



PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Yıl / Year : 2021
Cilt / Volume : 5
Sayı / Issue : 17
ss / pp : 798-807

<http://dx.doi.org/pejoss.2217>
Araştırma Makalesi / Research Article
Makale Geliş / Received : 01.12.2021
Yayınlama / Published : 31.12.2021

Dr. Öğr. Üyesi. Mehmet Burak CERAN
Selçuk Üniversitesi Akören Ali Rıza ERCAN MYO, Akören/KONYA
<https://orcid.org/0000-0002-6242-2642>

ÜLKELER ARASINDAKİ DIŞ TİCARET POTANSİYELİNİN ARTIRILMASINDA LOJİSTİK KÖYLERİN ÖNEMİ: İTALYA- TÜRKİYE ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Özet

Giderek artan küreselleşme ve dolayısıyla küresel rekabet, sadece bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle sağlanamamakta, lojistik faaliyetlerdeki gelişmeler de büyük rol oynamaktadır. BT'nin tüm işletmelerin üretim, pazarlama ve muhasebe süreçlerine etkin bir şekilde dahil edilmesi, işletmeler arasında daha fazla rekabeti beraberinde getirmektedir. Bu son derece gelişmiş rekabet ortamında, işletmeler maliyet minimizasyonu, verimli ve hızlı ürün tedariki ve bu ürünlerin müşteri tabanlarına güvenli ve zamanında nakliyesini sağlamak için lojistiğin ciddi önemini kabul etmiştir. Bu bağlamda lojistik, işletmelerin destekleyici faaliyeti olarak eski konumunu bırakarak, üzerinde önemle durulan ve önem verilen en temel iş süreçlerinden biri haline gelmiştir.

Bu çalışma ile lojistik faaliyetlerin bir rekabet aracı olarak görülmeye başlandığı dikkate alınarak, lojistik köylerin bu küresel rekabet ortamındaki avantajları değerlendirilecektir. Türkiye ile İtalya arasında son on yılda gerçekleştirilen uluslararası ticaret rakamları incelenerek, artan bu karşılıklı ticaret içerisinde lojistik köyler kurmanın etkileri değerlendirilecektir. Bu lojistik köylerin kurulmasıyla elde edilecek ilgili maliyet avantajları, bu iki ülke arasında ticaret yapan işletmelere anket yapılarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Lojistik, Lojistik Köyler, Dış Ticaret

THE IMPORTANCE OF LOGISTIC VILLAGES IN INCREASING FOREIGN TRADE POTENTIAL BETWEEN COUNTRIES: A STUDY ON ITALY-TURKEY EXAMPLE

Abstract

The ever-increasing globalization and, therefore, global competition can not be solely attained to the advances in information technology, while improvements in logistic activities are also playing a huge part. Effective incorporation of IT within production, marketing, and accounting processes of all businesses brings about more competition among enterprises. In this highly developed competitive environment, enterprises have recognised severe importance of logistics to ensure cost minimization, efficient and quick product supply, and secure and timely transportation of these products to their customer base. In this context, logistics has ascertained itself as

one of the most basic business processes of great emphasis and importance, leaving its former position as a support activity of enterprises.

With this study, the logistic villages' advantages in this global competition environment will be evaluated, taking into account the fact that logistic activities are beginning to be regarded as a means to competition. By examining the figures of international trade carried out between Turkey and Italy in the last ten years, effects of establishing logistic villages within this increasing mutual trade will be assessed. The relevant cost advantages to be attained by establishment of these logistic villages are evaluated by conducting a survey of enterprises trading between these two countries.

Key words: International Trade, Logistics, Logistic villages, Foreign Trade

1.GİRİŞ

Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin beraberinde getirdiği küreselleşme olgusu, ülkeler arasındaki ticari sınırları ortadan kaldırmıştır. Ticari sınırların ortadan kalkması ile tüm dünyada işletmeler, rekabetin her yönü ile acımasız, bir o kadar da fırsatlar yaratan yüzü ile karşı karşıya kalmışlardır.

