

UTA Lojistik

MAYIS 2020 YIL 26 SAYI 5

E-TİCARETİN aranan yüzü LOJİSTİK

ETİD Başkanı Emre Ekmekçi

120 milyon ürün

**BİR TIKLA
DAĞITILIYOR**

Erdem Çalışkan

E-Ticaret lojistiğinde

**YENİ OYUNCULARA
İHTİYAÇ VAR**

Ekonomist İbrahim Kahveci

COVID-19

tedarik zincirinde
rotaları değiştirecek

Marmaray'dan
**İLK YURT İÇİ
YÜK TRENİ
GEÇTİ**

Karayolu
taşımacılığı
**İYİ SİNYALLER
VERİYOR**

YENİ NORMAL'DE
lojistikte
atılması
gerekten **6 ADIM**

LOJİSTİK HAYATTIR!

Covid-19 ile savaşın gizli kahramanları,
lojistik sektör çalışanlarına
teşekkürlerimizle...



5. EKONOMİ ve LOJİSTİK ZİRVESİ

EKONOMİ ve LOJİSTİKTE DEĞİŞİMİN ROTASI
YENİ TEKNOLOJİLER ve TRENDLER

Ekonomi dünyası, reel sektörler, kamu ve lojistik sektöründen güçlü bir katılımın sağlandığı

5. Ekonomi ve Lojistik Zirvesi

30 Eylül 2020 tarihinde

İstanbul'da

gerçekleştirilecek.



PARALEL OTURUMLAR

- ▶ PERAKENDE ve DAĞITIM LOJİSTİĞİ
- ▶ PROJE & AĞIR YÜK ve ENERJİ LOJİSTİĞİ
- ▶ TEKSTİL LOJİSTİĞİ
- ▶ TEHLİKELİ ve KİMYEVİ MADDELER LOJİSTİĞİ
- ▶ OTOMOTİV ve YAN SANAYİ LOJİSTİĞİ
- ▶ GIDA LOJİSTİĞİ
- ▶ SAĞLIK ve PHARMA LOJİSTİĞİ
- ▶ E-TİCARET ve LOJİSTİK

KATILIM ve
DETAYLI BİLGİ

uta@esmyayincilik.com.tr

T: 0212 283 55 65

5. YILIN LOJİSTİKTE
BAŞARI ÖDÜLLERİ
TÖRENİ ve GALA YEMEĞİ

www.ekonomivelojistikzirvesi.com

Your Value Chain Partner

INTERMODAL LOGISTICS

OVERLAND TRANSPORT

RAILWAY TRANSPORT

PROJECT
TRANSPORTATION

AIR TRANSPORT

HYUNDAI
GLOVIS

HYUNDAI MOTOR
GROUP

CAR CARRIER

SPARE PART LOGISTICS

FINISHED VEHICLE
STOCK MANAGEMENT

MATERIAL HANDLING
MANAGEMENT

SURVEY &
SHIP UNLOADING
SERVICES

WAREHOUSE
MANAGEMENT

HYUNDAI GLOVIS Lojistik Dış Tic.San.ve Tic.Ltd.Şti.

Address: Şehit Mehmet Fatih Ongül Sok. Eskiyananlar İş Merkezi No:1 Kat:7-8 Kozyatağı / İstanbul

Tel: +90 216 380 07 01 Fax: +90 216 380 07 03 e-mail: info@glovis.com.tr - sales@glovis.com.tr

Georgia Branch Address: 37-39 Kostava Street, Tbilisi, Georgia Tel: +995 555 489490 e-mail: geobranch@glovis.com.tr

14

Yılda 120 milyon
adet ürün bir tıkla
dağıtılıyor



Emre Ekmekçi



Cem Yaşar Özey

18

Boyner e-ticarette
elini lojistik yatırımlarla
güçlendiriyor



Öget Kantarcı

26

Hızlı ve sorunsuz
dağıtan
puan topluyor



Erdem Çalışkan

28

FLO büyümeye
lojistik iş ortaklarıyla
birlikte koşuyor



İbrahim Kahveci

38

COVID-19 krizi tedarik
zincirinde rotaları ve
öncelikleri değiştirecek



Erhan Tosun

44

Risk yönetimi
planlaması
nasıl yapılmalı?



DOSYA

E-TİCARET LOJİSTİĞİ

- 14 Yılda 120 milyon adet ürün bir tıkla dağıtılıyor
- 16 Aras Kargo e-ticarette başarısını kanıtladı
- 18 Boyner e-ticarette elini lojistik yatırımlarla güçlendiriyor
- 22 Arvato e-ticaret lojistiğinde çevik modele geçti
- 26 Hızlı ve sorunsuz dağıtan puan topluyor
- 28 FLO büyümeye lojistik iş ortaklarıyla birlikte koşuyor
- 30 Evidia teslimatta iş ortağını 3'ledi
- 32 E-Ticaret hacmi 83 milyar TL'ye ulaştı

HABER

- 34 Covid-19 lojistikte dijitalleşmeyi hızlandıracak
- 42 Sanayi ve Lojistik için 6 adımda COVID-19 önlemi
- 48 Makale: Tedarik zinciri harmonisi ve blockchain
- 54 10 Soruda: COVID-19'un yük taşıma sözleşmeleri ve nakliyat sigortalarına etkisi

LOJİSTİK STRATEJİ

- 32 Tarık Ateş: Covid-19 ve Sonrası

LOJİSTİK GÜNDEM

- 34 Seyhan Gülhan: E-ticaretin Covid-19 ile sınavı



Lojistik e-ticarete göre yapılmalı

EMRE ELDENER
UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı



E-ticaret ve demiryolu taşımacılığı

ALİ ERCAN GÜLEÇ
Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Zahmetsiz E-Ticaret!

Müşterilerimizin ve onların müşterilerinin ihtiyaçlarını iyi anlıyor ve bunlara yönelik zahmetsiz e-ticaret çözümleri sunuyoruz.



Arvato Supply Chain Solutions, tedarik zinciri yönetimi ve e-ticaret alanında faaliyet gösteren ve son müşteri odaklı sektörlerle yönelik çözümler sunan lider bir hizmet sağlayıcıdır. 20'den fazla ülkede, 85 noktada faaliyet gösteren şirketimiz, yenilikçi ve müşteriye özel çözümler geliştirmektedir. Müşterilerinin stratejik büyüme partneri olan Arvato SCS, depolama, sipariş hazırlama, dağıtım yönetimi ve kapsamlı katma değerli hizmetler gibi terzi usulü lojistik hizmetlerinin yanı sıra omnichannel çözümleri ve marketplace yönetimi projeleri geliştirir ve yönetir.

arvato-supply-chain.com.tr

arvato
BERTELSMANN
Supply Chain Solutions

EDİTÖRDEN

Cem KAÇMAZ

cemk@esmyajincilik.com.tr



E-TİCARET LOJİSTİĞİNDE DEĞİŞİM KAPIDA

E-ticaret Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından açıklanan rapora göre, Türkiye’de e-ticaret sektörü 2019’da yüzde 39 oranında artışla 83.1 milyar TL’lik bir hacme ulaştı. Dolar bazında yüzde 18 büyüyen sektörün 2015-2019 arasında ortalama yıllık büyüme hızı yüzde 35 oldu. 2020 ise Covid-19 salgının da etkisiyle e-ticaretin yılı olacaktı gibi görünüyor.

Yaşam tarzı, iş yapış şekilleri ve alışkanlıklarımızı ciddi oranda değiştiren Covid-19 salgını, e-ticarette beklenenin de üzerinde bir hareketlilik yarattı. Sektör temsilcilerinin açıklamalarına göre, salgınla birlikte 7 yılda değişmesi beklenen tüketici alışkanlıkları, 7 haftada değişti. E-ticarete mesafeli olan ya da hiç e-ticareti kullanmamış önemli bir kitle, salgın nedeniyle ilk kez bu kanallardan siparişler vermeye başladı. BKM verilerine göre, sadece Mart ayında 3 milyon kart ilk kez internetten ödemelerde kullanıldı. E-ticaretle tanışan yeni tüketicinin kalıcı olacağı öngörülüyor. Sipariş sayılarındaki bu hızlı yükseliş dağıtım sektöründe de önemli bir yoğunluğa neden oldu. Online alışveriş taşımacılığında 2,5 kat artış yaşandı.

Tabi e-ticarette iyi müşteri deneyimine ulaşmak için ürünü satmak kadar, sorunsuz ve zamanında teslimat da oldukça önem taşımakta. İşte tam da bu noktada lojistik e-ticaretin aranan yüzü oluyor. Bu süreçte artan talebe cevap veremeyen, sipariş takip ve teslimat süreçlerini doğru kurgulamayan firmalar müşteri kayıpları yaşadı. Yaşanan kapasite sıkıntılarını ve müşteri memnuniyetsizliklerini çözmek için lojistiğe ciddi yatırım yapan, sipariş ve teslimat süreçlerini dijitalleştiren, bu alanda üçüncü parti desteği alan firmalar ise bu yatırımlarının meyvelerini artan satış ve büyüyen cirolarla topladı.

Pandemi döneminde bazı alanlarda 10- 15 kat artışların yaşandığı e-ticarette, büyümenin artarak devam etmesi bekleniyor. E-ticaret şirketleri yeni döneme, değişen talepler neticesinde teslimat seçeneklerini çeşitlendirerek ve müşterilerin farklı teslimat noktalarından siparişlerini almasını sağlayarak hazırlanıyor. Ayrıca bir adım öne çıkmak için dijitalleşme ve otomasyon uygulamalarına ciddi yatırım planları mevcut. E-ihracat ise sektörün öncelikli gündem maddeleri içinde yer alan yeni büyüme alanlarından bir tanesi.

E-ticaretteki büyük artış nedeniyle oluşan yeni lojistik ihtiyaçlar dikkate alındığında, lojistik sektörünün de kendini yeniden yapılandırması bir zorunluluk haline geldi. Tıpkı e-ticaret şirketleri gibi lojistik şirketlerinin de dijitalleşme ve otomasyona daha fazla kaynak ayırmaları, farklı ve yeni dağıtım kanalları oluşturmaları gerekecek. Ayrıca e-lojistik pastasındaki büyümeyle sektöre yeni oyuncuların girmesi bekleniyor ve e-ticaret şirketleri tarafından da bu talep ediliyor. Önümüzdeki süreç e-ticaret lojistiği için değişimlere gebe...

Sağlıkla kalın...

UTA Lojistik

ESM Yayıncılık Eğitim ve Tanıtım
Ltd. Şti. Adına İmtiyaz Sahibi (Publisher) ve
Genel Yayın Yönetmeni (Editor-in-Chief)

Cem KAÇMAZ

Kurucu (Founder)

Hüsamettin ÜNSAL

Yazı İşleri Müdürü (Sorumlu)

Burcu GÜRSER KAÇMAZ

Haber Müdürü (Editor)

Gülbahar SALIK

Haber Merkezi (Reporter)

Özgür ÇİLEK

Reklam Rezervasyonu

(0212) 283 55 65

Abone (Subscription)

0212 283 55 65

Sektörel Danışma Kurulu

(Sectoral Advisory Board)

Turgut ERKESKİN

(Genel Transport Yönetim Kurulu Bşk.)

Kosta Sandalcı

(FIATA Onur Üyesi)

Mete TIRMAN

(KONSPED Genel Müdürü)

Atilla YILDIZTEKİN

(Bağımsız Lojistik Danışmanı)

Akademik Danışma Kurulu

(Academic Advisory Board)

Prof. Dr. Tunçtan BALTACIOĞLU

(İzmir Ekonomi Üniversitesi
Lojistik Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi)

Prof. Dr. Okan TUNA

(Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Öğretim Üyesi)

Prof. Dr. Murat ERDAL

(İÜ SBF Öğretim Üyesi)

Yönetim Yeri: ESM LTD. ŞTİ.

İnönü Cad. Yıldırım İşhanı 11/1

4. Levent - İSTANBUL

TEL: (0212) 283 55 65 (pbx) FAKS: (0212) 282 36 18

e-mail: uta@esmyajincilik.com.tr

ŞAN OFSET

Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.

Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50

34406 Kağıthane / İstanbul

Tel: (0212) 289 24 24

UTA Lojistik aylık olarak yılda 12 sayı yayımlanır.
Dergide yer alan yazılar ve fotoğraflar kaynak
gösterilmeden kısmen veya tamamen başka bir yere aktarılamaz.
İmzalı yazılarda belirtilen görüşler yazanına aittir.
Danışma Kurulu üyelerinin adları, soyadlarına göre
alfabetik olarak yazılmıştır.

YEREL SÜRELİ

ISSN 1307-7813



DÜNYANIN SAĞLIĞI TURKISH CARGO GÜVENCESİNDE

DÜNYANIN EN FAZLA ÜLKESİNE UÇAN HAVA KARGO MARKASI
OLARAK, İLAÇTAN TIBBİ MALZEMELERE KADAR SAĞLIK GÖNDERİLERİNİZİ
SOĞUK ZİNCİRİ BOZMADAN GÜVENLE TAŞIYORUZ.



TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr

Turkish Cargo en iyi 25'i geride bıraktı



Turkish Cargo, Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği'nin (IATA) Freight Tonne Kilometres (FTK) Şubat ayı sonuçlarına göre yüzde 16.6 büyüme oranıyla, en iyi 25 hava kargo taşıyıcısı arasında en yüksek büyüme oranını yakaladı. Hava yoluyla taşınan kargo tonajının kat edilen kilometreye çarpımıyla elde edilen FTK verilerine göre; 2019 yılında 8'inci sırada yer alan Turkish Cargo, global hava kargo sektörünün yüzde 2.6 daralma gösterdiği Şubat ayında 5'inci sıraya yükseldi. Global FTK pazar payını ise yüzde 4.4'e çıkardı. Türk Hava Yolları Yönetim Kurulu ve İcra Komitesi Başkanı İlker Ayıcı Turkish Cargo'nun başarılı yükselişi ile ilgili; "Milleti

gibi yenilmeyi ve vazgeçmeyi hiç sevmeyen bir şirketiz. Yalnızca kargo taşıyabildiğimiz bu zor günlerde görevimizi en iyi şekilde yerine getirmeye çalışıyoruz ve hem insani hem de ticari yönden değerli işlere imza atıyoruz. Turkish Cargo'nun sergilediği başarı ülkemizi hava kargo sektöründe dünyanın merkezi konumuna taşımak için kararlı olduğumuzu gösteriyor. Nitekim Covid-19 salgını sonrası jeopolitik konumuz ve imkânlarımız hava kargo sektöründe ülkemizi daha önemli bir oyuncu konumuna taşıyacak. Böylece 2023 yılında Turkish Cargo'yu en iyi 5 hava kargo markasından biri konumuna taşıma hedefimize daha sağlam adımlarla ilerleyeceğiz" dedi.

Dev gemi MSC Tina Marport'a demir attı

Marmara'nın ticaretinin yüzde 24'ünün elleçlendiği konteyner limanı Marport, dünyanın en büyük konteyner gemilerinin de elleçleme durakları arasında yer alıyor. Ortalama 15 Bin TEU kapasiteli 2M servisindeki gemilerin haftalık uğradığı limanlar arasında yer alan Marport, bu sefer Türkiye'ye gelen en yüksek kapasiteli konteyner gemisi MSC Tina'yı ağırladı. MSC'nin Uzakdoğu rotasında Türkiye'ye yönlendirdiği büyük kapasiteli konteyner gemilerinden biri olan 19 bin 224 konteyner kapasiteli MSC Tina, tam kapasitede konteynerler üst üste yüklendiğinde 49 bin 800 metreyi geçiyor. Gemi Empire State Building'den 17 metre daha uzun. Kurulduğu 2001 yılından bu yana yatırımlarına ara vermeden devam eden ve Türkiye'nin en önemli limanlarından biri olan Marport Limanı'na 2019 yılında toplam 1570 adet gemi uğrak yaptı.



TIRPORT iş hacmini artırdı

Dünyanın en büyük Startup yarışması Create@Alibaba'nın dünya finallerinde "Unicorn olacak 20Startup"tan birisi seçilerek 2020'ye giren Lojistik Teknolojileri Startup'ı TIRPORT, iş hacmini artırmaya devam ediyor. Türkiye'nin en büyük lojistik firmalarının bile günde maksimum 1.500 kamyon taşıma yapabildiği bugünlerde, özellikle spot pazarda KOBİ'lerden gelen yoğun taleple TIRPORT'un, 15 Mart-15 Nisan arasındaki dönemde iş hacmini yüzde 30'un üzerinde arttırarak günde 1800 kamyonu çıkardığını belirten TIRPORT Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Burcu Kale, "KOBİ'ler, koronavirüs nedeniyle alışık oldukları klasik yöntemlerle uygun kamyonlara ulaşamayınca, dijital platform olan TIRPORT'u keşfetmeye başladılar. Aynı şekilde, kamyoncular da hızla TIRPORT üyesi oluyor ve sistemimizde 35 bine yakın aktif kamyoncu yer alıyor. TIRPORT olarak bu yılın sonunda günde 5 bine yakın taşımayı yönetmeyi hedefliyoruz. Bu rakam, Türkiye'nin en büyük lojistik firmasının 2 katı bir hacme ulaşmış olmayı ifade ediyor. TIRPORT'un 2023 hedefi ise, pazarda yüzde 7'lik bir pazar payına ulaşmak, günde 30 bin taşımayı yönetebilmek, Türkiye'deki 250 bin kamyoncunun bulunduğu yerden yük bulmak ve daha yolda giderken dönüş yükü yakalamak için 1 numaralı tercihi olmaktır. TIRPORT, yükünüzü cepten bulup, lojistiği cepten yönetmenizi uçtan uca dijitalleştiriyor" dedi.



PEGASUS, KARGO UÇUŞLARINA BAŞLADI

COVID-19 edbirleri nedeniyle uçuşlarını geçici süreyle durduran Pegasus Hava Yolları'nın kargo uçuşları başladı. Konuya ilişkin şirketten yapılan açıklamada, ilk aşamada ana istasyon olan İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı, İzmir ve Antalya merkezli olarak uçuş ağı dahilindeki yurt içi ve yurt dışı noktalara kabin içi kargo yükleme de yapılarak kargo taşıması gerçekleştirileceği bildirildi. Salgın öncesinde dar gövde yolcu uçaklarıyla kargo taşıma hizmeti verildiği belirtilen açıklamada, şunlar kaydedildi: "Pegasus Hava

Yolları, yerel ve uluslararası regülasyonlar doğrultusunda yolcu uçaklarında yolcu kabininde kargo taşınması için gerekli düzenlemeleri yaparak, ağırlık ve kapasitenin daha fazla kullanılabilirdiği A321 neo tipi uçaklarını kargo taşıma amaçlı hizmete sundu. A321 neo tipi uçaklarıyla kargo uçuşlarına başlayan Pegasus Hava Yolları, ihracat ve ithalatçı firmaların talepleri doğrultusunda, uçuş ağında yer alan yurt içi ve yurt dışı noktalara kargo uçuşlarını yapmakla ülke ekonomisine katma değer sağlamayı hedefliyor."



444 BATU
2 2 8 8

 **BATU International
Logistics**

Dünyanın 193 ülkesi ve 789 şehrinde bulunan
6648 acentemiz aracılığıyla
size **Global Lojistik Ağımızın** gücünü sunuyor,
Türkiye'yi dünyaya bağlıyoruz.

TÜRKİYE MERKEZ OFİS - TURKEY HEAD OFFICE

Oruçreis Mah. Tekstilkent Cad. Koza Plaza B Blok,
No:12/B K:2 D:6-7 Atışalanı / Esenler 34235 - İSTANBUL
Tel: +90 212 444 22 88 Fax: +90 212 438 58 30
E-mail: info@batulogistics.com - Web: www.batulogistics.com

GEBZE ANTREPO

Barış Mahallesi 1805/3 Sokak No:2 Gebze-KOCAELİ
Tel: 0262 646 40 04 Pbx
Fax: 0262 646 44 05



Frachtbox hizmet ağını genişletti



internet portalı Frachtbox, web sitesini yeniledi. Şirket yeni portala; online destek butonu, tek tuşla tüm rota navlunlarının güncellenebilmesi ile bilgilendirilmesi, intermodal ve deniz taşımacılığı, bloglar gibi yepyeni özellikler eklendi. Frachtbox Kurucusu Mehmet Can, kullanıcı deneyimlerinin en önem verdikleri konuların başında geldiğini belirterek “Biliyorsunuz ki yük sahipleri sitemizi ne kadar fazla kullanırsa ve kullanımdan memnun kalırsa bizler için o kadar iyi. Biz de gerek iş ortaklarımız olan nakliye ve gümrük firmalarının, gerek yük sahiplerinin geri dönüşlerine çok önem veriyoruz. Sitemizi kullanan yük sahiplerini hemen arayıp site deneyimlerini sorduk ve onlardan gelen geri dönüşler doğrultusunda yük sahiplerine yönelik yenilikler de yaptık” şeklinde konuştu. Can, yeni özellikleri ile müşterileri beklentilerinin hemen tümüne cevap vermiş olduklarının da altını çizdi.



Öykü Lojistik YYS Belgisi aldı

Gümrük müşavirliği, denizyolu taşımacılığı, karayolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığı, yurtiçi nakliye, antrepo-serbest depo, kargo taşımacılığı ve sigorta hizmetleri alanında hizmetler sunan Öykü Lojistik, Yetkilendirmiş Yükümlü Sertifikası (YYS) aldı. Firma aldığı belgeyle müşterilerinin taşımalarını gümrükte beklemeden hızlıca gerçekleştirecek. Authorized Economic Operator (AEO) adıyla uluslararası geçerliliğe de sahip bulunan sertifika, gümrük yükümlülüklerini yerine getiren, kayıt sistemi düzenli ve izlenebilir olan, mali yeterlilik, emniyet ve güvenlik standartlarına sahip bulunan, kendi oto kontrolünü yapabilen firmalara veriliyor.



Hareket'ten Umman'da kritik operasyon

Hareket Proje Taşımacılığı ve Yük Mühendisliği, Umman Sultanlığı'nın en önemli projelerinden biri olan ve Petrofac International Ltd. / Samsung Engineering Co. Ltd. ortaklığında inşası süren Duqm Rafinerisi'nde operasyonlarına devam ediyor. Proje kapsamında Hareket, Duqm Rafinerisi için kritik öneme sahip her biri yaklaşık 900 ton ağırlığındaki 9 adet LPG depolama tankının kaldırma operasyonlarını başarıyla tamamladı. Tanklar, 1250 ton ve 1600 ton kapasiteli iki paletli vinçle kaldırdı. Bu tankların yerleştirilmesiyle rafinerinin inşaatında önemli bir aşama daha tamamlanmış oldu.

ISD LOGISTICS INTERMODAL TAŞIMACILIĞI ODAĞINA ALDI

Koronavirüs salgını, uluslararası ticareti de olumsuz etkiledi. Birçok Avrupa ülkesi, kendi sınırlarından geçen sürücülere karantina zorunluluğu getirdi. Taşıma operasyonlarını sorunsuz sürdürmek isteyen lojistik şirketleri de intermodal taşıma türlerine yoğunlaştı. Türkiye ile Avrupa ülkeleri arasın-

da lojistik hizmetleri sunan ISD Logistics, koronavirüs salgını öncesinde yoğun olarak gerçekleştirdiği karayolu taşımalarını bu süreçte yarıya düşürdüğünü, intermodal taşımalarını ise 5 kat artırdığını açıkladı. Bu dönemde ticaretin aksamamasının daha da önemli olduğuna dikkat çeken ISD Logistics'in CEO'su Korkut Koray Yalça, “Özellikle gıda ürünleri ve temizlik/hijyen ürünlerinin hammaddeleri olan kimyasal ürünlerin zamanında yerine ulaşması gerekiyor. Ancak hâlihazırda sürücülerin sınır kapılarında 14 gün karantinaya alınması, karayolu taşımalarını yavaşlatıyor” diye konuştu.

İntermodalin toplam taşımalarının %35'ini oluşturduğunu söyleyen Yalça, “Demiryolu ile Avrupa'ya ulaşım, teslimatın yapılacağı ülkede lokal sürücüler ile çalışıyoruz. Bu sayede ticaret aksamıyor” ifadelerini kullandı. Bu dönemde teslim sürelerinin daha da önemli hale geldiğini belirten Yalça, intermodal taşımacılığın yapısı gereği daha ön görülebilir termin süreleri verebildiklerini aktardı. ISD Logistics olarak Koronavirüs kapsamında tüm önlemleri aldıklarını dile getiren Yalça, hem çalıştıkları lokal sürücüler hem de yönetim ekipleriyle tüm operasyonları sağlıklı bir şekilde yürütebildiklerini sözlerine ekledi.



EĞİTİM ve BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

“30 yıllık tecrübe ve hizmet kalitesiyle sektörün güvenini kazanmış bir eğitim teknolojisi firmasıyız”

Sunduğumuz Çözümlerimiz ve Hizmetlerimiz

ÇÖZÜMLERİMİZ		DİSTRİBÜTÖRLÜKLERİMİZ	
Akıllı TV	BENQ - Arçelik	İnteraktif Panel	BENQ
Akıllı Tahta	Mimio	3D İnteraktif Yazılım	MozaBook
Akıllı Projeksiyon	BENQ - Epson	STEM Laboratuvarı	LapDisc
Bilgisayar Sistemleri	HP-Dell-Lenovo	Robotik Kodlama	Dash&Dot
Bilgisayar Laboratuvarı	HP-Dell-Lenovo	İnteraktif Zemin	WizeFloor
Networks HP/Aruba	HP-Ruji	Dil Laboratuvarı	SANAKO
Kartlı Geçiş Sistemi, CCTV, 3D Yazıcılar, UPS, Santral, Yazıcılar, Akıllı Kürsü			
Video Wall Bilgi Ekranları, Konferans Salonu, Microsoft Lisanslama,			

Finansal çözüm olanakları sunalım

Size özel eğitim planı oluşturalım

Sizi farklı kılacak çözümleri beraber geliştirelim

Sizin Eğitim Teknoloji Danışmanınız Olalım

Bekdata Teknoloji A.Ş.

Cihanşah Sok. Onur İş Merkezi No:2 K:6 Çağlayan 34403 Kağıthane – İstanbul
Tel: 0212 – 234 18 00 Fax: 0212 230 28 99 Mail: info@bekdata.com www.bekdata.com

→ General Motors ve CEVA Lojistik'ten iş birliği

General Motors, solunum cihazı tedarik zincirinin yönetimi için CEVA Logistics ile anlaştı. GM şirketinin ABD Sağlık ve İnsani Hizmetler Bakanlığı ile yaptığı sözleşme kapsamında CEVA Logistics, General Motors şirketinin Kokomo, Indiana fabrikasında üretilen Ventec Life Systems V+Pro yoğun bakım solunum cihazlarında kullanılacak yüzlerce parçanın teslimatından sorumlu olacak. Toplamda üretilen 30.000 solunum cihazının 600' den fazlası bu ay sevk edilecek.

CEVA Logistics CEO'su Mathieu Friedberg konuyla ilgili şu açıklamaları yaptı: "CEVA Logistics, ABD'nin her yerinde hayat kurtaracak ve sağlık çalışanlarına destek olacak son derece önemli bu ekipmanın üretim sürecini desteklemekten gurur duyuyor. Hem otomotiv hem de sağlık tedarik zincirleri alanında sahip olduğu uzman bilgisi sayesinde CEVA, bu sorumluluğu üstlenerek görevi başarıyla yürütebiliyor. İçinde bulunduğumuz bu kriz ortamında General Motors şirketinin bu projede bize güvenmiş olması, güvenilirliğimizin ve uzmanlığımızın tartışılmaz bir kanıtı. Hayati önem taşıyan bu solunum cihazlarının mümkün olan en kısa sürede üretilmesi ve tüm ABD'de hayat kurtarmaya başlayabilmesi için bütün nakliye aşamalarını izleyerek dünyanın her yerinde bulunan birçok tesisten çıkan ürünlerin zamanında teslim edilmesini rekor bir sürede sağladık. Bu projenin başarıya ulaşması için üzerimize düşen görevi yerine getirdiğimiz için mutluyuz ve proje süresi boyunca gere-



ken her ürünü teslim etmeye devam edeceğiz."

GM şirketinin Global Üretimden sorumlu Başkan Yardımcısı Gerald Johnson ise, "Ürettiğimiz her bir solunum cihazı hayat kurtaracak ve GM şirketinin global tedarik üssü ve üretim ekipleri UAW ve Kokomo, bu görevi başarıyla tamamlamak için kararlılıkla ve sarsılmaz bir azimle çalışıyor. Ventec'in yoğun bakım solunum cihazı üretim kapasitesini arttırabilmek için insanlar inanılmaz bir azimle çalışıyorlar. Kariyerim boyunca hiç böyle bir şeye tanık olmamıştım" dedi.

→ DHL Freight, "EVO"yu Türkiye'de kullanıma açtı

DHL Freight, yenilikçi Taşımacılık Yönetim Sistemi EVO'yu, Türkiye'de kullanıma açtı. DHL Freight'in Avrupa pazarındaki temel ürünlerine yönelik tek operasyonel BT platformu olan EVO, gönderilerin yönetiminde yolculuk boyunca tam şeffaflık sağlamanın yanında gerçek zamanlı yönlendirme bilgilerine erişim ve idari işler için en yüksek derecede otomasyon ve hizmet kalitesini de beraberinde getiriyor. EVO'yu yılın başında Türkiye'de altı terminalde uygulanmaya başlandı şirket, Macaristan ve Slovakya gibi pazarlarda da hayata geçirmeyi planlıyor.

DHL Freight'in CEO'su Uwe Brinks sisteme ilişkin şunları belirtti: "EVO Deutsche Post DHL Group'un 'Strategy 2025 - Dijital bir dünyada mükemmeli sunmak' stratejisi ile ilişkili bir başka girişimdir. Hem verinin kullanılabilirliği hem de veri kalitesi işletmelerin başarısı için giderek daha belirleyici etkenler haline gelmekte. Bu tek birleşik platform Avrupa genelinde, kuruluşumuzun dijitalleşmeden ve otomasyondan nasıl yararlanabileceğini gösterirken aynı zamanda verimliliğimizi bir üst seviyeye taşıyarak müşterilerimizin ve de çalışanlarımızın günlük yaşamlarını

sadeleştiriyor."

EVO'yu yeni yılın başında Düzce ve Ankara'da uygulamaya başladıklarını belirten DHL Freight Türkiye Genel Müdürü Murat Kavrar ise, "İstanbul'daki merkez ofisimizdeki nihai kurulum Ocak ayının sonuna doğru tamamlandı. Bu, ülke genelinde çalışanlarımız için yoğun bir eğitim ve inceleme toplantılarıyla geçen şimdiye kadarki en heyecan verici yolculuktu. Türkiye'deki terminallerimiz arasındaki etkileşimlerde daha yüksek hız, şeffaflık ve süreç verimliliğini şimdiden gözlemliyoruz ve diğer DHL Freight Avrupa operasyonlarıyla daha iyi bir bağlantı kurmayı bekliyoruz" dedi.

