www.utalojistik.com.tr

UTA Lojistik

ULUSLARARASI LOJİSTİK DERGİSİ

MAYIS 2021 YIL 27 SAYI 5

TEKSTİLİN LOJİSTİK VİTRİNİ RENKLENİYOR

Colin's, DeFacto, LC Waikiki TEDARİK ZİNCİRİNİ NASIL YÖNETİYOR ?

E-TİCARET DAĞITIMDA YENİ İŞ MODELLERİ YARATTI

Taşımacılıkta engeller BLOK ZİNCİR ile aşılacak

Kimya sektörü lojistiğe ÇARE ARADI

10 SORUDA Dijital Takograf

Lojistik sektörü 2021'e yükselişle başladı

Lojistik Vizyon DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ

PAN LOGISTICS

www.panlogistics.com.tr

444 7 726



PAN FLASH
Hızı ile Tanışın

İHRACAT KARGONUZU 24 SAATTE TESLİM EDİYORUZ.

24 SAATTE TESLİMAT!

- 15.000 € mal bedeline
- 300 KG brüt ağırlığa kadar
- Gümrükleme vekaleti olmadan
- Kapınızdan-Dünyanın direkt uçulan her havalimanına

444 BATU 2288

BATU International Logistics



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

7 GÜN 24 SAAT

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



TEKNOLOJİ KADAR HIZLI, MÜMKÜN OLDUĞU KADAR UZAĞA

+90 850 755 0 458 | galpi.com.tr

GALATA ALPI
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.

Great Place To Work.

bu sayıda...

22 LC Waikiki dünyaya yılda 600 milyon adet sevkiyat yapıyor



Osman Evren Şen



Ergin Erşin

24 Colin's dağıtımda performans düşüklüğüne izin vermiyor

26 Defacto otomasyon sistemiyle başarıyı ikiye katladı



Cenk Karapınar



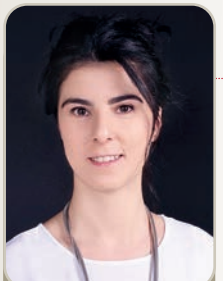
Umur Özkal

30 Arvato e-ticaret sektörünün başarısına ortak oluyor

40 Taşımacılıkta engeller blok zinciri ile aşılacak



Murat Palaoğlu



Elif Savrum

54 10 Soruda: Dijital Takograf

» İÇİNDEKİLER



DOSYA

TEKSTİL LOJİSTİĞİ

20 Galata Taşımacılık tekstil lojistiğinde kabına sığmıyor
22 LC Waikiki dünyaya yılda 600 milyon adet sevkiyat yapıyor
24 Colin's dağıtımda performans düşüklüğüne izin vermiyor
26 Defacto otomasyon sistemiyle başarıyı ikiye katladı
28 Narkonteks depolamada kapasite büyütecek

DOSYA

E-TİCARET LOJİSTİĞİ

30 Arvato e-ticaret sektörünün başarısına ortak oluyor
34 Hepsiburada inovatif modellerle lojistikte çıtayı yükseltiyor
36 Samsung Electronics süreçlerini yeni teslimat modelleriyle besliyor
38 Türkiye'nin e-ticaret karnesi

HABER

12 CEVA, Çin-Avrupa hattındaki blok tren hizmetlerine iki yeni halka ekledi
18 Lojistik sektörü yükselişe geçti
40 Taşımacılıkta engeller blok zinciri ile aşılacak
44 Kimya sektörü lojistik sorunlarına çare arıyor
46 Lojistik Vizyon: Yeni Nesil Üretimi: Dijital Tedarik Zinciri
54 10 Soruda: Dijital Takograf

LOJİSTİK STRATEJİ

33 Robert T. Ateş: E-Ticaret ve Tedarik Zinciri

LOJİSTİK GÜNDEM

37 Seyhan Gülhan: E-Ticaretin Evrimleşmesi: Fulfillment



Dijital lojistik platformu oluşturacağız

EMRE ELDENER
UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı



E-ticaret ve ulaştırma sistemlerine etkisi

ALİ ERCAN GÜLEÇ
Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı



Ortak Tutkumuz Mutluluk Paketlemek

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 sektörlere 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 usülü lojistik hizmetlerinin yanı sıra omnichannel çözümleri ve marketplace yönetimi projeleri geliştirir ve yönetir.

arvato BERTELSMANN
Supply Chain Solutions

arvato-supply-chain.com.tr

EDİTÖRDEN

Cem KAÇMAZ
cemk@esmyayincilik.com.tr



E-TİCARET LOJİSTİĞİ SİL BAŞTAN

Pandemiyle birlikte tüm dünyada kepenklerin kapatıldığı bir dönemde e-ticaret, ekonomilerin kilidini açtı. Covid-19'un etkisini azaltan önemli bir alan haline geldi. Buna paralel olarak e-ticarette beklentilerin de üzerinde bir ivme yaşandı ve 2020 e-ticaret yılı oldu.

Dünyada 4,3 trilyon dolara ulaşan e-ticaret hacmi Türkiye'de yüzde 66 arttı ve 226,2 milyar TL'ye yükseldi. Bu büyüme yurt içiyle de sınırlı kalmadı. E-ihracat yeni büyüme alanı haline geldi. E-ihracat hacmi 1.4 milyar dolara ulaştı. Talep artışı sektördeki oyuncu sayısını arttı. E-ticaret ile uğraşan işletme sayısı 2020'de 256 bin 861'e çıktı.

Başlayan büyüme dalgasının önümüzdeki süreçte de devam etmesi bekleniyor. 2027 yılında küresel e-ticaret hacmi yaklaşık 21 trilyon dolar olarak tahmin ediliyor.

Son tüketicinin neredeyse tüm ihtiyaçlarını online alışverişe yönlendirmesi lojistiği e-ticaretin aranan yüzü haline getirdi. Yaşanan kapasite sıkıntılarını ve müşteri memnuniyetsizliklerini çözmek için teknoloji altyapısını güçlendiren firmalar bir adım öne çıktı. Teslimatta hız yarışı, yeni iş modeller yarattı. Esnaf, akaryakıtçı, ev hanımı işin içine dahil edildi. Kargoyu evde bekleme dönemi sona erdi.

Kargo şirketlerinin yükselen e-ticaretin hızına yetişememesi, hem e-ticaret platformlarını hem de perakendecileri kendi kargo operasyonlarını başlatmaya itti. Hepsiburada, Trendyol, Boyner, Sinoz gibi firmalar kendi kargo dağıtım firmalarını kurdu. Diğer yandan çok sayıda yeni şirket kargo sektörüne giriş yaparak, aynı gün ve ertesi gün teslimat seçenekleriyle pazardaki yarışı hızlandırdı.

Bu durumun ne kadar kazançlı ve sürdürülebilir olacağı önümüz ki süreçte görülecek. Ancak kargo sektörü temsilcileri, normalleşme süreci sonrasında küçük firmaların büyük firmalara konsolide olacağını tahmin ediyor.

E-ticaret ve e-ihracat lojistik firmaları içinde yeni büyüme alanı haline geldi. Önde gelen birçok lojistik firması e-lojistiği hizmet listesine ekledi. Özellikle depolama ve dijitalleşme alanında ciddi yatırımlar yapmaya başladı.

Sonuç olarak pandemiyle birlikte büyüme trendi içine giren e-ticaret lojistiğinde oyuncular değişiyor. Kurallar, yöntemler, iş modelleri sil baştan yeniden belirleniyor. Bu değişime ayak uyduran şirketler yeni normalde altın çağlarını yaşayarak büyüyecek.

Keyifli okumalar…

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 GÜRSES KAÇMAZ

Haber Müdürü (Editor)
Gülbahar SALIK

Haber Merkezi (Reporter)
Özgür ÇİLEK

Reklam Rezervasyon
(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@esmyayincilik.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 yazarına aittir.
Danışma Kurulu üyelerinin adları, soyadlarına göre alfabetik olarak yazılmıştır.

YEREL SÜRELİ
ISSN 1307-7813



TÜRKİYE'NİN EMEĞİNİ GURURLA TAŞIYORUZ.

ÜRETTİĞİNİZ NE VARSA DÜNYADA
300'DEN FAZLA NOKTAYA TAŞIYORUZ.
TÜRKİYE'MİZİ HEP BİRLİKTE YÜKSELTİYORUZ.

TURKISH CARGO

turkishcargo.com.tr

Turkish Cargo Münih'i uçuş ağına ekledi

Turkish Cargo, Frankfurt'tan sonra Almanya'nın ekonomi metropolü olan Münih'i de direkt kargo uçuşu gerçekleştirdiği destinasyonlar arasına ekledi. Başarılı hava kargo markası, 7 Mayıs tarihinde Munih'e başlatacağı kargo seferleri ile direkt kargo uçuşu gerçekleştirdiği destinasyon sayısını arttırmaya devam ediyor. Türk Hava Yolları Genel Müdür (Kargo) Yardımcısı Turhan Özen, konuya ilişkin yaptığı açıklamada şunları belirtti: "Uçuş ağımıza eklediğimiz bu yeni destinasyon ile birinci sınıf iş merkezi olan Münih'in hava kargo taşımacılığı ihtiyacına önemli bir katkıda bulunmanın yanı sıra, pazarın lider ihracatçılarına global hava kargo markası olarak istikrarlı ve güvenilir bir iş birliği sunuyoruz. Turkish Cargo olarak yalnızca yaptığımız taşımalarla değil, ürettiğimiz fırsatlar, açtığımız alanlar, gelişimine katkı sağladığımız sektörler ve yarattığımız büyük lojistik ekosistemle birlikte ülkemizin kalkınmasında ve küresel ticaretin rekabet gücünün artırılmasında üstlendiğimiz kritik rolümüzü kararlılıkla sürdürüyoruz."



Sarp Intermodal 500 adet konteyner siparişi verdi



Sarp Intermodal, 41 milyon liralık yatırımla 500 adet 45'lik konteyner siparişi verdi. Şirket, yeni siparişle birlikte 45'lik konteyner sayısını 1550'ye çıkaracak. Sarp Intermodal CEO'su Onur Talay, pandemi sürecinde karantina önlemleri ve insana bağlılığın az olması nedeniyle intermodal taşımacılığa ilginin arttığını belirtti. Artan talebe cevap verebilmek, uluslararası ticaretin akışını devam ettirebilmek ve pazar paylarını daha da artırabilmek için bu yatırım kararını aldıklarını dile getiren Talay, şunları da kaydetti: "500 adet 45'lik konteyner siparişimiz yıl bitmeden teslim edilecek. Böylece özmal konteyner sayımız 1550'ye çıkarken, iş ortaklarımızın ekipmanlarıyla birlikte de 4 binin üzerinde konteynere direkt ulaşma imkânımız olacak. 2022 yılı sonu için belirlediğimiz 2500 konteyner hedefimize artık daha yakınız." Türkiye'de intermodal taşımacılığı odağına alarak kurulan ilk şirketin Sarp Intermodal olduğunu vurgulayan Talay, "Kurulduğumuz 2014'ten bu yana hızlı ama gerçekçi büyüdük. İntermodal taşımacılığa ilgi her geçen yıl hızla artıyordu, pandemi bu süreci hızlandırdı. Geçen yıl 2019'a göre büyüme hızımızı iki katına çıkardık. Araç ve ekipman filomuzu ciddi yatırımlarla büyüttük. Çalışan sayımızı da yüzde 25 arttırdık." dedi.



TLS Lojistik'ten 45 milyon TL'lik araç yatırımı

Büyüme hedefleri doğrultusunda yatırımlarını sürdüren TLS Lojistik araç filosuna 45 milyon TL'lik araç yatırımı yaptı. TLS Lojistik Taşımacılık Hizmetleri Genel Müdürü Sinan Ünal; 2021 yatırımları konusunda "Müşterilerimize özel lojistik çözümler üretmeye, başarımızı sürdürülebilir kılmaya devam edeceğiz. Her zaman katma değer yaratan, stratejik bir iş ortağı olarak geçmişte olduğu gibi günümüzde de gelecekte de sektörümüzün ufkunu açmayı hedefliyoruz. Bu bağlamda filomuzu gençleştirmeye ve genişletmeye yönelik çalışmalarımız devam ediyor. 2021'in ilk çeyreğinde yaptığımız bu yatırıma ek olarak yıl içerisinde 100 adet araç daha filomuza dahil etmek için anlaşmalarımızı yaptık" açıklamasında bulundu. Tesla ile elektrikli araç yatırımı konusunda dirsek teması içinde olduklarını vurgulayan Ünal, elektrikli araç teknolojisinin kamyon ve tırlarda kullanılmasının sektörde büyük bir dönüşüm yaratacağını söyledi. Ünal, "Otoyollardaki çevresel kirlilik değerlendirildiğinde elektrikli araçlar tartışılmaz bir iyileştirme vadediyor. Bununla birlikte elektrikli araçların sayısının katlanarak artması, iklim değişikliği ile mücadeleye ancak tüm enerji sistemlerinin dekarbonize edilmesiyle fayda sağlayabilir" dedi.

ARAS KARGO'DA ÜST DÜZEY ATAMA

Aras Kargo'nun Operasyon Genel Müdür Yardımcılığı görevine Cem Oğuz getirildi. Aras Kargo'nun operasyon alanındaki vizyonuna değinen Cem Oğuz, "Aras Kargo olarak, toplamda 28 transfer merkezi, 1000'e yakın şube, 16 bine yakın çalışan ve 5 binin üzerinde araçtan oluşan filomuzla müşterilerimize hizmet veriyoruz. Oldukça dinamik bir yapısı olan kargo sektöründe; artan e-ticaret hacmine ve değişen taleplere göre teknolojik yatırımları yapmaya, altyapıyı güçlendirmeye, iş süreçlerini daha verimli hale getirmeye her zamankinden daha büyük önem veriyoruz. Pandemi süreciyle birlikte değişen tüketici alışkanlıkları ile çok öncesinde başladığımız çalışmalarımıza hız kazandırdık. Artan adres ve data operasyonunu yönetmek için geliştirilen harita alt yapısı, el terminali yatırımları, self service uygulamaları, SMS kodu ile temassız teslimat, transfer merkezlerinden doğrudan dağıtım uygulaması gibi birçok öncü hizmet hayata geçirildi. Diğer yandan transfer merkezlerinde yapılan otomasyon yatırımlarımızla yüzde 300'ün üzerinde kapasite artışı sağlayarak, saatlik işleme kapasitesinde gerçekleşen 3 katlık artışla sektörün otomasyonla iş üreten en önemli oyuncusu haline geldik. Önümüzdeki dönemde de bu başarıyı sürdürecek yeni çalışmalarla sektördeki kapasite liderliğimizi devam ettirmeyi hedefliyoruz" dedi.