Dünya bir pazar haline gelerek küresel rekabet olgusu ortaya çıkmıştır. Küresel rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve de rakiplerine karşı rekabetçi üstünlük sağlayabilmeleri ise söz konusu rekabet ortamının gerekliliklerine uyum sağlamaktan geçmektedir. Rekabetçi üstünlük için rekabet öncelikleri olarak sayılan kalite, maliyet, esneklik ve hizmet boyutlarından bir ya da birkaçının işletmelerce benimsenerek iş süreçlerine uygulanması işletmelere avantaj sağlayacaktır. Rekabet ile ilgili bu şartların da sürekli gelişen bilişim teknolojileri ile değiştiği gerçeğinden hareketle işletmeler, bütün süreçlerini bu değişebilirlik olgusu doğrultusunda düzenlemeli ve bilgi çağının beraberinde getirdiği yenilikleri de yakından takip ederek bunları bütün iş süreçlerine uygulamalıdır. Hiç şüphesiz, işletmelerin bilişim dünyasındaki gelişmelerle sürekli değişen rekabet şartlarına tek başlarına uyum sağlamaları imkansızdır. Bu durum esasında işletmelerin iç dinamiklerinin yanında dış dinamikleri ile de ilintilidir. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri ülkelerdeki hükümetlerin politikaları bu dinamiklerin en başında gelmektedir. İşletmelerin karlılığı nihayetinde ülke ekonomisinin iyi bir durumda olması ile doğrudan ilintilidir. Uluslararası anlaşmalar, ülkenin bulunduğu jeopolitik konum ve hükümetlerin işletmelere küresel rekabet ortamında varlık gösterebilecekleri ortamı hazırlamaya istekli olması işletmeler açısından birçok avantajı beraberinde getirecektir. Hazırlanması gereken söz konusu ortamlardan belki de en önemlisi işletmelerin ürettikleri ürünleri uluslararası pazarlara minimum maliyet ve maksimum hızla ulaştırabilecekleri bir ortam olan 'lojistik köy'dür. (Ceran, 2010:1)

2.LOJİSTİK VE LOJİSTİK KÖY KAVRAMLARI

Lojistik; uluslararası rekabetin sertleştiği ve pazar paylarının artırılmasının bazen imkansız hale geldiği dünya ticaretinde, işletmelerin; bir yandan ürettiği ürünleri, uzaklık tanımaksızın, zamanında ve daha düşük maliyetlerle nihai tüketicilere ulaştırmasına imkan verirken, diğer yandan da işletmelerin global amaç fonksiyonlarının gerçekleştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Engin, 2008:10).

Lojistik yönetimi, tedarikçiden son kullanıcıya uzanan (tedarik zinciri) bir akış içinde; içe veya dışa ya da her ikisine odaklı olabilmektedir. Lojistik yönetiminin ana fonksiyonları, satın alma, taşıma, depolama, envanter girişi, doğru bilgi akışının sağlanması ve bu aktivitelerin

organize edilmesi ve planlanması olarak ifade edilmektedir. Lojistik yöneticileri, bir organizasyon içinde kaynakların koordinasyonu sağlayarak bu fonksiyonların her birinden gelen bilgileri birleştirmektedir. Lojistiğin temelde iki farklı boyutu bulunmaktadır. Biri depolama ve taşıma ağı boyunca malzeme akışının sürekliliğini sağlamakta, diğeri ise projelerin sonuçlanması için kaynaklar zincirini koordine etmektedir (Baziotopoulos, 2008:5).

Lojistik yönetimi, tedarik zinciri yönetiminin bir parçası olarak kabul edilmekte ve müşterilerin gereksinimlerini karşılamak üzere, her türlü ürün, hizmet ve onlarla ilgili bilginin başlangıç noktasından tüketim noktasına kadar etkin ve verimli bir şekilde ileri ve ters yönlü akışının gerçekleştirilmesi, depolanması, denetlenmesi ve planlanması olarak tanımlanmaktadır (Erdal, 2008:30). Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY); tedarik zincirinin ve bu zincir içinde yer alan tüm şirketlerin uzun vadeli performanslarını arttırmak amacıyla, söz konusu şirketlere ait işletme fonksiyonları ve planlarının, zincirdeki tüm şirketleri kapsayacak şekilde, stratejik ve sistematik koordinasyonu olarak ifade edilmektedir. Müşteri ve diğer paydaşlar için değer yaratan ürün, hizmet ve bilgi sağlamak amacıyla ilk tedarikçiden son tüketiciye kadar olan kilit iş süreçlerinin entegrasyonu olmaktadır (Tanyaş, 2005:25).

Lojistik köy; içerisinde ulusal ve uluslararası taşımacılık, lojistik ve eşyanın dağıtımı ile ilgili tüm faaliyetlerin muhtelif işletmeciler tarafından gerçekleştirildiği belirli bir alan olarak tanımlanmaktadır. Lojistik köyler; lojistik ve taşımacılık şirketleri ile ilgili resmi kurumların içinde yer aldığı, her türlü ulaştırma moduna etkin bağlantıları olan, depolama, bakım-onarım, yükleme-boşaltma, elleçleme, tartı, yükleri bölme, birleştirme, paketleme v.b. faaliyetlerini gerçekleştirme imkanları olan ve taşıma modları arasında düşük maliyetli, hızlı, güvenli, aktarma alan ve donanımlarına sahip bölgeler olarak tanımlanmaktadır (TCDD, 2009)

Avrupa’da 1960’lı yılların sonlarından itibaren, “yük köyü” (Freight Village) olgusu gündeme getirilmiştir. Verona/İtalya’daki “Freight Village Quadrante Europa” yük köyünün, yaklaşık 30 yıldır hizmet verdiği göz önüne alınırsa AB kavramı henüz oluşmamışken bile yük köyü (lojistik köy) kavramının var olduğu söylenebilmektedir. (Aydın ve Öğüt, 2008:48).