DHL Freight Türkiye, BPM ve EVO Proje Müdürü Onur

Uçar da, "Müşterilerimize sorunsuz bir nakliye garantisi vermek için yayılma, dalga dalga planlandı. Tüm süreç ve eski sistemlerin yer değiştirmesi 2022 itibarıyla başarıyla tamamlanmış olacaktır. Yayılma için hazırlanmak ciddi bir görev. Her iş süreci dikkate alınmalı - küçük konular bile inanılmaz derecede büyük etkilere sahip olabilir. Ama buna değer! İşimizi daha önce hiç olmadığı gibi yönetiyor ve analiz ediyoruz" şeklinde açıklamada bulundu.





GIDA



SAĞLIK



AKİB

Marmarabirlik 60 ülkeye ihracat hedefliyor

Avrupa'dan Asya'ya, Afrika'dan Avustralya'ya 5 kıtada 56 ülkeye ihracat yapan ve 2019'u rekor ihracatla kapatan Marmarabirlik, bu yıl ülke sayısını 60'a çıkarmayı ve 8 bin 500 ton ihracat yapmayı hedefliyor. Distribütörlük sistemiyle 30, doğrudan alıcı statüsünde 26 olmak üzere toplam 56 ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Marmarabirlik Yönetim Kurulu Başkanı Hidamet Asa, geçen yıl 24 milyon dolar tutarında 7 bin 200 tonluk ihracat yaparak tarihi bir rekora imza attıklarını söyledi. 2020 yılı hedeflerinin 60 ülkeye, **8 bin 500 ton** ihracat yapmak olduğunu aktaran Asa, "2023 vizyonumuz ise hedefimiz 10 bin ton ihracat ile 30 milyon dolarlık döviz girdisi sağlamaktır. Önümüzdeki süreçte yapacağımız çalışmalarla zeytin üreticisinin alın terinin ve emeğinin markası olan Marmarabirlik'i uluslararası pazarlarda daha iyi yerlere taşıyacağız" dedi. 2010 öncesinde Avrupa'da uygulanan tekli bayilik sistemini 2011-2012 yıllarında alt bayilik, 2013 sonrasında ise bölgesel çoklu bayilik sistemine dönüştürdüklerini hatırlatan Hidamet Asa, bu sistemin de ihracatta başarıyı getirdiğini kaydetti. "Gelinen süreç bir başarı hikayesi olsa da, bizim için yeterli değildir" diyen Asa, Turquality marka destek programı ile daha güçlü adımlar atacaklarını dile getirdi. Hidamet Asa, "Turquality marka destek programının kapsamında hedef ülkeler olarak Almanya ve Irak belirlenmiştir. Diğer ülkelerden ihracat odaklı projeler gelmesi durumunda hedef ülkeler arasına yenileri ilave edilecektir. Yurtdışına satamadığımız ürünleri değil, en kaliteli ürünlerin ihracatını yapmalıyız. Çünkü güven ve kalite her zaman istikrarı getirir, satışları artırır" diye konuştu.

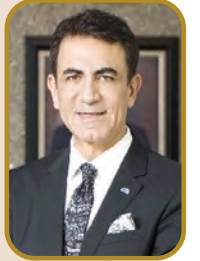


Eczacılık ürünleri ihracatı yüzde 30.7 arttı

Türkiye İstatistik Kurumu ile Ticaret Bakanlığı iş birliğiyle oluşturulan genel ticaret sistemi kapsamında üretilen geçici dış ticaret verilerinden derlenen bilgilere göre, bu yılın ilk çeyreğinde gerçekleştirilen ihracatın alt kalemlerine bakıldığında, en çok artış eczacılık ürünlerinde gözlemlendi. Bu kalemde **386 milyon 451 bin 895 dolarlık** ihracat yapıldı. Geçen yıl aynı dönemde bu miktar 295 milyon 567 bin 505 dolar seviyesindeydi. Böylece eczacılık ürünlerinin ihracatında yüzde 30,7'lik artış yaşanmış oldu. Eczacılık ürünlerinde ocakta 118 milyon 667 bin 612 dolar, şubatta 103 milyon 449 bin 934 dolar ve martta 164 milyon 334 bin 349 dolar ihracat yapıldığı görüldü. İhracatın ülkelere göre dağılımı incelendiğinde Asya ülkelerinin ağırlığı dikkati çekti. Bu dönemde yapılan toplam ihracatın yüzde 35'i Güney Kore'ye gerçekleşti. Güney Kore'ye 136 milyon 93 bin 57 dolar eczacılık ürünü ihracatı yapıldı. Bu ülkeyi 16 milyon 299 bin 658 dolarla Irak ve 14 milyon 404 bin 194 dolarla Özbekistan takip etti. Aynı dönemde Azerbaycan'a 12 milyon 962 bin 862 dolar, Gürcistan'a da 12 milyon 229 bin 384 dolar eczacılık ürünü ihracı yapıldı. Ocak-mart döneminde Türkiye'nin en büyük dış ticaret partneri olan Avrupa ülkelerine eczacılık ürünleri ihracatına bakıldığında ise 9 milyon 736 bin 975 dolarla Polonya'nın ilk sırada olduğu görüldü. Bu ülkeyi 9 milyon 321 bin 76 dolarla Slovenya, 8 milyon 363 bin 593 dolarla İsviçre izledi. ABD'ye ise 793 bin 916 dolarlık eczacılık ürünü ihracatı yapıldı.

Havayolu ile ihracat ikiye katlandı

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Covid-19 salgınının ekonomideki sert etkilerinin görüldüğü Nisan ayında **686,9 milyon dolar** ihracat gerçekleştirdi. AKİB'e bağlı 8 birlik içinde Nisan ayında en fazla ihracatı 216,2 milyon dolar ile Akdeniz Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği gerçekleştirdi. Onu 157,4 milyon dolar ile Akdeniz Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçıları Birliği takip etti. Akdeniz Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği 120,6 milyon dolar, Akdeniz Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği 60,33 milyon dolar, Akdeniz Mobilya, Kâğıt ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği 40,30 milyon dolar, Akdeniz Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği 36,68 milyon dolar, Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamulleri Birliği 22 milyon dolar ve Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği 10,78 milyon dolar ihracat yaptı. Koronavirüs salgınının yayılmasını önlemek amacıyla sınırlardan geçişlerin sıkı denetimlere tabi tutulması nedeniyle birçok sektörde deniz ve havayolu ile ihracatta artışların göze çarptığını dile getiren AKİB Koordinatör Başkanı Hayri Uğur şu değerlendirmeyi yaptı: "İhracatımızın lojistiğinde denizyolu, karayolu, havayolu ve demir yolunu mümkün olan en etkin şekilde kullanıyoruz. Geçtiğimiz yıl nisan ayında ihracatımızın yüzde 71'ini denizyolu ile yüzde 28'ini karayolu ile gerçekleştirmiştik. Bu yılın nisan ayında ise denizyolu ile olan ihracatımız bir miktar azalırken karayolu ile ihracatımızın ise, toplam ihracatımızın yüzde 33'üne yükseldiğini görmekteyiz. Ancak burada esas dikkat çeken ise hava yolu ile yaptığımız ihracat rakamlarıdır. Havayolu ile yaptığımız ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 125 artarak toplam ihracatımızın yüzde 1'ine ulaşmış bulunmaktadır. Koronavirüs sonrası yeni normalde ülkemizin dünya pazarlarında eskisinden daha güçlü olarak yer alabilmesi, ürün ve hizmetleri en hızlı ve en uygun maliyetle bu pazarlara sunabilmesi ile mümkün olacaktır."





EMRE ELDENER

UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı
emre.eldener@utikad.org.tr
www.twitter.com/EmreEldener

Lojistik Perspektif

LOJİSTİK E-TİCARETE GÖRE YAPILANMALI

E-ticaret UTİKAD olarak son yıllarda üzerinde çok kafa yordığımız konulardan biriydi. Yönetim Kurulu Üyemiz Nil Tunaşar'ın başkanlığını yürüttüğü E-Ticaret Odak Grubumuz uzun süreli çalışmalarını "Türkiye'de E-Ticaret ve E-İhracat Gelişim Potansiyeli ve Lojistik Süreçler" raporuyla sektörle de paylaşmıştı. Bunun yanı sıra dünya genelinde e-ticaretin yaygınlaşması, müşterilerin artan beklentileri ve tüketicilerin ürün teslimatı konusundaki talepleri nedeniyle şirketlerin özellikle lojistik alanında kendilerini farklılaştırma ve rekabet avantajı elde etme çalışmalarına hep birlikte tanık oluyorduk.

Ancak son birkaç aydır tüm dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını; yeni iş yapma biçimlerinin geliştirilmesi, temassız ve dijital uygulamaların yaygınlaştırılması gerektiğini daha net bir şekilde ortaya koydu. Bu nedenle lojistik ve taşımacılık süreçlerinde daha gelişmiş dijitalleşme ve otomasyon uygulamaları geliştiren kurumların birkaç adım öne çıkacak olması kaçınılmazdı. E-ticaretteki büyük artış nedeniyle oluşan yeni lojistik ihtiyaçlar dikkate alınarak yeniden yapılanmaya yönelik hazırlıklar yapılmalı ve ihtiyaca göre uzun vadeli stratejiler oluşturulmalıdır.

Lojistik şirketlerinin gelişen teknolojilere ve bilgi akışlarında yaşanan değişimlere hızlı bir şekilde ayak uydurmalarının sektördeki paylarını artıracığı göz ardı edilemez bir gerçek olduğundan, diğer tüm sektörler gibi müşteriye en iyi hizmeti sağlayabilmek için gelişen ve değişen teknolojiye uyum sağlamak için çalışmalarını sürdürmelidirler.

Salgın sonrasında şekillenecek küresel ticaret eğilimleri lojistik sektörünün hangi ülke ve bölgelerde, ne yönde büyüyeceğini belirleyecek. Taşımacılık faaliyetlerini daha sürdürülebilir yöntemlerle gerçekleştirebilen, değişimlere uyum gösteren ve iş yapma biçimlerini değiştirebilen firmalar faaliyetlerini büyüyerek sürdürebilecek. Sektörün hizmet verdiği üretim ve sanayi sektörleri, salgından sonra tedarik

zincirlerindeki mevcut aksaklıklarını, stok yönetimlerini ve genel olarak da tedarikçilerle iş ilişkilerini yeniden değerlendirme imkanı bulacaklar. Tedarik zinciri eğilimlerinin değişiklik göstermesi ile birlikte depolama ve lojistik hizmetlere yönelik talepte de artış olacağı öngörülüyor. Süreç boyunca yaşanan aksaklıklar göz önüne alınarak, talep artışına paralel seviyede stok bulundurma ihtiyacı gündeme gelecek ve bu da depolamaya olan talebi beraberinde getirecektir. Bu noktada lojistik sektörü de hizmet verdiği tedarik zinciri yöneten şirketlerin bu değişimlerini takip etmeli ve bu süreçlerdeki kendi görev ve sorumluluklarını, iş planlarını, risk ve kriz senaryolarını yeniden oluşturmalıdır.

Tek bir taşıma modu ağırlıklı lojistik akışlar yerine farklı güzergahlar ve çoklu taşıma modlarının birlikte kullanıldığı seçenekler oluşturulmalı ve bunların alt ve üstyapıları hazırlanmalıdır. Lojistik sektörü şirketleri risk analizlerini ve kriz yönetim planlarını yaparken şu anda bir nebze geri planda kalmış olsa da iklim krizinin neden olabileceği doğal afet senaryolarını da göz önüne alarak farklı lojistik kanallarını oluşturmaya başlamalıdır.

Tüm bu gelecek odaklı tespitlerin yanı sıra salgın boyunca değişen alışveriş alışkanlıklarına da şahit olduk. E-ticaretin insan sağlığı açısından ne kadar yararlı olabileceğini de deneyimlemiş olduk. Günlük ihtiyaçlarımızı bile internetten yaptığımız alışverişlerle sağladık. Bu noktada iki ayı aşkın bir süredir; bu hizmetin devamlılığını sağlayan kurye, kargo elemanları ile lojistik sektörü emekçilerine bir kere daha teşekkür etmek isterim. Tedarik zincirinin kopmasının nelere yol açabileceği konusunda uzun konuşmalar yaptığımız bu süreçte lojistik çalışanlarının sağlık çalışanlarının ardından salgının atlatılmasında büyük rol oynadıklarını da gördük. Salgını yendiğimiz günler elbette gelecek ve umarız ki, sektörümüzün önemi o zaman da unutulmayacak. Sağlıklı günlerde buluşmak dileğiyle, sağlıklı kalın.



ALİ ERCAN GÜLEÇ

Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

Demiryolu Geleceğimizdir

E-TİCARET ve DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞI

E-ticaret bugünün dünyasının önemli bir ticaret yöntemidir. E-ticaret iş yapmak, satın almak anlamına gelir veya internet üzerinden ya da elektronik ortamda ürün veya hizmet satmak da olabilir. Ayrıca, ürünleri pazarlamanıza ve satmanıza yardımcı olmak için web üzerinde benzersiz bir kimlik oluşturabilirler. Tüm avantajları sayesinde e-ticaret, işlerini çevrimiçi yapmanın yolunu açan web geliştiricileri için en son iş trendlerinden biri haline geldi.

Modern lojistik, çeşitli endüstrilerde malzeme akışının verimliliğini artırmak, dağıtım maliyetlerini azaltmak için önemlidir. Aynı zamanda, e-ticaret lojistik pazarının genişlemesine katkıda bulundu ve lojistik ile ilgili teknolojilerin geliştirilmesini teşvik etti. Böylece e-ticaret lojistiğinde çok sayıda yeni uygulama hayata geçirilmiştir. Gelecekte e-ticaretin mevcut seviyelerin çok ötesine ve küresel ekonominin imalat, toptan satış ve üretim tedarik tarafı gibi diğer tüm sektörlerine doğru genişlemesi beklenmektedir.

E-ticaretin ulaştırma sektöründeki enerji tüketimi üzerindeki etkisi bugün itibarıyla çok açık değildir. Çünkü, e-ticaretin gelişmesi, karayolu taşımacılığının kullanımının artmasına ve kat edilen mesafeden dolayı (tüketiciler her yerde olabileceğinden) enerji tüketiminin artmasına neden olabilir.

Bugün her şirket, dijital olarak etkinleştirilmiş değişimden kaynaklanan baskı ile karşı karşıyadır. Bu da, yeni rakipler ve müşteride daha yüksek beklentiler doğurmaktadır. Modern tüketici, ürünlere erişimi olan küresel bir pazar istiyor. Bu yaklaşımı dikkate alan şirketler, kârlı kalabilmek için siparişlerin sevkiyatı ve yerine getirilmesi ile ilgili maliyeti düşürmenin planlarını yapmaktadır.

Ayrıca, teknoloji ve dijital devrim ile dünya daha küçük bir yer haline geldikçe, daha fazla lojistik şirket devreye girecektir. Lojistik şirketler zor durumda kalabileceklerdir.

Bu durum karayolu ve havayolu ulaşım sektörünün kirlenici emisyonlarının önemli bir miktarda artmasına da neden olacaktır. E-ticaretin çevresel etkilerinin getireceği olumsuz gelişmelerin neler olabileceği ve nasıl giderilebileceği tartışılmalıdır.

E-ticaretin geliştirilmesi, küçük depoların daha büyük depoların yerini alacağı için arazi kullanım sistemini

de etkileyecektir. Depolama için arazi kullanımı, araç durakları ve aktarma için arazi kullanımı ile değiştirilecektir.

E-ticaret pazarlarındaki hızlı büyümenin devam etmesi, taşımacılık ve lojistik firmalarından yeşil ve temiz bir çevre yanında eşit derecede hızlı ve yenilikçi bir gelişim teklifi bekleyecektir. Maalesef, e-ticaret ve demiryolları aynı platformda sıkça bahsedilmiyor. Ancak çevrimiçi gönderi taleplerinin hızla büyümesi, demiryolu taşımacılığının doğrudan ve dolaylı olarak kullanılmasını beraberinde getirecektir. Örnek, Hewlett-Packard Firması Çin'deki üretim tesisinden 17 günlük bir demiryolu yolculuğuyla Avrupa pazarına ait bilgisayarlarını göndermeye başladı. Taşımayı havayolu ile yapma yerine demiryolu ile yapmayı tercih ettiğini de belirtti. Yine Çin'de Yiwu'dan Alibaba'nın merkezlerinden birinin bulunduğu Belçika'daki Liege merkezine her çarşamba günü giden bir tren çalışıyor. Yaklaşık 20 gün içinde Liege'ye geliyor. Yeni demiryolu taşımacılığı ile yolun Avrupa'ya eski teslimat süresini en az iki gün kısaltıyor.

Ülkeler, gelecek nesiller için dünyanın temiz ve yeşil olması gerektiğini yaşayarak gördüler. 20. yüzyılın son çeyreğinde "demiryolu yeniden keşfedildi." Demiryoluna yeni bir misyon yüklendi. Bu misyon "dünyayı bütünleştirmek, gelişmenin önünü açmak, yeşil ve temiz bir çevre oluşturmak" olarak tanımlanabilir. Demiryolu taşımacılığı, ekosistemi önemseyen ülkeler ve şirketlerin yaklaşımı ile e-ticaret taşımacılığında da öne çıkacaktır. Türkiye, 21. yüzyılın başında ülkelerin kalkınmasında belirleyici olan demiryollarının yeniden canlandırılması ve taşımacılıktaki rolünün güçlendirilmesi için; serbest, rekabetçi, ekonomik ve sosyal açılardan sürdürülebilir bir demiryolu sektörünün oluşturulmasına ihtiyaç olduğunu görmüştür. Türkiye, "uluslararası demiryolu ticaret koridorları"nın zengin ve gelişmiş ülkelerle zenginleşen ve endüstrisi gelişen ülkeler arasındaki ticaretin en önemli bir bağlantı yeri ve lojistik merkezi konumunda olması için ulaştırma ve lojistik sektörünün önünü açacak imkanlar, kolaylıklar ve teşvikler belirlemiştir. Böylece Türkiye tüm dünya ülkelerinin geçiş koridorları ve bölgenin e-ticaret lojistiği merkezi haline gelecektir.

Yılda 120 milyon adet ürün

BİR TIKLA DAĞITILIYOR

Türkiye’de e-ticaret üzerinden yılda 120 milyon adet ürün dağıtımının yapıldığını ve bunun neredeyse her yıl %38 civarında arttığını belirten Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) Yönetim Kurulu Başkanı Emre Ekmekçi, "Onlineda müşteriye yaşattığınız deneyim ne kadar iyi olursa olsun, lojistik kısmında yaşayacağı sorun alışveriş deneyimindeki tüm memnuniyeti etkileyecektir. E-ticaret ve e-lojistiği bir bütünün ayrılmaz iki parçası olarak düşünebiliriz" diyor.



Dünyada ve Türkiye’de e-ticaret sektörü nasıl bir büyüklüğe ulaştı?

Tüm dünyada ve Türkiye’de e-ticaret sektörü uzun yıllardır en hızlı büyüyen sektörlerin başında geliyor. E-ticaretin perakende içinde oranı bazı ülkelerde %25 ulaşırken, dünya ortalaması henüz %12’lerde. Türkiye’de ise e-ticaret pazarı 2019 yılında %39 büyüyerek 83,1 milyar lira oldu. E-ticaretin toplam perakende içindeki payı ise %5,3’ten %6,2’ye çıkmış durumda. 2020 yılında ise bu rakamların her zamankinden daha fazla büyüyeceğini düşünüyoruz.

Koronavirüs salgını, e-ticaret pazarını ve dağıtım süreçlerini nasıl etkiledi?

E-ticarete mesafeli olan ya da hiç e-ticareti kullanmamış önemli bir kitle, salgın nedeni ilk kez bu kanallardan siparişler vermeye başladı. Özellikle market alışverişlerinin online pazarda çok hızlı attığına şahit olduk. Elektrikli ev aletleri, hijyen ve sağlık ürünleri gibi ürünlerin online-daki pazarı büyürken,

ayakkabı ve tekstil gibi acil ve zorunlu ihtiyaç olmayan ürün gruplarında bir miktar daralma olduğunu söyleyebiliriz.

Tabi sipariş sayılarındaki bu hızlı yükseliş dağıtım sektöründe de önemli bir yoğunluğa neden oldu. Birçok dağıtım şirketimiz bu öngörülen büyüme yönetmek konusunda önemli çalışmalar yürüttü. Mesai saatlerinin optimize edilmesi, kapasitelerin artırılması, yeni binlerce çalışanın istihdam edilmeye başlanması ve tabi bu dönemdeki müşterilerimizin anlayışı ile bu süreci hep birlikte başarı ile yönettik diyebiliriz. Online da satmak kadar, sorunsuz ve zamanında dağıtmakta önem taşımaktadır. Bu nedenle birçok büyük firmamızın yaptığı satışları sorunsuz dağıtabilmek için gerekli çalışmaları ve yatırımları yapmaya başladığı bir döneme giriyoruz.

E-İHRACAT HIZLI BÜYÜYECEK

E-ihracat pazarının gelişimine ilişkin neler söylemek istersiniz?

2013 yılı sonrasında yürürlüğe ve uygulamaya giren ETGB (Elektronik Ticaret Gümrük Beyanı) sonrasında hızla gelişmeye başlayan e-ihracat pazarı, lojistik maliyetlerinin iyileşmeye başlaması, iade süreçlerinin ile ilgili düzenlemelerin yapılması ile son bir iki yıldır daha hızlı büyümeye başladı. Bu alandaki devlet teşviklerinin artması ve KOBİ’lerin hızla bilinçlendirilmesi ile birlikte e-ihracata başlayan firma sayımız hızla artmakta. Toplam ihracatımızın içindeki payının henüz çok küçük olduğunu bildiğimiz e-ihracat, gerekli bazı düzenlemeler ve destekler sonrasında hızla büyüyerek önemli bir yer teşkil etmeye başlayacaktır.

E-ticaret üzerinden yılda kaç adet ürünün dağıtımı gerçekleştiriliyor? Ne tür teslimat modellerini kullanıyor?

Türkiye’de e-ticaret üzerinden yılda 120 milyon adet ürün dağıtımının yapıldığını öngörüyoruz. Bu rakam neredeyse her yıl %38 civarında büyümeye devam ediyor. Tabi sektörün büyümesi ile dağıtım sektöründe de katma değerli hizmetlerin müşteri tarafından artarak talep edilmesine neden oldu. Standart teslimatın yanında, ayrı gün teslimat, birkaç saat içinde teslimat, randevulu teslimat, hafta



Emre Ekmekçi



sonu teslimat, akşam 21:00'e kadar geç saatli teslimat gibi modeller müşteri tarafından talep görmesi ile hızla yaygınlaşmaya başladı. Kargo dağıtımındaki last-mile'da oluşan yoğunluğa çözüm olarak da teslimat noktaları (PUDO) modellerinin son yıllarda daha fazla kullanıldığını görüyoruz. Yurtdışında yaygın kullanılan bu modeller ile tüketiciler almış oldukları ürünleri teslim noktalarında kendilerini beklemelerini sağlıyor ve isterlerse bu noktalardan anında iade gerçekleştirebiliyorlar.

E-ticaret ve e-lojistiğin kesişme noktaları neler?

E-ticaret ve e-lojistik müşteriye sunulan hizmetin kalitesi için ayrılmaz bir bütün olarak düşünülebilir. Online'da müşteriye yaşattığınız deneyim ne kadar iyi olursa olsun, lojistik kısmında yaşayacağı sorun alışveriş deneyimindeki tüm memnuniyeti etkileyecektir. E-ticaret ve e-lojistiği bir bütünün ayrılmaz iki parçası olarak düşünebiliriz.

ORTAK BEKLENTİ MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

E-ticaret işletmeleri hizmet alırken nelere dikkat ediyor?

Müşteriye yaşatılan deneyimin önemli bir parçası olan lojistik ve dağıtım kısmı e-ticaret firmaları tarafından

her geçen gün daha fazla önem arz ediyor. Müşteri memnuniyetini artırmak, rakiplerinin önüne geçebilmek için bu alanda yapılan anlaşmalar ve yatırımlar ciddi önem arz ediyor. Yapılan bu çalışma ve anlaşmaların ortak beklentisi müşteri memnuniyeti. Zamanında ve sorunsuz teslimat oranları daha da yukarılara çekebilmek.

Lojistik ve dağıtım şirketlerinden en temel beklentileriniz neler?

E-ticaret sektöründe kampanya dönemleri önemli bir yer tutmaktadır. Black Friday ve 11/11 gibi günlerde bir aylık satış hacimleri bir günde yapılabilmektedir. Tüm kampanya dönemlerini düşürsek bir e-ticaret firmasının kampanya dönemlerindeki satış hacimleri o yıl ki satış hacimlerinin bazen yarısını bazen daha fazlasını oluşturabilmektedir. Tabi bu da lojistik ve dağıtım sektöründeki yoğunluğun anlık olarak yükselmesi anlamına gelmektedir. Lojistik ve dağıtım sektöründe, zamanında ve sorunsuz teslimatın yanında bu yoğunluğu da doğru ve sorunsuz yürütebilme kabiliyeti e-ticaret sektörü için çok büyük önem arz etmektedir.

CİRO İÇİNDEN %10'A YAKIN PAY AYRILIYOR E-ticaret sektörünün gider kalemleri içinde lojistik ve dağıtım nasıl bir pay alıyor?

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde tüketiciler online alışverişlerde standart dediğimiz teslimatlar için kargo ücreti ödemek istememektedirler. Bu nedenle bir çok üreticimiz ve online perakendecimiz bu maliyetleri

fiyatların içerisine ekleyerek fiyatlarına yansıtmak durumdan kalmaktadır. Bu durum dikkate alındığında kargo ve lojistik maliyetleri ürün ve sektörüne göre değişmekle birlikte ortalamada %8-10'ları bulabilmektedir.

Yakın gelecekte hangi teknolojiler e-ticaret lojistiğine yön verecek?

Uzun yıllardır tahmin etme motorları ve yapay zeka e-ticaret sektöründe kullanılmaktadır. Önümüzdeki günlerde de bu tarz teknolojilerin lojistik alanında hızla kullanılmaya başlayacağını ön görüyoruz. Süreçleri iyileştirmek ve dağıtım rota optimizasyonlarını bu tarz teknolojiler kullanarak yapabilmek, maliyetleri düşüreceği gibi lojistik ve dağıtım firmalarının rekabet günü artıracaktır.

Son olarak bu dönemde bizimle beraber 7/24 fedakarca çalışmaya devam eden, sağlık / hijyen kurallarına özen gösteren tüm dağıtım ve lojistik firması çalışanlarına teşekkür etmek isteriz.

"Standart teslimatın yanında, aynı gün teslimat, birkaç saat içinde teslimat, randevulu teslimat, hafta sonu teslimat, akşam 21:00'e kadar geç saatli teslimat gibi modeller müşteri tarafından talep görmesi ile hızla yaygınlaşmaya başladı. Kargo dağıtımındaki last-mile'da oluşan yoğunluğa çözüm olarak da teslimat noktaları (PUDO) modellerinin son yıllarda daha fazla kullanıldığını görüyoruz."



ARAS KARGO

E-TİCARETTE başarısını kanıtladı

Türkiye'nin en geniş dağıtım ağına sahip kargo şirketi konumunda yer alan Aras Kargo, standart hizmetlerinin yanı sıra, "Aras Tahsilatlı" ve "Aras Uçak" gibi özel çözümleriyle e-ticaret alanında başarılarını sürdürüyor. Müşterilerine en iyi e-ticaret deneyimini yaşatan marka olarak, son üç yıldır KOBİ'lerin en fazla tercih ettiği kargo şirketi olma başarısını gösterdiklerinin altını çizen Aras Kargo Operasyon Direktörü Çağatay Işık, e-ticaret sektörünün mevcut büyüme potansiyelinden yararlanabilmek için teknoloji tarafındaki altyapı yatırımlarına ara vermeden devam ettiklerini söylüyor.



Çağatay Işık

Aras Kargo olarak 2019 yılını ne kadarlık bir büyümeyle kapattınız? 2020 hedefiniz nedir?

Aras Kargo olarak, kurulduğumuz günden bu yana öncü ve yenilikçi hizmetlerimizle sektöre yön veriyor, "dünya markası" olma vizyonumuzla yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Bu yıl sektördeki 41. yılımız. Toplam 4.000'den fazla araç, 800'ün üzerinde şube, 28 transfer merkezi ve 14.000 çalışanımızla, Türkiye'nin en geniş dağıtım ağına sahip kargo şirketlerinden biri konumundayız. Her gün ortalama 600.000 gönderi taşıyoruz. Yaptığımız yatırımlarla ülkemize hem istihdam yaratmaya hem de katma değer sağlamaya devam ediyoruz. Her yıl istikrarlı büyümemizi sürdürerek, son 3 yıldır çift haneli büyüme sağladık. Önümüzdeki dönemde de bu istikrarlı artışı sürdürmeyi planlıyoruz.

2020 DİJİTAL ALIŞVERİŞİN YILI OLACAK

E-ticaret sektörü nasıl bir büyüklüğe ulaştı?

E-ticaret sektörü, dünyada ve Türkiye'deki büyümesini sürdürüyor. Sosyal ticaret, mobil ticaret, e-ihracat gibi birçok alanda atılımların yaşandığı 2020, dijital alışverişin yılı olacak. 2019 yılında sektörde büyüme %45 olarak gerçekleşti, 2020'de ise bu oranın daha da yüksek olması bekleniyor. Dünyadaki perakende satış sektörünün toplam satış hacmi 25 trilyon dolarken, e-ticaretin ise 2020 yılı sonunda 4 trilyon dolara ulaşması öngörülüyor. Türkiye'de ise e-ticaret sektörünün 2019 yılında büyümesini sürdürerek, %39 oranında artışla 83,1 milyar TL'lik hacme ulaştığını görüyoruz.

E-ticaret kargo gönderileri içinde nasıl bir pay alıyor?

E-ticaret sektöründe yapılan yatırımlar sayesinde kargo sektörü çok önemli

fırsatlar yakaladı ve bunun doğal sonucu olarak büyümesini de her geçen gün sürdürüyor. Türkiye'nin e-ticaret potansiyelini tam olarak ortaya koyabilmesi, kargo sektörünün iş hacmine de olumlu yönde etki ediyor. Sektörün taşıdığı gönderinin yüzde 35'inden fazlasını e-ticaret gönderileri oluşturuyor. Kampanya dönemlerinde bu oran yüzde 50 seviyelerine ulaşıyor.

KOBİLER'İN EN FAZLA TERCİH ETTİĞİ MARKA

Aras Kargo, e-ticaret alanına hangi çözümleriyle destek oluyor?

Aras Kargo olarak her türlü ihtiyacı karşılayacak teslimat çözümlerimizi yurt içinde ve yurt dışında müşterilerimizle buluşturuyoruz. En çok tercih edilen ürünlerimiz standart hizmetimizin yanı sıra, kapıda ödeme kolaylığı sağladığımız "Aras Tahsilatlı" ve hava taşımacılığına müsait illerimizde gönderi süresini hızlandıran "Aras Uçak". Müşterilerimizin

memnuniyeti için sunduğumuz çözüm ve hizmetlerin geri dönüşünü de çok iyi şekilde alıyoruz. Son üç yıldır KOBİ E-Ticaret Raporu'na göre "KOBİ'lerin en fazla tercih ettiği kargo şirketi" seçiliyoruz. Ayrıca ALFA Awards'ta son iki yıldır peş peşe "Müşteri Deneyimini En İyi Tasarlayan ve Sunan Marka" olarak ödüllendiriliyoruz.