RENAULT TRUCKS

T HIGH

ZİRVEDE

SÜRÜŞ KONFORU





UZUN YOLDA KONFORLU SÜRÜŞ

Kabinde karbon rengi kumanda paneli, siyah deri döşemeler, gri tavan kaplama, özelleştirilebilir radyatör ızgarası ve iç-dış dikiz aynalar, sadece geliştirilmiş ayrıntılar... T High çekiciler, her türlü uzun yol koşulunda yüksek performans ve maksimum sürüş konforu sunuyor.

RENAULT TRUCKS

renault-trucks.com.tr

Mars Logistics istihdamı yüzde 10 artırdı



Pandemi düzenine uyum sağlamak için önemli adımlar atan ve çalışma modelini değiştiren Mars Logistics, istihdam artışını da sürdürdü. Mars Logistics bünyesinde bin 530 çalışan olduğunun bilgisini veren Mars Logistics İnsan Kaynakları Direktörü Nihal Kansu, "Pandemi nedeniyle herhangi bir küçülmeye gidilmedi aksine geçtiğimiz yıla kıyasla %10 istihdamda artış oldu. Önümüzdeki dönemlerde de bu artışın devam etmesini, şu anda uyum içinde çalışan ekibimize yeni üyelerin katılmasıyla gücümüze güç katmayı hedefliyoruz" dedi. Pandemi döneminde aldıkları önlemler hakkında da bilgi veren Kansu, şunları aktardı: "2019'da başladığımız uzaktan çalışma modeli için 250 bin dolarlık teknolojik yatırım yaparak hızlıca hayata geçirdik ve evden çalışmaya uygun olan bölümlerde çalışan arkadaşlarımızın evden çalışması için tüm gereklilikleri sağladık. Bu esnada işi gereği ofiste veya depolarda çalışması gereken arkadaşlarımız için ofislerimizi pandemi kurallarına uygun şekilde düzenledik. Yaklaşık yarım milyon TL'lik harcama ile ofis ortamlarında fiziksel düzenlemeler yaparak şube ve depolarımızda teması olabildiğince azalttık. Sınıf içi gerçekleştirdiğimiz eğitim içeriklerini online platformda olabilecek şekilde kurgulayarak çalışanlarımızla paylaşmaya başladık. Koronavirüs nedeniyle hızlı bir şekilde uzaktan çalışma modeline geçtiğimizde gördük ki altyapı olarak uzaktan çalışmaya uygunuz, işlerimiz aksamıyor ve çalışanlar da bu durumdan mutlu. Bu nedenle hibrit çalışma modeline devam etmeyi, dönüşümlü olarak ofislere gitmeyi sürdürmeyi planlıyoruz."

DHL Express Türkiye'ye yeni CEO

DHL Express, Türkiye'de yaklaşık 4 yıldır Claus Lassen önderliğinde yürüttüğü faaliyetlerine Mustafa Tonguç ile devam edecek. Türkiye'de DHL Express'in liderliğini Şubat 2017'de devralan ve DHL Express Türkiye'ye pek çok başarı kazandıran Claus Lassen, bayrağı 1 Mayıs 2021 itibariyle, Satıştan Sorumlu GMY olarak görev yapan Mustafa Tonguç'a devretti. DHL Ailesi'nde çalışmaya 1997'de DHL Almanya Operasyonları'nda başlayan Mustafa Tonguç, Almanya'daki ayrıştırma merkezi ve havaalanında operasyonel alandaki görevlerinin yanı sıra müşteri hizmetleri ekibinin yöneticiliğini de yürüttü. Tonguç, Türkiye'deki görevine terfi etmeden önce, DHL Express Avrupa'nın Dağıtım Merkezleri ve Havaalanı Performans ve Programlar Genel Direktörü olarak çalıştı. Operasyondan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olduğu dönemde Tonguç, DHL Express Türkiye'nin bölgesel ve yerel operasyon hedeflerine ulaşmasına büyük katkı sağladı ve ekibiyle beraber mükemmel sonuçlara



imza attı. Tonguç aynı zamanda DHL Express Türkiye'nin İstanbul Havalimanı'ndaki tesisinin projesi gibi pek çok inisiyatife öncülük etti. Son rolünde Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yapan Tonguç, kısa bir zaman diliminde gerek satış ekibinin yapılandırılması gerekse yeni satış stratejisinin belirlenmesi konusunda önemli adımlar attı.



Havaş ilaç taşımacılığındaki kalitesini sertifikalandırdı

Yer hizmetlerinin deneyimli markası Havaş, İstanbul Havalimanı'ndaki antreposunda ilaç ve soğuk hava depolaması gerektiren ürünlerin depolama ve taşıma süreçlerinin kalite standartlarını belgeleyen Avrupa Birliği GDP (Good Distrubition Practices - İyi Dağıtım Uygulamaları) sertifikasını almaya hak kazandı. Havaş Genel Müdürü S.Mete Erna, "İstanbul antrepomuzda aldığımız GDP (İyi Dağıtım Uygulamaları) sertifikası, Havaş'ın ilaç ve soğuk hava depolaması gerektiren ürünler gibi bozulabilir nitelikteki kargo operasyonlarında uluslararası kalite standartlarında ve güvenilir hizmet sunduğunun bir göstergesidir. İlaç, tıbbi ürün ve gıda gibi soğuk zincirin korunmasını gerektiren kargoların; kabul işlemlerinden, antrepolarımız arasında transferi, yükleme ve sevkiyat süreçlerine kadar operasyon zincirinin her aşamasında, uygun koşulları sağlayarak son teknoloji donanımlarla depolama ve taşımacılık faaliyetlerini gerçekleştiriyoruz. İstanbul Havalimanı'ndaki 10 bin metrekarelik antrepomuzda, bozulabilir kargolar için iklim kontrollü özel depolama odaları ve soğutucu üniteli frigorifik araçlar bulunuyor. Müşteri memnuniyetini esas alarak kalite çıtamızı sürekli ileriye taşımak için çalışmayı sürdürüyoruz" dedi.

SERTRANS LOGISTICS ALMANYA'DA 5 BİN METREKARE DEPO AÇTI

Sertrans Logistics, yurt dışı büyüme hedefleri doğrultusunda bir adım daha atarak Almanya'da 2,5 milyon avro yatırım yaparak 5 bin metrekarelik bir depo açtı. Türkiye'deki e-ihracatın büyüme sürecine destek olacak deponun kapasitesinin kısa süre içinde 10 bin metrekareye çıkartılması hedefleniyor. Almanya deposunun yurt dışına açılmak isteyen Türk markaları için önemli bir imkân sunduğunu söyleyen Sertrans Logistics Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Keleş, "Almanya deposu uluslararası nakliyede bir hub olacağı gibi, aynı zamanda e-com ve e-ihracat alanında da hizmet vereceğimiz bir merkez olacak. Almanya'nın yanı sıra Avrupa'da yakın bir zamanda ikinci depomuzu da açacağız. Yurt dışında açacağımız her bir depo özellikle yurt dışına açılmak isteyen Türk markaları için büyük imkân sunacak. Zira artık onların ihtiyaçlarını daha yakından bilen ve bunlara yönelik çözümleri hızlı bir şekilde ortaya koyacak bir muhatapları olacak. Türk markalarının yurt dışında büyümelerine destek vereceğiz. Bu sektörde hizmet veren her şirket birer dış ticaret elçisi gibi çalışmak durumunda. Sertrans olarak biz de bu anlayışla yolumuza devam ediyoruz" dedi.



BİRİNCİ ELDEN TEK FARKI İKİNCİ EL OLMASI

TruckMarket titizlikle incelenmiş, eksiksiz, hasarsız ikinci el ağır araçları sunar; size sadece TruckMarket'e güvenmek kalır. Yeni araç kalitesinde ikinci el ağır vasıtalar Ford Trucks güvencesiyle TruckMarket'te. TruckMarket Türkiye'nin her yerinde.

444 36 73 / 444 FORD
www.fordtrucks.com.tr

TRUCK MARKET

2. EL'DE FORD TRUCKS GÜVENCESİ

WWW.TRUCKMARKET.COM.TR



Koç

Ford TRUCKS

Her yükte birlikte

GIDA

Ülker'den Amazon ile e-ihracat atağı

Tüketicilere farklı kanallar aracılığıyla ulaşmayı hedefleyen Ülker, e-ihracatta önemli bir adım daha attı. Ülker'in şeker, sakız ve çikolata olmak üzere 3 kategoride, **30 kadar ürünü**, Amazon Avrupa'da açılan online "Ülker Shop" mağazası aracılığıyla Fransa, İtalya ve Hollanda'da tüketicilerin beğenisine sunuldu. Ülker İş Geliştirme Direktörü Utku Soylu, Ülker'in ihracat potansiyelini, e-ihracattaki yeni adımlarla artırmayı hedeflediklerini belirterek, "Ülker Shop'la ilk etapta Fransa, İtalya ve Hollanda'da ürünlerimizin tüketicilerin adresine teslimi sağlanacak. Bu ülkelerin ardından, iki ay içinde İspanya, Almanya ve İngiltere'de de e-ihracat operasyonumuzu hayata geçireceğiz. Hedefimiz, Türkiye'den yönettiğimiz online mağazalarımız aracılığıyla, Ülker ürünlerini dünyanın dört bir yanına farklı kanallardan da ulaştırabilmek" dedi.

Ülker Shop'un tüm tedarik ve altyapı sürecini, Yıldız Holding çatısı altında, sadece online kanallara hizmet vermek üzere kurulmuş olan E-Star üstleniyor. E-Star Global Operasyonlar Lideri Kunter Aşkın, "Global pazarlarda ürünleriyle müşterinin ilgi ve takdirini kazanan markalarımızı, E-Star Global olarak, doğru iletişimle ve kaliteden ödün vermeden, tüm dünyadaki tüketicilerle dijitalde buluşturmayı, ilgili pazarlardaki marka farkındalığımızı artırmayı ve tüm paydaşlarımız için pazarı büyütmeyi hedefliyoruz" açıklamasını yaptı.





SAVUNMA SANAYİ



ASELSAN ihracatını yüzde 44 artırdı

ASELSAN'ın ihracat verilerine göre, koronavirüs salgınının tüm dünyada yarattığı olumsuzluklara rağmen 2020'de yurt dışı satışlarını bir önceki yıla oranla yüzde 44 artırarak 446 milyon dolarlık yeni ihracat sözleşmesi imzaladı. Şirket, yurt dışından 2016'da 233, 2017'de 187, 2018'de 231 ve 2019'da 310 milyon dolarlık sipariş almıştı. ASELSAN, yıl içinde gerçekleşen satışlara ek olarak 362 milyon dolarlık döviz girdisi sağladı. 2019 yılı başında ihracat tabanlı organizasyonel yapılanmadan sonra ASELSAN tarihinde ilk defa 2020'de **1 milyar doları** aşan yurt dışı birikmiş sipariş büyüklüğüne ulaşıldı. Bugüne kadar hiç satış yapılmamış 6 yeni ülkeye daha ASELSAN ürünlerinin satışı gerçekleştirildi. ASELSAN kullanıcısı ülke sayısı 70'e yükseldi. Dijital iş akış platformu ve güvenli iletişim altyapısıyla faaliyetler dünyanın her noktasında kesintisiz yürütüldü. ASELSAN-Ukraine şirketi, Pakistan İslamabad Ofisi ve Katar MRO (Bakım Onarım ve Modernizasyon) Merkezi kurulumları gerçekleştirildi. Şirketin uluslararası çalışmalarında çeşitli milletlerden, farklı öz geçmiş ve yeteneklere sahip yaklaşık 100 kişi görev aldı. ASELSAN ayrıca NATO Communications and Information Agency (NITECH) tarafından düzenlenen inovasyon yarışmasında 2 farklı projeyle birincilik elde etti. İş Geliştirme ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcılığı tarafından koordine edilen süreçte NATO, ASELSAN'ın sistemlerini operasyonel kullanıma dönüştürme imkanı sağladı. Şirket, 2021'de dünyanın farklı ülkelerinde yeni irtibat büroları, bakım-onarım-üretim-mühendislik merkezleri kurmayı ve yeni iş ortaklıkları geliştirmeyi amaçlıyor.

OTOMOTİV

TEMSA'dan Belçika'ya 22 otobüs ihracatı

Avrupa pazarında ihracat atağına geçen TEMSA, teslimatlarını hızlandırdı. Geçen aylarda Belçika'nın toplu taşıma şirketi Opérateur de Transport de Wallonie'ye (OTW) 4 adetten oluşan ilk partiyi gönderen şirket, 22 adet LD SB PLUS modelden oluşan ikinci parti araçları da bölgeye teslim etti. Son yıllarda Benelüks bölgesindeki en büyük otobüs siparişi niteliğini taşıyan TEMSA ve OTW arasında imzalanan çerçeve sipariş sözleşmesi kapsamında, önümüzdeki birkaç yıl içinde gelecek devam niteliğindeki 14 adet araç siparişi ile Wallonie yollarına çıkacak TEMSA markalı **araçların sayısı 40'ı** bulmuş olacak.

Toplamda 3,7 milyon nüfusa sahip bir bölge olarak dikkat çeken Wallonie, aynı zamanda Avrupa'nın ticari kavşağı olarak da biliniyor. Wallonie bölgesinin resmi ulaşım operatörü olan OTW'ye satışı gerçekleştirilen bu araçlar, Güney Belçika'nın toplu ulaşım faaliyetlerinde kullanılacak. TEMSA Satış Genel Müdür Yardımcısı Hakan Koralp, "TEMSA'nın küresel pazarda daha fazla söz sahibi olmaya başladığı bu dönemde Belçika'ya yaptığımız bu ihracat bizler için büyük bir gurur" diyerek sözlerini şöyle sürdürdü: "Aynı zamanda TEMSA'nın marka imajı kapsamında Benelüks pazarı açısından önemli bir fırsat. Wallonie Bölgesi'nde yerel toplu taşımadan sorumlu olan OTW'nin işletmeci şirketi TEC Group, 2 bin 400 adet otobüs filosuyla her yıl 150 milyon yolcu taşıyor. Bunun yanında tramvay ve metro taşımacılığı da yapıyorlar. Son yıllarda Benelux bölgesinin en büyük otobüs teslimini gerçekleştirmekten büyük mutluluk duyuyoruz."