Türkiye’de yapılacak olan lojistik köylerin hangi illere kurulacağı belirlenirken yük merkezlerinin mevcut yük durumları ile yük potansiyelleri incelenmiş, 10 yıllık yük tahminleri yapılmıştır. Fizibilite etütleri sonucunda yapılabilir bulunan ve ekonomik analizde de ülke ekonomisine yaratacağı katma değer açısından yapılabilirlik yönünden oldukça pozitif kıstaslara sahip olan illere lojistik köy yapılması kararlaştırılmıştır. Kurulması planlanan lojistik köylere ait tesis ve saha ihtiyaçları belirlenmiş ve bunların fizibilite etüdü yapılmıştır. TCDD tarafından; lojistik köyler öncelikle organize sanayi bölgeleriyle bağlantılı olarak, yük taşıma potansiyelinin yoğun olduğu bölgelerde yapılmaktadır. Lojistik köyler, bulunduğu şehrin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunduğu gibi kent trafiğine de rahat bir nefes aldırılmaktadır (TCDD, 2009). Bu kapsamda Türkiye’de kurulacak olan lojistik köyler; Gelemen (Samsun) Lojistik Köyü Eskişehir (Hasanbey) Lojistik Köyü Balıkesir (Gökköy) Lojistik Köyü Kayseri (Boğazköprü) Lojistik Köyü İzmit (Köseköy) Lojistik Köyü İstanbul (Halkalı/Ispartakule) Lojistik Köyü Yenice (Mersin) Lojistik Köyü Uşak Lojistik Köyü Palandöken (Erzurum) Lojistik KöyüKaklık (Denizli) Lojistik Köyü olarak belirlenmiştir.

3.LOJİSTİK KÖYLERİN İŞLETMELERE SAĞLAYACAĞI MALİYET AVANTAJLARI

Günümüzde deniz aşırı ülkeler dışında en düşük maliyetli taşıma sistemlerinin demiryolu olması nedeniyle demiryolu taşımacılığı odaklı lojistik köy projelerinin hayata geçirilmesi işletmeler için büyüme ve maliyetleri azaltma imkanı bakımından çok önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Dünya genelinde lojistik maliyetler; %40-60 taşımacılık, %20-

30 depolama/stoklama, %5-10 sipariş ve elleçleme ve %5-10 yönetim olarak sınıflandırılmaktadır. Bu yüzde oranları işletmeler açısından temel lojistik maliyetin %40-60 oranla taşımacılık olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda lojistik köylerin tren yolu bağlantılı olması tüm dünya açısından en düşük taşıma maliyeti olması açısından önem taşımaktadır.

Lojistik köyler aracılığı ile üretmiş oldukları ürünlerini uluslararası pazarlara gönderen işletmeler rakiplerine göre daha avantajlı olmaktadır. Günümüzde birbirine benzer nitelikte mal ve hizmetler üreten işletmeler için üretim maliyetleri yaklaşık değerler arz etmektedir. Teknoloji kullanımı, Ar-Ge faaliyetleri ve belli standartta ürün kalitesini korumak için yapılan faaliyetlerin maliyetlerinden kısmının imkansız olması nedeniyle işletmeler maliyetlerini düşürmek için yüzlerini değer zincirine çevirmektedirler. Lojistik değer zincirinde hem maliyet tasarrufu hem de stratejik etkinlik sağlanabilecek stratejiler uygulanarak rekabet üstünlüğü yaratacak farklılık oluşturulabilmektedir. Bu bağlamda doğru ürünün, doğru zamanda, doğru yere hasarsız bir şekilde ulaştırılmasını hedefleyen lojistik, ürün ve hizmetler için önemli bir değer yaratıcı faaliyeti oluşturmaktadır. Ülkelerin uzun dönemli rekabetçi üstünlüğünün gerçekleştirilmesinin ardında müşteri tatmini ile birlikte düşük maliyetleri de hedefleyen lojistik stratejilerinin geliştirilmesinin büyük bir önemi bulunmaktadır. Lojistik köylerin doğma nedenlerinden belki de en önemlisinin artan ticaret hacminin ve beraberinde gelen lojistik hareketliliğin şehir içinde yaptığı baskılar olduğu belirtilmektedir. Tüm dünyada artan küresel ticaret, ülke ekonomilerine olumlu bir etki yapmakta, satışları artırmakta, iş dünyasını canlandırmakta ve dengelemektedir. Ancak bu olumlu etki, ağır taşıtların daha fazla kullanılmasına, dolayısıyla hava kirliliğine sebep olmakta ve oluşturduğu şehir içi trafik tıkanıklıklarıyla da insanların yaşam kalitesini bozmaktadır.