Nasıl bir müşteri portföyüne sahipsiniz? Gündeminizde yeni işbirlikleri var mı?

Günümüzde e-ticaret ve kargo, etkileşim hâlinde olan ve birbirini besleyen iki sektör konumunda. Portföyümüzde e-ticaretteki tanınmış markalardan, tekstil perakende firmalarına, kozmetik firmalarından KOBİ'lere, e-ticarete yeni başlayan girişimcilere kadar farklı sektörlerden kurumsal firmalar bulunuyor. Yeni işbirlikleri için planlamalarımız ve çalışmalarımız da devam ediyor.

TRANSFER MERKEZLERİNİ TEKNOLOJİYLE DONATILYOR Yatırım ajandanızda neler var?

Dünya genelinde e-ticaret sektörü hızlı bir büyüme kaydediyor. Bu büyümenin en büyük oyuncularını e-ticaret sitelerinde de bu ivmeyi yakalamak için hızlı, güvenli ve kaliteli kargo taşımacılığı beklentisi oluşuyor. Güncel beklentilerin karşılanması ve global değişime ayak uydurulması noktasında dijital dönüşümün önceliklendirilmesi ve teknolojik altyapı yatırımları büyük önem taşıyor. Aras Kargo olarak biz de bu değişime ayak uyduruyor, teknoloji tarafındaki altyapı yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. Bu kapsamda bu yılki yatırım önceliklerimizden birini harita altyapısı oluşturuyor. Ana amacımız tamamen kurye rota optimizasyonuna geçmek. Bir başka yatırım odağımız da kuryelerimizin olmazsa olmaz parçası el terminalleri. El terminallerine yaptığımız yatırımla



bütün iş süreçlerimizi "doğrudan okuma" yöntemiyle takip edebiliyoruz.

Yine iş süreçlerini daha verimli kılmak amacıyla birkaç yıl önce başladığımız transfer merkezlerimizi teknolojik hâle getirme yatırımlarımıza devam ediyoruz. Bu doğrultuda ilk olarak hem operasyonel hem de metrekare olarak en büyük transfer merkezlerimizden biri olan İkitelli Transfer Merkezi'mizi teknolojik olarak yenileyerek merkezin kapasitesini saatte 5 bin 500 gönderiden 15 bine yükselttik. Avrupa'da tek çatı altındaki en büyük tesislerden biri olarak inşa edildi. Geçen yıl da İstanbul Anadolu yakasındaki Orhanlı Transfer Merkezi'ni ve İzmir'deki Transfer Merkezimizi teknolojik olarak yenileyerek, sorter sistemine geçirdik. Ankara'nın da bu yıl içerisinde tamamlanmasını planlıyoruz. Yine e-ticaret gönderilerinin deki artan hacmi daha iyi yönetebilmek için İstanbul'un iki yakasına küçük paket ayrıştırıcı makine yatırımını devreye aldık. Bu yıl da İzmir, Adana ve Bursa'da aynı yatırıma devam etmeyi planlıyoruz. Büyük şehirlerimizin ardından önümüzdeki yıldan itibaren Anadolu'daki transfer merkezlerimizin teknolojik yatırımlarına ağırlık vereceğiz.

Yakın gelecekte hangi teknolojiler e-ticaret sektörüne yön verecek? Aras Kargo buna nasıl hazırlanıyor?

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sektörler de kendini bu doğrultuda geliştiriyor. Oldukça dinamik bir yapıya sahip olan kargo sektöründe değişen taleplere göre teknolojik yatırımları yapmak, altyapıyı güçlendirmek, iş süreçlerini daha verimli hâle getirmek her zamankinden daha büyük önem taşıyor. Biz de bu değişime ayak uyduruyor, teknoloji tarafındaki altyapı yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. Bu anlamda yaklaşık üç yıl önce başlayan dijital dönüşüm süreci ile ilgili çalışmalarımıza da hız kazandırdık. İlk yatırımlarımızı, ağırlıklı olarak araç yenileme, el terminalleri, kaynak planlama yazılımı, elektronik ölçüm tartım sistemleri, konveyör sistemleri gibi teknolojilere yaptık. Dijital dönüşümle yalnızca yazılım ve sistemleri değil, organizasyonumuzu, şubelerimizi ve transfer merkezlerimizi de dönüştürmeye başladık. Bu dönüşüm, müşterilerimizin iş akışlarını da olumlu etkiliyor ve sektörlerinde rekabet gücü kazandırıyor.

COVID-19'A KARŞI HAZIRLIKLİYİZ

Covid-19'un sektöre ilişkin etkilerini de değerlendiren Aras Kargo Operasyon Direktörü Çağatay Işık, kargo sektörünün bu gibi hareketli dönemlere hazırlıklı olduğunu söylüyor. Gerekli altyapı ve teknolojik yatırımlarla birlikte böyle önemli dönemlerde daha verimli, aynı zamanda sistematik bir şekilde hizmet verdiklerinin altını çizen Işık, aldıkları önlemleri ise şöyle aktarıyor: "Bu süreçte hem müşterilerimizi hem de çalışanlarımızı korumak için Dünya Sağlık Örgütü ve Sağlık Bakanlığı'nın önerilerine göre tedbirlerimizi alıyor, önlemlerimizi en üst seviyede tutuyoruz. COVID-19 salgınının karşı tüm birimlerimizde girişlerde temassız ateş ölçümü yapıyor, yüksek ateş tespit edilmesi durumunda iş yeri hekimlerimize yönlendiriyoruz. Kargo alımı ve teslimatlarda müşterilerimizle kuryelerimiz arasında Sağlık Bakanlığı'nın önerdiği şekilde en az 1 metre mesafe bırakmaya özen gösteriyoruz. Kargo tesliminde

temassız teslimata dikkat ediyoruz. Müşterilerin T.C. kimlik kartları çipli ise temassız okutuyor, eski tip kimlikse kimliği uzaktan kontrol edip isim soy isim alıyoruz. Tüm çalışanlarımıza yeterli olacak şekilde maske ve tek kullanımlık eldiven temin ediyoruz. Şube içine en fazla 3 müşteri alıyor, aralarında mesafe bırakmaları için sözlü olarak bilgi veriyor ve şubelerimizdeki yazılı yönlendirmelerle dikkatlerini çekiyoruz. Önerilen mesafenin bırakılması için zemin işaret bantları kullanıyoruz. Sterilizasyonla ilgili olarak ise tüm şubelerimizde dezenfekte işlemleri gerekli aralıklarla yapılıyor. Ayrıca genel müdürlük, bölge müdürlükleri ve transfer merkezlerimizde sterilizasyon işlemleri yapılıyor. Türkiye genelindeki tüm şubeleri el dezenfektanları yerleştirildi. Personel servislerimiz de dahil olmak üzere, transfer merkezlerinde araç içi sterilizasyonlar yapılıyor. Tüm iş süreçlerimizi büyük bir hassasiyetle sürdürüyoruz."

2019 yılında morhipo.com ve boyner.com.tr üzerinden yaklaşık 6 milyon paket sevkiyatı gerçekleştiren Boyner, büyüttüğü e-ticaret hedefleri doğrultusunda lojistik süreçlerine yatırımlarını sürdürüyor. 2019'un ikinci yarısında Gebze'de 110 m²'lik yeni depolarını hizmete aldıklarını belirten Boyner'in Lojistik, Süreç Geliştirme ve İç Denetim'den sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Cem Yaşar Özey, diğer yandan genişlettikleri teslimat seçenekleri, otomatize ettikleri ürün akışları, hızlandırdıkları tedarik süreçleri ve satış sonrası hizmetlerle ellerini güçlendirdiklerini söylüyor.



BOYNER

e-ticarete elini lojistik yatırımlarla GÜÇLENDİRİYOR



Cem Yaşar Özey

2020 yılına ilişkin büyüme hedefleriniz neler? E-ihracat gündeminizde neler var?

2019 yılını morhipo.com ve boyner.com.tr olarak adet bazında %50'ye yakın büyüme ile kapattık. 2020 yılında ise adetsel olarak %100'e yakın büyüme hedefliyoruz. 2019 yılında morhipo.com tarafında pazaryeri modelini ve e-ihracatı da hayata geçirdik. Morhipo.com/eu, yaklaşık 1

yıl önce İngilizce, Almanca ve Türkçe dil seçeneği ile müşterilerin kullanımına açıldı. Halihazırda Almanya'dan B2C siparişleri alıyoruz. Sevkiyat sürecindeki iş ortağımız ise PTS. 3-7 günlük sürelerde paketlerin kapıya kadar teslim edilmesini sağlıyoruz. Müşteri eğer isterse locker benzeri yapılar üzerinden de teslimatlarını alabiliyor. Bu hizmet için de müşteriden herhangi bir kargo ücreti talep etmiyoruz. Sofort ile yapmış olduğumuz ödeme entegrasyonu sayesinde müşterilerimizin güvenli bir şekilde ödeme yapmalarına da olanak veriyoruz. Bu altyapıyı ilerleyen dönemlerde farklı lokasyonlar için de kullanıma açmak 2020 hedeflerimiz arasında.

morhipo.com

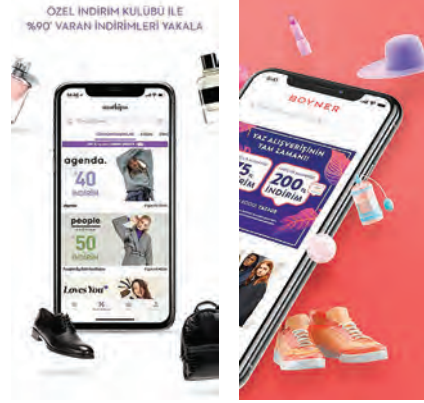
2019'DA 6 MİLYON PAKET SEVKİYAT YAPTI

2019'da kaç paket ürün dağıtımı gerçekleştirdiniz? Kaç farklı teslimat türü kullanıyorsunuz?

2019 yılında morhipo.com ve boyner.com.tr üzerinden yaklaşık 6 milyon paket teslimatı gerçekleştirdik. Morhipo.com olarak 5 farklı teslimat tipi ile sipariş alıyoruz. Bunlardan ilki standart teslimat. Diğerlerinden ikisi ise "Aynı Gün" ve "Ertesi Gün" teslimat. "Randevulu Teslimat" seçeneği sunuyoruz müşterimize. Ayrıca Boyner ve YKM mağazalarından mağazadan teslimat seçeneğimiz ve kapıda kredi kartıyla veya nakit ödeme seçeneğiyle teslimatı müşterilerimize sunuyoruz. Boyner.com.tr tarafında "standart teslimat", "mağazadan teslimat"; mağazalarımızdan da "mağazadan gönderi", "mağazadan teslimat" olmak üzere toplamda 4 farklı teslimat türümüz var. Buna ilave olarak mağazalarımızın her birini stoklama merkezi olarak kullanabilen bir yapıya sahibiz. Böylece mağazalarımızda bulunan ürünleri de kullanarak omni-channel pazarlama modelini uçtan uca kullanarak boyner.com.tr'de geniş bir ürün gamını müşterilerimize sunmayı hedeflemiş haldeyiz. Bunun yanında boyner.com.tr'de "Hızlı Gönder", "Aynı Gün Teslimat", "Kapıda Ödeme ve Temassız Teslimat", "Arabaya Teslim (curbside pick-up)" gibi birçok projeyi böyle bir zamanda hayata geçirmeye çalışarak müşterilerimize farklı teslimat çeşitleri sunmaya çalışıyoruz. Yeni dönemde değişen talepler neticesinde, teslimat seçeneklerimizi genişletmek ve müşterilerin farklı teslimat noktalarından siparişlerini almasını sağlamak da 2020 hedeflerimiz arasında.

Koronavirüs iş hacminizi nasıl etkiledi? Ne tür tedbirler aldınız?

"Depolama operasyonlarımız için uzun yıllardır birlikteliğimizi sürdürdüğümüz Ekol Lojistik ile çalışıyoruz. Dağıtım konusunda ise Yurtiçi Kargo, MNG, Hepsiburca, Aras ve UPS'den hizmet alıyoruz. Yakın zamanda PTT, Scotty gibi firmaları da operasyonlarımıza farklı teslimat türleri ile birlikte dahil ediyor olacağız."



Hem morhipo.com hem de boyner.com.tr olarak, salgının görüldüğü ilk güne kadar hedeflediğimiz iş hacmini istediğimiz gibi başarılı bir şekilde gerçekleştirdik. Salgın sonrasında insanların satın alma önceliklerinin değişmesi ile tekstil sektörü olarak biz de etkilendik. İlk aşamada tekstil satışını olumsuz yönde etkilemiş gibi gözükse de bu işi genişletmek ve piyasadaki müşteri ihtiyacını belirleyebilmek adına da öğretici bir süreç oldu. Bu kapsamda yaptığımız kampanyalar ile Nisan ayı hedeflerini %98 oranında gerçekleştirebildik. Yalnız salgının operasyonumuzu negatif etkilememesi ve sürekliliğinin sağlanması adına kontrollü bir şekilde hareket ettiğimiz için personel tedarikinde sıkıntı yaşadığımız durumlar oldu, bu sebeple de kargo teslim sürelerini biraz uzattık.

Pandemi sebebiyle operasyonumuzda önlemleri arttırdık. Diğer yandan e-ticaret satışına yönelme eğilimi artacağı için biz de ürün yelpazemizi genişleterek, yeni iş modelleri geliştirerek ve yeni projeler devreye alarak hem çalışanlarımız hem de müşterilerimiz için daha sağlıklı bir ürün akışı sağlamaya çalışıyoruz. Bu çerçevede depomuzda hijyen kurallarımızı daha sıkılaştırırken, sosyal mesafeye dikkat ederek çalışma alanlarımızı tekrar organize ettik. Depomuzu periyodik olarak dezenfekte ederken, buna ilave olarak ürünlerimizi depodan çıkmadan önce tekrar dezenfekte ediyoruz. Her şeyden önce pandeminin bir an önce son bulması en büyük temennim. Pandemi sürecinde müşterilere teslimatlarının sorunsuz bir şekilde teslim edilebilmesi için canla başla çalışan bütün depo ve kargo ekiplerini de ayakta alkışlıyorum.

BİRÇOK FİRMADAN HİZMET ALIYOR

Depolama ve dağıtım konusunda süreçleri nasıl yönetiyorsunuz? Hangi şirketle çalışıyorsunuz?

Depolama operasyonlarımız için uzun yıllardır birlikteliğimizi sürdürdüğümüz Ekol Lojistik ile çalışıyoruz.

Onlarla olan iş modelimiz diğer perakende firmalarına göre

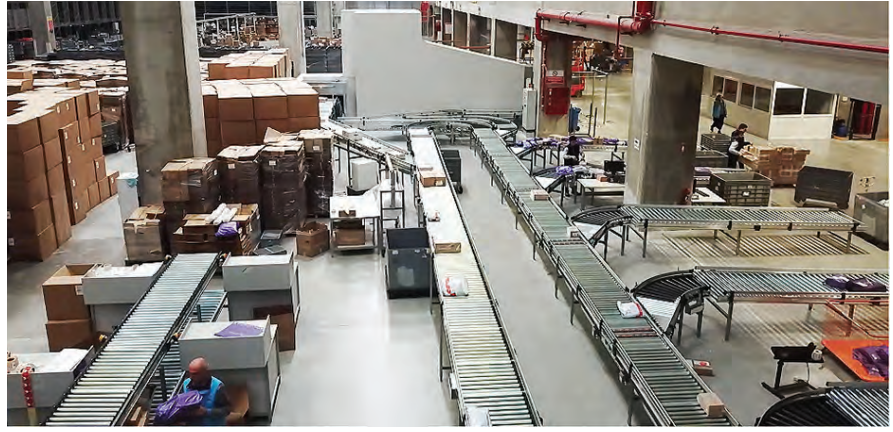
LOJİSTİK SÜREÇLER OTOMATİZE EDİLMELİ

E-ticaret ve e-lojistiğin ayrı düşünülmemesi gerektiğini belirten Cem Yaşar Özey, iki sektörün kesişme noktalarına ilişkin şunları aktarıyor: "Perakende içindeki e-ticaret payı her geçen gün giderek artıyor ve pandemi ile birlikte önümüzdeki 6-7 yılda ulaşmayı düşündüğümüz hedefleri 1-2 yıl içerisinde gerçekleştiriyor olacağız gibi duruyor. Tercih edilen bir platform olmak, müşteri gözünde her daim ulaşılabilir olmayı gerektiriyor. Şu an e-ticaret özelinde gelen şikayet sayılarına baktığımızda, özellikle kampanyaların yoğun olduğu dönemlerde, en fazla sorunun kargom nerede? Teslimatım neden gecikti? Gibi konulardan kaynaklandığını görüyoruz. Böylesine dinamik bir sektörde ayakta durabilmek için müşteriye satış sonrasındaki

süreçlerde de şeffaf olarak yaklaşabilmek gerekiyor. Geçtiğimiz yıl Black Friday döneminde artan e-ticaret hacmine kargo firmalarının cevap veremediğini hepimiz gördük ve bunun tekrarlanmamasını sağlamamız gerekiyor. Bu sebeple e-ticaret üzerinden talep edilen bir ürünün ya da hizmetin tüketiciye hızlı ve doğru bir şekilde ulaşması çok önemli. Tam bu noktada lojistik hizmetlerin teknolojinin gücünü doğru kullanıp ürün akışını doğru bir şekilde sağlayarak müşterilere doğru bilgilendirme ile ürünün son kullanıcıya zamanında ulaştırılması bir bütün olarak değerlendirilmeli. Eğer bu işi manuel takibin üstüne çıkarabilir ve süreçleri otomatize hale getirmeyi başarabilirsek, e-ticaret çok büyük bir ilerleme kaydetmiş olacak."

biraz daha farklı. Kendi operasyon ekiplerimizle her gün planlamadan süreç geliştirmeye kadar her türlü alanda Ekol ekipleri ile birlikte çalışarak operasyonlarımızın sürekli iyileşmesi için farklı metodolojileri kullanmaya çalışıyoruz. Mühendislerden oluşmuş bir ekibimiz sürekli olarak depomuzdaki fırsat alanlarını tespit etmek ve onları iyileştirmek için çalışıyor. Diğer firmalar ile sürekli iletişimde olarak en güncel uygulamaları depomuza uyarlamaya çalışıyor.

Morhipo.com tarafında, operasyonumuzu depo stoklarımız ve sanal stok üzerinden yönetiyoruz. Zaten müşteri sipariş verme anında ürünün hangi tarihler arasında elinde olacağını biliyor. Biz de sipariş oluştuktan sonra ürünün stok durumunu kontrol ederek sürece start veriyoruz. Eğer ürün stoku depoda varsa, zaten aynı gün içerisinde çıkışı yapıyor ve müşterinin bulunduğu lokasyona göre 1 ya da 2 iş günü içerisinde teslim ediliyor. Ürün eğer stokta yoksa, bu kez tedarikçilerimizden ürünleri depomuza çekiyoruz. Ürünün depo girişi yapıldıktan sonra yine



yukarıda bahsettiğim süreç devam ediyor. Bunun dışında hem ürün yelpazemizi genişletmek hem de daha hızlı teslimat yapabilmek adına 2019 yılı itibarıyla pazaryeri modelini de mevcut süreçlerimize entegre ettik. Eğer müşteri ürünü bir pazaryeri satıcısından alıyorsa, ürün hiç bizim depomuza gelmeden doğrudan satıcının deposundan müşteriye yönlendiriliyor. Bu hem teslimat sürelerinin kısalmasını hem de operasyonun daha verimli olmasını sağlıyor.

Boyner.com.tr'de, pazaryeri yapısı mevcut değil. Boyner.com.tr'de depodaki ve mağazadaki reel stoklarımız üzerinden morhipo.com'a benzer bir şekilde depomuzda operasyonumuzu yürütüyoruz. Dağıtım konusunda ise Yurtiçi Kargo, MNG, Hepsipar, Aras ve UPS firması ile çalışıyoruz. Yakın zamanda PTT, Scotty gibi firmaları da operasyonlarımıza farklı teslimat türleri ile birlikte dahil ediyor olacağız.

Hizmet alırken nelere dikkat ediyorsunuz?

Biz bir Boyner Grup şirketi olarak koşulsuz müşteri memnuniyeti mottosu ile süreçlerimizi yönetmeyi hedefliyoruz. Önceliğimiz verimli bir operasyon yürütmek, bundan kastımız maliyeti kısmak değil, aksine üretkenliği arttırarak müşterilerimize daha hızlı ve doğru bir hizmet sunmak. Zamanında, hızlı ve ulaşılabilir bir hizmet verebilmek bizim için en önemli kriter. Bu anlamda lojistik firmalarımızı da partnerimiz olarak görerek, tüm süreçlerimizi hem teknolojik hem de akış anlamında en yüksek standartlarda yönetmeye çalışıyoruz.

Değişen gündem ve önceliklerimiz sebebiyle artık hijyen ve dezenfeksiyon maddeleri operasyonlarımızda öncelikli gündem maddesi olmuş durumda. Bu sebeple lojistik operasyonlarımızda çalıştığımız iş ortaklarımızın hijyen koşullarını arttırmak için yeni

dezenfeksiyon uygulamalarını operasyonlarımıza dahil etmelerini hem çalışanlarımız için hem iş ortaklarımızın çalışanları için hem de müşterilerimiz için önemsiyoruz. Bunun yanında müşterilerimiz ile ürünlerimizin ilk teması da bizler için çok önemli. Bu sebeple teslimat performansı, bilgilendirme akışı, hijyen koşulları ve ulaşılabilirliği yüksek olan dağıtım firmaları ile çalışmayı tercih ediyoruz.

LOJİSTİK ÜSSÜNE TAŞINDI

Lojistik gündeminizde neler var?

Boyner Grup olarak Boyner Büyük Mağazacılık ve Morhipo olarak güçlerimizi birleştirerek daha büyük hedefler ile e-ticaret işimizi geliştirmek istiyoruz. Bu kapsamda da 2019 yılının ikinci yarısında hayata geçirdiğimiz büyük bir proje ile Gebze Güzellik Organize Sanayi Bölgesi'nde 110 m²'lik yeni depomuza taşındık. Deponun tasarımından projenin canlıya geçirilmesine kadar kendi ekibimiz projemize liderlik etti. İçinde bulunduğumuz süreç neticesinde e-ticaret artık daha çok insanların hayatının içerisinde yer alacak. Sosyal mesafe kavramı uzun bir süre daha hayatımızda olacağı için, müşterilerimize minimum temas kurarak en kaliteli ve en hızlı hizmeti alabilecekleri modern bir lojistik hizmeti sunmak en önemli hedefimiz. Bu kapsamda da depomuzdaki ve mağazalarımızdaki ürün akışlarını otomatize etmeye çalışıyor ve daha hızlı bir şekilde ürünlerimizi müşterilerimize ulaştırmaya ve yeni teslimat modelleri önermek üzerinde çalışıyoruz. Diğer yandan tedarik süreçlerinin hızlanması ve satış sonrası hizmetler de elimizi güçlendirecek diğer etmenler. Her biri özelinde yaptığımız çalışmalar ile daha kısa sürede ve en kaliteli hizmeti sunarak müşterilerimize nasıl ulaşabileceğimiz üzerinde çalışıyoruz.



WorldFood

28. Uluslararası Gıda Ürünleri ve Teknolojileri Fuarı

2-5 Eylül 2020

**TÜYAP FUAR ve KONGRE MERKEZİ
İSTANBUL**

www.worldfood-istanbul.com



Gıda Dünyasının Türkiye Buluşması

Destekleyenler



İşbirliğiyle



arvato e-ticaret lojistiğinde

BERTELSMANN ÇEVİK MODELE GEÇTİ

Supply Chain Solutions



Arvato, e-ticaret sektörüne uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunuyor. Hızlı değişen ve sürekli gelişen e-ticareti yapısına uygun olarak insan kaynağı, IT altyapısı ve tüm süreçlerde agile (çevik) modeline geçtiklerini belirten Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, Omnichannel'e özel geliştirdikleri sipariş yönetimi (OMS), depo yönetimi (WMS) ve dağıtım yönetimi (TMS) sistemleri sayesinde müşterilerine entegrasyonlarını çok hızlı yapabilecekleri "Plug&Play" altyapılar sunduklarını, yine bu yapı sayesinde depolama ve dağıtım süreçlerinde verimliliği arttırarak e-ticareti zahmetsiz hale getirdiklerini aktardı.

Yaklaşık 18 milyar euro cirosu ve 120 bin çalışanı bulunan Alman devi Bertelsmann AG'nin iştiraklerinden Arvato, tedarik zinciri, bilgi teknolojileri ve finansal çözümler alanında markalara hizmet sağlıyor. Arvato Supply Chain Solutions ise dünyada 85 noktada 15 binden fazla çalışanıyla toplamda 1,7 milyon metrekare alanda; Türkiye'de ise İstanbul'da bulunan 6 platformla 130 bin m² alanda, müşterilerine uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunuyor.

E-ticaret gibi hızlı değişen ve sürekli gelişen bir sektörde altyapının esnek ve süreçlerin ise hızlı olması gerektiğine dikkat çeken Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, insan

kaynaklarını ve sistemlerini buna göre tasarladıklarını söyledi. Özellikle omni-channel diye ifade edilen, offline & online, pazaryerleri gibi çok kanallı satışların önem kazandığı bu dönemde, markaların tedarik zinciri altyapılarının zahmetsiz bir şekilde kurabildiklerinin altını çizen Özkal, "Omni-ticarete özel kendi geliştirdiğimiz sipariş yönetimi (OMS), depo yönetimi (WMS), ve dağıtım yönetimi (TMS) sistemlerimiz sayesinde müşterilerimize entegrasyonlarını çok hızlı yapabilecek "Plug&Play" altyapılar sunuyoruz. Depodaki bir ürünün optimum maliyet ve koşullarda nasıl depolanacağını, en hızlı, en verimli nasıl sevk edileceğini, hangi paketleme malzemeleriyle yüksek kalitede ama düşük maliyetle ürünün tüketiciye ulaşabileceğini yine bu yapımız sayesinde kolaylıkla yönetebiliyoruz" dedi.

Dağıtım ve depolama kapasiteniz hakkında bilgi verir misiniz?

500 binden fazla çeşit ürün, 10 milyon adet stok ve günlük 200 bin adedin üzerinde online çıkış hacmini toplamda 130 bin m²'lik kapalı alana sahip 6 tesisimizde sürdürüyoruz. Yeni iş birlikleriyle birlikte bu sayıların artacağını söyleyebilirim. Sipariş fabrikalarımızda paketlediğimiz adet, 2019 yılında 18 milyonu geçti. TMS kullanarak eve dağıtımını yaptığımız online sipariş sayımız ise 2019 yılında 22 milyon desiyi aştı.



Umur Özkal

İçinde bulunduğumuz pandemi döneminde öncelikle çalışanlarımızın sağlığını koruyabilmek, paralelinde müşterilerimizin iş devamlılığını sağlamak bizler için en önemli konu haline geldi. AVM'lerin kapanması ve insanların evlerinde kalmasının doğal bir sonucu olarak online iş hacimlerinde Black Friday dönemindekine varan artışlar yaşadık. Özellikle de ev-yaşam, kozmetik, kişisel bakım, tüketici elektroniği ürün kategorilerinde 3-4 katına varan artışlar oldu. Bu ivmenin, yılın sonuna kadar normale dönüşle birlikte bir miktar azalarak devam edeceğini öngörüyoruz. Zira artık daha önce online alışveriş yapmayan tüketiciler bile online alışverişin güvenilirliğini ve kolaylığını tecrübe ettiler. Bunun da yılsonu raporlarına yansımaları hep birlikte göreceğiz.

10 GÜNDE BİR PROJE TAMAMLADI

E-Ticaret lojistiği hizmetlerinizle müşterilerinize nasıl destek oluyor ve ne tür avantajlar sunuyorsunuz?

Biz, birlikte çalıştığımız markaların stratejik büyüme partneriyiz. Bizim odak noktamızda e-ticaret ve omni-channel servisler bulunuyor. Müşterilerimizin bu yolculuğunda web sitelerinin kurulumundan, ürünlerinin tüketiciye ulaştırılması ve sonrasındaki satış sonrası hizmetlere kadar her noktada destek oluyoruz. Müşterilerimizle birlikte, tüketicilerin taleplerini karşılamayı, memnuniyet ve güvenlerini yüksek tutmayı hedefliyoruz. Bunu yaparken de çok hızlı olmamız gerektiğinin farkındayız.

E-ticaret, tüm sektörler arasında

"500 binden fazla çeşit ürün, 10 milyon adet stok ve günlük 200 bin adedin üzerinde online çıkış hacmini toplamda 130 bin m²'lik kapalı alana sahip 6 tesisimizde sürdürüyoruz. Yeni iş birlikleriyle birlikte bu sayıların artacağını söyleyebilirim. Sipariş fabrikalarımızda paketlediğimiz adet, 2019 yılında 18 milyonu geçti. TMS kullanarak eve dağıtımını yaptığımız online sipariş sayımız ise 2019 yılında 22 milyon desiyi aştı."

en hızlı değişeni, zaman hassasiyeti anlamında da en duyarlı olanı. Çünkü tüketici olarak hepimiz bunu talep ediyoruz, çünkü buna ihtiyacımız var. Bu temel nedenden dolayı bizim insan kaynağımız, IT altyapımız ve süreçlerimiz süper hızlı olacak şekilde tasarlandı ve son dönemde en çok kullanılan tabiriyle "agile" olacak şekilde yürütülüyor. Pandeminin ilk başladığı dönemde, "Plug&Play" altyapısına ne kadar ihtiyaç olduğunu ve ne kadar önemli olduğunu anladık. Örneğin, Türkiye'de çok değerli ve köklü bir kolonya markasının acil ihtiyacı için 10 gün içerisinde online sipariş sevkiyatlarına başladık. Sıfırdan süreçleri tasarlamak, toplantıları bile sosyal izolasyon nedeniyle online yaparak entegre olmak, test etmek ve sahada da her şeyin doğru çalıştığından emin olarak 10 günde projeyi hayata geçirmek bizim de kendi içimizde kırdığımız bir rekor oldu. Her özel dönem kendi içinde çeşitli fırsatlar barındırıyor, bunu yaşamış olduk.

Plug&play altyapımız ile farklı platformlarda da satış yapmak isteyen müşterilerimize entegrasyon altyapısının yanı sıra platformların yönetiminde de destek oluyoruz. Müşterilerimizin bir sonraki adımında gerçekleştirmek istedikleri hayallerini önden tasarlayıp hazır bir yapı haline getirerek, talep ettikleri zamanda

hızla hayata geçirilmesine destek oluyoruz.

Teknoloji ve AR-GE ekiplerimizle sürekli iyileştirme çalışmaları yaparak, globaldeki uygulamaları da yakından takip ediyoruz. Maliyeti olumlu etkileyecek noktalarda otomasyon / yarı-otomasyon uygulamalarını devreye alıyoruz. Örneğin, tüm sipariş paketlerini, kargo şirketlerine göre sistemsel olarak TMS algoritmasıyla, fiziksel olarak da konveyör ile ayırıyoruz. Ortak etiket basarak, paketlerin bekletilmeden kargo araçlarına yüklenmesini sağlıyoruz. Bu sayede hem on binlerce paket depoda veya kargo şirketinin şubelerinde bekletilmeden tüketiciye sevk edilebiliyor hem de yoğunluk kaynaklı oluşan hataları önleyebiliyoruz. Tüm bu kurgular tüketicilerin güvenini pekiştiren tecrübelerle dönüşüyor ve sektöre olumlu yansıyor.