Crafter Servis

Konforlu, güvenli ve mutlu yolculuklara yeni bir adım



Crafter Servis'in içine bindiğiniz anda sunduğu konforu hissedecek, yenilenen iç tasarımı ve donanımıyla gittiğiniz her yolun keyfini çıkaracaksınız. Tasarruflu ve verimli TDI motoruyla cebinizi de düşünen Crafter Servis'le, çalışanlar mutlu, yolculuklar güvenli. Onunla tanışmanız için sizi de **Volkswagen Yetkili Satıcılarına bekliyoruz.**

- 15+1, 16+1 ve 19+1 koltuk seçenekleri
- Üst düzey konfora sahip sürücü kabini
- Lüks segment iç tasarım ve yolcu koltukları
- 8 ileri tam otomatik şanzıman seçeneği
- 2,0 litre 140 PS 320 Nm ve 177 PS 410 Nm motor seçenekleri
- Artırılmış sürücü destek ve güvenlik sistemleri

Ticari Araç

Doğuş Otomotiv | Trafik Hayattır | DANIŞMA HATTI: (0216) 266 54 98 | Volkswagen Finans

Fotoğraftaki aracın görünümü satışa sunulan modellerimizinkinden farklılık gösterebilir.

Doğuş Otomotiv'in Volkswagen için tercihi Castrol

www.vw.com.tr

Çin-Avrupa hattındaki blok tren hizmetlerine İKİ YENİ HALKA EKLEDİ





CEVA Logistics, Çin ve Avrupa limanları arasında sunduğu hizmetleri yeni servislerle güçlendirmeye devam ediyor. Çin'in Xi'an şehrinden İngiltere'nin Immingham şehrine sefer yapacak yeni tren feribotunu hizmete açan şirket, Xi'an – Almanya, Mukran (Sassnitz) limanı rotasındaki mevcut hizmetlerine özel bir servis daha ekledi.

CEVA Logistics Çin'den Avrupa'ya giden karayolu ve demiryolu hizmet yelpazesini genişletmeye devam ediyor. Xi'an – Almanya, Mukran (Sassnitz) limanı rotasındaki mevcut hizmetine özel bir servis daha eklen şirket, ayrıca Çin'in Xi'an şehrinden İngiltere'nin Immingham şehrine sefer yapacak yeni tren feribotunu hizmete açtı.

İLK TREN İNGİLTERE'YE ULAŞTI

CEVA Logistics'in, Xi'an şehrinden yola çıkıp Kaliningrad, Rusya üzerinden her hafta Immingham şehrine ulaşacak olan multimodal tren feribot hizmeti, daha önce eşi benzeri görülmemiş bir nakliye ve lojistik hizmeti talebiyle karşı karşıya olduğumuz şu günlerde nakliyecilere ek navlun kapasitesi sunuyor. Yeni rotada Immingham şehrine blok trenle yapılan pilot sevkiyat, 18 Mart tarihinde Xi'an'dan yola çıkarak Kaliningrad şehrine vardı ve buradan 6 Nisan günü Immingham şehrine ulaşan feribota aynı gün yükleme yapıldı. Yeni düzenli bağlantı rotasındaki pilot sevkiyatta 9810 gümrük gözetim kodlu e-ticaret ürünleri dahil olmak üzere 25 konteyner taşındı. Mayıs ayında yapılacak diğer deneme seferlerinden sonra haziran ayı başlarında düzenli seferlerin başlaması planlanıyor. CEVA'nın limandan limana teslimat için hedeflediği süre 18 ila 20 günken, kapıdan kapıya teslimat süresinin 25 günü aşmaması hedefleniyor.

ALMANYA'DA ÖZEL HİZMET BAŞLIYOR

CEVA Logistics, Xi'an – Mukran rotasında hizmet veren hızlı blok tren çözümünün kapsamını da genişletti. Şirket, Duisburg, Almanya'ya yapılan düzenli bağlantı seferlerinin yanı sıra her perşembe günü hızlı ve yüksek güvenlikli özel bir hizmeti 1 Nisan'da başlattı. Bununla birlikte, Polonya'nın Malaszewicze şehri üzerinden Xi'an – Duisburg rotasında 1 Haziran itibariyle düzenli ek blok tren seferleri düzenlemeye başlayacak olan CEVA, limandan limana teslim süresinin 15 gün olmasını hedefliyor.

50'DEN FAZLA BLOK TREN SEVK ETTİ

CEVA Logistics, Çin'den İspanya, İtalya ve Fransa dahil Avrupa'ya ulaşan düzenli bağlantı rotalarını, ek blok tren bağlantılarıyla genişletmeye devam ediyor. Şirketin blok trenleri, Asya ve Avrupa arasında esnek lojistik çözümleri sunarak teslimat süresi, maliyet ve çevre açısından daha sürdürülebilir bir nakliye yöntemiyle giderek artan talebi dengelemeye çalışıyor.

Son iki yılda Çin'den Avrupa'ya ulaşan karayolu ve demiryolu çözümleri yelpazesini hızla genişleten CEVA, kısa bir süre önce Fransa'nın Dourges kentine düzenli bağlantı seferlerinin ocak ayında başlayacağını açıkladı. Xi'an Limanı, önümüzdeki gelişmelerde kilit rol oynamaya devam edecek. CEVA Logistics, 2020 Mayıs ayından bu yana söz konusu limandan elliden fazla blok tren sevk etti.

SÜRDÜRÜLEBİLİR DEMİRYOLU ÇÖZÜMLERİ

Konuya ilişkin açıklamalarda bulunan CEVA Logistics Global Karayolu ve Demiryolu Ürün Lideri Xavier Bour: "CEVA Logistics, özellikle İpek Yolu rotasında demiryolu ürünleriyle sürdürülebilir ve güvenilir nakliye çözümleri geliştirmek için kararlı adımlar atmaya devam ediyor. Süveyş Kanalı'nda yaşanan kriz, tek yöntemli ve tek rotalı nakliyenin beraberinde getirdiği riskleri gözler önüne serdi. Kısa bir süre önce hizmete açtığımız ek blok trenler, yeni rotalar ve özel hizmetler sayesinde müşterilerimize esnek lojistik çözümleri sunmanın yanı sıra güvenli ve uygun maliyetli tedarik zincirleri kurulmasını destekliyoruz" dedi.

- **Çin'in Xi'an şehrinden İngiltere'nin Immingham şehrine limandan limana teslimat süresi 20 gün**
- **Xi'an'dan Almanya'daki Mukran limanına limandan limana teslimat süresi 16 gün oluyor ve artık Duisburg istasyonuna ek özel tarifeli hizmet mevcut**
- **Hazirandan itibaren Xi'an'dan Duisburg'a limandan limana teslimat süresi 15 gün oluyor**
- **Avrupa'ya daha fazla blok tren hizmeti sunulması için çalışmalar devam ediyor**

İŞİNİZİN SÜREKLİLİĞİ İÇİN DOĞRU SEÇİM



PROMETEON

Profesyoneller İçin Lastik Çözümleri



EMRE ELDENER
UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı
emre.eldener@utikad.org.tr
www.twitter.com/Emre Eldener

DİJİTAL LOJİSTİK PLATFORMU OLUŞTURACAĞIZ

COVID-19 salgını ile dünya değişmeye devam ederken, e-ticarette koronavirüs etkisi her geçen gün artıyor. Koronavirüs pandemisine yönelik alınan karantina ve sokağa çıkma yasakları gibi önlemler ile birlikte virüsten korunma amacıyla kalabalık ve kapalı alanlardan kaçınan tüketiciler pandemi öncesi alışveriş merkezleri, marketler ve perakende mağazalarına fiziki olarak giderek karşıladıkları ihtiyaçlarını e-ticaret altyapısı kullanarak gidermeyi tercih etti.

OECD verileri, Birleşik Krallık ve ABD'de perakende satışlarda e-ticaret payının özellikle koronavirüs pandemisinin etkilerinin küreselleştiği 2020 yılı başında yükselişe geçtiğini göstermektedir. 2019 yılının son çeyreğinde perakende satış içerisinde e-ticaretin payı ABD için yaklaşık yüzde 12, Birleşik Krallık için ise yaklaşık yüzde 21 iken, 2020 yılının ikinci çeyreğinde bu oran ABD için yaklaşık yüzde 16, Birleşik Krallık için ise yaklaşık yüzde 32'ye yükseldi.

E-ticarette yaşanan büyüme ile birlikte; ürünlerin tüketiciye ulaştırılması için gerçekleştirilen taşımacılık ve lojistik faaliyetlerinin önemi gün geçtikçe artıyor. COVID-19 ile birlikte oluşan salgın ortamı, insanların ve firmaların ihtiyaçlarının mümkün olan en hızlı şekilde karşılanmasının önemini ortaya koydu. Pek çok şirket için çok önemli bir hale gelen e-ticaret; dijital iş modelleri ve stratejilerinin gelişmesine katkıda bulundu. İçinde bulunduğumuz bu süreçte dünyanın önde gelen kurum ve kuruluşlarının gündemlerine aldıkları ticareti kolaylaştırma konusunda ülkemizde ticari faaliyetlerin kolaylaştırılması, bu amaca hizmet eden kurumlara destek verilmesi, bu yönde bir farkındalık oluşturulması geniş kapsamlı bir yaklaşım ile mümkün olabilecektir.

Bu çerçevede ülkemizde de T.C. Ticaret Bakanlığı himayesinde Ticaretin Kolaylaştırılması Koordinasyon Komitesi 2017 yılında kurulmuştur. UTİKAD olarak komitenin kurulduğu günden bu yana aktif rol üstleniyor, ticaretin uluslararası standartlarda yapılması için ülkemizin ve sektörlerin yararına atılması gereken kolaylaştırıcı adımlara yönelik önerilerimizi sunmaya devam ediyoruz. Pandemiyle birlikte hem ülke ekonomilerini koruyacak hem de ticaret ve lojistik akışlarını kolaylaştıracak bu çalışmaların pandeminin olumsuz etkilerini hafifletmede büyük rol oynayacağı düşüncesindeyiz.

UTİKAD Yönetim Kurulu Üyesi Nil Tunaşar, hali hazırda UTİKAD bünyesinde kurulan E-Ticaret Odak Grubu, İnovasyon Odak Grubu Başkanlığı'nı yürütmektedir.

Bu konuyla ilgili olarak 2019 yılında UTİKAD E-Ticaret Odak Grubu'nun çalışmaları neticesinde hazırlanan "Türkiye'de E-Ticaret ve E-İhracat Gelişim Potansiyeli ve Lojistik Süreçler Raporu''nu kamuoyu ile paylaşmıştık. UTİKAD internet sitesi üzerinden dijital olarak yayınlanan rapor; özellikle KOBİ'lerin e-ticaret ve e-ihracata girişinin kolaylaştırılması ve e-ihracatın önündeki engellerin aşılmasına yönelik çözüm önerileri oluşturmayı hedefliyordu. Bugün geldiğimiz noktada ise; pandemi sonrası gelişen dinamikler nedeniyle UTİKAD E-Ticaret Odak Grubu tarafından güncellenme çalışmalarının sürdüğünden bahsetmek gerekiyor.

İnovasyon Odak Grubu çalışmaları kapsamında Dijital Lojistik Platformu modeli geliştirilmesine yönelik sektör raporu çalışmaları hızla devam etmektedir. Hazırlanacak sektör raporu tüm dijital yapıları entegre edecek bir üst platform aracılığıyla taşımacılıkta kullanılan dokümanlar, veriler ve bilgiler ile onay süreçlerinin dijitalleşmesinin getireceği maliyet, hız ve güvenlik kazanımlarını ortaya koyacak olup iş birliği kapsamında öncelikle taşıma işleri organizatörleri, fiziki taşıyıcılar, deniz ve hava limanları gibi taşımacılığa ilişkin yükün taraflarının bir araya getirildiği pilot bir model tasarlanacaktır.

Aynı zamanda UTİKAD olarak TOBB E-Ticaret Meclisi, TİM E-Ticaret Konseyi ve HİB bünyesinde yer alan Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri Sektör Komitesi'nde üyelerimizi temsilen görev almakta ve çalışmalarımızı sürdürmekteyiz.

Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri Alt Sektör Komitesi: Hizmet İhracatçıları Birliği bünyesinde yer alan Yük Taşımacılığı ve Lojistik Hizmetleri Sektör Komitesi aracılığıyla sektörde faaliyet gösteren hizmet ihracatçılarının sorunlarına kalıcı ve etkin çözümler sunmayı hedeflemekte ve sektör firmalarının rekabetçiliğini arttırmayı amaçlayan bir komitedir. Nil Tunaşar bu komitede aktif rol üstlenmektedir.

E-İhracat Konseyi: TİM bünyesinde Nisan 2021 yılında kurulan konseyde Nil Tunaşar UTİKAD'ı temsilen görev almaktadır. Nisan ayı sonunda gerçekleştirilen e-ihracat istişare toplantısında e-ihracatın ülkemize sunduğu avantajlar, koronavirüs sürecinde dijital süreçlerin öneminden bahsedilmiş olup 10-15 yıl içerisinde 50 Milyar Dolar e-ihracat hacmine ulaşılmasının hedeflendiği, bu potansiyele sahip olunduğu değerlendirilmiştir.

Türkiye E-ticaret Meclisi: TOOB bünyesinde kurulan Türkiye Sektör Meclisleri sektörlerin temsil itibarıyla en kapsayıcı platformlardır. Bu meclislerden olan Türkiye E-ticaret Meclisi sektör sorunlarının çözümüne yönelik öneriler geliştirmek ve kamu kurumları tarafından yapılan düzenlemeye ışık tutmak amacıyla 2019 yılında kurulmuştur, Nil TUNAŞAR bu komitede UTİKAD'ı temsilen görev almaktadır.

Türkiye'nin konumu ve stratejik önemiyle küresel bir hub olabilmesi için yapılması gerekenlerin altını çizmeye devam edeceğimizi belirtmek isterim. Sektörümüzün hızla dijitalleşmesi, ticaretin kolaylaştırılması ve tabii ki, gümrüklerimizde küresel entegrasyonun tamamlanması için fikirlerimizi ve projelerimizi kamuya iletmeyi sürdüreceğiz.

berrmak

Kampanya Dönemlerinin Aranan Ürünü Berrsort Express



berrsort express

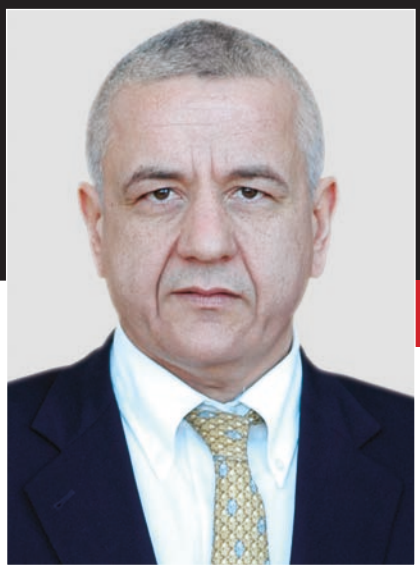
✓ SAATTE 8500 ÜRÜN ✓ MODÜLER YAPI ✓ KOMPAKT TASARIM ✓ %85 VERİMLİLİK

Berrmak - Başakşehir / İstanbul

www.berrmak.com

Berrmak GmbH - Berlin / Almanya

berrmak@berrmak.com +90 212 486 25 79



Demiryolu Geleceğimizdir

ALİ ERCAN GÜLEÇ
Demiryolu Taşımacılığı Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı

E-TİCARET VE ULAŞTIRMA SİSTEMLERİNE ETKİSİ

E-ticaret bugünün dünyasının önemli bir ticaret yöntemidir.