Lojistik köyler bölgesel rekabetçiliği artırmakta ve işletmelerin ürünlerini uluslar arası pazarlardaki müşterilerine ulaştırmalarında maliyet, hız, esneklik ve kalite gibi avantajlar sağlamaktadır. Artan söz konusu ticaret hacmine ve yük taşımacılığına paralel olarak taşıtların şehir yaşamının kalitesini olumsuz etkilememesinin sağlanması, ağır taşıtların şehir içinde kat ettikleri mesafeyi ve ağır taşıt bazlı tıkanıklığı azaltmaktan geçmektedir. Bunun için de intermodal taşımacılık ve çok türlü taşımacılık gibi çok türlü sistemler devreye girmektedir. Ancak intermodal taşımacılık sistemini kullanılması amacıyla lojistik köylerin şehrin içerisinde değil ancak imkanlar dahilinde şehrin yakınında kurulması gerekmektedir. Bu çözümün uygulanabilmesi için de yükle bağlantılı (çok türlü, intermodal yük taşımacılığı, yük dağıtımı ve depolama olanakları) olarak belirlenecek bu alanın, hem ulaşım ağlarına ve hem de şehir pazarına erişimi kolay olmak durumundadır. İşletmelerin uluslar arası rakipleriyle rekabet etmelerinde büyük önem taşıyan lojistik faaliyetlerden kaynaklanan maliyetler, lojistik köyler aracılığı ile minimize edilmektedir.

4.TÜRKİYE VE İTALYA ARASINDA ULUSLARARASI TİCARET HACMİ

Akdeniz havzasında yer alan ve jeopolitik olarak çok önemli iki bölgede yer alan Türkiye ve İtalya'nın tarihi çok eskilere dayanan ticari ve siyasi ilişkileri bulunmaktadır. Türkiye'nin uluslararası ticaretinde İtalya çok önemli bir paya sahip bulunmaktadır. IMF 2010 yılı verilerine göre İtalya dünyanın sekizinci, Avrupa'nın dördüncü büyük ekonomisidir. Avrupa Birliği'nin kurucu üyesi olan İtalya, aynı zamanda ABD, Almanya, İngiltere, Fransa, Kanada, Japonya ve Rusya ile birlikte G8 adı verilen sanayileşmiş ülkeler grubuna dahildir. İtalya, II. Dünya Savaşı sonrasında savaşın getirdiği ağır ekonomik çöküntüye maruz kalmıştır. Takip eden dönemde ABD'nin uyguladığı Marshall Planı ile sanayi tesislerini yeniden yapılandırma konusunda ihtiyaç duyduğu dış sermayeyi elde eden İtalyan ekonomisi, sanayi sektöründe

istihdam edilecek işgücünü de ülkenin güney kesimlerinden gelen göçmenlerden karşılamıştır. 1950-1960 döneminde bu iki önemli itici gücün birleşmesi sonucunda zayıf bir tarımsal ekonomiden güçlü bir sanayileşmiş ekonomiye dönüşüm gerçekleştirilmiştir. 1959 ve takip eden üç yıl boyunca ortalama olarak yıllık % 6,3 oranında ekonomik büyüme gerçekleşmiş ve bu dönem daha sonraları İtalyan ekonomik mucizesi (il boom economico) olarak anılmaya başlanmıştır.

1957 yılında AB'nin temelini oluşturan Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'nin kurulmasıyla başlayan süreçte altılar olarak anılan Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg'un oluşturduğu gümrük birliği sayesinde aralarındaki ticareti sürekli olarak geliştiren söz konusu ülkeler aynı zamanda Avrupa'nın ekonomik gelişimine de hız kazandırmıştır.

Tablo 1: İtalya-GSYİH'nin Sektörlere Göre Dağılımı (%)

	1997	2000	2005	2008	2009*	2010*
Tarım	3,2	2,8	2,2	2,0	2,1	2,0
Sanayi	29,5	28,5	26,9	27,0	24,8	24,7
Hizmetler	67,3	68,7	70,9	71,0	73,1	73,3

Kaynak: www.eiu.com, Italy Country Forecast (Kasım 2009)

*b EIU tahmini. c EIU projeksiyonu.

2008 yılı verilerine göre GSYİH'nin % 71'ini hizmet sektörü oluşturmaktadır. 2009 yılında hizmet sektörünün payının % 73,1'e yükseldiği tahmin edilmektedir. Ancak hizmet sektörünün GSYİH içindeki payının yükselmesi bu sektördeki büyümeden kaynaklanmamakta, sanayi sektöründe yüksek oranlı bir daralma yaşanmış olduğundan hizmet sektörünün payı yükselmiş bulunmaktadır. EIU tarafından yapılan tahminlere göre 2009 yılında sanayi sektörünün % 12,5, tarım sektörünün % 3 ve hizmetler sektörünün % 12,5 oranında küçüldüğü tahmin edilmektedir.