Tüm yatırımlar için finansal güç çok önemli. Finansal gücümüz sayesinde tüm yatırımlar için gerekli olan maddi kaynağı hızlıca sağlayabiliyor olmamız elbette işimizi kolaylaştırıyor. Müşterilerimizin tek tek gelecek planlamalarını olarak, gelecek kapasite ihtiyaçlarını analiz edip, yerinde ve zamanında yatırımlarla büyümelerine destek oluyoruz. Özellikle pandemi döneminde – yani iş belirsizliğinin fazla olduğu bir ortamda bile- Arvato Bertelsmann merkezinin Türkiye'ye ve bizlere olan güveni sayesinde yatırımlarımıza ara vermeden devam etmekteyiz. Bu sayede yeni projelere tesislerimizde yer verip mevcut müşterilerimizin büyümeleri için de ek kapasite yaratabildik. Bu sayede hem potansiyel müşterilerimiz hem de birlikte çalıştığımız ve e-ticaret iş hacimlerini artırmalarına destek olduğumuz müşterilerimiz ile birlikte büyümeye devam edeceğiz.

2019 yılını ne kadarlık bir büyümeyle kapattınız? 2020 hedefiniz nedir?

Arvato Supply Chain Solutions Türkiye olarak 2019'u %60'lık bir büyüme ile kapattık. Grubun bu anlamda en başarılı birkaç ülkesinden biri olduk. Zor bir yıl olmasına rağmen, Türkiye'nin



potansiyelini bir kez daha göstermiş olmaktan dolayı çok mutluyuz.

2020 yılında öncelikle temennimiz pandeminin tüm dünyada sona ermesi, toplumsal ve ekonomik etkilerinin asgari düzeyde olması. Arvato SCS olarak da, Covid-19 etkisinde kurulan yenisidünya düzenine uyum sağlayarak, müşterilerimizin değişen talep ve ihtiyaçlarını en efektif şekilde karşılamaya odaklanıyoruz. En büyük önceliğimiz, çalışanlarımızın sağlığını ön planda tutarak, mevcut operasyonların kesintisiz bir şekilde devam etmesini sağlamak. Bu kısa ve yoğun süreçte yeni çalışma modelleri oluşturduk ve uygulamaya aldık. 2020’de bu modelleri daha da geliştireceğiz.

Kriz anında bile canlı kalması gereken temel sektörler kategorisindeyiz. Bu bilinci üst yönetimden sahaya kadar tüm çalışanlarımız daha yoğun bir şekilde hissettiler. Bu da bizlere ek sorumluluklar yüklüyor. İş süreçlerimizi, her şartta kesintisiz devam edebilecek şekilde ve hijyenden sağlığa, FMCG’den gıdaya kadar daha da çeşitli bir alana taşıyacak şekilde genişleteceğiz. Uzaktan çalışma modellerini kendimize uyan bir yapıda geliştirmeye devam edeceğiz. Çalışanlarımızı daha çok dinleyeceğiz. En değerli gücümüz insan kaynağımız çünkü. Ve elbette sadece markalaşmış firmalar ve online için değil, KOBİ ölçeğinde online/offline satış yapmak isteyen ama kaygıları olan tüm firmaların süreçlerini ek ücret yükü yaratmadan kolaylaştırıp basitleştirerek devam ettireceğiz.

KARGO PERFORMANSINI YÜKSELTİYOR

Tedarik zinciri süreçlerinde nasıl değişimler bekleniyor? Arvato geleceğe nasıl hazırlanıyor?

Robotlar her alanda olduğu gibi tedarik zincirinde de zamanla çok etkili kaynaklar olacak. Bu bağlamda son dönemlerde gerek Avrupa’da ki tesislerimizde gerekse fuarlarda



gözlemlediğimiz şey; önemli değişikliklerin özellikle depo teknolojilerinde olacağı yönünde. Bu yeni teknolojilerin iki büyük etkisi olacak. Birincisi, iş hacimlerinin dalgalanmasını kolay yönetebilmek, diğeri ise büyük ölçekli ve standartlaşmış işlerde birim maliyetlerde avantaj yaratmak. Maliyetlerin yönetimi açısından orta vadede, bu yatırımların geri dönüş sürelerinin mantıklı seviyelere gelmelerini bekliyoruz fakat bugünün Türkiye’si için kısa vadede hala tercih edilebilir seviyede olmadıklarını söyleyebiliriz. Dünyanın merkezindeki bir ülke olarak Türkiye’nin; Avrupa, Orta Doğu ve Afrika’nın lojistik üssü olma hedefini birlikte kurgulamamız ve en önemlisinin teknoloji üretmek olduğunu unutmamamız lazım.

Diğer yandan pandemi sonrası offline’den online’a geçişin artarak devam edeceğini düşünüyoruz.

Arvato SCS depolarından olduğu gibi seçili mağazalardan da müşterilerimiz adına online sipariş çıkabileceğimiz sistem altyapılarına ihtiyacın artacağını düşünüyoruz. Bu konuda pilot uygulamalarımız var. Dağıtımda da kargo hacimimizi tüketici ihtiyaçlarına göre artırıyor ve çeşitlendiriyoruz. Artan “gün içi teslimat” taleplerini karşılamak ve yoğun kampanya dönemlerine daha iyi hazırlanmak için tedarikçi portföyümüze yenilerini

ekledik, eklemeye de devam edeceğiz. Arvato SCS deposundan çıkmadan da Arvato SCS sistem altyapısını kullanan tüm müşterilerimizin siparişlerini Arvato Control Tower ekibi sayesinde takip edebiliyoruz. Teslimatı beklenen siparişlerin güncel durumu, teslimatta sapma varsa nedenleri ile birlikte günlük olarak takip edip raporluyoruz. Bu yakın takip ve raporlama sayesinde ülke çapındaki kargo performanslarının da yükseltilmesi ile ilgili aksiyonlar alabiliyoruz.

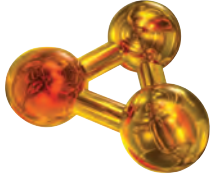
E-ticaret sektörüne ilişkin beklentileriniz neler?

Global pazarlardaki e-ticaret penetrasyon oranına bakıldığında Türkiye’nin büyük bir büyüme potansiyeli olduğu çok net görülüyor. 2019’da online perakendenin toplam perakendeye oranı gelişmiş ülkeler ortalamasında %12,3, gelişmekte olan ülkeler ortalamasında ise %6,7 iken Türkiye’de bu oran %6,2 seviyesinde gerçekleşti. Bununla beraber, her sene %35-40 bandında büyüme gerçekleşmeye devam ediyor. Hem Avrupa ülkelerinin gelişimi, hem de Türkiye’deki geçmiş büyüme verilerine baktığımızda, internet kullanımının en yaygın olduğu ülkelerden biri olarak önümüzdeki 5 yıl içerisinde Türkiye’de de bu oranın %10 seviyelerine ulaşmasını bekliyoruz. -

DİJİTAL DNA’MIZI İNŞA ETMELİYİZ

Gelecekte var olabilmek için tüm ülkeler gibi şirketler ve insanların da dijital çağa uyum sağlamak zorunda olduğunu vurgulayan Umur Özkal, şunları aktardı: “Çünkü dijital dönüşüm bir paradigma değişimi ve biz şimdiden hazır olmalıyız. Dijital dönüşüme hazırlanmaya çalışırken, 2020 başlangıcıyla birlikte dünyada her şey ‘pandemi öncesi ve sonrası’ olarak ikiye ayrıldı ve dijital dönüşümü sağlayan şey CTO’lar veya CEO’lar değil, korona oldu. Şimdi bizler de bu dönüşümü herkes gibi kendi bünyemizde

eriteceğiz, DNA’mıza uygun hale getireceğiz. Her zorlu dönem, kendi fırsatlarını da beraberinde getiriyor, yeter ki görmek ve değişmek isteyelim. Bu açıdan hepimiz elbette en iyi yaptığımız şeyi daha da iyi yapmaya devam edeceğiz. Bunu yaparken de yeni yollar deneyeceğiz. Bu sorumluluğumuzun farkında olarak, tüm altyapılarımızı tasarlarken bu bilinçle, öncelikle çalışanlarımızı sonra da birlikte çalıştığımız iş ortaklarımızı yenisidünya düzenine hazırlamaya devam edeceğiz.”



Turkchem

ChemShow Eurasia

9. Uluslararası

Özel, Spesifik Kimyasallar, Genel Kimyasallar,
Petrokimya ve Kimyasal Ara Ürünler Fuarı

5-7 Kasım 2020 İstanbul Fuar Merkezi



Özel Alanlar

AGROCHEM
FERTILIZER

WaterEx

exCLUSIVE
meeting room

Eş Zamanlı:

Turkchem
ChemLab
Eurasia

Turkchem
ChemTech
Eurasia

chemshoweurasia.com

Organizatör:



Destekleyen:



Medya Partneri:

TURKCHEM
Magazine

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Hızlı ve sorunsuz dağıtan



Online pazar yeri GittiGidiyor, 100 bin satıcının 50'den fazla kategoride 15 milyon ürününü tüketicilerle buluşturuyor. Lojistik süreçlerdeki başarıyı teslimat raporları doğrultusunda yaptıkları bilgilendirmeler ve satıcıların alıcıları tarafından puanlanabilmesini sağlayan bir sistemle koruduklarını aktaran GittiGidiyor Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü ve TOBB E-Ticaret Meclisi Başkanı Öget Kantarcı, kargosunu hızlı ve sorunsuz bir biçimde ulaştıran satıcının yüksek puanlar alıp, daha çok tercih edildiğini söylüyor.

PUAN TOPLUYOR

GittiGidiyor'un büyüklüğünü rakamlarla aktarmanızı istesek neler söylerdiniz?

GittiGidiyor olarak 2019'u yüzde 30 büyümeye ile kapattık. Bir eBay şirketi olarak global bir platform olma yolunda adımlarımızın hızlanacağı 2020 yılında yüzde 40 büyümeyi hedefliyoruz. Ayrıca önümüzdeki dönemde ürün envanterimizi daha da genişletip daha fazla KOBİ ve klasik perakendeciyi sistemimize katmaya devam edeceğiz. Türkiye'de e-ticareti büyütmek adına gidecek daha çok yolumuz var. Önümüzdeki yıllarda e-ihracatın da etkisiyle büyümeye ivmemiz daha da yükselecek. 2019 yılında ekosistemimize 5 milyon yeni kullanıcı katıldı. Böylece 2019'u 28 milyon kayıtlı üye ile kapattık. Ayrıca 100 bin satıcımız 50'den fazla kategoride 15 milyon ürünü kullanıcılarımız ile buluşturuyor. 2020 yılında bu rakamları daha da üst seviyelere çıkarmayı hedefliyoruz.

800 SATICIYI E-İHRACATLA BULUŞTURDU

E-ihracat konusunda neler yapıyorsunuz? Kaç şirkete destek oldunuz? Hedefinizde neler var?

E-ticaret sahip olduğu potansiyelle ülke ekonomisi açısından ciddi gelişmeler vadederken, aynı zamanda e-ihracat da markalarımızı ve KOBİ'lerimizi geleceğe taşıyacak önemli bir ihtiyaç olarak dikkat çekiyor. Çünkü e-ihracat, ekonomimizi canlandıracak son derece önemli bir atılım alanı. Türkiye, ürünlerini e-ihracatla hızlı, kolay ve güvenli bir biçimde tüm dünyaya sunabilir. Bizim de GittiGidiyor olarak 2018'de başladığımız e-ihracat yolculuğunda an itibarıyla 800 satıcımız 50 binden fazla ürünü GittiGidiyor üzerinden listelererek yurt dışına satıyor. Bu

sayede satıcılarımız eBay'in sunduğu global ağ ile yurtiçinde ve yurtdışında yeni müşteriler kazanabiliyor ve gelirlerini artırabiliyorlar. Özellikle Almanya, ABD ve İngiltere'nin Türk ürünlerine ilgisi oldukça yüksek. Şu an en fazla talep ev tekstili, mutfak ürünleri ve ayakkabı kategorilerdeki ürünlere geliyor. 2020'de bizim en önemli odak noktalarımızdan biri de yerli ürünlerimizi dünyayla buluşturmak olacak, yılsonuna kadar da en az 2000 satıcımızı daha e-ihracata başlatmayı planlıyoruz. Markalarımız ve KOBİ'lerimizle el ele yatırıma devam edip zamanla çok daha önemli sonuçlar alacağımızı biliyoruz. COVID-19 salgını dolayısıyla devam eden tecrit uygulamalarından dolayı tüm dünyada ekonomi durgun bir döneme

girdi ancak koşullar normale dönünce hedeflerimize ulaşmak için daha da çok çaba göstereceğiz.



Öget Kantarcı

E-ihracat ürünlerinin teslimatında nasıl bir yol izleniyor?

E-ihracatta da teslimatlarımızı düzenli bir şekilde gerçekleştiriyoruz. Ürünlerini GittiGidiyor üzerinden eBay’de listeleyen satıcılarımız, satışlarını ürünü anlaşmalı olduğumuz lojistik firmasının deposuna gönderiyor. Kargo firması tüm belgeleri hazırladıktan sonra ürünü dünyanın hangi ülkesinden sipariş geldiyse son kullanıcının kapısına 4 ila 7 gün içinde teslim ediyor.

GittiGidiyor üzerinden satılan ürünlerin dağıtımı nasıl yapılıyor?

E-ticaret sektöründe pazaryeri modeliyle hizmet veriyoruz. Dolaşısıyla kendimize ait ürünlerimiz ve depomuz bulunmuyor. Teslimat özelinde iş yaptığımız tüm firmalarla sürekli iletişim halindeyiz. Bu noktada ödemeleri yüzde 100 güvence altına alan ödeme-onay sistemi olan Sıfır Risk Sistemi’ni kullanıyoruz. Ayrıca tüm işlemlerin kaydı sistemimize güncel olarak düşüyor. Gönderilerimizle ilgili olarak tüm kargo ve lojistik firmalarından günlük ve haftalık teslimat raporları alıyor ve bu raporların çıktıları doğrultusunda ilgili kargo/lojistik firması veya satıcıya bilgilendirme yapıyoruz. Ayrıca satıcıların alıcılar tarafından puanlanabilmesini sağlayan sistemimiz sayesinde de lojistik süreçlerin başarısını koruyabiliyoruz.

Bu kapsamda puanlama sistemi, satıcıları doğal bir elemeye tabi tutuyor. Kargosunu hızlı ve sorunsuz bir biçimde teslim alan kullanıcı satıcıya daha yüksek puan veriyor. Tüketiciler tarafından yüksek puan verilen, “başarılı satıcı” ve “çok başarılı satıcı” kategorisinde bulunan satıcılar daha çok tercih edilirken, başarı seviyesi düşük olan satıcılar da daha başarılı olmak için gayret gösteriyor.

KARGO VE LOJİSTİK ŞİRKETLERİ KAPASİTE ARTIRMALI

Kargo ve lojistik şirketlerinden neler bekliyorsunuz?

Hizmet alırken nelere dikkat ediyorsunuz?

Kargo ve lojistik firmalarının öncelikli yatırımlarını özellikle kapasite artırımını üzerinde yoğunlaştırmalarını bekliyoruz. Salgın dönemindeki iş yoğunluğu ile kargo personelinin sağlık endişelerini düşündüğümüzde kolay

bir süreçten geçilmediğini söyleyebiliriz. Son yıllarda kargo sektöründe yürürlüğe giren kurallar gereği e-ticarette lojistik operasyonu özellikle beyaz eşya grupları için çok önemli hale geldi. Bahsi geçen yüksek desili kargoların kata teslimatı müşteri memnuniyeti açısından ele alınması gereken önemli bir nokta. Bu konu, rekabeti büyük ölçüde etkiliyor. Ancak hem pazaryerleri hem de lojistik firmaları için hâlâ yeni sayılan bu durumla ilgili iyileştirilmesi ve geliştirilmesi gereken kısımlar olduğunu düşünüyoruz. Lojistik süreçlerde karşılaşılan en temel sorunlar ise adreste bulunmayan kullanıcılara ürün teslimi, iklim şartları nedeniyle geciken ürün teslimatları, yetersiz paketleme ve desu hesap hataları olarak öne çıkıyor. Lojistik hizmet almaya karar vermeden önce bir firmada gözettiğimiz koşullardan en önceliklileri bizim için entegrasyon sistemi ve operasyon yaratma esnekliğine sahip olmaları. Değerlendirme sürecinde firmanın şube sayısına, ulaşma alanına, hizmet kalitesine, fiyat/performans kriterlerine dikkat ediyoruz.

Koronavirüs salgını e-ticaret sektörünü nasıl etkiledi? Ne tür tedbirler aldınız?

Koronavirüsün yayılımını azaltmaya yönelik alınan tedbirler kapsamında evde çalışma uygulamalarının yaygınlaşmasıyla güncel ihtiyaçların internetten giderildiğini söylemek mümkün. Önümüzdeki süreçte günlük ihtiyaçların olduğu kategorilerin kullanıcıların satın alma eğilimlerinin değişmesiyle beraber satış hacimlerinin daha da artacağını gözlemleyebiliriz. Bu süreçte pek çok geleneksel satıcı da e-ticarete başladı. Ürün ve satıcı çeşitliliği açısından baktığımızda, GittiGidiyor’da geçen yılın Mart-Nisan dönemlerine kıyasla bu yıl aynı dönemde listelenen ürün adedimizde ve GittiGidiyor’a dahil olan yeni satıcı sayımızda yüzde 40 artış olduğunu görüyoruz.

Ancak mevcut gündemde sektörün hareketlenmesinden ziyade, bunun global bir sağlık sorunu olduğunun bilincinde, tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde ve yetkililerin belirttiği uyarılar çerçevesinde önlemlerimizi alarak işimizi yapmaya odaklanıyoruz. Bu zorlu dönemde ürünleri hızlı ve güvenli bir şekilde teslim etmeye odaklanarak hem kullanıcılarımızın, hem tedarikçilerimizin, hem de iş ortaklarımızın güvenliğinden emin olmak istiyoruz. Bu kapsamda kargo firmaları aldıkları önlemleri ve çalışma rutinlerindeki değişiklikleri bizimle düzenli olarak paylaşıyor. Diğer yandan 13 Mart’tan itibaren evden çalışmaya başladık. Evden çalışma sistemine

geçilmesi ile birlikte içinde bulunduğumuz olağanüstü durumu yönetebilmek ve hali hazırda var olan çalışma rutinlerini sürdürebilmek için Zoom, Skype, VPN ve Slack uygulamaları sıkça kullanılmaya başladık. Online ortamda bir araya gelerek şirket içinde düzenli bilgilendirmeler yapıyoruz. Hali hazırda var olan evden çalışma reflekslerimizi geliştirip uzun süreli evden çalışma konusundaki incelikleri keşfetmeye devam ediyoruz.

LOJİSTİKÇİLER TEKNOLOJİ MARKASI GİBİ ÇALIŞMALI

E-ticaret lojistiğine hangi teknolojiler yön verecek?

Salgın sonrası yeni düzen için şu an bir varsayımında bulunmak oldukça zor. Ancak Ar-Ge çalışmalarını ve kurgulanan farklı modelleri takip ediyoruz. Satıcının, taşıma hizmeti yapan personelin ve alıcının, süreç sırasında temasını kesecek tüm modeller üzerinde çalışmalar yapılıyor. Bunlardan en uygun olanlar modeller yeni trendler olarak karşımıza çıkacak. Hayat normalleştiğinde ise teknolojinin gelişimiyle e-ticaret sektörünün lojistik ayağında da teknolojinin sunduğu olanakların en iyi şekilde değerlendirilmesi ve geliştirilmesi artık olmazsa olmazlığını koruyacak. Bu anlamda Endüstri 4.0 yolculuğunun ve robotik teknolojilerinin lojistik sektöründe ne kadar etkin bir biçimde kullanılacağı noktasında çalışmalar şimdiden mevcut. Robotlarla taşıma, evlere ürün teslimi gibi projeler değerlendiriliyor. Hatta hepimizi heyecanlandıran blockchain teknolojisinin de lojistik sektörüne entegre edilmesinin son derece önemli avantajları olacağı öngörülüyor. Bu avantajlardan ilki, akıllı kontratlar sayesinde lojistik sektördeki tüm süreçlerin hem maliyetinin hem de karmaşık yapısının değiştirilebilme potansiyeli. İkinci avantaj ise kargo takibi ve kargonun izlenmesi aşamalarının ciddi anlamda iyileştirilebilmesinin mümkün hale gelmesi olasılığı.

Ayrıca lojistik sektöründe otomasyon teknolojilerinin kullanımının yanı sıra büyük veriden de sıklıkla yararlanılacağı bir döneme doğru hızla giriyoruz ve tüm bu teknolojiler, çok daha iyi bir kullanıcı deneyimi yaşatarak e-ticarete de büyük katkı sunacak. Bu anlamda lojistik şirketlerinin hem inovatif projeler geliştirmeye hem de teknolojiye son derece odaklı hale gelmeleri dolayısıyla birer teknoloji markası gibi çalışmaya kendilerini hazırlamalarının büyük önem taşıdığını ifade edebilirim.

FLO büyümeye

LOJİSTİK İŞ ORTAKLARIYLA

koşuyor

2 020 yılına ilişkin büyüme hedefiniz nedir? İş hacminiz koronavirüs salgınından nasıl etkilendi?

E-ticarette, 2019 yılını %100 büyüme ile kapattık, 2020'yi ise %150 büyüme ile kapatmayı öngörüyoruz. Koronavirüs salgını ile birlikte mağazalarımızdaki satışın kesintiye uğraması sonucunda mağazacılık alandaki sevkiyatlarımız azaldı. Ancak bu dönemde tüketicinin online kanallara daha çok yönelmesi ile birlikte, e-ticaret satışlarımızda özellikle bu pandemi döneminde geçen seneye göre 4 kat büyümeye ulaştık. FLO E-Ticaret olarak ise bu yıl 6 milyon çift ayakkabı satışı gerçekleştirmeyi planlıyoruz.

E-ticaret kanalında yaşanan beklenmedik hacim artışı, iki ayrı depoda 3PL firmalarca yürütülen e-ticaret depo operasyonlarımızda kapasite artışlarını gerektirdi. Depolarda salgının bulaşma ve yayılmasına karşı alınan önlemler azami seviyede ve çok hızlı bir şekilde yerine getirildi. Bu sayede şu ana kadar her iki 3PL firmamız da bu süreci kesintisiz olarak geçirebildi.

3 TİP ÖDEME, 3 TİP TESLİMATLA ÇALIŞIYOR

Kaç farklı teslimat türü kullanıyorsunuz?

E-ticaret kanalında, ödeme tipine göre, kredi kartı, kapıda ödeme ve kapıda kredi kartı olmak üzere, üç ana ödeme tipinde çalıştık. Teslim şekli bazında, normal kargo hizmeti, express kargo hizmetiyle aynı gün teslimat ve son olarak mağazadan teslimat (Tıkla Gel Al) şeklinde teslimat türlerimiz var.



Erdem Çalışkan

E-ihracat alanında ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?

E-ihracat konusunda özellikle 2020 yılında önemli ölçüde mesafe almaya başladık. Ali Express ile işbirliğimiz artarak devam ediyor, Fas'taki en büyük pazaryerinde ürünlerimizi satmaya başladık. Bunun yanında

Avrupa pazarına da hem kendi web sitemiz hem de pazaryerleri üzerinden açılımlarımızı mayıs ayı içinde

tamamlıyoruz. Ardından da, özellikle Ukrayna ve Türkiye Cumhuriyetleri başta olmak üzere, yurtdışı açılıma devam edeceğiz. E-ticaretin yurtdışına açılması sürecinde, her proje bazında değerlendirme yapıp; e-ihracat (x-border) veya yurtdışı pazarda lokal operasyon tercihlerinden birini seçiyoruz.

TÜM SÜREÇLER UÇTAN UCA YÖNETİLİYOR

Lojistik, depolama, dağıtım konusunda gerçekleştirdiğiniz iyileştirmelerden ve süreç yönetiminden söz eder misiniz?

FLO E-Ticaretin en büyük güçlerinden birisi, iki e-ticaret deposundaki ve 50'nin üzerinde mağazasındaki stoğu,



Covid-19 sürecinde e-ticaret kanalında satışlarını 4 kat arttıran, e-ihracat alanında ise yeni pazarlara açılmaya hazırlanan FLO'nun başarısının sırrı doğru yönetilen lojistik operasyonlarında saklı. "FLO E-Ticaretin en büyük güçlerinden birisi, iki e-ticaret deposundaki ve 50'nin üzerinde mağazasındaki stoğu, e-ticaret sitesinde aynı anda satabilme becerisidir" diyen FLO Mağazacılık E-Ticaret, Bilgi ve Lojistik Genel Müdür Yardımcısı Erdem Çalışkan, hizmet aldıkları üç 3PL firmasıyla ise tek ekip şeklinde çalışıp, hedefe birlikte koştuklarını söyledi.

"E-ticarette ciddi büyümenin yaşandığı bu günlerde, e-ticaret şirketlerinin büyümelerinin depo ve dağıtım kapasiteleri ile limitli olacağının bilinmesi, bu çerçevede lojistik kapasitelerin arttırılmasına, yeni 3PL'lerin, özellikle de yeni B2C kargo firmalarının pazara girmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu şekilde, ülkemizde artan e-ticaret talebi düzenli ve kalıcı olarak karşılanabilecek, e-ticaret pazarının büyümesi sağlanacaktır."

e-ticaret sitesinde aynı anda satabilme becerisidir. Bu altyapı, FLO E-Ticarette yüksek stok, ürün ve numara bulunabilirliğinin azami seviyede tutulması ve yüksek adette ürün çeşidinin sağlanması şeklinde, satış arttırmakta ve müşteri memnuniyeti sağlamaktadır. İki deponun olması, satış dalgalanmaları, kampanya yüksek hacimlerinin karşılanmasını sağlamakta, ürün giriş ve çıkışlarında esneklik yaratmakta.

E-ticaret lojistik sürecimizin tamamı, uçtan uca sistem üzerinden yürütülmekte, anlık olarak raporlanabilmekte ve lojistik içindeki tüm sistemler ve firmalar entegrasyon katmanları ile full entegre çalışmaktadır. Yakından performansını ölçebildiğimiz süreçlerimizin, sürekli iyileştirme prensibi ile gelişmesine ve en iyi müşteri deneyimine ulaşması için var gücümüzle çaba harcıyoruz.

Depolama ve dağıtım alanında hangi firmalardan hizmet alıyorsunuz? Nasıl bir işbirliği içindesiniz?

E-ticaret depo hizmetlerinde, Ekol Lojistik ve Arvato Bertelsmann firmaları ile çalışıyoruz. E-ticaret dağıtımında ise Aras Kargo ile çalışıyoruz. Her üç şirket ile de sözleşme koşulları ve servis seviyesi anlaşmaları ile yürüttüğümüz, günlük olarak ortaklaşa koordine olduğumuz ve anlık olarak performansı ölçebildiğimiz bir ortamda çalışıyoruz. 3PL firmalar



ile çalışma şeklimizde karşılıklı güven, anlayış, iletişim ve işbirliğini ön planda tutuyoruz, hep birlikte tek ekip şeklinde, hedefe birlikte koşuyoruz.

E-ticaret ve e-lojistiğin kesişme noktaları neler?

Açıkçası e-ticaretin lojistiğini, bir lojistik süreçten çok, bir satış operasyon süreci olarak görmek lazım, B2C işinin en önemli yanı bu. Çünkü ürünün bulunması, fatura edilmesi, müşteriye teslim edilmesi, iade edilmesi gibi satış operasyonu süreçlerini e-ticaret lojistiği üstlenmektedir. Bir e-ticaret işinin sağlıklı olarak büyüebilmesi için güvenilir, kapasite olarak esneyebilen, müşteriye iyi deneyim yaratan bir lojistik süreci şarttır. Maliyet boyutu ile baktığımızda, depo ve dağıtım operasyonlarının toplamında oluşan giderler, ciroya oranladığımızda önemli seviyelere çıkabilmektedir. Dolayısıyla bir B2C işinin başarılı olabilmesi için, lojistik maliyetlerinin de çok iyi yönetilmesi gerekmektedir. Özünde, lojistiği, e-ticaretin temel ve sonucu etkileyen en kritik süreçlerinden biri olarak görebiliriz, özellikle de B2B işlerine göre kıyasladığımız noktada.



YENİ KARGO FİRMALARINA İHTİYAÇ VAR

E-ticaretteki gelişmeler lojistik sektörünü nasıl etkileyecek?

Çok yakın gelecekte, pandemi sonrasında, e-ticarette büyümenin artarak devam etmesini bekliyoruz. İlk başta, omnichannel süreç ve teknolojilerinde hızlı bir ilerleme olmasını ve fiziksel mağazacılığın, online satış ve online satış sonrası sürecine monte olmasını bekliyoruz. Mağaza içine yapılacak yazılımlar ile online satış, mağazadan kargo, mağazadan saatli teslimat gibi deneyimler hızla hayatımıza girecektir. Müşteriye kargo teslimde, temassız teslim-tesellüm, temassız kapıda ödeme, teknolojilerinin de hızla gelişmesini bekliyoruz. Artan e-ticaret hacmi ile birlikte depo ve kargo şirketlerinin depo, paketleme otomasyonlarını arttırmasını, kargo firmalarının da daha çok sorter yatırımı yapmasını bekliyoruz.

Diğer yandan e-ticarette ciddi büyümenin yaşandığı bu günlerde, e-ticaret şirketlerinin büyümelerinin, depo ve dağıtım kapasiteleri ile limitli olacağının bilinmesi, bu çerçevede lojistik kapasitelerin arttırılmasına, yeni 3PL'lerin, özellikle de yeni B2C kargo firmalarının pazara girmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak bu şekilde, ülkemizde artan e-ticaret talebi düzenli ve kalıcı olarak karşılanabilecek, e-ticaret pazarının büyümesi sağlanacaktır.





TESLİMATTA

iş ortağını 3'ledi

Türkiye'nin en büyük e-ticaret sitelerinden olan Evidea, Covid-19 döneminde teslimat süreçlerinde yaşanacak darboğazı aldığı tedbirle bertaraf etti. Hizmet aldıkları firma sayısını 3'e çıkardıklarını belirten Evidea Tedarik Zinciri Direktörü **Fahri Çırak**, önümüzdeki süreçte işlerine daha fazla butik firmayı dahil etmeyi planladıklarını söyledi.