COVID-19 salgınının iş yapma şeklimizi büyük ölçüde değiştirdiğine şüphe yok. İnsanlar evde kalıyor, çevrimiçi olarak daha fazla alışveriş yapıyor. Çevrimiçi alışveriş artmaya devam ederken, e-ticaret her zamankinden daha önemli hale geldi. COVID-19 salgını günlük hayatımızın neredeyse her yönünü değiştirdi. Nasıl çalıştığımızı, nasıl öğrendiğimizi, nasıl sosyalleştiğimizi ve hatta nasıl alışveriş yaptığımızı da değiştirdi.

Başarılı bir e-ticaret stratejisinin önemli bir parçası, gönderinizi güvenli ve zamanında teslim etmek için en iyi ulaştırma sistemini belirlemektir. E-ticaret stratejinizi desteklemek için stratejik ulaşım seçimleri belirlemek giderek daha önemli hale gelmektedir. Dünya'da 2014'te 1,3 trilyon dolar olan e-ticaret satışlarının, 2021'de 4,9 trilyon dolara çıkarak %265'lik bir büyüme oranı görmesi bekleniyor.

E-ticaret talepleri doğrudan ulaştırma ve lojistik sektörünü çok yakından etkiliyor. Ulaştırma ve lojistik sektörü e-ticaret stratejilerini desteklemenin zorluğuyla karşı karşıyadır. Yeni bir oluşum olan e-ticaret döneminde ne yapılacağı ve nasıl yapılacağı tartışılıyor. Talepleri karşılamak için şirketler, malları tüketicilere göndermenin daha hızlı ve daha verimli bir yolunu arıyor.Yükü nihai varış noktasına taşımak için karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu gibi iki veya daha fazla farklı ulaştırma türünün kombinasyonu olan intermodal/kombine taşımacılık, en verimli ve uygun maliyetli çözüm olabilir.

Şirketler, tek bir taşımacılık yöntemine güvenmek yerine, ürünleri daha az aktarma gerektiren daha uzun rotalarda taşımak için deniz, karayolu ve demiryollarının intermodal/kombine taşımacılığı ile bir kombinasyonunu kullanıyor.

Son yıllarda demiryolu taşımacılığı şirketleri genişliyor ve verimliliği artırmak için altyapı iyileştirmeleri yapılıyor. Demiryolu altyapısının genişletilmesi ve iyileştirilmesi demiryolu, karayolu ve denizyolunun birleştiği, intermodal/kombine taşımacılık tesisleri olan lojistik merkezlerin oluşturulmasını da hızlandırıyor. Demiryolu şirketleri, hizmetlerini müşteriye ve son kullanıcıya daha yakın olan şehir merkezlerine dağıtım merkezlerini yapıyor.

Pandeminin ürettiği artan e-ticaret hacminin görünürde sonu yoktur ve belirsiz bir büyüklükte kalıcı bir davranış değişikliğine işaret ediyor. Aslında, taşıyıcılara, araç üreticilerine ve teknoloji şirketlerine toplama, taşıma, ayırma ve teslimat sağlamak için alternatif yollar araştırması, test etmesi ve yatırım yapması için bir fırsat sağladı. Böylece e-ticaret lojistiğinde çok sayıda yeni uygulama gerçekleştirilmiştir

Gelecekte e-ticaretin mevcut seviyelerin çok ötesine ve küresel ekonominin imalat, toptan satış ve üretim tedarik tarafı gibi diğer tüm sektörlerine doğru genişlemesi beklenmektedir.

Bugün her şirket, dijital olarak etkinleştirilmiş değişimden kaynaklanan baskı ile karşı karşıyadır. Bu da, yeni rakipler ve müşterilerden 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 kirletici emisyonlarının önemli bir miktarda artmasına da neden olacaktır. E-ticaretin çevresel etkilerinin getireceği olumsuz gelişmelerin neler olabileceği ve nasıl giderilebileceği tartışılmalıdır. 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. Ülkeler, gelecek nesiller için dünyanın temiz ve yeşil olması gerektiğini yaşayarak gördüler. 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 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 için lojistik merkezi haline gelecektir.

POLARIS
SİGORTA

SİGORTANIN GÜVENİLİR YÖNÜ

www.polarisbroker.com

Polaris Sigorta ve Reasürans Brokerlik Hizmetleri A.Ş. Dikilitaş Mahallesi, Hakkı Yeten Cad. Selenium Plaza No:10, Kat:11, 34349 Fulya,Beşiktaş / İstanbul

Lojistik sektörü pandemi dalgasının etkilerini atıyor. 2021'in ilk üç ayını kapsayan Lojistik Güven Endeksi'ne göre sektör ölçüme başlandığından bu yana en yüksek seviyeyi kaydetti.



Lojistik sektörü YÜKSELİŞE GEÇTİ

KPMG Türkiye ile İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi iş birliğiyle hazırlanan Lojistik Güven Endeksi açıklandı. Endekse göre lojistik sektörü 2021 yılını ilave yükselişle karşıladı. Ocak-Mart 2021 döneminde, bir önceki döneme göre yaklaşık yüzde 12 artan endeks 124,74 puanla, ölçülmeye başladığından bu yana en yüksek artışı gösterdi. Endeks geçen yılın aynı dönemine göre de 40 puanın üzerinde bir artışa işaret ediyor. Sektörün güncel durumunu gösteren Mevcut Durum Endeksi artış trendini bu dönemde de sürdürerek 116,06 puana yükseldi. Gelecek Dönem Beklenti Endeksi de 2020'nin son çeyreğine göre yüzde 13'lük bir artışla 129.08 puana ulaştı.



Yavuz Öner

BEKLENTİLER POZİTİFE DÖNDÜ

Gelecek Dönem Beklenti Endeksinin alt kırılımları, ikinci çeyreğe yönelik tüm beklenti endekslerinin pozitif görünüme geçtiğini gösteriyor. Nisan-Haziran döneminde sektördeki iş hacmi beklentisine ilişkin endeks, çeyrek bazında yüzde 16'lık bir artışla 140,88 puana ulaştı. İkinci çeyrekte sektörün kararlılığına ilişkin endeks de çeyrek bazında yüzde 19,86'lık bir artışla 102,92 puana ulaşarak pozitif görünüme döndü. Gelecek üç ayda sektörün insan kaynakları ihtiyacına ilişkin endeks yüzde 5'lik artış göstererek 129,93 puana yükseldi. Şirket birleşme ve satın almalarına ilişkin endeks de lojistik ağına yapılan yatırımlardan destek alarak, yüzde 9'un üzerinde artışla 137,23 oldu.

E-TİCARET LOJİSTİĞİ BESLİYOR

Sektördeki gelişmeleri değerlendiren KPMG Türkiye Taşımacılık Sektör Lideri Yavuz Öner "Endekslerdeki yükseliş eğilimi, dünya genelinde hız kazanan aşılama çalışmaları ve hafifleyen kısıtlamalar sayesinde gerçekleşti. Ancak son günlerde vaka sayılarında yaşanan artışlar, gelecek döneme ilişkin olumlu beklentilere bir nebze ket vurabilir. Diğer yandan sektör online kanallarda yoğunlaşan müşteri talebinden güçlü destek görmeyi sürdürüyor. Küresel gemicilik sektörünün 2026 için öngörülen yükleme hacimlerine 2023 yılı itibarıyla erişileceği tahmin ediliyor. UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), sektörün 2021 yılında yaklaşık yüzde 4,8 büyüyeceğini öngörüyor. Havacılık sektöründe ise yolcu trafiğindeki düşüş nedeniyle zayıf görünüm sürüyor, ancak sektörün 2021 yılında 2020'ye kıyasla daha kısıtlı bir düşüş göstereceği tahmin ediliyor. Taşımacılık sektöründeki global trend, "supply chain as a service" (SCaaS) pandeminin başlangıcından bu yana gündemde. Şirketler, antrepo, lojistik operasyonlar ve sipariş yönetimi için dışarıdan entegre hizmet almayı tercih edebiliyor. Sektörün gündemindeki diğer konular sürdürülebilirlik ve teknolojik dönüşüm olarak karşımıza çıkıyor" dedi.

6. EKONOMİ ve LOJİSTİK ZİRVESİ

23 Haziran 2021

EKONOMİDE YENİ ROTA ve LOJİSTİKTE DÖNÜŞÜMÜN KODLARI

6. Ekonomi ve Lojistik Zirvesi, sektörde 27 yıldır aylık olarak yayınlanmakta olan UTA Lojistik Dergisi tarafından Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, sektörel birlik ve derneklerin katılımıyla 23 Haziran 2021 tarihinde İstanbul'da gerçekleştirilecek.



- ✓ COVID 19 PANDEMİSİ ULUSAL ve ULUSLARARASI EKONOMİLERİ NASIL DÖNÜŞTÜRÜYOR? HANGİ YAPISAL REFORMLAR GÜNDEME GELİYOR?
- ✓ COVID 19 PANDEMİSİ İLE GELECEĞİN LOJİSTİK TASARIMLARINDA NELER ÖN PLANA ÇIKIYOR?
- ✓ E-TİCARETİN YÜKSELİŞİ EKONOMİ ve LOJİSTİKTE HANGİ DÖNÜŞÜMLERİ ZORUNLU KILIYOR?
- ✓ YENİ EKONOMİ OLUŞURKEN LOJİSTİK SEKTÖRÜ NASIL KONUMLANMALI, ATILMASI GEREKEN ADIMLAR NELER OLMALI?
- ✓ LOJİSTİKTE BÖLGESEL OYUNCU OLMA HEDEFİNDEKİ TÜRKİYE HANGİ PROJELERİ HAYATA GEÇİRMELİ?

SEKTÖRLER ve LOJİSTİK OTURUMLARI

- » LİDER SEKTÖRLERİN GELECEK PLANLARI, DİJİTAL DÖNÜŞÜM PROJELERİ, ve LOJİSTİK SÜREÇLERİ
- » TEHLİKELİ ve KİMYEVİ MADDELER LOJİSTİĞİ
- » E-TİCARET LOJİSTİĞİ
- » PROJE & AĞIR YÜK ve ENERJİ LOJİSTİĞİ
- » TEKSTİL ve HAZIR GİYİM LOJİSTİĞİ
- » OTOMOTİV ve YAN SANAYİ LOJİSTİĞİ
- » GIDA LOJİSTİĞİ
- » SAĞLIK ve FARMA LOJİSTİĞİ

KARAYOLU

HAVAYOLU

DENİZYOLU

DEMİRYOLU

İNTERMODAL

5. YILIN LOJİSTİKTE BAŞARI ÖDÜLLERİ TÖRENİ ve GALA YEMEĞİ

www.ekonomivelojistikzirvesi.com



GALATA ALPI
TAŞIMACILIK VE TİCARET A.Ş.

tekstil lojistiğinde KABINA SIĞMIYOR

Kurulduğu yıldan itibaren oluşturduğu taşıma modelleriyle tekstil sektörünün işini kolaylaştıran Galata Taşımacılık, bu alanda yeni adımlar atmaya devam ediyor. Son olarak ETGB kapsamında yurt dışına yönelik tekstil ürünleri taşıma operasyonları başlattıklarını ve kısa zamanda önemli bir hacme ulaştıklarını belirten Galata Taşımacılık Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve CEO'su Vittorio Zagaia, karayolunda portföylerine ekleyecekleri yeni ülkelerle sektöre yönelik hizmet kapsama alanlarını daha da büyüteceklerini söyledi.

Pandemi tekstil sektöründe, tedarik zinciri ve lojistik süreçlerini nasıl etkiledi ve nasıl bir değişim yarattı?

Pandemi süresince yaşanan en büyük sorun, ülkemizden alım yapan yabancı firmaların mevcut durumu yönetmek yerine direkt olarak ihracatçılarımız nazarında devam eden veya üretimi bitmiş siparişlerin iptaline yönelik bir tutum içine girmeleri ve üreticilerimizi zora sokan bir yaklaşım sergilemiş olmalarıdır. Halbuki bugün pandemi şartlarında dahi kurgulanan en başta e-ticaret sistemleri sayesinde bilhassa Kuzey Avrupa ve Amerika özelinde tüketimin tekstil sektöründe dahi devam ettiğini gözlemliyoruz.

Çok şükür standartları her açıdan (üretim, yönetim, tedarik v.b.) çok yüksek seviyede olan başta hazır giyim sektörü temsilcilerimizin büyük bir kısmı, alıcılarının bu hakkaniyetsiz tutumunu profesyonelce bertaraf ederek süreci çok iyi yönetmişlerdir. Ancak maalesef bu dönem içerisinde bunu başaramayarak sıkıntıya düşen üreticilerimiz de olmuştur.

Başlıca gözlemlediğimiz kurgu, bilhassa finansal açıdan yönetimi kuvvetli üreticilerimizin olası bir aksamayı bertaraf etmek adına hammadde tedariği noktasında stoklu olarak hareket etmeyi tercih etmiş olmalarıdır (iplik, kumaş v.b.). Öte yandan lojistik sektörü tarafında ise, ekspres taşımacılık noktasında bilhassa minivan türü sevkiyat modellerinin bu dönemde öne çıktığı gerçeğidir. Bunun sebebi, yine alıcıların her türlü mevcut durumu olası bir termin veya teslimat gecikmesinde kötüye kullanma eğilimlerini bertaraf etmek amaçlıdır.

GÜCÜNÜ ULUSLARARASI ACENTE AĞINDAN ALIYOR

Tekstil lojistiğinde uzmanlaşan Galata Taşımacılık'ın bu alana dönük hizmetlerinden söz eder misiniz?