İtalyan ekonomisi ve ekonomideki tekstil, mobilya ve beyaz eşya gibi önemli sektörlerdeki firmalar düşük maliyetle üretim yapan Çin firmaları karşısında rekabet edemez duruma gelmektedirler. Bu durum tüm dünya piyasalarında etkisini göstermekte ve Türkiye'de uluslararası pazarlarda Çin rekabeti ile karşı karşıya kalmaktadır. Kuzey ve Orta İtalya'da yoğunlaşan KOBİ'ler İtalyan ekonomisinin temelini oluşturmaktadır. İtalyan KOBİ'lerinin bir çoğu özellikle ihracata yönelik faaliyet gösteren sanayi bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Bu bölgelerdeki üretici birlikleri ve yerel bankalar, sektörel uzmanlaşma gösteren sanayiye desteklemektedir. Sassuolo'da seramik üretimi, Prato'da yünlü tekstil, Como'da ipek, Verona'da ayakkabı, Montebelluna'da spor ayakkabı ve bot, Belluno'da gözlük, Marche'de mutfak araç ve gereçleri, Biella ve Bergamo'da tekstil ve tekstil makineleri üretimi konularında gerçekleştirilen uzmanlaşma, yerel finansman sağlayıcıların sektörleri daha iyi inceleme ve ihtiyaçları belirlemelerine olanak tanımaktadır. Güneyde de benzer bölgeler gelişmektedir: Bari'de mobilya, Salerno'da seramik karo ve fayans, Napoli'de müzik aletleri ve mücevherat, Martina Franca'da tekstil ve diğer bazı bölgelerde konfeksiyon en önemli üretim kalemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kalite ve üretim esnekliği ile ünlü olan ihracata dönük üretim yapan sektörler son yıllarda Çin ve diğer düşük maliyetle üretim yapan ülkelerle rekabet etmekte zorluklar yaşamaktadır. Küresel kriz İtalyan sanayisini de ciddi şekilde etkilemiştir. 2009 yılı ilk 10 aylık ortalama sanayi üretimi 2008 yılının aynı dönemine göre % 19,5 oranında azalmıştır.

İtalya'nın 2007 yılı uluslararası ticaret rakamlarına göre dış ticaretteki başlıca limanları; Gioia Tauro (3,45 milyon TEU*), Cenova (1,85 milyon TEU), La Spezia (1,2 milyon TEU), Taranto (755 bin TEU), Livorno (745 bin TEU) olarak sıralanabilir.

Tablo 2: İtalya Konteynır Ticaretinin Limanlara Göre Dağılımı (2004, %)

Gioia Tauro (Calabria)	37,2
Cenova	18,5
La Spezia (Liguria)	11,7
Taranto	7,4
Cagliari	6,1
Livorno	4,7
Napoli	3,3
Salerno	2,8
Venedik	2,1
Diğer limanlar	6,3
TOPLAM	100,0

Kaynak: www.istat.it

*TEU (Twenty-Foot Equivalent Unit): Konteynır taşımacılığında gemi ve limanların kapasitesini karşılaştırmakta kullanılan birim. 1 TEU: 20 feet (6,1 m.) uzunluğunda bir konteynıra eşittir.

2010 yılı rakamlarına göre İtalya dünyanın sekizinci büyük ihracatçısı ve ithalatçısı konumundadır. Türkiye'nin AB üyeliğini destekleyen ülkelerin başında gelen İtalya, Türkiye'nin ikinci ticaret ortağı ve iki ülke arasındaki ticaret hacmi yılda yüzde 20'nin üzerinde artış göstermektedir. İtalya, aynı zamanda Türkiye'deki en büyük beşinci yabancı yatırımcı konumunda bulunmaktadır. Türk-İtalyan ilişkileri son yıllarda sürekli bir artış kaydetmektedir. İtalyan Ticaret Odası verilerine göre, Türkiye İtalya için Çin, Rusya veya Brezilya'dan çok daha önemli bir yatırım ve ticaret ortağı konumunda bulunmaktadır. Bunun başlıca nedenleri arasında Türkiye'nin İtalya'ya yakın olması ve komşu olduğu pazarlara ulaşım için önemli bir merkez noktası oluşturması yer almaktadır.

Avrupa Birliği'nin en gelişmiş ekonomileri arasında yer alan İtalya ile Türkiye arasındaki ilişkiler birbirini tamamlar niteliktedir. Tekstil-konfeksiyon, deri, makine imalat, gıda işleme, kimyasallar direkt olarak İtalyan firmalarının işbirliğine açık alanlar olarak söylenebilmektedir. Bu sektörlerin yanı sıra ambalaj, madencilik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, güvenlik sistemleri, mücevherat, haberleşme, mühendislik, lojistik, metal işleme, gemi inşa, enerji – ulaştırma - çevre projeleri, savunma sanayi, sağlık, finansal hizmetler ve turizm sektörleri de gelişmeye oldukça açık sektörler olarak ifade edilebilir. (Euractiv: 2011)

Tablo 3: İtalya Dış Ticaret Göstergeleri (Milyar Dolar)

