

100 dolarlık bir ürün 85 dolara nasıl satılır?

Batı'daki fiyatlarıyla satılan ürünlerin bir öyküsü var

Bilişim Haber Merkezi
haber@bilisimdergisi.net

Bir zamanlar Türkiye'de 3-4 bin dolara nokta vuruşlu yazıcıların veya PC'lerin satıldığını anımsar mısınız? Bundan yirmi yıl önce çalıştığım dergilerde yayınladığımız ve fiyat bilgisi de içeren reklam sayfalarını hala saklarım...Bugün herhangi bir büyük bayiye veya zincir markete uğradığımızda 150-200 dolara satılan renkli bir lazer yazıcı gördüğümüzde artık şaşırıyoruz. En azından internet marifetiyle dünyadaki donanım fiyatlarını sokaktaki mağaza etiketleriyle karşılaştırma olanağımız var.

Sayısız üründe neredeyse Batı ile aynı olan fiyat düzeyi, çok az sayıda da olsa bazı ürünlerde, daha düşük seviyede seyredilebilir.

Örneğin, 100 YTL'lik bir ürünü kredi kartıyla ve aylık 7 YTL taksitle 12 ayda satın alabiliyorsunuz. Kuşkusuz geçmişe göre daha gelişmiş kredi ve ödeme sistemlerinin, dahası zorlu rekabetin bunda bir payı var ama piyasayı düzenleyen itici güç, yaygın dağıtım kanalından kaynaklanıyor.

Sistem zoruyla

Türkiye'de yaygın dağıtım yapan şirketler (broadline distributor) birkaç adedi geçmiyor. Bu şirketler, Anadolu'nun en ücra köşesine kadar yüzlerce marka ve model donanımı dağıtırlar, son derece karmaşık ve zorlu operasyonları yönetiyor. Örneğin, 17 yıl gibi uzun bir geçmişe sahip olan Arena, bugün 7 binin üzerinde bayiye hizmet veriyor.

Arena Genel Müdürü İzi Kohen, bir ürünün piyasaya uygun fiyatlarla girmesinde onu tedarik etmekten bayideki fiyatlandırmaya kadar sayısız etkenin rol oynadığını söylüyor. Kohen, "Bu pazarda ne kadar etkin olur-

sak olalım, tek başına değiliz. Tüketiciler, kanal ve tedarikçiler, bir anda tercihlerini, aleyhinize değiştirebilir. Dolayısıyla sistemin getirdiği bir baskı ve bu baskının oluşturduğu bir düzen söz konusu" diyor. Hesaplı fiyatları da işte bu sıkı düzen belirliyor.

Arena, bugün yaklaşık 400 civarında markanın dağıtımını yapıyor, ancak doğrudan distribütörü olduğu 15-20 marka bulunuyor. En son Seagate, Acer, Gigabyte, ViewSonic, HP Procurve gibi ürünlerin dağıtım anlaşmalarını imzalayan şirket, binlerce bayi ve ürünü kapsayan dağıtım operasyonunu 310 kişiyle gerçekleştiriyor.

Dağıtım şirketlerinde doğru kaynaktan servisi ve garantisiyle mal temin etmek, çeşit bulundurmak, uygun miktarda stok tutmak, doğru fiyatlandırma yapmak, geniş bir piyasada güven ilişkisini korumak ne kadar önemli ise tahsilatın zamanında yapılması da o denli hayati bir konu.

Geçen yıl 435 milyon dolar ciro yapan firma aslında KDV'si içinde 530 milyon dolarlık bir operasyon gerçekleştirmiş oldu. Yaklaşık 2 bin bayiye kredilendiren Arena'nın kanala kullandığı aylık kredi hacmi 65 milyon doları buluyor.

Stok yönetimi de fiyat oluşumunda bir başka halka. Dövizin hareket-



li olduğu ortamlarda firmalar açısından stokların bir risk oluşturduğu da söylenebilir. Bilindiği gibi YTL üzerinden KDV alacağı yazan stok fazlaları, doların ani bir yükselişi ile sistemdeki tüm nakit akışını sarsabiliyor. Kısaca tüm bu sürecin iyi yönetilmesi gerekebiliyor. Kohen, Arena'nın 2000 yılında SAP R/2 kullanımıyla tüm iş süreçlerini denetim altına aldığını vurguluyor.

Arena, dağıtım zincirine sağlık sarf ürünleri, elektrik malzemesi ve otomotiv yedek parçası gibi yepyeni alanları ekleme planları yapıyor. Arena, böylece, yılların dağıtımçılık deneyimini diğer piyasalara taşıyacak.