Mutfak, ev tekstili, ev dekorasyonu, tamamlayıcı mobilya, aydınlatma, banyo, elektrikli ev aletleri, ev yaşam kategorilerinde 2011'den bu yana hizmet veren Evidea, e-ticaret kimliğine ek olarak perakende mağaza zinciri yapısıyla müşterileriyle buluşmaya hazırlanıyor. 2019 yılında gerçekleşen yeni ortaklık yapısı sonrasında altyapısal çalışmalarını tamamlayan Evidea, 5 yıl içinde 110 mağaza açmayı hedefliyor. Marka, çoğunluğu alışveriş merkezlerinde yer alacak ortalama 1600 metrekare büyüklüğündeki mağazalarında, tüketicilerin dekoratif fikirler bulup ilham alabileceği bir ev alışveriş deneyimi yaşatmayı hedefliyor. Evidea Tedarik Zinciri Direktörü Fahri Çırak, içinden geçilen bu zor sürece rağmen marka olarak geleceğe yönelik belirledikleri büyüme

hedeflerinde bir değişiklik olmadığını, yaptıkları planlama doğrultusunda hareket edeceklerini söyledi. Bu dönemde e-ticaret kanalında artan talebe cevap verebilmek için hızlı aksiyon aldıklarını belirten Çırak, lojistik ayağında aldıkları tedbirlerle önemli kazanımlar elde ettiklerini vurguladı.

SİPARİŞLER HIZLI BİR ŞEKİLDE KARGOYA VERİLİYOR

Koronavirüs salgınından nasıl etkilendiniz? Bu sürece yönelik aldığınız özel tedbirler neler?

Koronavirüs salgını tüm perakende mağazası olan firmaları nasıl etkilediyse aynı oranda biz de etkilendik. Bu süreçte kendimizi e-ticaret tarafına kanallandırmak buradaki hızlı artan taleplere cevap verebilmek için aksiyonlar aldık. Mart döneminde pandemi yaşanmaya



başladığında kargo dağıtımlarında sıkıntılar yaşanacağını ön görerek çalıştığımız kargo firma sayısını artırdık. Mevcutta çalıştığımız firmaya ek olarak operasyonumuza 2 yeni firma daha dahil ettik. Aldığımız bu tedbirler ile kargoda yaşanan darboğazı çözmeyi hedefledik. Aldığımız bu aksiyonlar sayesinde e-ticaret işleyişimizi hiç durdurmadık, web siparişlerimizi hızlı bir şekilde kargoya teslim ederek adeta mağazalarımızı müşterilerimizin ayağına götürdük.

Hangi şirketlerle çalışıyorsunuz?

Şu anda Asil Kargo, Horoz Lojistik ve UPS Kargo ile ürünlerimizi müşterilerimize ulaştırmaktayız. Pandemi öncesinde sadece UPS Kargo ile çalışırken, tamamlayıcı mobilya taşımacılığında daha uzman olan Horoz Lojistik firmasını işbirliğine gittik ve tamamlayıcı mobilya ile normal kargo gönderimizi ayırdık. Böylelikle hem UPS Kargo'nun iş yükünü rahatlatmış hem de müşteri memnuniyetimizi artırdık. Ayrıca Horoz Lojistik ile birlikte butik bir firma olan Asil Kargo'nun da hızlı bir şekilde entegrasyonunu tamamlayarak İstanbul, Ankara, Bursa, Kocaeli gibi illere göndereceğimiz siparişlerimizi bu firmaya kaydırarak teslimat hızımızı daha da artırdık.



"Yoğun dönemlerde lojistik ve dağıtım şirketlerinin kapasitesi zorlanmakta, vermiş oldukları hizmetlerle ilgili sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bundan dolayı aktarma merkezlerine yatırım yapılarak acente şube sayısı artırılmalı ve personel desteği sağlanmalıdır. Diğer yandan özellikle butik çözüm sunan yeni firmaların artık sektör içerisinde hızlı bir şekilde sahaya çıkması gerekiyor."



KARGOCULAR E-TİCARETİN HIZINA YETİŞEMİYOR

Lojistik süreçlerde ne tür sorunlarla karşılaşıyorsunuz? Sektörden neler bekliyorsunuz?

Yoğun dönemlerde lojistik ve dağıtım şirketlerinin kapasitesi zorlanmakta ve vermiş olduğu hizmetlerle ilgili sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu dönemlerde hem hizmet kalitesi azalmakta hem de kapasite yönetimi için kota koymaktalar. Burada kesinlikle hem lojistik tarafında (hacimli ürünlerin taşınmasında) hem de kargo tarafında yeni oyuncuların devreye girmesi gerekiyor. Şu anda özellikle e-ticaret sektörünün büyüme hızına kargo firmaları yetişememektedir.

Her ne kadar aktarma merkezlerindeki sistemleri otomasyon ile desteklediklerini ve geliştirdiklerini belirtse de son nokta olan şube ve acenteler iş yüküne yeteri kadar cevap veremiyor. Buraya yatırım yapılarak acente şube sayısı artırılmalı ve personel desteği sağlanmalıdır.

Son zamanlarda çoğu kargo firması, hizmetleri daha da iyileştirmek adına fiyatlarına artış gerçekleştirmiş ama bu artış ile birlikte son dağıtım noktalarında herhangi geliştirme sağlayamamıştır.

Bundan dolayı yeni firmaların artık sektör içerisinde hızlı bir şekilde sahaya çıkması gerekiyor. Ayrıca bu durum butik hizmet veren kargo firmaları için bir fırsattır. Bu firmalar hizmet kalitesinden ödün vermeden teslimatları zamanında gerçekleştirebilir ve gelen talebi karşılayabilirlerse bu gibi firmalar yeni oyuncular neden olmasın?

E-ticaret ve e-lojistiğin kesişme noktaları neler?

Bu ikili, müşteri memnuniyetinin en üst seviyeye getirilmesi için birbirine

her zaman muhtaçtır. Süreç müşterinin e-ticaret firmasından alışveriş yapması ile başlar ve e-lojistik firmasının müşteriye teslimatı ile birlikte sonuçlanır. Burada özellikle bu ikili içinde kesişen kritik noktalar şunlardır:

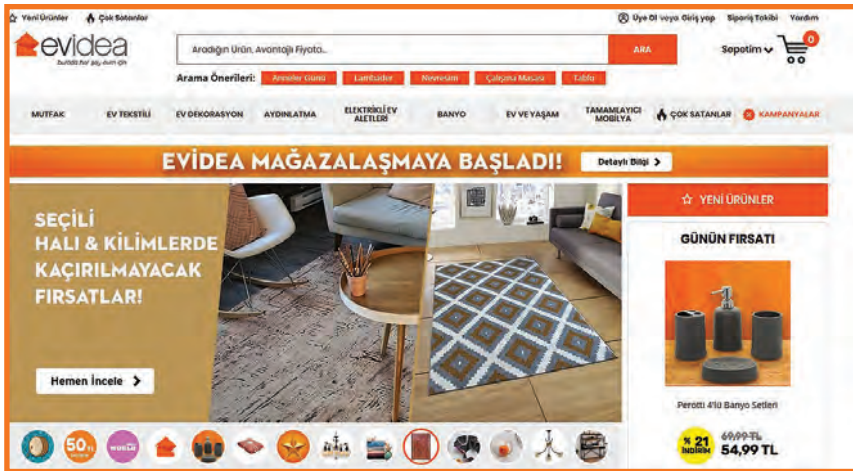
- » Hız
- » Doğruluk
- » Kalite
- » Güvenirlilik

Müşteriler alışverişini gerçekleştirdikten sonra eğer teslimatını hızlı, doğru ve kaliteli bir şekilde gerçekleştiremezseniz alışveriş yapan müşterinizi memnun etmemiş olursunuz. Mutsuz deneyim yaşayan müşteri sonraki alışverişlerinde artık sizi tercih etmeyebilir. Evidia olarak bu durumun farkındayız ve müşterilerimizin memnuniyet için sürekli kendimizi geliştiriyoruz.

BUTİK ÇÖZÜMLERE YOĞUNLAŞACAK

Teslimat süreçlerinizi iyileştirmek adına gündeminizde neler var?

Evidia olarak müşteri memnuniyeti bizler için çok önemli. Gelen her bir siparişi tüm birimlerimiz özenle takip ediyor ve müşterilerimizin yapmış olduğu alışverişten memnun bir şekilde ayrılmasını çok önemsiyoruz. Bundan dolayı müşteri teslimatlarını hızlandırmak adına işimize daha fazla butik firmalar dahil etmeyi planlıyoruz. Bunun için ilk adımımızı attık. Bunu diğer illerde de uygulamayı planlıyoruz.



E-TİCARET HACMI 83 milyar TL'ye ULAŞTI

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü raporuna göre, e-ticaret sektörü 2019 yılında, Türk lirası bazında %39 büyümeye ile 83,1 milyar TL’lik hacme ulaştı. Sektör dolar bazında %18 büyürken, 2015-2019 yılları arasında sektörün ortalama yıllık büyümeye hızı %35 oldu.



T Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD) tarafından Deloitte Türkiye’nin proje ortaklığı ve SimilarWeb ile Inveon’un işbirliğiyle hazırlanan, Türkiye E-Ticaret 2019 Pazar Büyüklüğü Raporu online ortamda düzenlenen bir basın toplantısı ile açıklandı. Rapora göre, Türkiye’de e-ticaret sektörü 2019 yılında büyümesini sürdürerek %39 oranında artışla 83,1 milyar TL’lik hacme ulaştı.

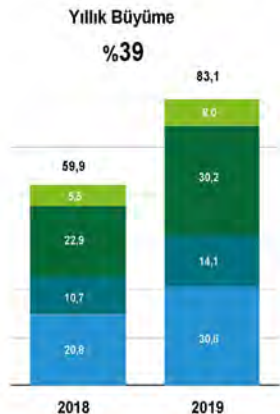
“BÜYÜME DEVAM EDECEK”

Dijital ekonomiye dönüşüm sürecinde koronavirüs salgını ile

birlikte bir hız kazandığını belirten TÜBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı Kübra Erman Karaca, “Tüm dünya bu önemli krizi yönetirken, siyasal, sosyal ve ekonomik faaliyetlerinin sürdürülebilirliği için ilk adres olarak teknolojik araçlara başvurdu. Ülkemizde e-ticaret, 2018’de olduğu gibi 2019 yılında da büyümesini sürdürdü. Tüm dünyada ticaret savaşlarının ve küresel siyasal konjonktürde nice belirsizlik doğuran gelişmelerin yaşandığı 2019 yılında yüzde 39’luk bir büyümeye ile 83,1 milyar TL’lik bir hacim büyüklüğüne

ulaşılmasını olumlu bir gelişim olarak değerlendirebiliriz. Mobil telefonların kullanımının artması ve gerek mobil internet gerekse mobil uygulamaların e-ticaret içinde payının artmasıyla birlikte 2020 yılı için daha iyi büyümeye rakamları açıklamayı ümit ediyoruz” ifadelerini kullandı.

Türkiye’de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)



2018 - 2019 Yıllık Büyüme



TÜBİSAD

38,2

Perakende Dışı

44,9

Perakende

Deloitte

“E-TİCARET ARTIK ALTERNATİF BİR KANAL DEĞİL”

Deloitte Türkiye Ortağı Hakan Göl ise “E-ticaret sektörü kuvvetli bir büyümeye ile perakende sektörü içinde yüzde 6,2’lik bir paya ulaştı, fakat bu oranın ülkemizin potansiyeline göre düşük olduğunu düşünüyoruz. Koronavirüs salgını da gösterdi ki e-ticaret artık alternatif bir kanal değil. Sektör büyüklüğü 80 milyar lirayı aştı ve büyümenin güçlenerek devam etmesini bekliyoruz. Önümüzdeki yıllarda dijital dönüşüme ve e-ticarete odaklanmış firmaların sadece ülkemizde değil küresel pazarlarda da öne çıkacağına inanıyoruz” şeklinde konuştu.

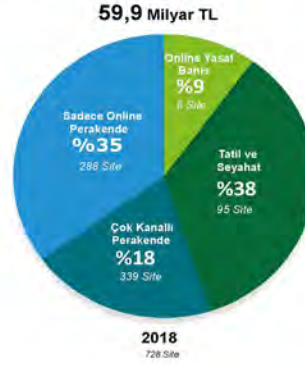
TÜBİSAD e-Ticaret Komisyonu Başkanı Burak Ertaş ise raporda öne çıkan bulguları paylaştı. Rapora göre 83,1 milyar TL büyüklüğüne ulaşan e-ticaret pazarında online perakende yüzde 43'lük büyüme ile 44,9 milyar TL, online tatil ve seyahat yüzde 32 büyüme ile 30,2 milyar TL büyüklüğüne ulaştı. Online perakende kategorisinde sadece online perakende (30,8 milyar TL) yüzde 48 ile en fazla büyüme gösteren alan oldu. Burada yüzde 50'lik büyüme ile pazaryerlerinin etkisi büyük oldu. Pazaryerlerinin hacmi 29,3 milyar TL ye ulaştı. Çok kanallı online perakende kategorisinde en yüksek büyüme oranı yüzde 40 ile giyim ve ayakkabıda görüldü, pazar büyüklüğü böylece 3,5 milyar TL'ye ulaştı. Yüzde 33'lük büyümelerle ev ve dekorasyon (1,7 milyar TL,) ve eğlence ve kültür (0,7 milyar TL) giyim ve ayakkabıyı takip etti. Elektronik ise yüzde 18'lik büyüme ile 4,0 milyar TL oldu. Online tatil ve seyahat kategorisinde ise sadece online tatil & seyahat (4,3 milyar TL) yüzde 47 ile çok kanallı tatil & seyahatten (25,9 milyar TL) daha hızlı büyüdü (yüzde 30).

2015 ile 2019 yılları arasında en yüksek oranda yıllık büyüme gösteren e-ticaret kategorilerinde ilk sırayı yüzde 38 ile sadece online perakende alırken, söz konusu beş yıllık dönemde tatil ve seyahat yıllık yüzde 36, online yasal bahis yıllık yüzde 33, çok kanallı perakende yüzde 31 oranında büyüdü.

Mobil telefonların internette kullanımının artması ile beraber e-ticarete de yıllar içerisinde mobil ticaretin payı görünür şekilde arttı. Rapora bu yıl, mobil internet ve mobil uygulamalar üzerinden yapılan e-ticaret verileri de eklendi. E-ticaret ciroları içerisinde mobil payı yaklaşık yüzde 60'a kadar çıktı. Kullanıcıların mobil deneyimlerinin artması ve firmaların bu alanlara yatırımlarının devam etmesiyle yüzde 60'lık ciro payının her sene yüzde 5 ila 10 bandında artması bekleniyor.

Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü (milyar TL)

Kategori payları ve site sayıları



59,9 Milyar TL

2018

728 Site

83,1 Milyar TL



Deloitte.

Türkiye'de E-Ticaret Pazar Büyüklüğü - Kategoriler (milyar TL)



Türkiye'de E-Ticaret Pazarı Mobil Ciro Payı* - Kategoriler (milyar TL)



SEKTÖR 5 YILDA YÜZDE 38 BÜYÜDÜ

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de e-ticaret, ölçek rekabetinin olduğu bir sektördür, bu nedenle büyümenin büyük bir kısmı lider şirketlerden geliyor. Çalışma kapsamındaki ilk 10 şirketin payı yıllar içerisinde yüzde 40'lar seviyesinden artarak yüzde 55'e çıktı. Sektör beş yılda yüzde 38 büyüdü. Yabancı oyuncuların pazara girmesi ve yerli oyuncuların yatırımları ile artan bu trendin gelecek yıllarda da devam etmesini öngörülüyor.

Çalışmanın başladığı ilk yıllarda özel alışveriş ve çok kategorili gibi iş modellerine sahip firmaların birçoğu yıllar içerisinde pazaryerlerine dönüştüler. Artık iş modellerinin farklılaştığı, silolar halinde rekabetin olduğu bir pazar yapısından birçok oyuncunun benzer iş modelleri ile aynı müşteriye daha fazlasını sunmaya çalıştığı bir rekabet ortamına girildi. İş modellerinin bu yakınsamasını rapora yansıtmak adına farklı kategoriler "Pazaryerleri" adı altında birleştirildi.



Covid-19 lojistikte

Koronavirüs salgını, lojistik sektöründe dijitalleşmenin bir seçenek değil, zorunluluk olduğunu ortaya koydu. Lojistik sektörü temsilcileri, daralan sektörde dijitalleşme altyapısını tamamlamış şirketlerin öne geçtiğine dikkat çekerken, teknoloji yatırımlarının hızlanacağını vurguladı.

DİJİTALLEŞMEYİ HIZLANDIRACAK



Avrupa'da taşımacılık ve nakliye hizmetleri sunan DFDS'nin Akdeniz İş Birimi, koronavirüs (COVID-19) salgınının önemli ölçüde etkilediği lojistik sektörünün temsilcilerini düzenlediği panellerle dijital DFDS Akademi Platformu üzerinden bir araya getirdi. İlk panelde Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Yönetim Kurulu üyesi Berna Akyıldız, Ekol Lojistik Ülke Genel Müdürü Arzu Akyol Ekiz ve Tur Transit Lojistik İcra Kurulu Başkanı Şebnem Atabek Zeybek, lojistik sektöründe "yeni normal" tanımını tartıştı.

OTOMOTİV VE TEKSTİL HAREKETLENECEK

DFDS Akdeniz İş Birimi Kurumsal İletişim Müdürü Özlem Dalga'nın moderatörlüğünde gerçekleşen toplantıda konuşmacılar salgın

sürecinin lojistik sektörünü nasıl etkilediğini, öngördükleri fırsatları ve sektördeki değişim üzerine önemli değerlendirmelerde bulundu. Panelde bu süreci en iyi atlatanların dijital dönüşüm süreçlerini önceden tamamlayan şirketler olduğuna vurgu yapıldı. Konuşmacılar ayrıca, otomotiv ve tekstilde hareketlenme beklediklerini, yerel ticaretin ve intermodal tedarik zincirinin önem kazanacağını belirtti.

TÜRKİYE AFRIKA'DA YENİ FIRSATLAR YAKALAYACAK

Değerlendirmelerde teknolojiye yatırımın artacağı, Türkiye'nin genç nüfusunun dijital dönüşümle daha aktif hale geleceği ve kilit noktadaki jeopolitik değeriyle yeni fırsatlar yakalayacağı da konuşuldu. Bu süreçte Çin'in hedef pazarlarına yeniden hitap edebilmesinin zaman alacağını ve proaktif davranan, üreten bir ülke olarak Türkiye'nin



özellikle Afrika pazarında yeni fırsatlar yakalayacağını altı çizildi.

“BERABER ÇALIŞMA YÖNTEMLERİNE HIZ VERDİK”

UTİKAD Yönetim Kurulu üyesi Berna Akyıldız, bu süreçte teknolojik altyapının önemini daha net gördüklerine dikkat çekerek, “Sektörde daralma olduğu halde dijitalleşme altyapısını tamamlamış şirketler öne geçti. Elbette verimlilik düşüşü oldu ancak beraber çalışma yöntemlerine hız verdik. Gerekli tedbir ve önlemleri de aralar kesintisiz hizmet yolları bulduk” dedi.

“SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, TEDARİK ZİNCİRİ İÇİN DE ELE ALINMALI”

Ekol Lojistik Ülke Genel Müdürü Arzu Akyol Ekiz, tedarik zincirine dair değerlendirmelerde bulunarak, “Salgınla birlikte tedarik zincirinin kolayca kırılabilirdiğini gördük. Şirketler şimdiye kadar sadece iklim değişikliği ve çevre konuları ile özleştirdikleri sürdürülebilirlik kavramının tedarik zincirlerinin sürekliliği için de ele alınması gerektiğini fark ettiler. Dijital çözümleri hızlandırmak sektördeki herkes için önem kazandı” diye konuştu.

KÜRESEL REKABET DEĞİL VERİMLİLİK ÖN PLANDA OLACAK

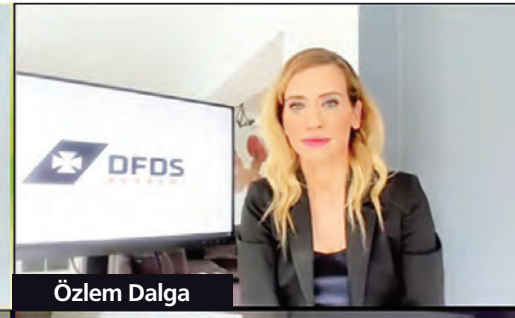
Değerlendirmesinde satın alma alışkanlıklarının, üretim ve tüketim eğilimlerinin değişmeye başladığına değinen Tur Transit Lojistik İcra Kurulu Başkanı Şebnem Atabek Zeybek, “Bu süreçle birlikte küresel rekabetin şekil değiştireceğini, rekabetin geri plana atılacağını düşünüyorum. Tedarik zinciri için verimliliğin nasıl artırılacağına dair yeni ortak çözümler bulunacak. Teknoloji yatırımları artarak sürdürülebilirlik projelerine hız verilecek” dedi.

ÇEVRECİ TEKNOLOJİLERE YATIRIM ARTACAK

Dijital DFDS Akademi Platformu üzerinden yapılan ikinci panelde DFDS Akdeniz İş Birimi Kurumsal İletişim Müdürü Özlem Dalga'nın moderatörlüğünde, Uluslararası Nakliyeciler Derneği Strateji ve İş Geliştirme Başkanı Fatih Şener, Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkan



Fatih Şener



Özlem Dalga



Kemal Yazıcı



Gökşin Günhan

Yardımcı Kemal Yazıcı ve Mars Logistics Yönetim Kurulu Üyesi Gökşin Günhan COVID-19 döneminde ticaretin sürekliliği için yapılanları ve yeni fırsatları değerlendirdi.

Konuşmacılar ticaretin sürekliliği için teknolojik altyapıya ve çevreci yeni teknolojilere öncelik verilmesi gerektiğini belirtti. Değerlendirmelerde çevreci yeni teknolojilere yatırımın artacağı, tedarik zinciri ilişkilerinin yeniden gözden geçirileceği vurgulandı. Bu süreçte Çin'in hedef pazarlarda yaşayacağı olası kayıplarla, Türkiye'nin bir üretim üssüne dönüşme olasılığının ticareti olumlu etkileyeceği öngörüldü. Konuşmacılar yaşanan hassas süreçte minimum insan temasıyla intermodal tedarik zincirinin ticaretin devamına büyük ölçüde yardımcı olduğunu belirtti.

“TAŞIYARAK PARA KAZANABİLİRİZ”

UND Strateji ve İş Geliştirme Başkanı Fatih Şener, panelde şunlara dikkat çekti: “Türkiye’de 50 milyar dolarlık hizmet ihracatı var ve hizmetlerimizde ilk sırada lojistik yer alıyor. Sade bir dille ifade edersek ülke olarak taşıyarak para kazanabiliriz. Koronavirüs süreci sonrasında normalleşmeye geçişte araçların özellikle çevreye duyarlılığa göre denetleneceğini düşünüyorum. Bu noktada çevreci yatırımlar yaparsak tedarik zincirinde Türkiye için yeni fırsatlar doğacaktır.”

İNTERMODAL ÖNEM KAZANACAK

Değerlendirmesinde şirket olarak koronavirüs süreci öncesinde uzun

soluklu bir risk envanteri çalışması yaptıklarını belirten Mars Logistics Yönetim Kurulu Üyesi Gökşin Günhan, 2019 yılında da evden çalışma altyapılarını geliştirerek bu sürece avantajlı girdiklerini söyledi. Günhan şunları aktardı: “Bu süreçte kriz planlamalarının ve teknolojik altyapıların önemini gördük. Yaşadığımız bu hassas sürece rağmen normalleşmeye geçişte ihracat yaktı fiyatlarındaki düşüşten ve kurlardaki dengelerden olumlu etkileneceğiz. Kimya ve sağlık sektörlerinde de iş hacmi büyümesi bekleniyor. Bu süreçte ayrıca minimum insan temasıyla intermodal operasyonların dış ticaretin sürekliliğine ne kadar yardımcı olduğunu gördük. İnsan temassız intermodal tedarik zincirinin önemi önümüzdeki dönemde giderek artacak.”

EYLÜL'DE NORMALE DÖNÜLECEK

TAYSAD Yönetim Kurulu Başkan Yardımcı Kemal Yazıcı da “Sürecin sektöre önemli etkileri oldu. Ancak 11 Mayıs'tan sonra kapasitemizin yüzde 65'ini kullanmaya başlayacağız, Eylül ayında yüzde 85'ini kullanacağız. Mayıs geri dönüş Eylül normale dönüş olacak. Bu süreçle birlikte global ticarette çevreci yeni teknolojilere yatırımın şirketlerin pazar payını artırmada yardımcı olacağını düşünüyorum. Tedarik zincirinde ve global ticarette verimliliği artırmak için teknoloji açısından daha çok hazırlık gerekiyor. Önümüzdeki dönemde yeni teknolojilerde çevre öne çıkacak” dedi.



ROBERT T. ATEŞ

E-mail: Robert_ates@outlook.com
Instagram: Robert_ates

Lojistik STRATEJİ

COVID-19 VE SONRASI

Geride kalan ay içerisinde değerli UTA Dergisi Genel Müdürümüz Cem Kaçmaz Bey yönetiminde, değerli duayen meslektaşlarım Seyhan Gülhan Bey, Fatih Kemal Barış Bey ve benim de içinde bulunduğum ikinci jenerasyon profesyonelleri yetiştiren hocaların hocası Prof. Dr. Hakan Çınar Bey hocamızın renk kattığı “COVID-19 ve Tedarik Zincirimize Etkileri” konusunda çok önemli bir Zoom konferansı gerçekleştirdik. Lojistik ve ekonomi tarihine kaydının düşülmesi gereken bu önemli konferans yaşadığımız epideminin tedarik zinciri ve lojistik operasyonlarımıza şimdiki ve gelecekteki etkilerine ilişkin önemli tespitlerimizi bulabileceğiniz bu programa UTA Dergisi YouTube kanalımızdan tekrar ulaşmanız mümkündür. Bu online konferansımızda, kehanet değil, fakat oyun teorisi ilkeleri kapsamında (tabi ki bir miktar tecrübe ile), tüm değerli katılımcılar ile e-ticaret ve lojistiğin önemine vurgu yaptık.

Her şey, 2019’un Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti Hubei Eyaleti’nin Wuhan kentinde ilk konulan atipik pnömoni (zatürre) hastalığı teşhisi ile başladı. Kısa sürede bu durumun yeni bir virüsten kaynaklanan ve tüm dünyayı saran devasa bir salgın olduğu ortaya çıktı. Dolayısıyla gözle görünmez bir düşman ile karşı karşıya kaldık. Aynı günlerde hastalığın kaynağının Wuhan’da bulunan deniz ürünleri pazarından kaynaklandığı da Epidemiyolojistler tarafından ortaya çıkarıldı. (Bu tür hayvanlardan mutasyon geçiren virüslerin çıkış noktasının benzer pazarlar olması tesadüf değil).

Wuhan Deniz Ürünleri pazarı gibi pazarlarda geleneksel Çin mutfağında kullanılan yılanlar, iri fare ve yarasalar, vahşi kediler gibi bizim mutfağımızda kullanılmayan farklı hayvanlar yanında domuz, tavuk gibi çiftlik hayvanları yan yana satılıyor.

İmmün sistemimiz bir virüsü daha önceden tanıyor, yani hastalığı geçirmişsek veya aşılı

olduğumuz için o virüs proteinlerine ya da bilimsel adı ile antijenlerine karşı antikorlarımız varsa, bunlar o proteinin üzerini kaplıyor ve virüs hücreye giremediği için de hastalık olmuyor. Aşılama bu nedenle önemli.

Şu anda COVID-19 için geliştirilmiş bir özel tedavimiz henüz yok. Destekleyici tedavi uygulanıyor, oksijen verilmesi, hidrasyonun sağlanması, ateşin takibi, hastanın yeterli beslenmesi ve immün sisteminin desteklenmesi, uygulanan yöntemlerden bazıları.

Tüm bu gelişmelerin ışığında değerli katılımcılarla ve dinleyicilerle tartıştığımız konu tedarik zincirimizin ve lojistik operasyonlarımızın bugünlerde maruz kaldığı ve gelecekte maruz kalacağı yeni süreçler oldu. Öyle görünüyor ki, günlük yaşamımızda birçok değişiklik olacak ve çalışma hayatımızın pek çok kısmında yeni önlemler ve yapılanmalar içine girmek zorundayız. Ayrıca tüm bu süreçlere dış ticaret altyapımızı ve üretim kanallarımızı, metotlarımızı entegre etmek zorundayız. Tüm bunlarla ilgili ne kadar çabuk hareket planlarımız olursa bu pandemiden sonra bizi bekleyen zorlu koşullarda o kadar rahat edeceğiz. Bu önemli konferansta bizleri bir araya getirerek kendi aksiyon planlarınızı yaratmanız için sizlere önemli bir kaynak sunan UTA Dergisi ekibine teşekkür ederiz.

Bu zor dönemde teşekkür etmemiz gereken sağlık sektörünün değerli çalışanlarını da unutmayalım. Kendi sağlığını ortaya koyarak verdiğiniz mücadele için hepimize çok teşekkürler! Ayrıca bu zorlu süreçte sağlık çalışanlarının ihtiyaç duyduğu ekipmanlara ulaşmasını ve herhangi bir aksaklık yaşatmadan halkın gıda ve market ihtiyaçlarını eksiksiz elde etmesini sağlayan yürekli ve cefakar lojistik emekçilerine de teşekkürü borç biliriz. Teşekkürler!



SEYHAN GÜLHAN

Lojistik&Tedarik
Zinciri Profesyoneli

Lojistik Gündem

E-TİCARETİN COVID-19 İLE SINAVI

Iş ve özel hayatımızda pandemi etkisiyle radikal değişimler yaşıyoruz. İş yapış şeklimiz, iletişimimiz, sosyallığımız, alışkanlıklarımız bu süreçte değişti. Bu değişimi benimsemekle yeni normal diye değerlendirip etkisini azaltma eğilimimiz her geçen gün artmaktadır. Pandeminin ekonomiyeye etkisi kaçınılmaz olarak lojistik operasyonlara da yansımaktadır. Etkinin yansıması sektörel bazda ele alındığında pozitif ve negatif olduğu endekslerde görülmektedir. Temel bazda ele alındığında gıda ve sağlık sektörlerinde (kişisel sağlık ürünleri, dezenfektanlar vb.) ciddi taleplerin olduğu görülmüştür. Bu taleplerin karşılanmasının arkasında yatan güç ise lojistik operasyonlarıdır.

Sağlık hassasiyeti nedeniyle özellikle büyük şehirlerde insanlar market, AVM vb. yerine e-ticaret üzerinden alışverişe yönelmektedir. ABD’de mart ayında 100 bin kişi, Türkiye’de büyük bir e-ticaret firmasının nisan ayında 5.000 kişilik personel ihtiyacı olduğunu takip ediyoruz.

E-ticaret firmaları, her ne kadar efsane cuma (black friday) deneyimi ile yüksek taleplere cevap verme konusunda deneyim kazanmış olsalar dahi bu yeni durumun farklılıkları mevcuttur. En temel farklılık yüksek talebin bir gün veya belli süreli kısa bir kampanyayı kapsamayıp süreklilik göstermesidir. Kuskusuz bu süreçte lojistik operasyonlarının en zorlu kategorilerinin başında e-ticaret operasyonları gelmektedir. Zorluluk nedenleri sırasıyla, sipariş sayısının

yüksek olması, SKU çeşitliliğinin fazlalığı, kısa sürede hazırlanma ihtiyacı, paketleme ve evraksal süreçlerden oluşmaktadır.