	2006	2007	2008	2009	2010b	2011b	2012b
İhracat (fob, milyar dolar)	418,1	501,3	546,3	407,2	453,5	488,9	486,3
İthalat (fob, milyar dolar)	430,6	496,7	547,3	403,9	471,8	515,9	512,1
Dış Ticaret Hacmi (fob, milyar dolar)	848,7	998	1.093,6	811,1	925,3	1.004,8	998,4
Dış Ticaret Dengesi (milyar dolar)	-12,5	4,6	-1,0	3,3	-18,3	-27	-25,8

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, Italy Country Forecast (Nisan 2011)

b: EIU tahmini

Tablo 3 incelendiğinde İtalya'nın baz alınan son altı yıl ve 2012 projeksiyonu ile yıllık ortalama 470 milyar dolar civarında ihracatı ve yıllık 480 milyar dolar civarında ithalatı bulunmaktadır. Dış ticaret dengesine bakıldığında ise 2012 yılında 25.8 milyar dolar civarında bir dış ticaret açığı vermesi öngörülmektedir. Bu tablo verileri ışığında Türkiye-İtalya arasındaki dış ticaret değerleri ve ticaret dengesi iki ülke arasındaki ticaretin önemini göstermektedir.

Tablo 4: Türkiye-İtalya Dış Ticaret Değerleri (Milyon Dolar)

	İhracat	İthalat	Ticaret Hacmi	Ticaret Dengesi
2004	4.648	6.866	11.514	-2.217
2005	5.617	7.566	13.183	-1.950
2006	6.752	8.663	15.416	-1.911
2007	7.480	9.968	17.448	-2.488
2008	7.819	11.012	18.831	-3.193
2009	5.893	7.666	13.559	-1.773
2010	6.508	10.203	16.711	-3.695

Kaynak: TÜİK

Tablo 4'de Türkiye-İtalya arasında yıllar itibarı ile dış ticaret değerleri verilmektedir. Buna göre Türkiye ve İtalya arasındaki dış ticaret rakamları ülkelerin dış ticaret potansiyelleri göz önüne alındığında yeterli düzeyde değildir. İki ülke arasındaki dış ticaret hacminin, Türkiye'de lojistik köylerin faaliyete geçirilmesi ile artacağı öngörülmektedir.

5. LOJİSTİK KÖYLER SONRASI TÜRKİYE-İTALYA DIŞ TİCARETİ

İtalya'nın Türkiye'ye olan ihracatının yüzde 75'ini sanayi ürünleri oluşturmaktadır. Geleneksel olarak Türkiye'ye makina ihraç eden İtalya, son dönemde İtalyan yaşam tarzını oluşturan moda, kozmetik, ayakkabı, kuyumculuk ve mobilya sektörleri ile Türk pazarındaki payını artırmayı hedeflemektedir. Bunun başlıca nedeni son dört sene içinde ekonomik açıdan çok önemli değişimler gerçekleştiren Türkiye'nin, İtalya'nın lüks ürünlerini ithal etmeye hazır bir konuma gelmesidir. Lüks ürünler arasında tekstil, mücevher, ayakkabı, ev ve aydınlatma gereçleri, gıda ürünleri, motosiklet ve otomobil yer almaktadır.

İtalya ile kurulan Ro-Ro hatları ile en büyük dış ticaret ortağımız olan AB'ye yönelik taşımalarımızın yarısına yakını İtalya'nın Trieste limanı üzerinden gerçekleştirilmektedir. Mersin Limanı'ndan İtalyan Trieste Limanı'na Ro-Ro gemileriyle düzenli seferler konulması, özellikle Irak ve İran'a yönelik transit taşımacılığın artmasında da etkili olacaktır. Mersin-Trieste hattındaki düzenli Ro-Ro seferlerinin Suriye'ye yönelik transit ticareti de arttıracığı değerlendirilmektedir. Türkiye ile İtalya arasında çalışan mevcut düzenli seferler ve gemi adetleri yetersiz olup her iki limanda da araç beklemeleri yaşanmaktadır. Türkiye'de lojistik köylerin kurulması ile iki ülke arasındaki uluslararası ticaret hacmi artacak olup bunun için gemi adetleri artırılarak, her iki uç için de alternatif limanlar oluşturulması gerekmektedir. 2008 yılında, Türkiye'deki İtalyan firmaların sayısı 700'e ulaşmıştır. Türkiye'deki İtalyan yatırımcıların çoğu hizmet ve üretim sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Sanayi sektöründe ağırlıklı olarak gıda, hazır giyim, kimyasal ürünler, elektrik-elektronik, makine imalatı, mobilya, demir-çelik, otomotivde; hizmet sektöründe ise ticaret, turizm, haberleşme, bankacılık ve yatırım finansmanı üzerine yoğunlaştıkları görülmektedir. İtalyan firmalar

tarafından yapılan doğrudan yatırım tutarının ise 5 milyar dolar seviyesindedir. İtalyan firmaları 2008 yılında gerçekleştirilen kamu ihalelerini kazanma sıralamasında birinci sıradadır. Türkiye'nin İtalya'daki doğrudan yatırımları ise 2009 Mart ayı itibariyle yaklaşık 120 bin dolar seviyesindedir. İtalya'daki toplam Türk firması sayısı 37'ye yükselmiştir. Türkiye'de üretilen ürünlerin lojistik maliyetlerinin lojistik köylerle azalması ile Türkiye yatırım açısından daha cazip bir ülke konumuna gelecektir.