Kurulduğumuz 1997 senesinden bugüne gerek ihracat gerek ithalatta tekstil ve hazır giyim, işlem hacmimizden çok önemli bir pay almaktadır. Bunda en önemli etkenlerden biri, şirketimizin ortağı olan İtalyan Albini & Pitiglaini grubunun kurulduğu 1945 yılından bu yana tekstil ve hazır giyim taşımacılığı ve lojistiğinde oluşturduğu altyapı ve gücü olmuştur.

Galata Taşımacılık'ın en büyük gücü her zaman yurt dışı acente ağı olmuştur. Türkiye'de yapınız ne kadar profesyonel ve donanımlı olsa da, uluslararası taşımacılıkta yurt dışı ağınızın köklü, kuvvetli ve proaktif olması bir o kadar hatta daha da önemlidir. Mart 2020 itibariyle bilhassa tekstil ihracatında ülke olarak en kuvvetli olduğumuz Avrupa kıtasındaki her bir acentemiz istisnasız ve kesintisiz bir şekilde faaliyetlerini 360 derece devam ettirmiştir. Her bir acentemizin depo ve lojistik organizasyonunun gücü de gerek depolama gerek dağıtım, sipariş elleçleme gibi noktalarda alıcılar nazarında büyük avantajlar sağlamıştır ve bu da dolaylı yoldan ihracatçılarımızın menfaatine olmuştur. Bugün başta karayolu olmak üzere, havayolu, denizyolu ve intermodal taşımacılıkta Türkiye depolarımızdan başlayan ve nihai ulaşacağı yere kadar devam eden kesintisiz bir süreç ile teksti ve hazır giyim sektörüne yönelik hizmetler üretmekteyiz.

Hangi ülkelere, hangi taşıma modlarını kullanarak, hangi transit sürelerle tekstil ürünleri taşıyorsunuz?

Havayolu ve denizyolunda tüm dünyayı kapsayan acente ağımız sayesinde gerek ithalat gerek ihracatta hizmet vermekteyiz. Karayolunda ise şu anda düzenli olarak 17 ülkeye başta parsiyel taşımacılık olmak üzere hizmet sunuyoruz. Bu kadar fazla ülkeye düzenli hizmet veren tek nakliyeciyiz diyebilirim. Bunun müşterilerimize en büyük avantajı, bu kadar çok ülkeye parsiyel gönderimi yapıyor olmamızdan kaynaklanan maliyet avantajlarıdır. Bunun yanı sıra minivan hizmetimizle de bilhassa termin konusunda sıkıntıda olan müşterilerimize hızlı ve efektif hizmetler sunuyoruz. 2021 senesinde parsiyel olarak hizmet verdiğimiz ülkelerin sayısını artırarak karayolundaki kapsama alanımızı genişletme isteğindeyiz. Bunun yanı sıra gerek yurt içinde İstanbul ve Bursa depolarımız, gerekse yurt dışı depolarımızda sipariş birleştirme/ayrıştırma, etiketleme, paletleme gibi katma değerli hizmetlerle müşterilerimize sürdürülebilir ve 360 derece çözümler sunmaktayız.


Vittorio Zagaia

Tekstil lojistiği iş hacminiz içinde nasıl bir pay alıyor? Nasıl bir müşteri portföyüne sahipsiniz?

Tekstil ve hazır giyim Galata Taşımacılık'ta yaklaşık yüzde 40-45 oranında bir hacmi temsil etmektedir. Bizim bu sektörde büyümemiz, direkt ihracatçılarımızın global arenada yerlerini korumalarına ve hacimlerini büyütmelerine endeksli olduğu bir gerçektir. Geniş bir müşteri portföyüne sahibiz. Daha da önemlisi sahip olduğumuz müşteri yelpazesinin çok uzun yıllardır Galata Taşımacılık'ın hizmetlerini kullanıyor olmasıdır. İlişki sürdürülebilirliği bu noktada öne çıkan bir gerçeğimizdir. Tekstil ve hazır giyimin şirketimiz için büyük önem arz eden bir sektör olması ve her bir çalışanımızın bu sektörü yakında tanıması sebebiyle de bu alanda büyümeye yönelik adımlar atmaya her zaman devam edeceğiz.

MİKRO İHRACAT HİZMETLERİNE BAŞLADI

Tekstil sektörü pandeminin de etkisiyle bu süreçte e-ticarete yöneliyor. Bu alana dönük ne tür adımlar attınız?

ETGB kapsamında yurtdışına yönelik tekstil ürünleri taşıma operasyonlarımızı başlattık ve çok kısa bir zamanda önemli bir hacme ulaşmış bulunuyoruz. Bu hizmetimizi departmanlaştırarak ve dedike bir ekiple büyütmeye devam edeceğiz. Lojistik departmanımız ithalat ayağında hizmet verdiği birçok hazır giyim markasının Türkiye'nin dört bir yanındaki satış noktalarına kadar olan mikro dağıtım süreçlerini uzun yıllardır sürdürmekte.

Tekstil lojistiğine yönelik büyüme planlarınız neler?

Bu noktadaki planımız bilhassa karayolunda hizmet verdiğimiz ülke sayısını daha da artırarak hizmet kapsama alanımızı büyütmek. Öte yandan aslında bizim tekstil sektörüne sunduğumuz hizmetlerin kapsamı az önce bahsettiğimden daha fazla. Örneğin, Çin veya başka bir ülkeden, hatta aynı anda bir kaç ülkeden hammaddenin ülkemize nakliyesini en efektif taşıma modu hangisi ise organize ederek, üretimi neticesinde bitmiş ürünün yurt dışına sevkiyatı ve hatta gümrüklenerek bir veya birden fazla alıcının kapısına teslimine kadar uzanan bir sistem sunuyoruz. Galata Taşımacılık, yatırımları ve büyüme planları her zaman sürdürülebilir bir hizmet altyapısı sunmak üzerine kurgulanmış bir şirkettir. Bunun için de, en başta teknolojiye çok fazla yatırım yapıyoruz. Çünkü dijitalleşmek her zamankinden daha fazla kaçınılmaz bir gerçek.

Tekstil lojistiğinde karşılaşılan en temel sorunlar ve çözüm önerilerinizi aktarır mısınız?

Sektörümüz adına söyleyebileceğim en önemli sorunlardan biri, üretim süreçlerinden kaynaklanan gecikmelerin gümrük çıkışlarında oluşturduğu olumsuzluklar ve dolayısıyla teslimatlarda yaratabileceği ek gecikmelerdir. Bu noktada üreticilerin lojistik sektörünün süreçlerini daha yakından tanımaları gerektiğine inanıyorum. Sektörümüz çok esnek. Biz 7/24 çalışan bir sistemin parçasıyız, ancak bazen 24 saat bile yetemeyebiliyor. Bu noktada sektörümüzün süreçleri daha doğru gözlemlenir ve buna endeksli bir çalışma benimsenirse, Türk tekstil üreticisini her yere en ekonomik ve hızlı şekilde ulaştırmak için yatırım yapmaya her zaman hazırız.

TÜRK LOJİSTİK SEKTÖRÜ REKABET EDECEK GÜÇTE AMA...

Pandemiyle birlikte tek merkezli tedarik gerçeğinin ne derece sancılı olduğunun bir kez daha ortaya çıktığını vurgulayan Galata Taşımacılık Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve CEO'su Vittorio Zagaia, "Her ne kadar Çin çok kısa sürede toparlanarak üretim ile ihracatına kaldığı yerden devam ediyor ve alternatif ulaşım yatırımları ile daha hızlı tedarik çözümleri arıyor olsa dahi, halen Türkiye için büyük bir avantajın söz konusu olduğuna inanıyorum" dedi. Her sektörde kaliteli ve katma değeri yüksek siparişleri alabilme imkanının Türkiye'nin önemli bir avantajı olduğunu vurgulayan Zagaia sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu noktada dört koldan doğru bir strateji ile bu gerçeği yurt dışına yansıtmamız gerektiği kaçınılmaz. Türk uluslararası taşımacılık ve lojistik sektörü bugün global arenada rekabet edecek güçte. Yurt içi kısmının hızlı bir şekilde desteklenmesi ve yatırım noktasında önünün açılması lazım. Sadece bu noktada halen çok eksiğimiz var. Kendi adıma Türk tekstili için kalite açısında geldiği noktayı dikkate alırsak, mücadelesini başarıyla devam ettireceğine ve rakamlarını arttıracağına inanıyorum. Tabii ki, hayalimiz daha fazla Türk markasının uluslararası pazarlarda yerini aldığını görebilmek."

Avrupa'da ilk üç hedefiyle lojistik yatırımlarını hızlandıran

LC WAIKIKI

dünyaya yılda 600 milyon adet

SEVKİYAT YAPIYOR



2023 yılında Avrupa'nın en başarılı üç moda perakende markasından biri olmayı hedefleyen LC Waikiki, lojistik yatırımlarını sürdürüyor. Gerçekleştirdikleri yatırımlarla hem daha hızlı hem de israflardan arındırılmış bir sistem kurduklarının altını çizen LC Waikiki Global Lojistik Direktörü Osman Evren Şen, Türkiye'nin ilk yüksek otomasyonlu moda perakende deposuna sahip bir şirket olarak tüm dünyaya günde 1.7 milyon adet, yılda ise 600 milyon adet ürün sevkiyatı yaptıklarını söyledi.

Moda perakende alanında Türkiye'nin global arenadaki öncü markalarından LC Waikiki, "İyi giyinmek herkesin hakkı" misyonuyla 48 ülkede 1000'den fazla mağazası ve yaklaşık 50.000 çalışanıyla faaliyet gösteriyor. 2023 yılında Avrupa'nın en başarılı üç moda perakende markasından biri olmayı hedeflediklerini belirten LC Waikiki Global Lojistik Direktörü Osman Evren Şen, bu doğrultuda diğer alanlarda olduğu gibi lojistik alanında da altyapı yatırımlarını sürdürdüklerini ve her geçen gün kendilerini geliştirdiklerini söyledi. Pandemi gibi zor bir dönemi iş birliği ve kapasite yönetimi sayesinde minimum kayıpla yönettiklerini belirten Şen, hizmet alımında ise kazan-kazan yaklaşımını benimseyip, güven ortamı oluşturmaya odaklandıklarını belirtti.

HIZLI VE YALIN BİR SİSTEM OLUŞTURDU

Lojistik süreçlerde başarıyı nasıl yakalıyorsunuz?

LC Waikiki bir dünya markası ve 3 kıtada faaliyet gösteriyor. Fiziksel mağazalarımızın dışında 34 ülkede 14 farklı dilde de e-ticaret operasyonlarımızı yürütüyoruz. Mağazalarda ve e-ticaret sitelerimizde, müşterilerimizin ihtiyacına uygun ürün bulunurluğunu sağlamak ve stok tutma maliyetlerini iyileştirme konusunda önemli bir rol oynuyoruz. Bugün Türkiye'nin ilk yüksek otomasyonlu moda perakende deposuna sahip bir şirket olarak tüm dünyaya günde 1.7 milyon adet, yılda ise 600 milyon adet ürün sevk ediyoruz.

Faaliyet gösterdiğimiz ülkelerde lojistik alt yapımıza yatırım yapmaya devam ediyoruz. Böylece hem daha hızlı hem de israflardan arındırılmış bir sistem kuruyoruz. Hepsinden önemlisi, bu sistemi kuran ve sürekli geliştiren insan kaynağımıza yatırım yapıyoruz. Hızlı ve yalın lojistik stratejimizin gerçekleşmesi için takip ettiğimiz başlıca göstergeler şöyledir;

- Müşteri Memnuniyeti
- Çalışan Bağlılığı
- Yol / Teslimat Süresi
- Zamanında ve Tam Sipariş Karşılama
- Birim Lojistik Gideri
- Stok Doğruluğu

Hedeflerimizi çıtayı yükselterek her zaman çok yüksek tutuyoruz. Böylece, kutu dışı düşünme ve yüksek performans gösterme kültürünü güçlendiriyoruz. Her yıl kazanımlarımızı artırarak yolumuza devam ediyoruz.



Pandemi döneminde nasıl bir aksiyon aldınız?

Yaklaşık bir yıl önce pandemi sürecinin başlaması ile birlikte birçok sektör gibi biz de süreçlerimizi gözden geçirdik ve bir aksiyon planı hazırladık. Bu zorlu süreçte dünyanın farklı ülkelerindeki müşterilerimize hizmet vermeye devam ederken, her ülkenin pandemi koşullarını ve yasal düzenlemelerini göz önünde bulundurarak dikkatli ve kontrollü bir şekilde ilerledik.

Pandemi sürecinde de önceliğimiz çalışanlarımızın sağlığı oldu. 30'u aşkın ülkede 70'e yakın lojistik yönetim ekibimizle günlük ve haftalık birebir görüşmeler yaptık. Tedarikçilerimizin, sürücülerimizin, kuryelerimizin ve depo çalışanlarımızın sağlık durumlarını sürekli takip ettik. Oluşturduğumuz ortak bir platform üzerinden tüm paydaşlarımıza anlık ve periyodik bilgi akışı sağladık. Mağazalarımızın kapanması ve alışveriş alışkanlıklarının e-ticarete kaymasıyla birlikte lojistik kapasite yönetimine ve süreç iyileştirme çalışmalarına odaklandık. Böylece, müşterilerimize daha çok çeşit ve derinlikte ürünle birlikte daha hızlı teslimat avantajı da sunduk.

Bu zorlu süreci, iş birliği ve kapasite yönetimi sayesinde minimum kayıpla yönettik. Tahmin sapmalarında artışlar olmasına rağmen, 3 aylık planlama ufkunda ilk 2 haftalık periyodun kapasite ihtiyacını haftalık paydaş toplantılarımızla belirledik. Şeffaf iletişimle, ekiplerimizin ve tedarikçilerimizin desteğiyle ürünlerimizi mağazalarımıza ve e-ticaret müşterilerimize mümkün olan en hızlı şekilde teslim ettik.

Sınır kapılarında ve ithalat gümrüklerinde yaşanılan gecikmeler yol sürelerimizi olumsuz etkiledi. Yol sürelerinin takibini hiç bırakmadık. VSM (değer akış haritaları) çalışmalarımızı pandemi şartlarına göre güncelledik. Kök neden analizlerine ve kutu dışı çözümler geliştirmeye odaklandık. Bu sayede, 2020'nin son çeyreğinde 2019 ortalama sürelerine yaklaştık. Sahada

> "Pandeminin sebep olduğu zorlukları dayanışma içerisinde aşacağımıza inanıyorum. Benim işim lojistik. 'Bir lojistikçi olarak insanlara nasıl yardımcı olabilirim?' sorusunu sürekli kendime soruyorum. Çalışma arkadaşlarıma ve etkileşimde olduğum herkese öncelikle olumlu bir yaklaşımla umut aşılayabileceğime inanıyorum. Bu zor günlerde başkalarının hayatını kolaylaştırmanın ve daha hoşgörülü olmanın önemli olduğunu düşünüyorum. Sağlıklı günlerde tekrar buluşmak üzere!"



