısı için temel kaynaklarının en uygun koşullarda temin edilmesi ve yönetiminin sağlanmasında da birçok fayda sağladığı görülmektedir.

İşletmelerin lojistik faaliyetlerinde rekabetçi olunabilmesinin sağlayabileceği getiriler, diğer faaliyet alanlarına göre oldukça farklıdır. Çünkü lojistik faaliyetlerdeki rekabetçi güç sayesinde, şayet mevcut ise diğer işletme faaliyetlerindeki rekabetçi potansiyelde değerlendirilmiş olmaktadır. Denilebilir ki, lojistikteki rekabetçi perspektife yönelik yeterli çalışmaların sergilenmesi halinde, işletme açısından bütünsel olarak geçerli olabilecek müşteri bazlı bir rekabetçi perspektif ortaya koyulabilecektir. Özellikle pazarda yaşanan yoğun rekabet, müşteri beklentilerinin değişmesi, teknolojide yaşanan hızlı değişim gibi unsurlar yeteneksel gelişmenin tesisi konusunda işletmelere baskı yapmaktadır.

Günümüzde üretim maliyetlerinin birbirine yakınsadığı ve fiyat rekabetinin tek başına bir anlam ifade etmediği küresel ticaret arenasında, rekabet edebilmek açısından lojistik hizmetlerin ve stratejilerin önemi artmaktadır. Taşımacılıktan lojistik yönetimine geçen ülkeler günümüzde uluslararası pazarlardan daha fazla pay almaktadır. Lojistik faaliyetler üzerinde yapılacak uyarlamalarla ve kapsamlı lojistik stratejileriyle rakipleri karşısında öne geçmenin mümkün olduğu, ülkeler tarafından daha açık bir şekilde anlaşılmaya başlanmıştır.

Dünyanın en büyük 23. ekonomisi olan Türkiye, aynı performansı dış ticaret ve rekabet gücü göstergelerinde ortaya koyamamıştır. Bunun paralelinde, üretim, dış ticaret ve rekabet politikalarını kapsamlı lojistik stratejileriyle destekleyememiştir.

Türkiye’nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi sıralamasında 44. ve Lojistik Performans Endeksi sıralamasında 30. olması mevcut durumun en önemli göstergesidir.

Arzu edilen düzeyde olmasa da, lojistik sektörünün önemi, büyüme potansiyelinin oldukça yüksek olduğu Türkiye’de giderek artmaktadır. Hizmet sektörlerinden biri olan lojistik, Türkiye’de turizmden sonra en fazla potansiyeli bünyesinde barındıran ikinci sektör konumundadır. Son yıllarda meydana gelen içsel ve dışsal ekonomik ve siyasi gelişmeler, yapılan anlaşmalar göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’nin 2023 üretim ve özellikle ihracat hedefleri doğrultusunda lojistik sektörünün kantitatif ve kalitatif anlamda büyümesi, milli gelir içindeki payının artması ve taşıdığı stratejik önem bakımından gelişmesi en olası sektör olması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: 1. Rekabet, 2. Rekabet Gücü, 3. Lojistik Yönetimi, 4. Tedarik Zinciri Yönetimi, 5. İhracat Yönetimi, 6. Performans Yönetimi.