Türkiye'de lojistik köylerin kurulması ile Türkiye ile İtalya arasında farklı sektörlerde işbirliği imkanlarının artması beklenmektedir. Bunda en temel etmen hiç şüphesiz lojistik maliyetlerdeki düşüş olacaktır. Bu sektörlerden birisi mobilya ve mobilya yan sanayi sektörüdür. Türkiye'de mobilya sektörünün en önemli sorunlarından biri, her üreticinin doğrudan tüketiciye ulaşmak isteği ile nihai ürün imal etmek arzusu nedeniyle gerekli yan sanayinin oluşmamasıdır. Ardeco, Artesi, Dierre gibi İtalya'nın önde gelen dolap ve kapı sistemleri, banyo dolap sistemleri varlıklarını mümessillik yoluyla sürdürmektedir. Mobilya sektörünün öne çıkan üreticilerinin markalaşma yatırımını yapmış satış ve dağıtım uzmanlığı olan İtalyan firmalarıyla yan sanayi alanında yapacağı ortak yatırımlar sektörü uluslararası pazarda daha rekabetçi duruma getirebilecektir. Söz konusu işbirliğinin gerçekleşmesi durumunda kalite standartları ve ihracat potansiyellerinde önemli bir artış olacağı söylenebilmektedir. Bir diğer sektörel işbirliği alanı da konut inşaatı ve yeni yatırımlara paralel artış gösteren mermer sektörü olarak ifade edilebilmektedir. Mobilya talebinin artışı için sözü geçen faktörler mermer sektörü için de geçerlidir. İtalya Türkiye'den blok halinde mermer ithal ederek işlenmiş ürünleri ihraç etmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de mermer işlemesine yönelik yapacakları yatırımlarla komşu ülke pazarlarından daha fazla pay almak istemektedirler. Ayakkabı sektöründe İtalya, Çin'in uluslararası pazarda hızla artan rekabetin ve avronun değerinin artmasına paralel olarak dünya pazarında hızla pay kaybetmektedir. İtalya bu tehditlere paralel olarak dünyada tasarım, üretim ve ihracatında söz sahibi oldukları ayakkabı sektöründeki mevcut durumlarını koruyabilmek amacıyla üretimlerini Türkiye'de ayakkabı sektörünün yoğunlaştığı İstanbul, Bursa, İzmir, Manisa, Denizli, Konya, Ankara, Kayseri, Isparta, Hatay, Gaziantep, Şanlıurfa, Kahramanmaraş, Malatya, Trabzon ve Samsun yörelerine kaydırmak konusunda eğilimlidirler. İtalya'nın Türkiye'de ayakkabı sektöründe yatırım yapmasını lojistik köylerle kazanılacak maliyet ve hız avantajları tetikleyecektir. Gıda alanında ise, Türkiye, İtalyan firmalar açısından geniş iş fırsatları sunmaktadır. Türkiye, özellikle Amerika, AB ülkeleri ve Uzak Doğu ülkelerinde üretim, tüketim ve ticaret hacmi bakımından pazar potansiyeli hızla artmakta olan organik tarım ve hayvancılık ürünleri için gerekli olan faktörlere en iyi cevap verebilen ülkelerden biridir. Türkiye, organik tarım alanında dünya üretiminde ve ihracatında söz sahibi olduğu fındık, incir, üzüm, zeytinyağı, pamuk gibi ürünlerini dış pazarlarca talep edilen miktarlarda üretmekte ve ihracata dayalı sözleşmeli yetiştiricilik sistemini benimsemektedir.

AB üyesi olan İtalya'da dış ticaret, AB norm ve kurallarına göre yürütülmektedir. Ülkemiz ile AB arasında 1996 tarihinde yürürlüğe giren Gümrük Birliği çerçevesinde İtalya ile ticaretimizde sanayi ürünleri itibariyle gümrük vergisi, miktar kısıtlamaları ve eş etkili kısıtlamalar, üçüncü ülkelere karşı ise ortak gümrük tarifesi uygulanmakta ve ticarete taraflar arasında mevzuat ve uygulamadan kaynaklanan önemli bir sorun yaşanmamaktadır. İtalya ile ticaretimizde işletmeler arası ticari ilişkiler düzenli ve sorunsuz yürütülmektedir. Ancak bankacılık sisteminin ağır işlemesi, komisyonların yüksekliği ve bürokrasinin ağır işlemesi dış ticaret işlemlerinde bezen aksaklıklara yol açabilmektedir. Ülkemiz açısından bir geçiş ülkesi ve Avrupa Birliği'ne giriş kapısı özelliği taşıyan İtalya ile Türkiye arasında tesis edilmiş ro-ro taşımacılığı büyük önem arz etmektedir. Avrupa'ya ihraç edilen ürünlerin önemli bir kısmı karayolu ile İtalya üzerinden taşınmaktadır. İki ülke ticaret hacminde yaşanan artış sonucunda ikili anlaşmalarla tahsis edilen karayolu ulaştırma kotaları ihtiyaca cevap vermekte yetersiz