çalışanların hayatlarını kolaylaştırmak için süreçlerimizi iyileştirmeye ve sistemlerimizi geliştirmeye odaklandık. Depolama çözümlerimizi çalışanlarımızın sağlığını gözetecek şekilde yeniden tasarladık. Aynı zamanda depo performanslarımızı artırdık. Dijitalleşme stratejimize uygun olarak, farklı teslimat modellerine uygun sistemler geliştirdik ve geliştirmeye devam ediyoruz. Buna paralel olarak stok akış süreçlerimizi de yalınlaştırdık.

Özetle, insana saygı göstererek ve değer vererek işe başladık. Değer zincirinde yaşadığımız en büyük kayıpları tespit ettik. Kısa ve uzun vadede sonuç alacağımız işleri planladık. Tüm paydaşlarımızla iş birliği içinde çözüm geliştirmeye odaklandık.

2021'de öngörülebilecek riskleri daha iyi hesaplayarak, bu risklerin yönetimine odaklanacak şekilde plan yaptık. Stratejimizi iş birliği içinde bütünleşik planlama, açık iletişim, problem çözme becerilerini geliştirme, performansı görünür kılma, sistem ve süreç geliştirme üzerine kurduk. Böylece stratejik hedeflerimize ulaşacağımıza inanıyoruz.

Dağıtım operasyonlarınızı nasıl yönetiyorsunuz?

Mağazalarımız ve ülke depolarımızdaki net ihtiyacı karşılayacak stok besleme planları doğrultusunda, lojistik merkezimizde hazırladığımız siparişleri hava, kara ve deniz yoluyla ihraç ediyoruz. Ülkelerde ithalat, depolama, cross-dock, sipariş hazırlama, dağıtım ve teslimat süreçlerini yöneten uzman ekiplerimiz ve tedarikçilerimizle müşterilerimize hizmet veriyoruz.

Lojistik, dağıtım ve depolama konusunda ne tür hizmetler alıyorsunuz? Bu alanda iş ortaklarınızı nasıl seçiyorsunuz?

Aldığımız hizmetleri; gümrük müşavirliği, depolama ve dağıtım olmak üzere 3 başlıkta toparlayabiliriz. İş ortaklarımızın seçiminde öncelikle birlikte güven ortamını oluşturmaya odaklanıyoruz. Kazan-kazan yaklaşımıyla ihtiyacımızın iyi anlatılması ve iyi anlaşıldığından emin olmak için titizlikle çalışıyoruz. İhtiyacı doğru tanımladıktan sonra lojistik hizmet sağlayıcılarının doğru çözüm ve fiyatlandırma yapacağına inanıyoruz. Bu sayede, doğru hizmet seviyesi ve doğru fiyat ile anlaşılmış sözleşmeler geliştiriyoruz.

Doğru çözümü tasarlamak için veri analizi, depo çözüm tasarımı, süreç iyileştirme ve nakliye optimizasyonu çalışmaları yapıyoruz. Maliyet analizlerimizi her ülke için ayrı ayrı yaparak doğru fiyatı belirliyoruz. Doğru firma seçiminde ise tüm paydaşların beklentilerini karşılayacak seçim kriterlerini belirliyoruz. Bu seçim kriterlerine göre açık ve şeffaf bir değerlendirme süreci sonrasında birlikte karar alıyoruz.

İNSANA VE TEKNOLOJİYE YATIRIM YAPIYOR

Lojistik ajandanızda neler var?

Amacımız her zaman operasyonlarımızı en verimli haliyle yerine getirmek oldu. Teknoloji üzerine yatırımlarımız hızlı ve yalın lojistik stratejik amacımızı başarmak için devam ediyor. İnsan kaynağımızı ise mentörlük, eğitim ve yeni projelerle geliştirmeyi amaçlıyoruz. Dijitalleşmenin öneminin farkındayız ve bu yüzden süreçlerimizi sürekli iyileştirme ve %100 dijitalleştirme de en önemli gündem konularımızdan biri. Son olarak veri analitiğinde uzmanlaşma ve uçtan uca izlenebilirlik teknolojileri üzerine projelerimizi belirlediğimizi söyleyebilirim.

HIZLI ÇÖZÜM DOĞRU İLETİŞİMLE MÜMKÜN!

Lojistik hizmet sağlayıcılarının maliyet ve performans baskısı altında olduğunun farkında olduklarını vurgulayan LC Waikiki Global Lojistik Direktörü Osman Evren Şen, "Yaşanan problemler genellikle, değişen iş hacimlerine ve taleplere karşı hızlı ve yeterli çözüm sağlanamaması üzerinde yoğunlaşıyor. Kök nedeninde ise öncelikle doğru iletişim ve kapasite planlama süreçlerinin yetersiz olduğunu görüyoruz. Hizmet alan taraf olarak, ihtiyacı ve talebi periyodik olarak yalın bir iletişimle hizmet veren şirkete aktarmanın önemli olduğunu düşünüyorum. Böylece, lojistik şirketlerinin yeterli bir zamanda çözüm üretme şansı yakalayacağına inanıyorum. Burada iyi niyet, iş ortaklığına yakışan profesyonel yaklaşım ve güven ortamının kritik başarı faktörü olduğunu düşünüyorum" dedi.





COLIN'S dağıtımda PERFORMANS DÜŞÜKLÜĞÜNE İZİN VERMİYOR

Dünyanın farklı ülkelerinde 600'ü aşkın mağazasıyla hizmet veren Colin's'in başarısında tedarik zinciri ve lojistik süreçler önemli bir rol oynuyor. "Tedarik zinciri Colin's için fark yaratan ve içyapıda geliştirilmiş özel yazılımlarla desteklenen stratejik bir süreç" diyen Colin's Lojistik ve BT Direktörü Ergin Erşin, hizmet aldıkları firmaları geliştirdikleri özel bir şartnameyle seçtiklerini, bu nedenle genel geçer hizmet veren ya da belirli standartları sürekli sağlayabilmekten uzak firmalarla çalışmadıklarının altını çizdi.

Colin's hakkında bilgi vererek, büyüme hedeflerinizi aktırır mısınız?

Colin's, Eroğlu Grubu tarafından 1983'te kuruldu ve kurulduğumuz günden bu yana jean odaklı moda ürünlerimizle gençlerin hayattan daha fazla keyif almasını sağlama misyonuyla çalışıyoruz. Hem ulusal hem de uluslararası arenada yenilik, moda ve kaliteyi müşterilerimizle buluşturmak en önemli önceliğimiz. Koleksiyonlarımızı kalite anlayışımızdan ödün vermeden sürdürülebilir moda yaklaşımıyla ve çevre duyarlılığıyla tasarlıyoruz. Dünyanın farklı ülkelerinde 600'ü aşkın mağazamızla hizmet veriyor ve modadaki hızlı değişimleri yakından takip ederek, tüketicinin her dönem "BİZE UYAR" diyebileceği ürünleri sunuyoruz.

Colin's olarak sektöre girdiğimizden beri değişen ihtiyaçlarla birlikte dönüşen tüketim alışkanlıklarını da yakından takip ediyor ve müşterilerimizin yeni tüketim alışkanlıklarına uyum sağlamak için çalışıyoruz. Bu doğrultuda yeni normal dediğimiz bu dönemde online satışlar bizim için oldukça önemli. Türkiye'de pandemi ile birlikte e-ticaretteki alışveriş oranları arttı. Biz de bu yıl e-ticarette yaklaşık yüzde 20-25'lik büyüme hedefliyoruz.

Diğer taraftan konvansiyonel tüketim alışkanlıklarına da önem veriyor ve hem yurt içinde hem de yurt dışında yeni mağazalar açmayı sürdürüyoruz. 2021 yılında Türkiye başta olmak üzere Rusya, Fas, Ukrayna, Belarus ve Romanya'da mağazalar açmayı planlıyoruz. Türkiye dışında Rusya, Ukrayna, Romanya, Belarus, Fas, Irak ve Gürcistan'ı



Ergin Erşin

başlıca pazarlarımız olarak görüyor; daha fazla jean severe ulaşmak için mağazalarımıza her geçen gün yenilerini ekliyoruz. Bunların dışında genç nüfusunun bizleri heyecanlandırdığı bazı pazarlarda da yeni mağazalarımız için görüşmelerimiz sürüyor.

TÜM SÜREÇLER TEK MERKEZDEN İZLENİYOR

Tedarik zinciri yönetimi ve lojistik süreçler Colin's'in büyümesinde nasıl bir rol oynuyor? Bu alandaki yapılanmanız ve yatırımlarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Colin's olarak geniş bir coğrafyada ürün tedariği ve dağıtımı yapmaktayız. Hızlı Moda sektöründe, sadece belirli bir takvim aralığında raf ömrü olan ürünlerin, bu geniş coğrafyada en uygun yer ve zamanda tedariğinin yapılarak plana uygun bir şekilde dağıtılması şirketin toplam başarısında kritik öneme sahip. Bu sebeple var olan ağı yönetirken, yeni büyüme planlarını da bu bakış açısı ile uyumlu halde geliştirmek için, esnek ve uçtan uca her anı kontrol edilebilen bir tedarik zincirini zorunlu kılmaktadır.

Bu bilinçle Colin's olarak son 10 yıldır tedarik zincirine stratejik olarak yaklaşıyor ve sürekli yatırımlarla geliştirmeye devam ediyoruz.

Yatırımlarımızı özetlemek gerekirse ürünün dünyanın herhangi bir yerindeki üreticiden Türkiye'deki dağıtım merkezine gelişi ve buradan da yurtdışı mağazalara sevki sürecinde yer alan tüm iç dış paydaşlar tek bir yazılım üzerinde toplanmış durumda. Eş zamanlı olarak çalışan ve süreçteki tüm paydaşların veri beslediği, iş emirlerini doğrudan aldığı bu yazılım sayesinde elimizdeki tekliflerin hangisinin tüm sistemimiz için nihai maliyet olarak en uygun olduğunu belirledikten sonra tüm süreci en küçük detayına kadar izliyoruz.

Diğer yandan yıllar içinde büyük bir bölümünü otomasyonla dönüştürdüğümüz dağıtım merkezimizde hem A sınıfı antrepo, hem de milli depo ile hizmet vermekteyiz. Bu merkez tüm ülkelere ürünleri Türkiye'de hazırlayıp sevk etmemizi sağlayarak yönetim ve maliyet açısından yıllar içerisinde büyük kazanımlar elde etmemizi sağladı.

Pandemi operasyonlarınızı nasıl etkiledi? Bu dönemde nasıl bir pozisyon aldınız?

Yıllar içerisinde dijitalleşme ve otomasyona yaptığımız yatırımlar bizi özellikle dağıtım merkezinde 10 yıl öncesine kıyasla 4 kat büyüklükte bir iş hacmini o zamanki personel sayısının 3'te biri ile yapabilecek noktaya taşıdı. Bu verimliliğin ekonomik faydalarını yaşarken, Covid-19 sürecinde güvenlik ve emniyet tedbirleri anlamında da büyük faydalarını gördük. Personelimizin var olan dağıtım merkezi imkanlarına göre sayıca az olması, her türlü sosyal mesafeye uygun çalışma ve dinlenme planlamasını çok kolay yapabilmemize imkan sağladı.

Yine gelecek öngörüsü ile tasarladığımız ve Covid-19 sürecinin hemen başında taşındığımız Genel Merkezimizde de dijital ofis temasını ön plana aldık. Tümüyle sesli ve görüntülü iletişim altyapısına sahip sayısız toplantı odası ve çalışma ünitelerimizle her türlü iletişim, toplantı, uzaktan çalışma ihtiyacı v.b. uygulamalarımızla adeta salgın sürecinin tüm zorluklarına karşı hazırlıklı bir şekilde süreci karşıladık. Kesintisiz olarak çalıştığımız 14 aylık Covid-19 sürecinde şirket personelimizin yarıdan fazlası fiilen ofiste çalışmayı tercih etmiş olmasına rağmen ofis içinde bir tek bulaşı bile yaşanmamış olması bu altyapının ne kadar güvenli olduğunun en önemli göstergesidir.

Dağıtım süreçlerinizi nasıl yönetiyorsunuz?

Colin's olarak her yıl düzenli olarak büyüyen bir yapımız var. Bu büyümenin tümü Türkiye merkezli dağıtım merkezi üzerinden gerçekleşmektedir. Antrepo ve depo iç içe ve yasal mevzuatla uyumlu olarak son derece verimli bir operasyona sahibiz. Bu yapıyı kurabilmek için özellikle antrepo rejiminde son yıllarda yapılan pek çok iyileştirmenin bürokrasi ile iyi diyaloglar çerçevesinde gerçekleşmesine ön ayak olduğumuzu belirtebiliriz.

Lojistik ihtiyaçlarınızı ne oranda outsource ediyorsunuz? İş ortaklarınızı nasıl seçiyorsunuz?

Tedarik zinciri Colin's için fark yaratan ve içyapıda geliştirilmiş özel yazılımlarla desteklenen stratejik bir süreç. Bu sebeple bu sürecimizin önemli bir bölümünü kendimiz yönetiyoruz. Ancak gerek uluslararası, gerekse yurt içi dağıtımda iş ortakları ile çalışıyoruz. Özellikle uluslararası taşıma kısmında stratejik çalışma prensiplerimize uygun hizmet verebilecek firmalar için 10 yıl önce bir SOP (standart operating procedures-hizmet şartnamesi) geliştirdik. Her sene güncellediğimiz bu şartname bizimle çalışabilecek firmalar için gerekli şartları ve kalite seviyesini içeriyor. Bu hizmeti verebilen firmalarla dönemsel performans kontrolleri ile devamlılığı sağlıyoruz. Dolayısı ile genel geçer firmalar, ya da belirli standartları sürekli sağlayabilmekten uzak firmalar bizimle çalışma imkanını bulamıyorlar. Hizmet seviyesinde standardizasyon ve stabilizasyon vazgeçemediğimiz iki temel unsur olarak bize çalışacağımız iş ortaklarımızı seçmede yol gösteriyor.

LOJİSTİK SÜREÇLERİNİ DÖNÜŞTÜRÜYOR

Lojistik ajandanızda neler var?