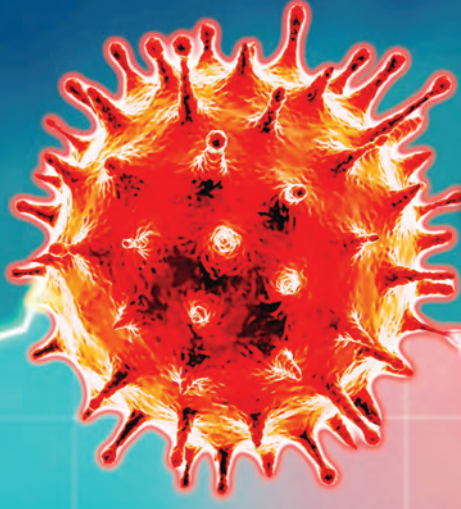
Ani ve beklenmedik şekilde yüksek, süreklilik gösteren siparişlerin karşılanması ihtiyacını, klasik metotlar ve personel fazlaştırmakla çözme girişimi, operasyonda zorluklar oluşturmaktadır.

E-ticaret firmalarının test edildiği bu süreçte operasyonların kavramsal tasarım ile yeniden ele alınıp tekrar yorumlama ihtiyacını görmekteyiz. Zorlukların kendi içinde çözümler barındırması nedeniyle e-ticaret operasyonlarında yapılan geliştirmelerin bir kısmının perakende (mağazacılık) ve diğer sektörlerde de öncülük edeceği muhakkaktır.

Lojistik ve tedarik zinciri profesyonelleri e-ticaret operasyonlarını yakından gözlemleyerek hız ve verimliliğe yönelik yeni uygulamalarla ilgili bilgi sahibi olabilirler. Hedeflenen daima daha hızlı ve verimli operasyonel yapı oluşturmaktır. Zorlu süreçte görev yapan meslektaşlarımızı ve tüm çalışanlara gösterdikleri özveriden dolayı teşekkür ediyorum.



COVID-19 krizi tedarik zincirinde



ROTALARI ve ÖNCELİKLERİ değiştirecek



İbrahim Kahveci

Türkiye ekonomisinin mevcut görünümü hakkında neler söylemek istersiniz?

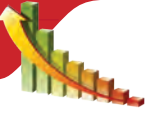
Türkiye ekonomisi, çok iyi imkanlar sahip, ancak mevcut durum da bir o kadar kötü noktada. Türkiye, bölgesinde üretim gücü olarak, ekonomik değişimlere hızlı adapte olma kabiliyetiyle oldukça yüksek bir potansiyele sahip bir ülke. Avrupa'da

COVID-19 krizinin tedarik zinciri süreçlerinde kopuşlara neden olduğunu, yeni normalde zincirin maliyet değil, güvenlik üzerine kurulacağını belirten Ekonomist İbrahim Kahveci, Avrupa'nın tedarik zincirini Çin yerine güvenli limanlara kaydırmasının ise Türkiye için birçok alanda fırsat yaratacağına dikkat çekti. Ancak Kahveci, bu fırsatların yönetim sorunu çözülmeden değerlendirilemeyeceğini düşünüyor.

çok önemli işlerde Türkler önemli görevlerde bulunuyor. Özellikle bir önceki kuşak yüksek çalışma kabiliyeti olan, haftada 50 saatin üzerinde çalışmaya alışmış bir kuşak. Türkiye ekonomisinin bugünkü durumu belirttiğimiz bu potansiyeli karşısında oldukça düşük durumda. Burada ciddi bir yönetim sorunu olduğunu görüyoruz. Yönetim sorunundan kaynaklı ciddi ekonomik sıkıntılar yaşıyor. Yoksa Türkiye'nin kendi halindeki potansiyelini dahi bırakmaz, bugünkü seviyenin oldukça üzerinde olur.

Küresel bir salgın haline gelen koronavirüs dünya ekonomisini nasıl etkiledi?

COVID-19 pandemisi dünyada tahmin edilemeyen bir etki ortaya çıkardı. Salgın Aralık ayında Çin'de ortaya çıktı, Ocak ayında hatta Şubat ayında Türkiye dahil birçok ülke bu durumdan haberdar olmasına rağmen Çinli turist ziyaretlerine izin verdi. Örneğin Şubat ayında Türkiye'ye 5 binin üzerinde Çinli turist geldi. Salgın bu şekilde yayıldı. Amerika ve Avrupa başta olmak üzere, dünya pandeminin ciddiyetini kavramakta çok yetersiz ve geç kaldı. Hatta İngiltere pandemiyle mücadelede toplu bağışıklık sistemi gibi bir teori ortaya attı. İtalya ve İspanya'dan daha geç sirayet etmesine rağmen bu teori nedeniyle İngiltere daha ağır bir kriz yaşadı.



Dünya ekonomisi mevcut durumu kaldırılabilecek sağlamlıkta değil. Küresel gayrisafi yurt içi hasıla 80 milyar dolar iken 250 trilyon dolar borç var. Bu borcun bir de alacaklısı var. Bu da gelir dağılımı bozukluğunu ortaya çıkarıyor. Bu çerçevede baktığımız zaman pandemi geçse bile ekonomik sıkıntı gelip geçici değil. Yüksek borçluluk, verimsizlik ekonomide yeni sıkıntılar ortaya çıkaracak. Özellikle yüksek borçluluktan kaynaklı olarak birçok firma batma noktasında. Firmaları bırakalım belki de ülkeler batma noktasına gelecek. Kur hareketlerine baktığımızda son bir ayda özellikle gelişmekte olan ülkelerin paraları değer kaybediyor. Bunlardan bir tanesi de zaten pandemi öncesinde de krizde olan ve büyük bir değer kaybı yaşayan Türk Lirası.

EKONOMİ YARI YARIYA DURDU

Pandeminin Türkiye ekonomisine etkileri neler oldu? Rakamlara nasıl yansıyor?

Bu süreçte de Türk Lirası değer kaybı yaşamaya devam ediyor. Ortada çözülmemiş temel sıkıntılar var. 20-25 yıldır borçla büyüme modelinin getirmiş olduğu tıkanıklık var. 2001 krizinde Türkiye'de gecelik faizler yüzde 3000-4000'lere çıkmıştı. O dönemde Türkiye ekonomisinin etkilenme oranıyla bugün faizlerin yüzde 35'lere çıkmasındaki etkilenme oranı neredeyse eşit. Bunun nedeni borçluluk oranı hızla artarken, varlık oranının bu kadar hızla artmaması. 2001 krizinde milli gelirin sadece %10 olan kredi kullanma oranı bugün ise yüzde 70'lere çıkmış durumda. Bu nedenle faizlerdeki en ufak artış veya ekonomideki en küçük durgunluk firmaları ya da toplumu ciddi anlamda etkiliyor ve iflasa sürükliyor. Pandemi bitse bile ekonomik kriz riski ve iflas riski devam edecek.

Pandeminin ekonomik rakamlara nasıl yansayacağını görmek için biraz daha beklemek gerekiyor. Ancak şunu söyleyebiliriz; ekonomi yarı yarıya durdu, ihracat %40 daraldı. Diğer yandan bu süreçte tedarik zinciri süreçleri koptu. Örneğin araba üretiyorsunuz, bunun bir parçası Türkiye'de bir parçası Avrupa'da bir parçası Çin'de. Avrupa açıkken Çin kapalı olduğu için, Çin açıldığında Avrupa kapandığı için tedarik zinciri süreçleri ciddi yara aldı. Yeni dönemde tedarik zinciri süreçlerinin

yeniden kurulması gerekecek. Maliyet eksenli kurulan tedarik zincirleri güvenlik eksenine kurulmaya başlanacak.

Bazı ekonomi uzmanlarının da açıkladığı gibi, Covid-19 krizi Türkiye için ciddi fırsatlar yaratabilir. Orta vadede Avrupa'nın tedarik zincirini Çin ve Uzakdoğu üzerinden daha yakın çevreye kaydırma eğilimi oluşabilir. Tedarik zincirinin güvenli limanlara kaydırılması gibi bir durumda Türkiye'ye yurtdışından ekstra talepler gelebilir. Yaz aylarında ertelen tüketimin de etkisiyle ekstra ihracat artışları yaşanabilir. Ancak Türkiye "Biz Bize Yeteriz" diyerek içe kapanma modeline geçmiş durumda. Maalesef bu yönetim sorunu aşılmazsa oluşacak fırsatların değerlendiremeyeceğini düşünüyorum.

Kısa sürede borsa, faiz, döviz nasıl seyrizleyecek?

Türkiye'de serbest piyasa değerleri oluşmuş değil. Kamu müdahalesi var. Borsada varlık fonu üzerinden işlem yapılıyor kimse bilmiyor, bir sürü söylenti var. Faiz zaten Bankacılık Düzenleme Denetleme Kurumu ve özel bankalar üzerinden telkin piyasasıyla belirleniyor. Dövizde ise Merkez Bankası ve kamu bankaları eliyle bir müdahale süreci yaşandı ve kamuoyuna ciddi şekilde yansıdı. Şeffaf ve serbest olmayan bir yapı var. Döviz 7 TL'nin altında tutulmaya çalışılıyor ancak başaramayınca birden artıyor. Bu kapsamda ekstra siyasi riskler olmazsa doların 7,5 TL'nin üzerine çıkacağını düşünüyorum.

ANKARA ZAYIFLAMAZSA EKONOMİ ŞİŞMANLAYAMAZ Güçlü bir ekonomi için hangi alanlarda adımların atılması gerekiyor?

Ankara zayıflamazsa Türkiye ekonomisi şişmanlayamaz. Ankara çok para topluyor ve bu parayı israf ediyor. Maliye politikası küresteki kazlar teorisine göre olduğu için parayı verimsiz alandan, rant alanından toplaması gerekirken verimli alanda topluyor. Topladığı parayı da verimsiz kullanıyor. Dolayısıyla Ankara'nın şişmanlık sorunu çözülmeden Türkiye ekonomisinin temel sorunları çözülemez.

Lojistik ekonomiden en fazla etkilenen sektör. Bu alanda faaliyet yürüten şirketlere önerileriniz neler?

Lojistik şirketlerinin sağlık ve güvenlik noktasında ciddi çözümler üretmesi gerekiyor. Bu süreçte sağlık ciddi bir sorun. Sağlık üzerinden güvenlik ciddi bir sorun. Hem şoförlerin sağlığının korunması hem de yükün güvenliği önemli. Tedarik zincirinde güvenlik öne çıkacağı için lojistik şirketlerinin bundan ders alarak kendilerini buna göre konumlandırmaları gerekiyor. Örneğin bir lojistik şirketine bir kişinin yaşadığı bir sağlık sorunu o şirketin bütününe etkileyecektir ve soru işaretleri oluşacaktır. Şirketler artık çalışanlarının sağlığı ve güvenliğini mesai saati dışında da düşünmek zorunda. Bu durum bugün bir mali yük gibi görünebilir, hatta ekstra maliyet getirebilir. Yeni dönem oldukça zor olacak. Ancak bu zorlukların hepsi birer fırsat da yaratacak. Çalışanlarıyla birlikte güvenli hizmeti sunabilen lojistik şirketleri öne çıkacak ve pazar payını arttıracak. Türkiye'nin de böyle bir fırsatı var, lojistik şirketlerinin de böyle bir fırsatı var. Kim ne kadar değerlendirecek onu önümüzdeki süreçte göreceğiz.

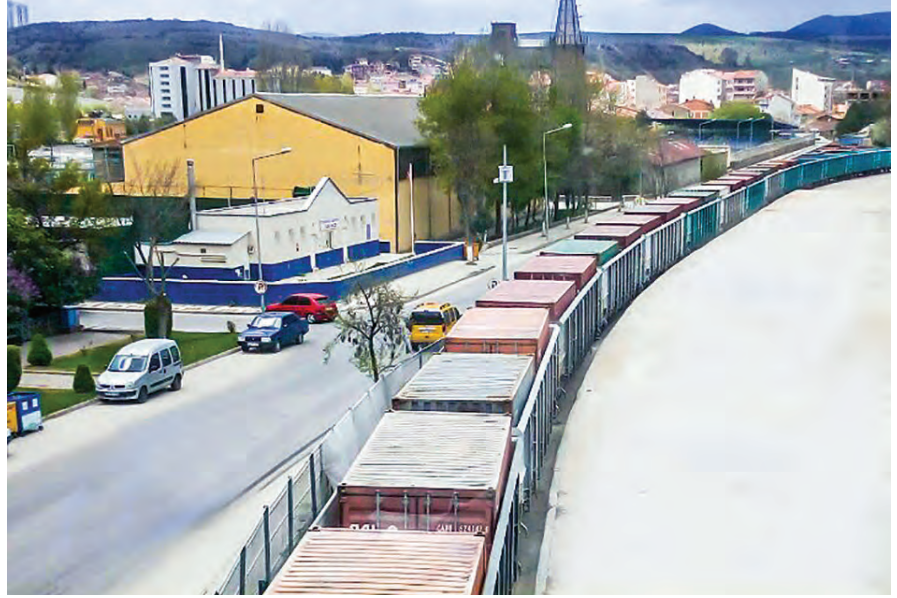


EN UZUN VE EN BÜYÜK demiryolu ihracatı yapıldı

Türkiye'nin tek seferde en uzağa giden en uzun ihracat treni yola çıktı. Arkas Lojistik'in yaptığı taşımada Bilecik Bozüyük'ten Kırgızistan'ın Oş şehrine alüminyum elektrik kablosu götürülüyor. 30 Nisanda yola çıkan ihracat treni, 30 vagon 60 konteynerden oluşuyor. Yaklaşık 5.500 km mesafe katedecek tren; Türkiye'den çıkan, tek seferde en uzun-en çok konteynerden oluşan- ve en uzak mesafeye giden ilk ihracat treni olma özelliğini taşıyor.

SEFER SAYISI İKİYE ÇIKARILACAK

Arkas Lojistik CEO'su Onur Göçmez konuya ilişkin olarak şunları söyledi: "Uzun yıllardır demiryoluna önem vererek ve yatırıma devam ediyoruz. Öngörülü yatırımları ile müşterilerine ihtiyacı olduğu anda en uygun çözümü sunmak amacımız. Demiryolu yatırımı da buna bir örnek oldu. Salgın nedeniyle karayolu gümrük kapılarında yaşanan sıkıntılar, temas riski gibi sebeplerden demiryolu taşımacılığı en önemli taşıma modülü konumuna geldi. Bakü-Tiflis-Kars (BTK) hattında halihazırda Türkiye'den Bağımsız Devletler



Topluluğu ülkelerine taşıdığımız yük 65 bin tonu geçti; hatta taşınan toplam yükün neredeyse yarısını yükleniyoruz. Haftada bir olan seferleri haftada ikiye çıkarmayı hedefliyoruz. Halihazırda Mersin-Yenice ve İzmit-Kartepe'de iki kara terminali planımız devam ediyor. Filomuzda 700'den fazla vagon

bulunuyor. BTK Demir yolu Hattı'nda Türkiye'den ilk treni yükleyerek tarifeli seferleri başlatan şirket konumundayız. Özellikle bu süreçte ihracatçılarımızın artan taleplerini bu şekilde karşılayacak ve bu dönemde gerek sanayicimizin gerekse devletimizin yanında durmaya devam edeceğiz."

BTK Demiryolu hattına talep arttı

Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, Co-vid-19 tedbirleri kapsamında birçok ülkenin dış ticaretinin büyük sektöre uğradığını aktardı. Türkiye'nin tüm tedbirleri alarak, insan temassız olarak demiryolu üzerinden bölge ticaretinin sürdürülmesinde önemli rol üstlendiğini aktaran Bakan Karaismailoğlu, "Özellikle bu süreçte bölgedeki birçok ülke ticareti Bakü-Tiflis-Kars (BTK) Demiryolu hattı üzerinden yapmaya başladı. Şu anda da yeni tip korona virüs tedbirleri kapsamında temassız ve yüksek dezenfekte işlemlerine tutularak demiryolunda önemli miktarda yük taşıyor" diye konuştu. Kardeş ülkeler Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan ve

Özbekistan'a yüklerin Bakü Tiflis-Kars Demiryolu hattı üzerinden ulaştırıldığını anlatan Bakan Karaismailoğlu, hattın açılışından bu yana en fazla yükü taşıyan en uzun ihracat trenin de Kars'tan yola çıktığını bildirdi.

İRAN-TÜRKİYE HATTINDA 100 BİN TON YÜK TAŞINDI

Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi ilanından sonra İran karayolu taşımacılığının durdurulduğunu, söz konusu karar sonrasında İran'ın ihtiyaçlarının karşılanmasının yanı sıra İran üzeri Asya ülkeleri ticaretinin de Bakü-Tiflis-Kars hattına kaydırıldığını anlatan Bakan Karaismailoğlu, "Korona virüs gerekçesiyle, eşyaların ülke kara yolu geçişlerinde, sınırlama geldiği



Bakan Adil Karaismailoğlu

andan itibaren gerekli tedbirleri aldık. Bakü-Tiflis-Kars hattında seferlerin tekrar başlatıldığı 3 Mart'tan bugüne kadar İran ile karşılıklı yaklaşık 3 bin vagon ile 100 bin ton, Bakü-Tiflis-Kars hattından ise bin 350 vagon ile yaklaşık 55 bin ton taşıma yaptık" dedi.



MARMARAY'DAN İLK YURT İÇİ YÜK TRENI GEÇTİ

Asyaya ile Avrupa kıtaları arasında kesintisiz demiryolu yolcu ve yük taşımacılığına imkan veren Marmaray'da bir ilk daha yaşandı. Gaziantep'ten çıkıp Çorlu'ya giden yük treni İstanbul'da iki kıta arasında Marmaray ile geçti. Plastik hammadde taşıyan yük trenin Marmaray'dan geçiş törenine katılan Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Adil Karaismailoğlu, Söğütlüçeşme istasyonunda trenin makinist kabinine binerek, Kazlıçeşme'ye kadar burada yolculuk yaptı.

YILDA 25 BİN KONTEYNER TAŞINACAK

Kazlıçeşme durağında açıklamalarda bulunan Karaismailoğlu, 1.200 ton ağırlığındaki trenin 16 vagonundan oluştuğunu, 32 konteyner içinde plastik ham maddesi taşıdığını anlatarak, Anadolu'dan alınan yükün Asya ve Avrupa arasında kesintisiz bir şekilde taşınacağını bildirdi. Anadolu'dan Tekirdağ'a götürülecek yüklerin daha önce trenle Derince'ye, Derince'den feribot ve devamında kara yoluyla Çorlu'da bulunan sanayi tesislerine ulaştırıldığını dile getiren Karaismailoğlu, "Bundan sonra yükler Asya'dan Avrupa'ya Marmaray'dan kesintisiz olarak geçecek. Yurt içindeki yük trenlerimizi de artık Marmaray'dan geçirmeye başlıyoruz. Bu treni önümüzdeki günlerde yenileri de takip edecek. Böylelikle yılda 25 bin konteyner Anadolu'nun sanayi merkezlerinden yüklenerek Marmaray üzerinden Avrupa yakasına geçecek" diye konuştu.

YENİ ULUSLAR ARASI SEFERLER YOLDA

Bakan Karaismailoğlu, Marmaray'ın Pekin'den Londra'ya kadar uzanan en kısa, en ekonomik, en elverişli uluslararası demiryolu koridoru olan Orta Koridor'un en önemli halkalarından biri olduğunu belirterek, Marmaray'dan ilk uluslararası yük treninin geçen yıl Kasım ayında geçtiğini anımsattı. Çin'den Avrupa'ya kesintisiz giden ilk yük treni China Railway Express'in, 2 kıta, 10 ülke, 2 denizi aşarak, 11 bin 483 kilometrelik yolu 18 günde kat ederek Prag'a ulaştığını anlatan Karaismailoğlu bu seferin ardından yeni uluslararası tren seferlerinin düzenlenmesi için hazırlıklara başladığını bildirdi.

SİVAS-SAMSUN DEMİRYOLU HİZMETE AÇILDI

Türkiye'nin ilk demiryolu hatlarından birisi olan Sivas-Samsun demiryolu yaklaşık 5 yıl süren modernize çalışmalarının ardından hizmete açıldı. Hattın kullanılabilirliğinin test edilmesinin ardından ilk yük treni 4 Mayıs'ta Sivas'tan törenle Samsun'a yola çıktı. Türkiye'nin ilk demir yolu hatlarından birisi olan ve 1932 yılında hizmete açılan Samsun-Sivas Kalın demiryolu hattı 83 yıl hizmet verdikten sonra 29 Eylül 2015'te modernize edilmek amacıyla ulaşıma kapanmıştı. Proje kapsamında 378 kilometre hattın tüm alt ve üst yapısı yenilenerek Avrupa Birliği standartlarında sinyal sistemi yapıldı. Yaklaşık 5 yıl süren çalışmaların ardından geçtiğimiz aylarda başlayan test sürüşü 1 Mayıs'ta sona ermişti.

YILDA 3 MİLYON TON YÜK GEÇECEK

Seferlerin başlaması nedeniyle Sivas'ın Yıldızeli ilçesine bağlı Kalın köyündeki istasyonda tören düzenlendi. Töreninde konuşan Sivas Valisi Salih Ayhan, şunları aktardı: "Bu hattın gerek ticari gerek sosyal anlamda çok büyük kazanımları var. Bu hat hem doğu, güney aksına giden bir hat olması nedeniyle hem de Karadeniz'e bağlantısı nedeniyle çok güçlü işlev görmektedir. 350 milyon avruluk bir projedir. Yüzde 85'i fondan, yüzde 15'i de TCDD Genel Müdürlüğümüz tarafından karşılanmıştır. Projenin maliyetine baktığımız zaman ürkütücü bir rakam, büyük bir proje olduğu aşikar. Bu projede 378 kilometrenin tamamının altyapısı ve üstyapısı yenilenmiştir. Sinyalizasyon, trafikasyon, köprüler, menfezler, tarihi köprüler hepsi yenilenmiştir. Yaklaşık 78 köprünün 38'i tamamen yenilenmiş, geri kalanın da restorasyonu yapılmıştır. 1054 de menfez yapılmıştır. Sivas'ın tren hatları güzergahı açısından çok kavşak bir noktada olduğunu belirten Ayhan, "İnşallah yakın zamanda da yüksek hızlı treni güzel bir törenle devreye alıp böylece Sivas'ın 2020 yılı içerisinde en büyük açılışlarını gerçekleştirmiş olacağız. Şimdi yenilenen hattın ilk seferleri başlıyor, Turhal'dan yük almaya gidiyor. 2019 yılı içerisinde geçici kabul yapılması aşamasından bu zamana kadar 2 milyon ton yük taşındı. Yıllık 3 milyon ton yük taşınması beklenmektedir."



DEMİRYOLU



Gayrimenkul danışmanlık şirketi Cushman & Wakefield, COVID-19 sonrası sanayi ve lojistikte güvenli işe geri dönüş için bir yol haritası açıkladı. Lojistik alanları için yapılması gereken en önemli hazırlıklara dikkat çekilen kılavuzda, alınması gereken güvenlik önlemleri altı adımda sıralandı.

Cushman & Wakefield, ofis, perakende ve lojistik sektörleri için hazırladığı yeniden işe dönüşü ele alan prototip çalışmaları açıkladı. Başta Çin olmak üzere uluslararası tecrübelerden faydalanarak hazırlanan kılavuzlarda, sanayi ve lojistikte güvenli işe geri dönüş için; binaların hazır olması, iş gücünün hazır olması, erişim kontrolleri, sosyal mesafe planı, temas noktalarının azaltılması ve temizliğin artırılması ile güven odaklı iletişimin kurulması olmak üzere altı güvenli kurala detaylarıyla yer verildi.

PERAKEDE SEKTÖRÜ DEĞİŞECEK

Çalışanların başarılı bir şekilde işe geri dönüş süreci için sağlık ve güvenlik anlamında alınacak önlemler ile gerçekleştirilecek operasyonlar hakkında açıklamalarda bulunan Cushman & Wakefield Yönetim Kurulu Başkanı Tuğra Gön- den, "Hepimizi derinden etkileyen bu salgının ardından güvenli ve sağlıklı işe geri dönüş için bir yol haritası hazırladık. Ofis, perakende ve lojistik sektörleri için ele aldığımız bu rehberi oluştur-

ken tüketici, çalışan, iş yeri, yatırımcı gibi herkesin güvenliğini ilgilendiren bu süreçler için uluslararası tecrübelerden faydalanıp Türkiye'de uygulamalara başladık" dedi. Ekonomi ve iş hayatında yeniden açılışa hazırlanıldığı bu süreçte, perakende sektörünün dönüşümsel bir fırsatta yakaladığını dile getiren Gön- den, şunları aktardı: "Bu, online alışverişten satın alınıp mağazadan teslim alma ve eve teslimat dahil olmak

üzere yeni satın alma yollarını deneme veya genişleterek sürdürme zamanıdır. Aynı zamanda, hem müşteri verilerini toplamak hem de mağaza içi deneyimi geliştirmek için yeni teknolojinin denemesi için yakalanan bir fırsat anlamına da gelmektedir. Bununla birlikte, perakendecilerin yatırımlarını diğer finansal kısıtlamalarla dengelemesi ve yeni stratejilere yatırım yapmak için verimlilik sağlamaya çalışmalıdır" diye konuştu.



Cushman & Wakefield'in işe dönüşte öncelikle üzerinde durduğu önlem ve operasyonlar ise şu şekilde sıralandı.

BİNAYI HAZIRLAYIN

Temizlik planları, dönüş öncesi incelemeler, havalandırma, iklimlendirme ve mekanik kontroller

- » Temizlik ve dezenfeksiyon süreçleri hakkında kamu kurumların mevzuatları ve örnek uygulamalara uyum sağlayın
- » Mekanik, havalandırma, iklimlendirme, yangın güvenlik sistemlerini hazır edin
- » Bina hazırlığı ile meşgul tüm çalışanların güvenliğini sağlayın (kişisel koruma ekipmanları, eğitim vb.)

İŞ GÜCÜNÜZÜ HAZIRLAYIN

- Vardiya ve iş planı yönetimi, iç iletişim
- » Çalışan trafiğini ve vardiya programını gözden geçirin (kademeli veya bölünmüş vardiyalar vb.)
- » Yoğunluğu önlemek adına çalışanları giriş ve çıkış kuralları hakkında bilgilendirin
- » Tedarikçi, şoför ve üçüncü kişileri yeni kurallar hakkında eğitin
- » Sahada kalabalığı önlemek adına ofis çalışanların evden çalışmalarını gözden geçirin

ERİŞİMİ KONTROL ALTINA ALIN

- Güvenlik ve sağlık kontrolleri, bina giriş ve çıkış
- » Tesis giriş ve çıkış planları geliştirin
- » Sadece kritik çalışanların binaya girişlerine izin vermeyi dikkate alın, kritik olmayan çalışan girişi olmasın
- » Şoförler için geçici dinlenme odaları ve tuvalet alanları öngörün
- » Ofise girişleri kısıtlayın
- » Çalışanlara kişisel koruma ekipmanları sağlayın
- » Ateş ölçme kontrolleri öngörün ve çalışanların Koronavirüs semptomu göstermeleri durumunda evde tedavi vb hastalık izni kuralları uyarlayın

SOSYAL MESAFE PLANI OLUŞTURUN

- Yoğunluğu azaltın, takvimleri yönetin, trafiği yönetin
- » İşe giriş ve çıkışlar için konum destekli mobil uygulama kullanmayı gözden geçirin
- » Kademeli mola saatleri öngörün veya geçici ek yapılarda ilave oturma alanları
- » Oturma alanlarını ilave alan için tekrardan uyarlayın
- » Üretim hatları arasında mesafeleri mümkün olduğunca genişletin veya aralıklı kullanımı dikkate alın
- » Çalışma alanlarında veya paketleme alanlarında plastik-cam bölmeler yerleştirin
- » Çalışan yoğunluğunu ve yaya trafiğini yönetin
- » Ana dolaşım alanlarında yaya trafiğinin yönünü belirtin ve işaretleyin
- » Aynı anda aynı bölgede bulunan çalışan sayısını azaltın
- » Çapraz kontaminasyonu önlemek için belirli çalışanlara farklı alanlar tahsis edin
- » Tek yönlü dolaşımı değerlendirin
- » Zemin döşemeleri veya zemin çizgisi işaretleri kullanarak uygun mesafeyi işaretleyin
- » Daimi toplantılar yerine personel ile iletişim kurmak için telsiz, telefon veya benzer araçlar ile iletişim kurun
- » Güvenlik personellerini kişisel koruyucu donanımları konusunda eğitin
- » Depo çalışanlarının araç anahtar değişim prosedürlerini gözden geçirin
- » Yükleme sürelerini azaltarak, yükleme ve boşaltma süresince sürücülerin kabinde kalmalarına olanak sağlayın
- » Rezervasyon evraklarını ve bildirimlerini kaydetmek / gözden geçirmek için bir mobil uygulamanın potansiyel kullanımını inceleyin
- » Soyunma odalarında, tuvaletlerde ve sigara içilen alanlardaki olası yoğunlukları yönetin
- » Spor salonları veya duş alanları gibi zorunlu olmayan alanları kapatın

TEMAS NOKTALARINI AZALTIN VE TEMİZLİĞİ ARTTIRIN

Temassız giriş ve çıkış, ortak ekipman kuralları, ortak alan temizliği

- » Vardiyalar arasında veya yeni kullanıcıya geçerken paylaşılan ekipmanın temas noktalarını dezenfekte edin
- » Paylaşılan ekipman için açık temizlik / dezenfeksiyon talimatları yayınlayın

» Paylaşılan temas noktalarında ilave dezenfektanlar ve çıkarılabilir dokunmatik ekran filmi sağlayın

» Malzeme Elleçleme Ekipmanları tekrar hizmete alınmadan önce ve servis ve bakım öncesi dezenfekte edilmelidir

» Tek kullanımlık kişisel koruma ekipmanları kullanın, akü şarjı, yakıt ikmal ve gaz değişimleri tamamlandığında ekipmanlarınızı dezenfekte edin

» Dokunmanın asgari seviyeye indiği veya temassız kapılar, düğmeler, çekmece-ler düşünün

» Erişim tuş takımlarını alternatif temassız teknolojiye dönüştürün

» Yükleme alanındaki hava kolşullarına karşı koruma amaçlı motorlu kapıların (personel, hemzemin ya da rampa) ayak pedaliyle kontrol edilebilirliğini değerlendirin

» Atık/Geri dönüşüm toplama fişlerinin elden ele aktarımı yerine taranması ya da fotoğraflanması yolunu seçin

» Bir ürünün personeller arası aktarıldığı alanlarda yüz koruyucu ekipmanlar kullanın. Otomatlar, kahve / sebil kullanı-

mını gözden geçirin

» Kontaminasyonu azaltmak için tek kullanımlık kağıt veya plastik çalışma alanı kaplamaları sağlayın

GÜVEN ODAKLI İLETİŞİM KURUN

Dönüş ile ilgili kaygıları kabul edin, sıkça dinleyin, anketler yapın

» Yönetim ile dönüş öncesi ile tam mutabakat sağlayın

» Güven ve şeffaflık çerçevesinde şirket kültürüne özen gösterin

» Çalışanların beklentilerini yönetin ve kendilerini güvende hissetmelerini sağlayın



Erhan Tosun

Toksöz Grup / Arven Biyoteknoloji, Montero Gıda, Verano Hayvan Sağlığı İlaç Tedarik Zinciri Müdürü

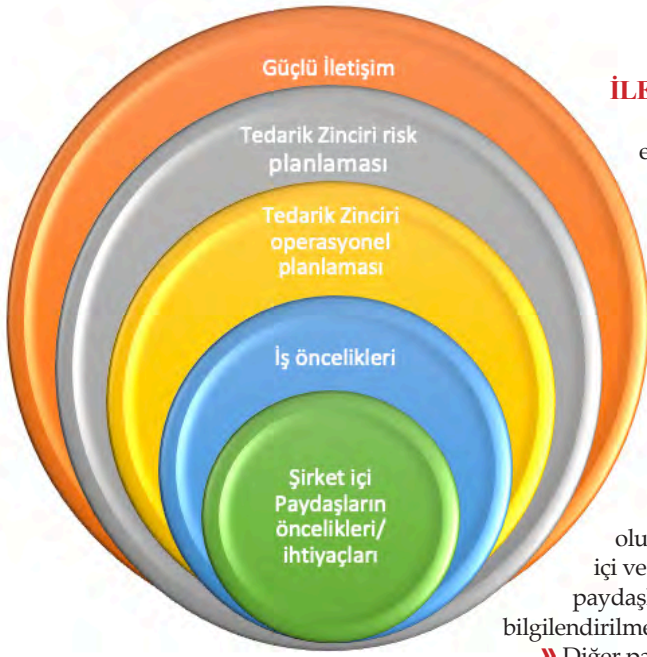
RİSK YÖNETİMİ PLANLAMASI nasıl yapılmalı?