kalabilmektedir. İtalyan gümrüklerinde yapılan kontroller neticesinde yaşanan muhtemel gecikmelerden kaynaklanan birtakım sorunlar yaşanabilmektedir. Bunu aşmak için de ihracatçı firmaların tüm belgelerini titizlikle hazırlamaları gerekmektedir. Hiç şüphesiz Türkiye’de loistik köylerin tamamlanması ile söz konusu karayolu taşımacılığı deniz taşımacılığına kayacak ve bürokratik engeller daha kolay aşılabilecektir.

6.SONUÇ

İtalya ile ithalat-ihracat ilişkisi bulunan ülkeler sıralamasında 10. sırada yer alan Türkiye, kendisi için bu denli stratejik konumda bulunan 3. büyük partneri İtalya ile ticari ilişkilerini optimum düzeye çıkarabilmek için işbirliği çalışmalarına hızla devam etmektedir. Aynı şekilde dev bir ekonomik güç olma yolunda ilerleyen Çin’in kendi ekonomisine yaptığı olumsuz etkiyi bertaraf etmek isteyen İtalya, Türkiye gibi kendisi için cazip konumda ülkelerle ticari alanda yeni yatırım alanları ve işbirlikleri oluşturmaya yönelmektedir. Ağırlıklı olarak otomotiv yan sanayi, ayakkabı, metal işleme ve döküm sanayi, gıda ve tekstil sektörlerinde faaliyet gösteren Türk işletmelerinin, İtalyan yatırımcılar ile geliştirebileceği pek çok işbirliği alanı bulunduğu açıktır. Ülkelerin ulusal kalkınmalarının sürdürülebilirliğini sağlayabilmeleri noktasında öncelikle uluslararası alanda sağlayabilecekleri işbirliği fırsatlarını en iyi şekilde değerlendirmelerinin faydası bir kez daha vurgulanmalıdır.

Türkiye ve İtalya jeopolitik konumları itibarı ile birbirlerine çok yakın iki ülkedir. Aynı zamanda her iki ülkenin de deniz yolu bağlantılarının müsait olması iki ülke arasındaki gelecekte uluslararası ticaretin artacağını göstermektedir. Hiç şüphesiz bunda Türkiye’de yapılması planlanan ve bir kısmı tamamlanmış olan lojistik köylerin etkisi büyük olacaktır. Lojistik köylerin Türkiye’de tamamlanması ile Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin en önemli maliyet kalemlerinden olan lojistik maliyetler büyük oranda azalacaktır. Bu durum Türk işletmelerinin dünya pazarlarında özellikle İtalya pazarında iş yapma hacimlerini artıracaktır. Lojistik köylerin sağlamış olduğu, ucuz, hızlı ve güvenli taşımacılık sayesinde İtalya-Türkiye deniz koridoru daha sık ve verimli kullanılabilir. Bu durum da iki ülke arasındaki uluslararası ticareti artıracaktır.

KAYNAKÇA

Aydın, Gülşen T., Öğüt, K. S., “Avrupa ve Türkiye’de Lojistik Köyleri”, www.ins.itu.edu.tr/ksogut/avrupada%20ve%20turkiyede%20lojistik%20koyler.pdf, Erişim Tarihi: 12.11.2009

Baziotopoulos, Leonidas, (2008), “An Investigation of Logistics Outsourcing Practices in the Greek Manufacturing Sector”, Ph. D. Thesis

Ceran, M.Burak, Küresel Rekabet Ortamında Rekabetçi Üstünlük Sağlamada Lojistik Köyler: “Konya Lojistik Köyü Önerisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2010

Engin, Nazım, (2008), “Uluslar arası Ticaret ve Lojistik Yönetimi”, <http://iibf.maltepe.edu.tr/tr/uluslararası-ticaret>, Erişim Tarihi: 10.01.2010

Erdal, Murat, “Türkiye Ulaştırma Politikaları Ve Lojistik Üs Yol Haritası”, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=557, Erişim Tarihi: 05.11.2009

Tanyaş, Mehmet, “Tedarik Zinciri Yönetimi ve Kalder Grup Kıyaslama Projesi”, İstanbul, 2005

TCDD, (2009), “**2. Demiryolu Sempozyumu Hareket Dairesi TCDD Lojistik Köyler Projesi Bildirisi**”, <http://www.tcdd.gov.tr/yuk/yukindex.htm> (Erişim Tarihi: 25.12.2009)