Son dönemde e-ticaretin önemli bir kanal olarak hissedilir bir atak içerisinde olduğunu görüyoruz. Öte yandan dünya artık müşteriyi merkeze koyan, tüm kanallardan kesintisiz bir deneyim sunmaya odaklanmış durumda. Omnichannel denilen bu yeni felsefeyi akademik ve pratik uygulamaları ile yoğun bir şekilde çalıştık. Colin's olarak önümüzdeki dönemde teknolojinin bize verdiği tüm aparatları en etkili şekilde kullanacak şekilde merkezinde müşteri olan bir dönüşümün tam içerisindeyiz. Lojistik süreçleri de bu dönüşümün merkezinde, müşteriye en uygun hizmeti verecek şekilde dönüşüyor diyebiliriz. Dolayısı ile sayısız otomasyon ve teknoloji unsurunu süreçlerimize adapte ederken, daha verimli, daha esnek ve daha hizmet odaklı bir lojistik için çabalıyoruz.

'ÖNCELİĞİMİZ HIZ, STABİL HİZMET VE İZLENEBİLİRLİK'

Lojistik süreçlerde en önemli kriterinin hız, stabil hizmet seviyesi ve izlenebilirlik olduğunu vurgulayan Colin's Lojistik ve BT Direktörü Ergin Erşin, lojistik şirketlerinden en temel beklentilerini şöyle aktardı: "Tedarik zincirimizin tümünün kontrol etmek, ihtiyaç anında hızlı reaksiyon gösterebilmek için çok önemli. Bu sebeple hizmet verdiğimiz tüm ülkelerde belirli standartlarda teknolojik yatırım altyapısına sahip firmalarla çalışmaya önem veriyoruz. Ürünlerimizin networkün ne zaman neresinde olduğuna tam bir hakimiyet bizim için çok önemli. Ayrıca firmaların operasyon kalitelerini gösteren dengeli, stabil hizmet seviyeleri de her defasında gönderimizin ne zaman hedefe varacağı ile ilgili yüksek bir güven seviyesi sağlıyor. Firmalardan bu konularda kendilerini sürekli geliştirmelerini bekliyoruz. Öte yandan global bir dağıtım merkezi yönetirken AB ülkelerindeki mevzuat benzeri esnek çalışma imkanlarına sahip olarak daha hızlı operasyonlar yapabilmek adına gümrük otoritelerinden mevzuat iyileştirme taleplerimiz de kısmen karşılansa da henüz istenilen seviyede değil. Hizmet verdiğimiz her ülkede ayrı depolar açıp, istihdamı oralara yaymamak için ülkemizde mevzuatlara uygun 7/24 işlem yapabilecek bir seviyeye gelebilmeyi umuyoruz."

DeFacto

OTOMASYON SİSTEMİYLE başarıyı ikiye katladı

Bu dönem trendini "globalde ve fijitalde büyüme" olarak belirleyen DeFacto, yurt içinde depo, yurt dışında dağıtım merkezi yatırımlarıyla satışa hızlı ürün sunuyor. Depolarda otomasyon sistemine geçerek başarıda iki katı rakamlara ulaştıklarını vurgulayan DeFacto Tedarik Zinciri Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Cenk Karapınar, dağıtımda ise büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladıklarını açıkladı.



Cenk Karapınar

DeFacto'nun mevcut yapılanması ve büyüme hedeflerinden söz eder misiniz?

Türkiye ile birlikte, Kazakistan, Fas, Irak, Mısır, Belarus, Rusya, Malezya, Ukrayna, Özbekistan ve Romanya başta olmak üzere 32 ülkede fiziksel ve online mağazalarımızla toplamda ise 50 ülkede, 500'den fazla mağazamızla faaliyetteyiz. 14 binden fazla çalışanımız var. Orta ve uzun vadede hem Türkiye'de hem de yurt dışında büyümeye devam edeceğiz.

Pandemiyle yaşanan değişimi merkezine alan DeFacto hem modada hem teknolojide trendi "globalde ve fijitalde büyüme" olarak belirledi. Yaptığımız teknolojik yatırımlarla ve pandemi sonrasında yükselen fijital mağazacılıkla ciddi bir mesafe kat ettik. Gelecekte de, pandemi döneminde e-ticarette kazandığımız ivme ile büyümeyi devam ettirmeyi hedefliyoruz.

VERİMLİLİĞİ YÜZDE 30 ARTTIRDI

Tedarik zinciri ve lojistikte nasıl bir strateji izliyorsunuz? Gerçekleştirdiğiniz yatırımlar ve elde ettiğiniz kazanımlar neler?

Genel stratejimiz Türkiye'de merkezi depo kurgusunun yanında yurt dışında genişlediğimiz bölgelerde satışa hızlı ürün sunabilmek adına dağıtım merkezleri açmaktır. Merkez depolar Tekirdağ bölgesinde 100 bin m² taban alanı içerisinde manuel ve otomatik depoların bir arada bulunduğu bir yerleşkededir. 2014 yılında depolarda otomasyon sistemine geçerek başarıda iki katı rakamlara ulaştık diyebiliriz. Ürünlerin üreticiden stoklara kazandırılma hızını ve sevkiyat hazırlık süreçlerini 8 saatten 3 saate düşürdük. Bir işi dörtte bir iş gücüyle iki katı hızla yapabilir duruma geldik. Otomasyon yatırımları maliyeti yüksek yatırımlar ancak doğru kurgulandığında yatırımın dönüşü çok kısa zamanda sağlanabiliyor. Ayrıca 2016 yılında devreye aldığımız ikinci fazda ise e-ticaret sevkiyatlarını da otomasyona taşıdık. Böylece Türkiye'de e-ticarette otomasyonu kullanan ilk firma olma unvanını kazandık.

Ayrıca antrepo depomuz ve e-ticaret müşterilerine hizmet sağladığımız depomuz da bulunmaktadır. Merkez depoların beraberinde 12.000 m²'lik iade operasyonlarının yürütüldüğü depo yine Tekirdağ'da ancak farklı bir yerleşkededir. E-ticaretin büyümesiyle, bu depo içinde ikinci bir e-ticaret depomuzu 2019 yılında canlıya aldık. Bu depoda kendi Ar-Ge çalışmamız ile geliştirdiğimiz sorter cihazlarımızı tasarlayarak manuel sistemlere göre yüzde 30 verimlilik kazandık. Yurt dışında ise Balkan, MENA ve CIS bölgelerinde hem mağazacılık hem e-ticarete hizmet veren toplam 16 dağıtım merkezimiz bulunmaktadır.





Pandemi dönemini nasıl yönettiniz?

2014 yılında başladığımız otomatik depolarımızla güçlü bir lojistik altyapısı kurmuştuk. Pandemi döneminde artan talebi otomasyon sistemimiz sayesinde rahatça karşılayabildik. Pandeminin başından bu yana depolarımızda ve diğer lojistik operasyonlarımızda çalışanlarımızın güvenliğini en üst seviyede tutacak önlemlerle, bu süreçten minimum oranda etkilendik.

Türkiye'nin yanı sıra global anlamda pandemi ile beraber kargo firmalarının kapasite yetersizliği kendini gösterdi. Bunun sonucunda Türkiye'de teslimat süreleri haftaları buldu. Tüketici daha hızlı bir hizmet beklerken tam tersine ciddi gecikmeler yaşandı. Bu problemin üstesinden gelmek için kapasite artışlarını geleceğe yönelik planladık. Yeni kapasite yatırımları, yeni süreçler, yeni teslimat modelleri geliştirdik.

YURT DIŞI SEVKİYATLARDA ÜÇ MODEL KULLANIYOR

Sevkiyat miktarlarınız nasıl bir düzeye ulaştı? Özellikle yurt dışı sevkiyatlarınızı nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

E-ticaret kanalının 2020 yılında kazandığı ivme ile birlikte, sevkiyat hacmimiz 2019 yılına göre iki kat arttı. Mağazacılık kanalında ise, kapanmalara rağmen düşüş yaşamadık. Yurt dışı sevkiyatlarımızı 3 şekilde gerçekleştiriyoruz. Birincisi, ürünleri yurt dışında az önce bahsettiğim ülkelerdeki kendi depolarımıza sevk ediyoruz. İkincisi, doğrudan Marketplace firmalarının depolarına sevkiyat yapıyoruz. Son olarak da, hacmi en düşük olsa da, crossborder sevkiyatları ile doğrudan Türkiye'deki e-ticaret depolarımızdan yurt dışındaki müşterilerimize gönderebiliyoruz.

"Türkiye'de en öncelikli hedefimiz müşterilerimizi daha kaliteli ve hızlı hizmet sunabilmek için projeler geliştirmek. Büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladık. Depolarda ise verimlilik arttırıcı otomasyon yatırımlarına devam ediyor olacağız. Yurt dışında ise, özellikle gelişmiş pazarlar başta olmak üzere, birçok yeni coğrafyaya gelecek dönemde adım atmayı planlıyoruz."

Hangi hizmetlerde alım yapıyorsunuz? Çözüm ortaklarınız hakkında bilgi verir misiniz?

Türkiye'de depo süreçlerimizi kendimiz yönetiyoruz. Nakliye de ise; mağaza sevklerinde 3 lojistik firması ile çalışırken, e-ticaret sevklerinde birçok kargo firması ile çalışıyoruz. Firmaların hacimlerini aylık kapasite ihtiyacımıza göre planlıyoruz.

Gündeminizde neler var?

E-ticaret odağıyla hareket ettiğimiz bugünlerde, Türkiye'de en öncelikli hedefimiz müşterilerimizi daha kaliteli ve hızlı hizmet sunabilmek için projeler geliştirmek. Örneğin, büyük illerde motor kurye teslimat modelini test etmeye başladık. Depolarda ise verimlilik arttırıcı otomasyon yatırımlarına devam ediyor olacağız. Yurt dışında ise, özellikle gelişmiş pazarlar başta olmak üzere, birçok yeni coğrafyaya gelecek dönemde adım atmayı planlıyoruz.

'CROWDSOURCING' YÖNTEMİ NEFES ALDIRDI

Bu dönemde lojistik, dağıtım ve depolama süreçlerinde karşılaştığınız en temel sorunlar neler oldu?

Bu süreçlerde karşılaşılan en temel sorun kargo firmalarının performanslarıydı. 2020 yılında ani talep artışı ile, hem kapasite hem performans problemleri yaşandı. Neredeyse tüm kargo firmalarının geliştirdiği "crowdsourcing" yöntemiyle dağıtım personel ağını genişleterek geçte olsa bu artışı yönetebildiler ve Kasım ayındaki yoğun dönemi minimum problemle atlattık. Bu firmalardan en önemli beklentimiz, bu dinamik yönetim şeklini gelecekte de devam ettirip, yoğun dönemlerdeki talebi performanstan hiçbir kayıp vermeden karşılayabilmeleridir.

E-TİCARETTE KAPASİTEYİ ÜÇ KATINA ÇIKARDI

E-ticaret süreçlerine ilişkin de bilgi veren DeFacto Tedarik Zinciri Yönetimi Genel Müdür Yardımcısı Cenk Karapınar, "E-ticaretten beklentiler yeni neslin gelişiyle çoğalmış durumda. Yeni nesil e-ticarette daha çok zaman harcıyor. Özellikle Z kuşağının modayı takip etme eğilimi sebebiyle özellikle giyim, ayakkabı ve aksesuar perakendesinde e-ticaretin önemi artmış durumdaydı. Pandemi bu artışı hızlandırdı. Türkiye'deki e-ticaret talebini karşılamak için, yeni bir e-ticaret deposu açarak kapasitemizi 3 katına çıkarttık. Yurt dışında ise, Rusya, Fas, Mısır, Almanya ve İngiltere'de e-ticaret depoları açıp bu ülkelere hizmet vermeye başladık. Bu yoğun dönemde depo ve kargo kapasiteleri anlamında müşterilerin hızlı teslimat taleplerini karşılamak için, teknolojik altyapı geliştirmelere ve kontrat yönetimine odaklanarak, yaşanan problemlerin üstesinden geldik" dedi.

Narkonteks depolamada KAPASİTE BÜYÜTECEK



Türk tekstil sektörünün global arenadaki temsilcilerinden Narkonteks, ağırlıklı olarak karayolunu kullanarak yılda 15 milyon adetin üzerinde ürün sevkiyatı gerçekleştiriyor. Pandemi döneminde tedarik zinciri süreçlerinin test edildiğini vurgulayan Narkonteks Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Toygar Narbay, şirket olarak bu dönemde 7 bin m^2'lik yeni bir depo yatırımı yaptıklarını, 2022'de depolama alanlarını 20 bin m^2'ye çıkaracaklarını söyledi.

İzmir ve Manisa'da bulunan 4 üretim tesisinde faaliyet gösteren Narkonteks, global markalara örme konfeksiyon ürünleri, iç giyim, ev giyimi, pijama, plaj giyim, thermal kıyafetler, aktif/spor giyim, medikal ve koruyucu tekstil ürünleri gibi geniş bir gamda ürün tedarik ediyor. 2020 yılında TİM ilk 1000 ihracatçı listesinde, Ege Hazır Giyim İhracatçıları içinde ise ilk 10 firma arasında yer alan Narkonteks, sahip olduğu "Alive PPE" ve "Alive Tech Wear" markaları ile Avrupa ülkelerinin Sağlık ve Güvenlik Bakanlıkları, sivil güvenlik teşkilatlarına ve global pazara koruyucu kıyafet ve medikal tekstil ihracatı gerçekleştiriyor. Türkiye'de 650 satış noktası, 20 adet kendisine ait perakende mağazası bulunan şirket, "Blackspade" markasıyla yurtiçi-yurtdışı franchiselar, internet siteleri, ulusal zincirlerde 100'e yakın nokta ve 20'nin üzerinde ülkede müşterileriyle buluşuyor. 2020 ve 2021 yıllarında yatırımlarına ara vermeden devam eden Narkonteks, bugün 1000 kişiye yaklaşan doğrudan istihdamı, güçlü teknolojik, Ar-Ge ve tasarım altyapısı ile tüm kanallarda büyümeye ediyor.

PANDEMİDE TEDARİK ZİNCİRLERİ TEST EDİLDİ

Günümüzde tedarik zinciri yönetimi ve lojistik süreçlerin, üretimin verimli ve hedeflenen kalite ile maliyet düzeyinde yapılabilmesi için hayati önem taşıdığını vurgulayan Narkonteks Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Toygar Narbay, "Covid-19 pandemisi tedarik zinciri ve lojistik süreçlerin test edilmesi, güçlü ve zayıf noktaların tespiti açısından önemli bir deneyim yaşamamızı sağladı. Tüm firmaların bu süreçten sonra tedarik süreçlerini ve satın alma kalıplarını gözden geçireceğini ve yeni bir döneme gireceğini düşünüyorum" dedi.