“Risk planlaması tek başına tedarik zinciri yönetimi departmanı tarafından planlanan, uygulanabilen bir süreç değildir. Organizasyonların tüm departmanları tarafından katkıların olduğu, tüm fonksiyonların ciddiyle uygulaması gereken, tedarik zinciri departmanı tarafından yönetilen ve kontrol edilen bir süreçtir.”

Covid-19 salgının dünyayı saran bir pandemi haline gelmesi neticesinde, dünyada reel sektörde küresel bir ekonomik krizin arifesinde bulunduğu düşünülüyor. Hem bu salgın süresi boyunca hem de sonrasında tedarik zinciri yönetiminin önemi daha da öne çıkmaktadır. Hemen herkesin dilinden tedarik zinciri yönetimi

hakkında veya tedarik zincirinde kırılmalar hakkında bir takım sözler dökülüyor. Bu durumda üzerinde durulması gereken önemli nokta ise tüm sektörlerin kendine özgü ve farklı dinamikleri olduğu gerçeğidir. Bu nedenle tüm tedarik zincirleri birbirlerine bağımlı olmak dışında benzersizdir de. Peki bu kriz dönemlerinde tedarik

zinciri nasıl yönetilmelidir veya krize tamamen hazırlıksız yakalanmanın önüne geçilebilir mi? Tabi ki bu tip planlamalar ile yüzde yüz tüm riskler hiçbir zaman bertaraf edilemeyecek ancak daha hazırlıklı olunabilecektir. Bu yazımda bu sorunun cevabını tecrübelerimden yola çıkarak anlatmaya çalışacağım.



Grafikte de görüleceği gibi risk planlaması yaparken önceliklerin/ ihtiyaçların tespit edilmesi gereklidir. Bunlar paydaşların öncelikleri ve işinizin öncelikleridir. Akabinde tedarik zincirindeki operasyonel planları da kapsayan bir risk planlamasının yapılması gerekir. Burada önemli olan tabi ki bunu da adımlara bölmektir. Bunu da aşağıdaki gibi bir hiyerarşiyle yapmak işleyişi sistematik hale getirmeyi bir hayli kolaylaştırır.

İLETİŞİM

» Risk yönetiminin en temel bileşenidir. Tüm süreci yönetirken açık, net ve çift yönlü iletişimin kurulması temel prensip olmalıdır. Bu hem bir sosyal gerekliliktir, hem de tüm paydaşların aynı çizgide tutulmasına hizmet eder.

» Risk planları oluşturulurken şirket içi ve şirket dışındaki tüm paydaşlar bu plan hakkında bilgilendirilmelidir.

» Diğer paydaşların risk olarak neyi algıladıkları belirlenmelidir ve tedarik zinciri risk planının içine mutlaka dahil edilmelidir.

» Risk planının hangi aşamasında kendilerinden destek beklendiği açıkça belirtilmelidir.

» Risk durumunda müşteri ve tedarikçilere kimlerin, hangi yöntem ile ulaşacağı belirlenmelidir.

» 3PL ile kimin hangi kanal üzerinden iletişim kuracağı belirlenmelidir.

Mevcut planlama güncelle yakın olduğundan büyük sorunlar bertaraf edilmiş olur.

» Satın alma planları aylık olarak finans ile paylaşılmalı ve ödeme tarihleri her ayın ilk haftasında 1 ay kesin, sonraki ay tahmini olarak sabitlenmelidir. Tahsilat planlaması da finans tarafından alınmalı ve ödeme planları ile tahsilat planları birbirlerine uyarlanmalıdır. Olası bir risk durumunda satın alma planları finans ile daha önce planlanıp bağlandığı için ödeme planlarında bir aksaklık yaşanmayacaktır. Ödeme konuları herhangi bir online platform üzerinden finans ile konuşulabilir.

» Her bir hammadde onaylı en az iki tedarikçisi olmalıdır. Bu tedarikçiler fiziki olarak farklı coğrafyalarda olmalıdır. Mesela bir tedarikçi Uzakdoğu'da ise diğer tedarikçi de Avrupa'da veya Türkiye'de olmalıdır. Bu tedarikçiler organizasyonunuzun veya otoritenin kalite güvence kuralları doğrultusunda rutin aralıklarla online veya fiziki olarak denetlenmelidir. Tüm siparişler yıllık olarak üçe bölünmeli ve her tedarikçiden yılda en az bir defa satın alma yapılmalıdır.

» Hammadde stokları, bitmiş ürün şirketinin finansalları izin verdiği makul ölçüde emniyet stokları belirlenmeli ve gerekirse ilk aşamada bu stoğa ulaşana kadar normal zamanlarda yani nakit akışının normal olduğu dönemde mesaili olarak çalışarak, bu seviyede bir emniyet stoğu oluşturulmalıdır. Bu noktada finansal planlama risk planının içinde daha da ağırlık kazanır, finansal kaynakları kısıtlı olan organizasyonlar bu aşamada zorlanacaktır. Olası bir risk durumunda bu stok yapısına ulaştığımızı varsayarak şirketimizin ticaretini en az oluşturduğumuz emniyet stoğu kadar aksatmadan idame ettirmeyi stoklar bağlamında garanti altına almış oluruz.

» Yurt içi lojistik günlük, düzenli planlanmalıdır. Operasyon öncelikli ürüne bağlı olarak (tabi dağıtımını/ üretimini yaptığınız ürün riskin kendisiyle etkileşimde değilse; örneğin pandemi ortamında ilaç gibi) riskten en az etkilenmiş bölgelerden en fazla etkilenmiş bölgelere doğru planlanmalıdır. Uluslararası lojistik kapsamında ise rutin çalışma düzeninde aylık dispatch planlarının olması hangi ürünlerin ne zaman, hangi nakliyeciyi ile taşınacağı belirlenmelidir. Nakliyecilere, depolara bunun bilgisi verilmelidir, gerekli organizasyon sağlanıp kontratlar aylık olarak bağlanmalıdır. Olası bir risk durumunda sonraki günlerde hangi ürünün ne zaman geleceğini veya teslim edileceği bilgimiz dahilinde olacağı için ani şok durumlarında kargaşa hissi azaltılacak, planlı işlerin



Şekilde de fark edileceği gibi buradaki kilit nokta iletişim. Eğer tedarik zincirinizde bir risk planlaması yapacaksanız bunu diğer fonksiyonlarından/ paydaşlardan bağımsız olarak düşünmeniz mümkün değildir. Dolayısıyla şirket içi ve şirket dışı iletişim bu sürecin her aşamasında son derece kritiktir. Şimdi şu bileşenlere biraz daha yakından bakalım:

PLANLAMA

» Rutin olarak üretim, ihtiyaç ve satış planları düzenli olarak 18 ay olarak hazırlanmalı ve her ay 2 defa tüm paydaşlar ile rutin olarak, ister online ister fiziksel toplantılar yoluyla güncellenmelidir. Olası bir risk durumunda planlar zaten maksimum 15 gün önce güncellendiği için tedarik zinciri, üretim ve satış pazarlama yöneticileri yüz yüze gelmeye gerek kalmadan planların üzerinden geçerler.

üzerinden hareket edilebilecek.

İŞ YÖNETİMİ

» Tedarik zinciri, üretim, satış/pazarlama, finans, kalite yönetimi gibi fonksiyonların yöneticileri, normal zamanlarda 15 günlük rutin gözden geçirme toplantıları yapmalıdır. İş ile ilgili güncel konular görüşülmelidir. Olası bir risk durumunda bu toplantılar maksimum 15gün önce yapıldığı için ilk görüşme online platformlarda ilgili katılımcılar ile sağlanmalıdır. Konuşulması gereken; Tedarik süreçleri ne kadar etkilendi? Üretim kapasitesi ne kadar etkilendi? Satış ne kadar etkilendi? Finansal durumumuz nedir? gibi ana konulardır. Bu durum tespitinden sonraki sorumuz, tüm bu süreçler, mevcut olaydan daha ne kadar etkilenecek? olmalıdır.

» Ekipteki her çalışanın yedekleri organizasyon şemasında tanımlanmalıdır ve düzenli olarak bu şemanın duyurusu hem iç hem de dış müşteriye yapılmalıdır. Olası bir risk durumunda böylece şirketlerin ve çalışanların birbirlerinin yedeklerini bilmesi sağlanacaktır.

» Yöneticiler arasında da alternatif karar vericiler belirlenmelidir. Şirketlerin üst yönetimleri tarafından 6 aylık periyotlarda bunun duyurusu yapılmalıdır. Olası bir risk durumunda gerekli olduğu durumlarda alternatif karar vericiler, karar vermelidir.

İŞ SÜREKLİLİĞİ

» Olası risk durumlarında sadece içinde bulunduğumuz organizasyonun kendi risk planının olması yeterli olmayacaktır. Organizasyonumuzun tedarikçilerinin de kriz planlarının olması gerekmektedir. Tedarikçi seçimlerinde bir parametre de tedarikçinin risk planının olup olmadığı olmalıdır. Olası bir risk durumunda kiminle nasıl iletişim kurabileceğimizi ve tedarikçimizin işlerini nasıl sürdürmeyi planladığını biliyor olacağız. Bu liste 6 ayda bir güncellenmelidir.

» İş devamlılığı üretim yönetimi olarak düşünüldüğünde kaynakları doğru kullanmak adına basit bir pareto analiziyle üretime yön vermek gerekir. Yani olası bir risk durumunda üretim kaynaklarımızı da verimli kullanmak için tüm ürün gamımızı değil, sadece gerekli olan ürünlerimizi üretmemiz gerekir.

TEKNİK ALTYAPI

» Güçlü bir teknik altyapı sağlayabilmek için öncelikle güçlü bir IT departmanına sahip olmamız gerektiği hiçbir zaman unutulmamalıdır.

"Tüm şirket dört ayda bir gün mutlaka farklı bir risk senaryosu kapsamında uzaktan çalışmalı ve o günkü normal çalışmasını şirket dışından yapmalı. Orada yaşanan zorluklardan dersler çıkarılmalı ve bir sonraki çalışma gününde tedarik zinciri departmanı tarafından değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda ilgili departmanlardan düzeltici/önleyici faaliyetlerini alıp bir plan kapsamında takip etmelidir ve bu tespitlerinden yola çıkarak gerekli gördüğü yerlerde risk planını güncellemelidir."

» Ekiplerin tamamı artık desktop ile çalışmayı bırakıp laptopa geçmelidir, fiziki serverlar yerine bulutta olan sanal serverlara geçilmeli ve mümkünse güvenlik bakımından daha ileri olan blockchain teknolojisi ile data saklanmalıdır. Tüm çalışanların şirket tarafından sağlanan laptoplarına VPN kurulmalı ve şirket serverlarına uzaktan da bağlanması önü açılmalıdır. Şirket IT Network'u tüm çalışanların uzaktan bağlanmasına izin verecek yapıda ve güçte olmalıdır. Böylece olası bir risk durumunda kimin nasıl çalışacağını düşünmeye gerek kalmayacak ve anormal şartlarda mümkün olduğunca yeni normal şartlarda çalışmaya devam edilebilecektir.

» Şirket çalışanlarının bilgisayarlarında ayrıca mobil bağlantı sağlayabilecekleri data hatları da olmalıdır. Olası bir risk durumunda kişiler internete nasıl bağlanacağını düşünmeyecek. Gerekirse bu laptoplardaki hatlar normal zamanlarda kapalı olur, fakat olağanüstü bir durumda ilgili departman bu hatları ilgili mobil operatöre açtırır.

» Şirket kurumsal yazılımlarının tamamı IOS ve Android platformlarında mobil kullanıma uygun hale getirilmelidir.

SİPARİŞ YÖNETİMİ

» Sisteme her gün sipariş giren bir organizasyonda çalışmıyorsanız rutin zamanlarda siparişleri bekletmeden, haftanın ikinci ve dördüncü günü düzenli olarak siparişler sisteme girilmelidir. Olası bir risk durumunda belirlenen tarihlerde siparişler uzak masaüstü uygulamalarından girilmeye devam edilebilir.

» Tüm siparişler her zaman maksimum T+3 zamanı ile sevk edilmelidir. Böylece ikinci gün girilen sipariş en geç 5. gün teslim edilir. 4. gün girilen sipariş ise en geç haftanın ilk günü teslim edilir. Tüm hafta boyunca satış noktasında ürün olması sağlanır. Böylece olası bir

risk durumunda ürünlerimizin müşteri-mizde mevcudiyetini sağlayabiliriz.

RİSK YÖNETİMİ SİMÜLASYONU

» Tüm şirket dört ayda bir gün mutlaka farklı bir risk senaryosu kapsamında uzaktan çalışmalı ve o günkü normal çalışmasını şirket dışından yapmalı. Orada yaşanan zorluklardan dersler çıkarılmalı ve bir sonraki çalışma gününde tedarik zinciri departmanı tarafından değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda ilgili departmanlardan düzeltici/önleyici faaliyetlerini alıp bir plan kapsamında takip etmelidir ve bu tespitlerinden yola çıkarak gerekli gördüğü yerlerde risk planını güncellemelidir.

Görüldüğü üzere risk planlaması tek başına tedarik zinciri yönetimi departmanı tarafından planlanan, uygulanabilen bir süreç değildir. Organizasyonların tüm departmanları tarafından katkıların olduğu, tüm fonksiyonların ciddiyetle uygulaması gereken, tedarik zinciri departmanı tarafından yönetilen ve kontrol edilen bir süreçtir. Kendi tecrübelerimden yola çıkarak tedarik zincirinde risk yönetimi başlığını biraz açmaya çalıştım, tabi konu bu kadar kısıtlı değil, aslında bu konu çok daha detaylı olarak incelemeye değer.

Gerçek risk yönetimi ancak beklenmeyenle yüzleştiğimizde ortaya çıkar. Bununla beraber dünyadaki ve ülkemizdeki şirketlerin çok küçük bir kısmı pandemiye bir risk unsuru olarak görüp planlamasını bu doğrultuda yapmıştı. Pandemi sonrasında, risk yönetiminde, teknolojik gelişmelerden çok daha fazla yararlanılacağını düşünüyorum. Emin olduğum bir diğer konu ise bu günleri atlattıktan sonra risk yönetimi konusu tedarik zincirlerinin yönetiminde çok daha öne çıkacak. Organizasyonların bu dönemde yaşadıkları zorluklardan gerekli dersleri çıkardığını ve gelecekte benzeri durumlarda aynı zorlukları tekrar yaşamayacaklarını düşünüyorum.

Temassız ticaret uygulaması sayesinde neredeyse durma noktasına gelen karayolu taşımacılığında belli bir iyileşme yaşandığına dikkat çeken UND Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Nuhoglu, Mayıs ayı ile beraber ihracattaki kayıpların hızla telafi edileceğini ve moral bozmaya gerek olmadığını söyledi.

Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) Yönetim Kurulu Başkanı Çetin Nuhoglu, ekonominin görünümü ve karayolu yük taşımacılığına ilişkin önemli açıklamalarda bulundu. Nuhoglu, ekonominin görünümü ile ilgili temel göstergelerden olan İmalat Sektörü Satınalma Yöneticileri Endeksi'nin (PMI) geçen ay Fransa'da yüzde 31,5, İspanya'da yüzde 30,8, İtalya'da yüzde 31,1, Türkiye'nin Avrupa'daki en büyük ticaret partneri olan Almanya'da ise yüzde 34,5 olarak gerçekleştiğini, Euro Bölgesi ortalamasının ise yüzde 33,4 olduğunu bildirdi. Nuhoglu, "Özellikle ağırlıklı olarak otomotiv, tekstil gibi neredeyse durma noktasına gelen sektörlerle ihracat yapan ülkemizin, bu ülkelerde kapasite kullanımında yüzde 70'lere kadar düşüş yaşanmışken, ihracat düşüşünü yüzde 40'larda tutmuş olması büyük bir başarıdır" ifadesini kullandı.

TEMASSIZ TİCARETLE KAYIPLAR GERİLETİLDİ

Özellikle Batı kapılarında neredeyse durma noktasına gelen taşımacılığın Ticaret Bakanlığı'nın başlatmış olduğu temassız ticaret ile mümkün olduğunu aktaran Nuhoglu, bu iyileşmenin aynı şekilde Habur'da da ticaretin önünü açtığını bildirdi. Nuhoglu, "Sektörümüz, temassız ticaret açılımı ile sektörün ve Türkiye'nin önünü açan başta Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan olmak üzere Ticaret Bakanımız Sayın Ruhsar Pekcan'a müteşekkirdir" ifadesini kullandı.

Avrupalı müşterilerinden aldıkları bilgiye göre, otomotiv başta olmak

Karayolu taşımacılığı İYİ SİNYALLER



Çetin Nuhoglu

üzere ve diğer birçok fabrikanın Mayıs itibarıyla üretimlerine kademeli olarak başlayacaklarını açıkladıklarını aktaran Nuhoglu, şunları kaydetti: "Batı kapılarından yapılan son 5 günlük araç çıkışlarına bakıldığında, çıkış sayısı bir önceki 5 güne göre yüzde 65 artarak 1.160 araç oldu. 2019'un aynı dönemi ile karşılaştırıldığında taşıma sayıları aynı seviyesine ulaştı. Bu artış, Mayıs ayı ile beraber ihracattaki kayıpların hızla telafi edileceğini göstermekte. İhracat için moral bozmaya gerek yok. Türkiye dış ticareti, pandeminin en yoğun döneminde bunu başarmışsa sorunun çözülmekte olduğu Mayıs ayı ile birlikte pandeminin olumsuz izlerini silecektir."

ARAÇ ÇIKIŞLARINDA HEDEFLENE ULAŞILDI

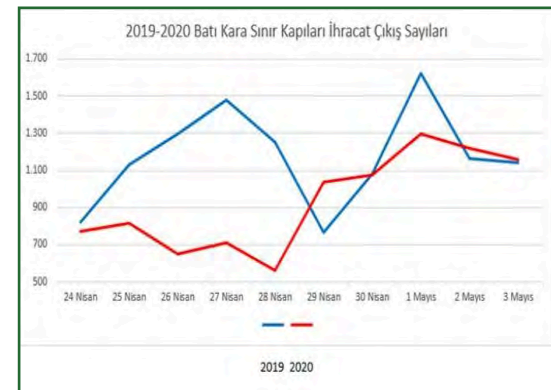
Çetin Nuhoglu, Habur sınır kapısının koronavirüs tehlikesi nedeniyle 29 Şubat'tan itibaren giriş ve çıkışa kapatıldığını hatırlatarak, "Ancak Ticaret Bakanımızın vizyonu ve hızla aldığı karar ile 1 Mart 2020'den itibaren Irak'a yapılan ihracat, Irak-Türkiye sınırında oluşturulan tampon bölgeden gerçekleşti. Sürecin başarı ile devam etmesinde gümrük personelimizin büyük gayretleri oldu" değerlendirmesinde bulundu. Irak'a Mart 2019'da yapılan ihracatın 2020 yılının aynı döneminde yüzde 40 azalış gösterirken, temassız ticaret uygulamaları ile bu azalışın Nisan ayında yüzde 29'a geri

VERMEYE BAŞLADI

lediğini aktaran Nuhoglu, "2020 yılı Mart ayında Irak'a taşımalarımız bir önceki aya oranla yüzde 53 azalırken, 2020 yılı Nisan ayında bu oran yüzde 11'lere kadar düşürüldü. Sonuç olarak, temassız ticaret uygulamaları ile içinde bulunulan pandemi günlerinde de Ticaret Bakanlığımızın hedeflediği günlük 1.500-1.700 çıkış sayısına ulaşılmıştır" ifadelerini kullandı.

YENİ FIRSATLAR DOĞACAK

UND Yönetim Kurulu Başkanı Nuhoglu, dünyadaki toplam üretimin yüzde 40'ını yapan Çin ile Batı dünyasının gözden geçirerek yeniden kuracağı dış ticaret ilişkisinde Türkiye'ye, yeni fırsatların doğacağına inandıklarını, Çin'e göre birçok avantajı barındıran Türkiye'nin bu süreçten kazançlı çıkacağını söyledi. Nuhoglu, "Hükümetimizin koymuş olduğu ihracat hedefleri doğrultusunda Ticaret Bakanlığımız liderliğinde ihracatçılarımız ile omuz omuza çalışmaya devam edeceğiz. Türkiye'nin 24 milyar dolar döviz getirisi ile en büyük hizmet ihracatçısı olan sektörümüz bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da mal ihracatımızın da motor gücü olmaya devam edecektir" dedi.



Tedarik zinciri harmonisi ve BLOCKCHAIN

"Blockchain sistemin uygulanmasındaki en büyük engel gümrüklerdir. Şoförsüz bir araçta, gümrük, gümrük beyan, özet beyan, tescil daha yalın bir ifadeyle gümrüğe yapılan her türlü kayıt işleminin insansız hale gelmesi gerekmektedir. Ülkeler arasında harmonik bir geçiş süreci gerektirmektedir. Eğer bu husus sağlanamaz ise ne blockchain istediğimiz anlamda hayata geçebilecek nede lojistikteki dijitalleşme gümrüğün ötesine geçebilecektir."

Bilişim sistemleri ve dijital faaliyetler uluslararası ticaret aşamalarında yol haritası niteliğindedir.

Tedarik zinciri yönetiminde yer alan lojistik sektörü de teknolojinin sağladığı yönlendirmelere ve değişim sürecine dahil olmuştur. Hammadde üretiminden nihai noktaya teslimine kadar geçen süreçler, kapsamlı bir faaliyet alanı içermektedir. Global anlamda rekabet avantajı sağlanabilmesi adına, lojistik şirketlerinin dijital tüm sistemlere aşina olması gerekmektedir. Uluslararası taşımacılıkta, yükün hareket halinde olmasından ziyade; depolama, stok, gümrük işlemleri ve ürün iadesine kadar uzanan operasyon ağı söz konusudur. Yapay zeka ve akıllı robotların özellikle depo yönetiminde kullanımı; işlemlerdeki hata oranlarını azaltarak, firmalara hız ve takip konularında destek sağlamaktadır.

AKILLI DEĞER AĞLARI YÖNETİMİ

Tedarik zinciri yönetiminin ilerleyen zamanlarda akıllı değer ağları yönetimi olarak adlandırılması söz konusudur. Teknoloji ile iç içe olan lojistik şirketlerinin, dijitalliğe yönelik yeni yatırımları planlıyor hale gelmesi ve 4. sanayi devrimine uyumlu faaliyetleri hayata geçiriyor olması, başarılı bir organizasyona zemin hazırlamaktadır. Bu hususta blockchain teknolojisi de veri hakimiyeti, şeffaflık ve iş birliğine çözüm sunar boyuttadır. Sektörde ise denemeleri gerçekleştirilmiş olup, önem verilen konular arasında yer almaktadır.



Eda BALCI

Gap Pazarlama A.Ş. Dış Ticaret ve Lojistik Uzmanı

BLOCKCHAIN İŞLEMLERİ SADELEŞTİRİYOR

Blockchain teknolojisi işlemleri sadeleştirerek, operasyonların daha kısa sürede gerçekleştirilmesine

imkan sağlamaktadır. Sahtecilik konusundaki riskler azalarak, kağıtsız süreçlerin devreye girmesi hız konusuna da avantaj sunar niteliktedir. Lojistik şirketlerinin ticari kimliğini dijital yönetebilmesi kritik konular arasında yer alır ve blockchain ile sağlanır durumdadır. Aynı zamanda firmalara global anlamda güven duyulması sektörteki gereklilikler arasındadır. Anlaşma süreçlerinin daha yalın hale gelmesi ve kayıt altında ispatlanabilir işlemlerin yer alması, nitelikli bir süreç girişin ön izlenimi olarak görülmektedir. Sözleşme boyunca sorumlulukların takibi dijital sağlanarak, etkin bir hizmet alımı ve sunumu söz konusu olacaktır. Standardizasyon, işlemlerin kolaylaştırılması ve denetlenebilirlik hususlarında sektöre pozitif katkı sunmaktadır. Aynı zamanda sistem, sektör ayırt etmeksizin tüm ekosisteme fayda sağlar niteliktedir.





HARMONİK BİR GEÇİŞ SÜRECİNE İHTİYAÇ VAR

Blockchain ile ilgili uygulamaların başında ise armatörler yer almaktadır. Daha sonra forwarder ve kara nakliyecilerine geçmesi öngörüler arasındadır. Bu sistemin uygulanmasındaki en büyük engel ise gümrüklerdir. Şoförsüz bir şekilde TIR'ları İstanbul'dan yükletip Avrupa'ya kadar taşıma yapmasını bekleyebiliriz. Araç yüklendi, mühürü vuruldu, sisteme de girişini yapıldı veya uzaktan bir sistemle TIR çıkartıldı. Kapıkuleye geldiği zaman şoförün araçtan inmesi, bir takım yerlere gidip, bir takım evrakları damgalatması gerekecektir sonra tekrar aracına binmesi ve devam etmesi söz konusudur. Şoförsüz bir araçta ise bu mümkün değildir. Bu durumda; gümrük, gümrük beyan, özet beyan, tescil daha yalın bir ifadeyle gümrüğe yapılan her türlü kayıt işleminin insansız hale gelmesi gerekmektedir. Bu koşullar sağlanırsa sürücüsüz araçlarla malzeme beklenildiği şekilde taşınabilecektir. Blockchain

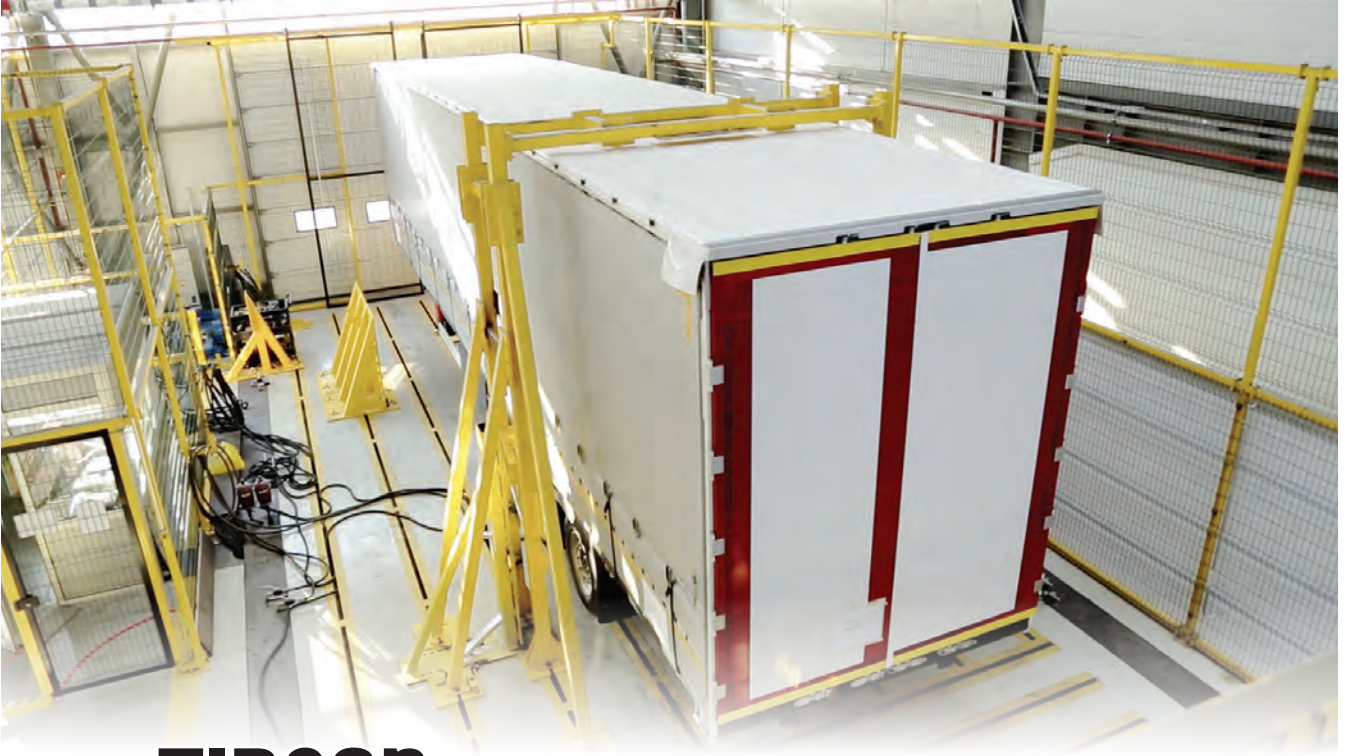
"Blockchain teknolojisi işlemleri sadeleştirerek, operasyonların daha kısa sürede gerçekleştirilmesine imkan sağlamaktadır. Sahtecilik konusundaki riskler azalarak, kağıtsız süreçlerin devreye girmesi hız konusuna da avantaj sunar niteliktedir. Lojistik şirketlerinin ticari kimliğini dijital yönetebilmesi kritik konular arasında yer alır ve blockchain ile sağlanır durumdadır."

sisteminin esas açık noktası da bu husustur. Bu durumun yalnızca Türkiye gümrüğünde değil bütün gümrüklerde bu şekilde sağlanıyor olması gerekmektedir. Ülkeler arasında harmonik bir geçiş süreci gerektirmektedir. Eğer bu husus sağlanamaz ise ne blockchain istediğimiz anlamda hayata geçebilecek nede lojistikteki dijitalleşme gümrüğün ötesine geçebilecektir.

İSTİHDAM KAYBININ ÖNÜNE GEÇİLEBİLİR

Sistemde ikinci endişe edilecek hususun ise istihdam kaybıyla bağlantılı olacağı düşünülmektedir.

Ülke bazında bir strateji geliştirilerek bu konunun önüne geçilebilmektedir. Özellikle yeni istihdam yaratılması noktasında stratejiler, yeniden eğitim, farklı yetkinliklerin mevcut çalışanlara kazandırılması oldukça önemlidir. Almanya Endüstri 4.0 ile ilgili harekete geçtiği dönem, %6 oranındaki işsizliği 10 yıl sonra düşürmeyi planlamaktadır. Diğer bir ifadeyle daha çok iş yaratması beklenmektedir. Bu yalnızca değişen ortama, dijitalleşen dünyaya uygun bir şekilde yeni meslekler edindirmekle sağlanabilir. Üretim ve verimlilik artırılarak bunun yanında hata oranlarının azaltılması söz konusu olacaktır. Mevcutta yapılan işlerin olmayacağını tahmininde bulunularak, bu işleri yapanlara yeni eğitim verilmesi ve bu konuyu ülke stratejisi haline döndürmek mümkündür. Geleneksel iş yapma modellerinin yeni çağın sunduğu dijital sisteme uyumlu hale getirilmesi, sürdürülebilir süreçlere, global anlamda rekabet gücüne ve işgücü yönetimine şüphesiz katkı sağlayacaktır.



TIRSAN patentte ilk 3'te yerini aldı

Tırsan; bu yıl ilk kez yayınlanan “Türkiye’nin Patent Haritası” raporunda, otomotiv teknolojileri alanında en fazla patent yayınlayan Top 10 Şirket Listesi’nde 3. sırada yer aldı. Türkiye’de tüm sektörler içerisinde ise 9. oldu. 2019 yılında 252 patent başvurusu bulunan Tırsan, treyler sektöründen listeye giren tek firma oldu. Turkishtime’in partner sponsorları arasında yer aldığı ve Patent Effect tarafından hazırlanan 206 sayfalık raporda; 31 Aralık 2019 tarihine kadar olan yerli patentlerin analiz edilmesiyle firmaların, üniversitelerin ve bireysel buluşçuların liderlik tablosu ortaya çıkarıldı, 15 farklı teknoloji alanında en değerli yerli patentler sıralaması oluşturuldu.

BAŞARISINI ÖDÜLLERLE TESCİLLEDİ

Tırsan, 2009 yılında kurduğu Türkiye’nin ilk treyler Ar-Ge Merkezi’nde geliştirdiği en geniş ürün gamı ile 55’den fazla

ülkedeki müşterilerinin sektörel ihtiyaçlarını karşılamaya devam ediyor. “Türkiye’nin Patent Haritası” raporunda tüm sektörler içerisinde 9. olan Tırsan, 2017 yılında, “En İyi Ar-Ge Merkezleri’nin değerlendirildiği 6. Özel Sektör Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri Zirvesi’nde birincilik ödülü aldı. Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği’nin (TAYSAD) 2018 Patent 1’incisi seçilen Tırsan; Treyler İnovasyon ödül tarihinde de bir ilke imza atarak, Treyler İnovasyon 2019 Ödülü “Şasi” kategorisinin şampiyonu oldu. Bünyesindeki Talson markası ile ‘Konsept’ kategorisinde 3. olan Tırsan, 2018 yılında 2 kategoride derece yapan uluslararası tek üretici ve aynı zamanda ödülü arka arkaya kazanan dünyanın ilk 3 treyler üreticisinden biri oldu. 2019 yılında 51 farklı Ar-Ge projesi üzerinde çalışan Tırsan Ar-Ge merkezi 15’ten fazla ulusal ve uluslararası üniversite, enstitü, kurum ve derneklerin yanı sıra sistem tedarikçileriyle de geliştirme projeleri yürütüyor.

TEMSA İŞ MAKİNALARI görüntülü destek hizmetine geçti

Komatsu, Volvo Trucks ve Crown, Dieci ve Terex Finlay markalarının distribütörlüğünü yapan Temsa İş Makinaları, müşteri ihtiyaçlarını kesintisiz bir şekilde karşılamak adına “Görüntülü Destek Hizmeti” uygulamasını başlattı. Şirket bu uygulamayla, telefon, bilgisayar, tablet gibi dijital araçlar aracılığıyla yapacağı görüntülü görüşmelerle müşterilerine yardımcı oluyor. İlgili markaların web sayfalarında yer alan formlar doldurarak iletilen talepler, markaların ilgili satış ya da satış sonrası ekiplerine iletiliyor ve ilgili ekipler de müşterilere dönüş yaparak randevu oluşturuyor. Şirket, “Görüntülü Destek Hizmeti” uygulamasını, koronavirüs tedbirleri tamamen kaldırılana ve ofis düzenine geçilene kadar devam edeceğini duyurdu.



MERCEDES-BENZ TÜRK'ten 150 adet medikal kabin bağışı

Mercedes-Benz Türk, COVID-19 salgını sebebiyle oluşan medikal ürün ihtiyacını karşılamak üzere pleksi kabinlerin üretimine başladı. Sağlık Bakanlığından onaylı pleksi kabinler, yeni tip

koronavirüs (COVID-19) hastaların tedavisinde kullanılacak. İlk aşamada üretilen 100 adet entübasyon kabini ve 50 adet numune kabini Sağlık Bakanlığına bağışlandı. Üretilen kabinlerin teslimatı ihtiyaç duyulan hastanelere Sağlık Bakanlığı'na gerçekleştiriliyor. Bu kabinler, tedavi sürecinde sağlık çalışanlarının COVID-19'a karşı korunmasında önemli bir görev görüyor.

DAIMLER DE DESTEĞİNİ ARALIKSIZ SÜRDÜRÜYOR

Mercedes-Benz Türk'ün ana şirketi olan Daimler de dünyanın farklı ülkelerinde yeni tip koronavirüse karşı desteklerini aralıksız sürdürüyor. Almanya'nın farklı kentlerindeki ulaşım ihtiyaçları için araç tahsisini gerçekleştiren şirket 110.000 adedi aşkın maske desteği de sağladı. Uzun yıllardır 3D yazıcı teknolojisini kullanan Daimler, 3D yazıcı ağını yıllık 150 bin adetlik medikal ürün üretimi için de devreye alıyor. Ayrıca Mercedes Formula 1 Takımının mühendisleri Londra Üniversitesi Hastanesindeki doktorlarla birlikte geliştirdikleri; COVID-19 hastalarının yoğun bakıma girmeden tedavilerine yardımcı olacak bir solunum cihazının üretimine başladı. Sürekli Pozitif Havayolu Basıncı (CPAP) cihazı, hastaların akciğerine solunum cihazına bağlanmalarına gerek kalmadan oksijen gönderiyor. Cihazın proje aşamasından üretime geçirilmesi 100 saat gibi kısa bir sürede gerçekleşti.



SCANIA'dan Covid-19'a karşı seyyar test laboratuvarı

Scania, Stockholm Karolinska Üniversite Hastanesi ile gerçekleştirdiği işbirliği kapsamında mobil test laboratuvarlarında kullanılmak üzere Scania çekici tahsis etti. Scania'nın sağladığı çekiciler, Stockholm'deki en riskli bölgelerde hizmet verecek. Olası hastaların testleri mobil merkezlerde tane yoğunluğunun azaltılması hedefleniyor. Ayrıca hastanede görev yapan sağlık personelinin de virüse yakalanma riskinin azaltılması

hedefleniyor. Scania aynı zamanda Karolinska Üniversite Hastanesine sağlık ekipmanı temin ve lojistiğinde de destekte bulunuyor. Scania satın alma ve lojistik departmanından yaklaşık 20 uzman, sağlık çalışanları için koruyucu ekipman temini konusunda nakliye, lojistik ve satın alma desteği veriyor. Avrupalı tedarikçilerden satın alınan maskeler, siperlikler, koruyucu giysiler, el spreyi ve yüzey dezenfektanı Scania araçları ile naklediliyor.



Yılın Panelvanı IVECO DAILY oldu

İngiltere'nin prestijli 2020 Ticari Van Sürücülere Ödülü'nün kazananları açıklandı. Iveco Daily, 3.5-7.5 ton kategorisinde prestijli 2020 Ticari Van Sürücülere Ödülü'nü kazandı. Iveco Daily'nin ödülü kazanma nedenleri konusunda jüri üyeleri şu açıklamayı yaptı: "Yüksek tonajda zor işler için sağlam bir araç isteyen işverenlerin Daily'yi gözden kaçırmaları hiç de akıl kârı olmayacaktır. Sağlam kamyon şasisi üzerine inşa edilmiş aracın yüksek kalitesi, aracı güçlü hissettiriyor. Oldukça geniş versiyon gamına ve konfigürasyona sahip olan araca bu sektörde başka hiçbir üretici yaklaşmıyor." Iveco Birleşik Krallık ve İrlanda Cumhuriyeti direktörü Sascha Kaehne ise, "3.5-7.5 ton aralığında en iyi araç ödülünü kazanmış olmaktan dolayı mutluyuz. Ticari Van Sürücülere Dergisi, okuyucularının düşünce ve duygularının gerçek bir yansımasını sunmaktan gurur duymalı ve müşterilerle son kullanıcıların jüride yer alması çok şey ifade ediyor" dedi.

Iveco Daily, gücünü düşük yakıt tüketimi ve Toplam Sahip Olma Maliyeti ile birlikte müşteriye verimlilik ve kârlılık sağlayan, performans ve sürdürülebilirlik sunma özelliklerinden alıyor. Daily, "işe bakış açınızı değiştirmek" için tasarlandı ve kabinde yaşam ile sürüş deneyimi konusunda yeni standartlar belirliyor ve otonom sürüş ile gelişmiş güvenlik özellikleri konusunda önemli adımlar atıyor. Yeni Daily aynı zamanda bağlanabilirlik konusunda çitayı yükselterek müşterinin aracı kullanımına ve işine göre özelleştirilmiş tam bir paket sağlıyor ve yeni bir hizmetler dünyasının kapısını açıyor. Aynı zamanda tam bir Gelişmiş Sürücü Yardım Sistemleri seti ve gelişmiş güvenlik özellikleri sunarken sınıfında en iyi kabinde yaşam deneyimi ve sürüş deneyimini sağlıyor. Daily van, yarı camlı van, şasi kabin, tamamlanmamış şasi ve çift kabinli seçenekleriyle ve birçok zorlu yol göreviyle başa çıkabilecek 4x4 seçeneğiyle kullanıcılara geniş bir seçim imkânı tanıyor. En çevreci dizel motorlar ve CNG / Bio-CNG seçenekleri Iveco'nun yenilikçiliğe, verimliliğe ve alternatif yakıtlı taşımacılık çözümlerine bağlılığını gösterirken pazardaki pozisyonu da sürdürülebilir taşımacılık için gerçek bir iş ortağı hâline getiriyor.



RENAULT TRUCKS kademeli olarak üretime geçiyor

1 8 Mart tarihinden bu yana Fransa'daki fabrikalarında üretime ara veren Renault Trucks, fabrikalarının kademeli ve güvenli bir şekilde yeniden faaliyete başlaması için hazırlanıyor. Fabrikaların yeniden faaliyete geçmesi kademeli olarak gerçekleşecek ve 23 Nisan 2020'de Vénissieux Motor fabrikası ile başlayacak. Diğer Renault Trucks fabrikaları, özellikle Bourg-en-Bresse ve Blainville-sur-Orne montaj fabrikaları, önümüzdeki haftalarda, normal kapasitelerinin yüzde 25'i seviyede yeniden çalışmaya başlayacak. Faaliyetler, yavaş ve emin adımlarla yeniden başlayacak ve müşterilerin taleplerine, tedarikçilerin bu süreçteki kapasitesine ve diğer Volvo grubu fabrikaları ile olan senkronizasyona bağlı olarak birkaç haftaya yayılarak arttırılacak.

Renault Trucks Başkanı Bruno Blin, konuyla ilgili açıklamısında; "Üretim faaliyetleri, yalnızca sağlık koşulları kusursuz olursa yeniden başlayacak. Bundan taviz vermeyeceğiz. Dolayısıyla kademeli bir yeniden başlangıç planlıyoruz. İlk dönemde üretim artışından önce, sağlık protokollerinin yanı sıra tedarikçi ve lojistik zincirini test edeceğiz. Sektörümüzün yeniden faaliyete geçmesini desteklemek, bizim sorumluluğumuz" dedi.

Renault Trucks fabrikalarında alınacak önlemlerden birkaçı ise şöyle:

Çalışanlar arasında mesafe kurallarının ve koruyucu önlemlerin uygulanması,

» Alternatif maskelerin yaygın kullanımı,

» Bir metre mesafe kuralına uymanın mümkün olmadığı durumlarda FFP2 maske, gözlük veya siperlik ve eldiven kullanılması,

» Kapı kollarıyla teması ortadan kaldırmak için kapıların (yangın kapıları hariç) açık tutulması,

» İş istasyonlarının, çalışma araçlarının, lojistik ekipmanların, soyunma odalarının ve yemekhanelerin temizlenmesi,

» Tüm ortak alanlar, soyunma odaları, geçiş bölgeleri ve yemekhanelerde hareketlerin organize edilmesi ve bu alanların açık olduğu sürelerin artırılarak aynı anda buralarda bulunacak kişi sayısının sınırlandırılması,

» Çalışanların servis araçlarında yolcular arasında boşluk olmasının sağlanması amacıyla özel bir oturma planı oluşturulması.

DAF TRUCKS

Makaroğlu Logistics'ten DAF çekici yatırımı

Makaroğlu Logistics aldığı yatırım kararıyla filosunu DAF çekicilerle güçlendirdi. Araçlar DAF Trucks Turkey Genel Müdürü Gregor van der Mark, Makaroğlu Logistics'in sahibi Birkan Makar, Mertsan Genel Müdür Yardımcısı Tayfun Karahasan, Bölge Yöneticisi Alper Ata'nın katıldığı törenle teslim edildi. Törende konuşan DAF Trucks Turkey Genel Müdürü Gregor van der Mark, "Müşterilerimizi ve organizasyonları için neden DAF'ı seçtiklerini bildirmeyi seviyoruz" dedi. Makaroğlu Logistics'in sahibi Birkan Makar ise şunları belirtti: "Makaroğlu Logistics, uluslararası taşıma alanında faaliyet göstermek üzere 2007 yılında Artvin Hopa'da kuruldu. Uluslararası gelişmeleri gözlemlemek, müşteri beklentilerini tanımlamak ve değişimlere uygun ataklar yapabilmek için 2008 yılında İstanbul ve Bakü ofislerini oluşturduk. Karayoluyla Azerbaycan, Gürcistan, Rusya, Kazakistan, Özbekistan ülkelerine komple ve parsiyel olarak taşımacılık hizmeti veriyoruz. Karayolunda taşımamızı yaptığımız ürünlerin istenilen yer ve zamanda kaliteli bir şekilde teslim edilebilmesi ve hizmetin en düşük maliyetle yerine getirebilmesi büyük oranda araç filosunun uygun ağır ticari araçlar ile oluşturmaya bağlıdır. Bu bağlamda filomuzda bulunan DAF markalı araçların bakım ve yakıt maliyetleri diğer markalı araçlarımıza oranla düşük olması yeni yatırımımızda da DAF markalı araçlar ile yenileme kararı almamızdaki en büyük etkidir."



SCHMITZ CARGOBULL

Kayatur Lojistik 15 Schmitz Treyler aldı

Schmitz Cargobull, Kayatur Lojistik'e 40 adetlik siparişinin ilk 15 adedini teslim etti. SCS Mega Varios yarı römorkların 15 adedini Schmitz Cargobull Adapazarı Fabrikası'ndan düzenlenen törenle teslim alan Kayatur Lojistik Genel Müdürü Osman Kaya; "Kayatur Lojistik olarak her türlü ticari mal ve eşyayı taşımaya çalıştığımız hatta en hızlı ve ekonomik şartlarda, mükemmeliyetçi bir yapıda alıcılarına ulaştırmak misyonlarımız arasındadır. Bunu sağlamanın şartlarından birinin de ekipman parkurunun en yeni ve modern araçlarla donatılmasının farkında olmanın bilinci ile sektöründe Avrupa'nın öncü markalarının başında gelen Schmitz Cargobull'a yatırım yaparak devam etme kararı aldık" dedi.

Törende konuşan Batı Marmara Bölge Satış Müdürü Hakan German ise şunları belirtti: "128 yıllık geçmişi ile faaliyet gösterdiği birçok ülkede pazar lideri olan Schmitz Cargobull markasının ülkemize yatırım yapması, birçok açıdan kullanıcının lehine olmuştur. Maliyetleri minimize eden SCS Mega Varios treylerlerimiz ile tanıştırdığımız müşterilerimizin, bir sonraki alımlarında tekrar tekrar aynı ürünümüzü seçiyor olmaları, müşteri memnuniyetinin tam olarak sağlandığını gösteriyor ki bu bizim için mutluluk ve onur verici bir durum. Her türlü şasi yüksekliğinde çekici ile kullanabilme imkanı sağlayan; dizaynı, son model Alman teknolojisi ile donatılmış Somnulu-Civatalı ve sıcak galvaniz ile kaplanmış şasisi ile SCS Mega Varios, operasyonel maliyetleri minimize etmesi ve yüksek 2. el değeri ile kullanıcı beklentilerini karşılamaktadır. Bu bağlamda, ülkemizin öncü firmalarından biri olan Kayatur Lojistik'in, geçmişten gelen tecrübeleri sonucunda bizleri tercih etmeleri ayrıca bir mutluluk kaynağımızdır"

10

SORUDA

COVID-19'UN YÜK TAŞIMA SÖZLEŞMELERİ VE NAKLİYAT SİGORTALARINA ETKİSİ



AV. SAVAŞ İNANDIOĞLU
Tilegal
Avukatlık Bürosu

COVID-19 salgının üretim, lojistik ve uluslararası tedarik zincirinde önemli aksaklıklara neden olduğunu belirten Tilegal Avukatlık Bürosu Ortaklarından Av. Savaş İnandioğlu "Salgın sebebiyle denizyolu, karayolu ve havayolu ile taşınan yükte meydana gelen hasarlar ile ilgili taşıyanların sorumluluklarının taşıma sözleşmesinin içeriğine ve tabi olduğu hukuk sistemine göre belirlenmesi gerekmektedir. Yine hasarların nakliyat sigortası teminatı kapsamında olup olmayacağı ile ilgili olarak ilk izlenimlerin salgının nakliyat emtia sigortası üzerindeki etkisinin sınırlı olacağı, polişede yer alan diğer düzenlemelerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği yönünde olduğunu görüyoruz" dedi.

1. Kara taşımalarda Covid-19 salgını "öngörülemeyen hal" olarak kabul edilmeli midir?

Uluslararası kara taşımaları bakımından uygulama alanı bulan CMR Konvansiyonu'nun 17/2. maddesi gereği, taşıyıcı öngöremeyeceği ya da önlemesine imkân bulunmayan kayıp, hasar veya gecikmelerden sorumlu tutulamaz. Yurt içi kara taşımaları bakımından uygulama alanı bulan Türk Ticaret Kanunu'nda da benzer bir düzenleme bulunmaktadır ve TTK'nun 876. maddesi uyarınca ziya, hasar ve gecikme,

taşıyıcının en yüksek özeni göstermesine rağmen kaçınılmayacağı ve sonuçlarını önleyemeyeceği sebeplerden meydana gelmişse, taşıyıcı sorumluluktan kurtulur. Bu durumda kural olarak taşıyıcının öngöremeyeceği bu salgından ileri gelen gecikme ve hasarlardan sorumlu tutulması mümkün değildir. Ancak, istisnasız her emtia hasarı ve gecikme bakımından "öngörülemeyen hal" olarak kabul edilmemesi gerekir. Örneğin, taşıyıcının soğuk zincirin kırılmasını engellemek için soğutma sistemini çalışır halde muhafaza etmek gibi emtianın hasara uğ-

ramasına mani olacak gerekli tedbirleri alma yükümlülüğü, taşımanın herhangi bir nedenle gecikmesi veya aksaması halinde de geçerliliğini korumaya devam etmektedir.

2. Taşımanın salgın sebebiyle "imkânsız" hale gelmesi halinde karayolu taşıyıcılarına ne önerirsiniz?

CMR Konvansiyonu'nun 14. maddesi uyarınca taşıyıcının taşıma işini sevk mektubunda öngörülen koşullara uygun olarak yerine getirmesi bir sebeple imkânsız hale gelir ise, taşıyıcı yük üzerinde tasarruf etme hakkına sahip olan yük ilgisinden talimat istemekle yükümlüdür. Benzer bir düzenleme, TTK'nun 869. maddesinde de yer almaktadır. Buna göre, taşıma sürecinin Covid-19 salgını nedeniyle aksamaması halinde taşıyıcı gecikmeksizin yük üzerinde menfaat sahibi olan yük ilgisine durum hakkında bildirimde bulunmalı ve durum ile ilgili talimat istemelidir. Taşıyıcının yük üzerinde menfaat sahibi yük ilgisinden talimat alamaması ya da talimat almasının mümkün olmaması halinde taşıyıcı tasarruf hakkı sahibinin menfaatine en uygun düşecek tedbirleri almakla yükümlüdür. Taşıyıcı bu kap-



samda taşınan emtianın muhafazası için saklama sözleşmeleri akdedebilir, emtiayı boşaltabilir, bir başka araca aktarabilir, satabilir hatta imha edebilir. Örneğin, salgın süresince Türkiye İran sınırından araç geçişlerinin yasaklanması üzerine sınırda bulunan tampon bölgede sürücü ya da römork değişikliği yapılmaya başlanmıştır. Benzer bir durum Türkiye – Irak sınırında da gözlemlenmektedir.

3. Covid-19 hava taşımalarında taşıyıcının sorumluluğunu nasıl etkiler?

Hava taşımalarında taşıyıcının sorumluluğunu kaldıran haller Montreal Konvansiyonu’nun 18. maddesinde sınırlı sayıda sayılmıştır. İlgili maddenin (d) bendinde “kargonun girişi, çıkışı ya da geçişi ile bağlantılı olarak gerçekleştirilen kamu otoritesi faaliyetleri” taşıyıcının sorumluluğunu ortadan kaldıran istisnai hallerden sayılmıştır. Bu durumda idarelerin kararı ile havaalanlarının kapanması, taşıma rotası üzerinde karantina uygulanması gibi sebeplerle taşıma sürecinin aksamasından kaynaklanan gecikme ve hasarlardan taşıyıcının sorumlu tutulması nedensellik bağı bulunması ve taşıyıcının kusuru olmaması şartıyla mümkün değildir.

4. Covid-19 salgını, denizyolu taşıma sözleşmelerini nasıl etkiler?

TTK’nın 1179. maddesinde, taşıyanın veya adamlarının kastından veya ihma-

“TTK md. 1222 uyarınca temel prensip salgın gibi umulmayan hallerde sadece gecikme nedeniyle fesih hakkının olmadığıdır. Ancak, bu gecikme nedeni ile sözleşmenin amacı kaybolduysa yani sözleşme artık katlanılamaz bir hal aldıysa fesih imkanı doğabilir.”

linden doğmayan sebeplerden ileri gelen zarardan taşıyanın sorumlu olmadığı düzenlenmiştir. Korona salgınının, ani, beklenmedik ve öngörülemez olduğu kabul edildiğinde; taşıyanın kastından veya ihmaliinden de söz edilemeyecektir. Ayrıca TTK m.1182/1-b hükmünde “resmi makamların emirleri veya karantina sınırlamaları”, taşıyanın kusursuzluk ve uygun illiyet bağı kriterlerinden yararlandığı hallerden sayılmıştır. Bu husustaki değerlendirmeler aslında her taşıma modelinde sözleşmenin uygulanacağı hukuka göre değişiklik gösterecektir. Örneğin, İngiliz Hukuku’nda mücbir sebep, yalnızca ilgili sözleşmede açıkça tanımlanmış ise kabul edilebilmektedir. Yani sözleşmede mücbir sebebe ilişkin hüküm bulunmalı ve bu hükümde salgın hastalık, mücbir sebepler arasında sayılmış olmalıdır. Türk hukuku bakımından ise bir sözleşmede mücbir sebebe ilişkin bir düzenleme olmasa bile, şartları varsa TBK’nın 136 – 138 md arasının uygulanma ihtimali olacaktır. Özetle, Covid-19 salgını sebebiyle sa-

dece denizyolu taşıma sözleşmelerinde değil karayolu ve havayolu ile taşınan yükte meydana gelen hasarlar ile ilgili olarak da taşıyanların sorumluluklarının taşıma sözleşmesinin içeriğine ve tabi olduğu hukuk sistemine göre belirlenmesi gerekmektedir.

5. Denizyolu taşıma sözleşmeleri, Covid-19 salgını sebebiyle feshedilebilir mi?

TTK md.1218/1’e göre; sözleşme gereğince taşınacak olan eşyanın tamamının yükleme limanından ihracının veya varma limanına ithalinin yahut transit geçişinin yasaklanması gibi bir kamu tasarrufu yüzünden sözleşmenin ifasının engellenmiş olması her iki tarafa herhangi bir tazminat vermekle yükümlü olmaksızın sözleşmeyi feshedebilme hakkı vermektedir. Normal şartlarda gemi yüklemeden sonra yola çıkıp tahliye limanına vardığında fesih her iki taraf için de çok uygun olmaktadır. Şöyle ki; taşıyan yüklediği emtiayı tahliye limanına kadar taşımış ve navluna hak kazanmış, taşıyan da



ticari işi için taşıdığı emtianın tahliye limanında teslimini beklemektedir. Ancak, Covid-19 gibi salgın hastalıklar nedeniyle eğer makul bir süre içerisinde bir çözüm sağlanamıyor ise sözleşmenin amacının kaybolduğu durumlarda tarafların elinde TTK md. 1218'in işletilerek fesih opsiyonunun düşünülmesi önemlidir. Bununla birlikte, yolculuk başladıktan sonra sözleşmenin ifası engellenmiş ise TTK md. 1218/2 gereğince fesih hakkının kullanılması için 1 ay boyunca engelin kalkmasının beklenmesi gerekmektedir.

6. Denizyolu taşıma sözleşmeleri Covid-19 nedeni ile kaynaklanan gecikme durumunda nasıl etkilendir?

TTK md. 1222 uyarınca temel prensip salgın gibi umulmayan hallerde sadece gecikme nedeniyle fesih hakkının olmadığıdır. Ancak, bu gecikme nedeni ile sözleşmenin amacı kaybolduysa yani sözleşme artık katlanılamaz bir hal alıyorsa fesih imkanı doğabilir.

7. Covid-19 salgını sebebiyle geminin süresinde yüklenememesi/tahliye edilememesi durumunda taşıyan demuraj ücreti talep edebilir mi?

Bu durum her charter partiyeye ve tabi olduğu hukuka göre değişiklik göstereceğinden her bir olay bakımından ayrı inceleme ve değerlendirme yapılması gerekir. Örneğin, Gencon 94'ün 6. maddesinde ve 110. satırında; geminin, "serbest pratika" düzenlenip düzenlenmediğine bakılmaksızın NOR verebileceği ve dolayısıyla demurajın işleyeceği düzenlenmiştir. Ancak, BPVOY (BP Voyage Charterparty) sözleşmesinden örnek vermek gerekirse; 6. maddesinde 270 – 276 satırları arasında serbest pratika verilmeden geçerli bir NOR verilmiş sayılmayacağı belirtilmiştir. NOR verildikten 6 saat sonra serbest pratika belgesi alınırsa bu durumda NOR geçerli hale gelecektir. NOR verilmesine rağmen 6 saat içerisinde serbest pratika alınmadığı durumlarda kaptana bir protesto mektubu gönderme imkanı tanınmıştır ancak yine de serbest pratika alınmadan NOR işlemeye başlamayacaktır.

8. Covid-19 sebebiyle taşıyan, rotada veya limanda değişiklik yapabilir mi?

TTK md.1113/1 uyarınca, umulmayan bir hal sebebiyle kaptan, durumun gereklerine ve uygulamaya zorunlu olduğu talimata göre sefere başka bir rota üzerinden devam edebilir, ara

verebilir veya kalkma limanına geri dönebilir. Bu durumda, Covid-19 salgını, bu maddede belirtilen "umulmayan bir hal" olarak değerlendirilebilirse taşıyanın rotada değişiklik yapabileceği sonucuna varılabilir. Ancak, bu durum her somut olayın şartlarına göre incelenmeli ve ayrı değerlendirilmelidir. Yine, gemiden birinin hastalanması durumunda da rotadan sapmanın TTK md. 1220 çerçevesinde can kurtarma kapsamında değerlendirilmesi mümkün olabilir.

9. Covid-19 salgını sebebiyle geminin sorumluluk sigortacısı olan P&I Kulübü devreye girebilir mi?

Covid-19 salgını ile ilgili olarak birçok P&I Kulübü, üyelerine Covid-19'un etkileri ve bu konuda Kulüp kapsamının işleyişi hakkında sirküler hazırlamışlardır. Bu metinlerde, gemi adamlarının çalışma süresi boyunca Covid-19 salgını nedeniyle hasta olması veya mürettebat üyesinin ölmesi neticesinde katlanılan masraf ve yükümlülüklerin teminat kapsamında olduğunu, bu salgının diğer tüm mürettebat hastalıkları veya ölüm sebepleriyle aynı şekilde ele alındığını, Covid-19 salgını ile ilgili gemi mürettebatında meydana gelen hastalıkların ya da ölümlerin kapsam dışında tutulmasının söz konusu olmayacağı belirtilmiştir.

10. Covid-19 salgını sürecinde doğan hasar talepleri nakliyat emtea sigortası teminatı kapsamında değerlendirilebilir mi?

Her bir sigorta poliçesinin içeriği ve kapsamının olay bazında özel olarak değerlendirilmesi gerekir. Emtia Nakliyat Sigortası Genel Şartları özel olarak salgın rizikosuna değinmemekte ancak malların sevk ve naklinde gecikme ve karantina kaynaklı talepleri teminat dışı bırakmaktadır. Bu durumda salgından kaynaklanan emtia hasarlarının sigorta kuvertüründe değerlendirilmesi mümkün olmasına rağmen gecikme kaynaklı hasarlar teminat dışı sayılabilecektir. Açıkça istisna edilen haller haricinde tüm rizikolar bakımından teminat sağlayan Enstitü Yük Klokzları (A) da salgın halini istisna edilen haller içerisinde saymamıştır. Ancak istisna hallerinden 4.5. maddede sigorta kapsamındaki bir tehlikeden olsa bile yakın nedeni gecikme olan ziya, hasar veya masrafları sigorta teminatından istisna edilen hallerden sayıldığı görülmektedir. Bu durumda tıpkı genel şartlarda olduğu gibi salgından kaynaklanan hasar taleplerinin teminat kapsamında değerlendirilmesi mümkün iken, hasar talebinin yakın nedeninin salgından ziyade gecikme olarak nitelendirilebildiği hallerde hasarın teminat dışı olarak değerlendirilmesi riski doğacaktır. Covid-19 salgını sebebiyle denizyolu, karayolu ve havayolu ile taşınan yükte meydana gelen hasarın teminat kapsamında olup olmayacağı ile ilgili olarak ilk izlenimler, salgının nakliyat emtia sigortası üzerindeki etkisinin sınırlı olacağı, poliçede yer alan diğer düzenlemelerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği yönündedir.



WANT TO KNOW WHAT MAKES WCA SO POWERFUL?



Our members are dedicated, honest and hard working. **We expect nothing less.**

GENEL TRANSPORT

The World's Favourite Turkish Forwarder

- Air Freight
- Sea Freight
- Road and Rail
- Contract Logistics
- Project Transport
- Door-to-Door Services



Since 1988



ISTANBUL - IZMIR - MERSIN

info@geneltransport.com.tr
+90-212-241.25.15



www.geneltransport.com.tr