Toygar Narbay

15 MİLYON ADET ÜRÜN SEVKİYATI YAPIYOR

Ağırlıklı olarak karayolunu kullanarak yılda 15 milyon adetin üzerinde ürün sevkiyatı gerçekleştirdiklerini aktaran Narbay, yurt içi taşımalarda iş ortaklarını bölgelere ve hizmet kalitesine göre seçtiklerini, ihracatta ise alıcıların çalıştıkları ve önerdikleri firmalardan hizmet almayı tercih ettiklerini söyledi.

Narkonteks markalı ürün taşıma hariç, depolama ve lojistiğini kendi iç süreçlerinde yürüttüklerini aktaran Narbay, "Üretim lojistik alanlarımızda bu yıl 7 bin m^2'lik yeni bir yatırımı tamamladık. 2022 yılında markalarımıza ait lojistik merkezimizi 20 bin m^2'lik bir alana taşımayı planlıyoruz" dedi. Narbay ayrıca, taşımacılık tarafında bugüne kadar majör bir sorunla karşılaşmadıklarını da sözlerine ekledi.

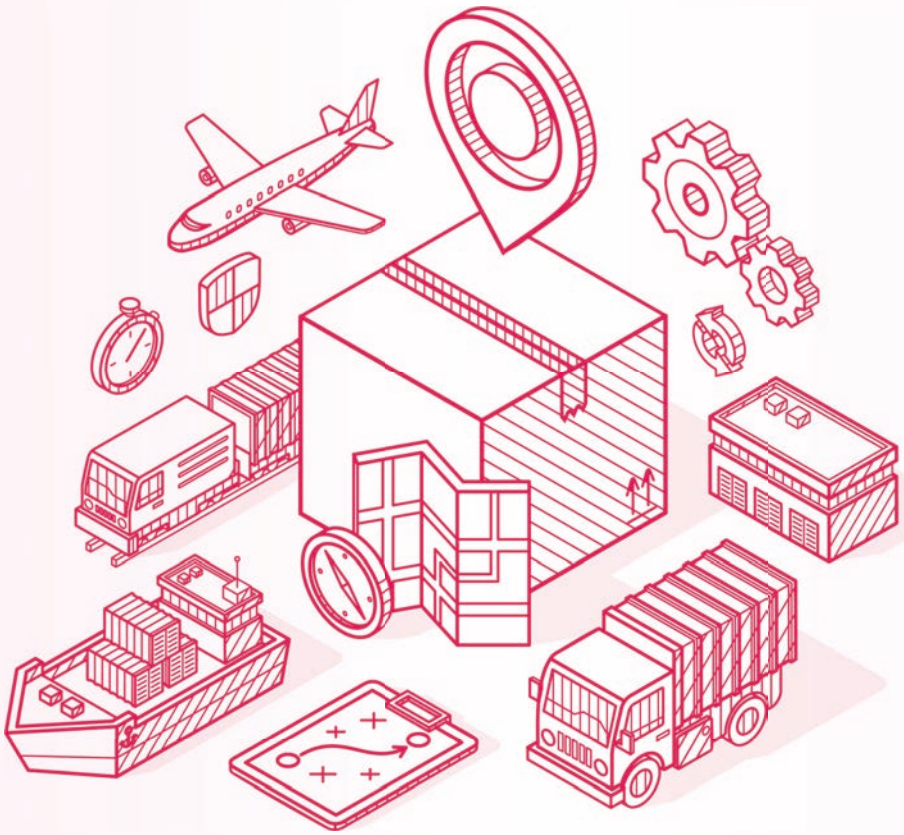
DIGITALIZATION IS CHANGING THE WORLD.

VISIT THE MOST INNOVATIVE SUPPLY CHAIN EXPO
IN THE HEART OF EUROPE.

44+
COUNTRIES

250+
EXHIBITORS

9000+
VISITORS



6. - 8.10.2021
INCHEBA EXPO
Bratislava, Slovakia
www.wofexpo.com

DIGITALIZATION | E-COMMERCE | INNOVATIONS | GREEN DEAL | STARTUPS

E-ticaret sektörüne uçtan uca tedarik zinciri çözümleri sunan Arvato, 2020 yılında 40 milyonun üzerinde siparişi tüketicisine ulaştırdı. Şirket, bugün 176 bin m²'lik alana sahip 7 tesisiyle 40'ın üzerinde markaya hizmet sunuyor. "E-ticaret iş modelinde 'hizmet' ürünün bir parçası haline geldi, hatta kimi zaman tercih edilme nedeni oldu" diyen Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, siparişten başlayarak teslimata ve iadeye kadar tüm süreçleri basitleştiren ve kolaylaştıran çözümler sunarak e-ticaret sektörünün büyümesine güçlü bir destek sunduklarını söyledi.



Umur Özkal

arvato BERTELSMANN Supply Chain Solutions

e-ticaret sektörünün BAŞARISINA ORTAK OLUYOR

E-ticarete yönelik gerçekleştirdiğiniz yeni yatırımlar hakkında bilgi verir misiniz? Gündeminizde yeni yatırım var mı?

Biz tesislerimize "platform" diyoruz. Büyüklüklerini de perakendedeki bedenlerle adlandırıyoruz. Örneğin, ilk yıllarımızda Platform X ve S yani X-Small ve Small ile yatırımlara başladık, Platform Medium (PM) ve Platform Large (PL) ile devam ettik. Son yıllarda PL, PL2 şeklinde devam etmemiz, ek kapasitelerin büyüyerek arttırıldığını da gösteriyor. Kurulduğumuz günden beri ortalama her yıl bir yeni platform açıyoruz. Tüm yatırımlar için finansal güç çok önemli. Özellikle uzayan pandemi koşullarında -yani iş ve ekonomik belirsizliğin fazla olduğu bir ortamda bile- Arvato Bertelsmann merkezinin Türkiye'deki potansiyele ve bizlere olan güveni sayesinde yatırımlarımıza ara vermeden devam edebildik. Bu sayede yeni projelere tesislerimizde yer verip mevcut müşterilerimizin büyümeleri için de ek kapasite yaratabildik.



7 platformumuz ile toplamda 176 bin m²'lik alanda hizmet veriyoruz. 1 Nisan'da açılışını yaptığımız PL2 55.500 m² yürünebilir alanı ile en büyük platformumuz oldu. Günlük 200 bin ürün çıkış ve 7 milyon stok kapasitesine sahip tesisimizde Türkiye'nin en hızlı büyüyen operasyonlarından birine hizmet veriyoruz. 8. tesisimiz olacak olan PL3'ü de, 2022 yılının ikinci çeyreğinde devreye almayı planlıyoruz.

Bunun yanı sıra biz, Bilgi Teknolojilerini omurgamız olarak görüyoruz. AR-GE merkezimizde geliştirdiğimiz, OMS-WMS-TMS yazılımlarının birbirine entegre olduğu ve Plug&Play hale getirdiğimiz altyapımız bizi önemli bir dijital platform yapıyor. Büyük-orta-küçük her markanın kullanabileceği bir platform yarattık. Firmaların kullandıkça ödedikleri aktivite bazlı fiyatlama modelinde, markaların ihtiyaçlarına göre yeni yatırımların zamanında yapıldığı ve markalara ölçek avantajı sağladığımız bir modele sahibiz. Çalışanlarımızı sürekli eğiterek iş kalitesinden taviz vermeden peak dönemlerinde de süper esneklik ve kesintisiz hizmet sağlayabiliyoruz.

40 MİLYONU AŞAN SİPARİŞ

Pandemi sürecinde neler değişti ve bu değişiklikler sektörü nasıl etkiledi? Sizin iş hacminize nasıl yansıdı? 2021 yılına ilişkin beklentileriniz neler?

Pandeminin de etkisi ile operasyonel hacimlerde ciddi artışlar gözlemledik. Dalga dalga yaşanan artışları karşılamak üzere piyasayı analiz ettik, projelerimizle işbirliği içerisinde çalıştık ve gerekli planlamaları zamanında yapıp devreye alarak, bu dönemde müşterilerimizin ve nihai kullanıcıların beklentilerini en üst düzeyde karşılamayı başardık.

2020 yılında Sipariş fabrikalarımızda 40 milyonun üzerinde sipariş paketledik. TMS kullanarak dağıtımını yaptığımız online sipariş miktarımız ise 2020 yılında 50 milyon desiyi aştı. 2020 yılı günlük maksimum ürün çıkış kapasitemiz 250 bin seviyelerindeydi.

BF ve 11.11 dönemi artık belirli günlerde değil, tüm bir aya yayılan süreçler haline geldi. Pandemiyle beraber talebin dipten tepeye çıkış ve inişlerini yönetebilmek her zamankinden daha önemli hale geldi. Arvato SCS olarak birden fazla markanın bir tesiste konsolide olması ve birden fazla dağıtıcıyla her dağıtıcının uygun olduğu alana yönlendiren akıllı algoritmalarda bu dönemleri sorunsuz geçirme kabiliyetlerimizi iyileştirdik.

2020 yılında pandeminin etkisiyle ev-yaşam-mobilya, FMCG, tüketici elektroniği ürün kategorilerinde 4-5 katına varan artışlar oldu. Evimiz; ofis, okul, restoran ve yaşam alanı haline geldi. Önceden eksikliğini fark etmediğimiz bir eşyayı bu dönemde ihtiyaç olarak algılamaya başladık. Örneğin; odaklanabileceğimiz çalışma köşeleri yarattık. Çalışma masası, uzun zaman geçirmeye uygun ofis sandalyesi, ruhumuza iyi gelecek aksesuar ve çiçekler, aydınlatma grupları gibi kategorilerde ciddi artışlar oldu. Bahçe-balkon sezonu ile birlikte açık alan mobilya satışları geçen yılın aynı dönemine göre %50 arttı. Mutfaklarımıza hepimiz yatırım yaptık: pişirme araç-gereçleri, küçük ev aletleri, kahve-çay makinaları, ev temizliği için pratik ve görece pahalı elektrik süpürge modellerine talep ciddi seviyede arttı. Kuaförlere gitme oranı azaldıkça kişisel bakım ürünlerine yatırım yaptık. Hem kozmetik hem de kişisel bakım ekipmanları yine çok paketlediğimiz ürün grupları oldu. Dijitalleşmenin artması ilk günden itibaren teknoloji ürünleri tarafını hızlandırdı, özellikle evden çalışma ve uzaktan eğitim nedeniyle diz üstü bilgisayar, tablet satışları, webcam satışları ciddi oranda arttı. Kısaca neredeyse her kategoride ciddi artışlar yaşandı.

> "Verimliliği arttıran otomasyonlar, yüksek güvenlik, yasal şartlara uygunluk ve personelimizin çalışırkenki rahatlığı ve mutluluğu taviz vermeden yatırım yaptığımız alanlar. Ama hepsinden önemlisi "mutluluk paketliyoruz" her bir gönderdiğimiz paketin birisine dokunduğunu bilerek zevkle, keyifle işimizi yapmayı öğreniyoruz. Üniversite öğrencisi, ev hanım çalışanlarımız var."



Bu dönemde birçok e-ticaret alanında faaliyet gösteren şirket kendi lojistik ağını kurmaya başladı. Bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz? Lojistik hizmet alan şirketlere önerileriniz var mı?

Bu konuyu depo ve sipariş hazırlama ile dağıtım ağı ve çeşitliliği olmak üze iki koldan ele alabiliriz. Şirketlerin birçoğunun, e-ticaret içindeki toplam payları arttıkça, bu alanı geçmiş dönemde edindikleri B2B tecrübe ve dinamikleriyle değerlendirdiklerini, kapasite ve maliyet kurgularını da buna göre yapmaya çalıştıklarını gözlemledik. E-ticaret iş modelinde "hizmet" ürünün bir parçası haline geldi, hatta kimi zaman tercih edilme nedeni oldu. B2C operasyonlar B2B'deki bulk hareketlerden ayrışıyor. E-ticarette çok daha yoğun olarak tekil ürün paketlemesi yapılıyor. Buradaki başarıda, stoğun kusursuza yakın doğruluğu, ürünlerin siparişe uygun paketlenmesi, siparişlerin hasarsız ve zamanında teslimatı öne çıkıyor. Tahminlenmesi zor bir yapısı var, tüketicinin vereceği tepkilere göre, sipariş saat ve sayıları çok değişebiliyor. Burada uzmanlık temelde iki sorunu çözmekten ibaret: esneklik ve kapasite. Bu da büyüklük ekonomisinin getirdiği verimliliğe dayalı. Arvato olarak 40'ın üzerinde markaya hizmet verdiğimizi düşünürsek, 1 ayda 2-3 kat hacme çıkıp tekrar geriye inebiliyoruz. Günlük olarak sipariş düşme saatlerine göre kadrolarımızı arttırıp azaltabiliyoruz. 7 platformumuzun her birinden diğerine kadro mobilitesi sağlıyoruz. Pandemi koşulları gibi riskli dönemlerde de bunun doğal faydasını çok gördük, ekipleri ve işlerimizi bölüp yönetmemiz daha büyük önem kazandı. Binlerce metrekare stoklama alanında bir müşterinin stoğu artarken diğeri azalıyor. Mezaninler, platformlar, konveyörler gibi yatırımlarla aynı mekanda çok daha verimli ve büyük kapasiteler yaratıyoruz. Kendi lojistik ağını kurmaya çalışan markalar bu tür platformların getirdiği çoklu çözümleri doğal olarak yaratamayacaklardır.



Diğeri dağıtım ağı ve çeşitliliği. Herhangi bir şirketin sadece kendi kaynakları ve dağıtım ağı ile en iyisini elde etmesi mümkün değil. Yeni çıkan iş modellerini, iyi partnerlikler ve kusursuz entegrasyonlarla sürekli beslemeli, çeşitlilik ve rekabet için yenisini eklemeli. Odağı lojistik olmayan firmaların bu yönde kaynak ayırmaları maliyetli ve asıl işinden uzak kalma nedeni. Maliyet kavramını iyi değerlendirmek lazım. Boş bir binanın maliyetsiz anlamına gelmediğinde sanırım herkes hemfikirdir. Ya da var olan bir yöneticiye daha fazla sorumluluk vermek veya sigorta kapsamını genişletmek. Tüketiciyi iyi anlamaya mı odaklanacak, yeni ürün geliştirmeye ve rakiplerden farklılaşmaya mı, lojistik maliyetlerini büyüdükçe daha uygun hale getirmeye mi, kendi dağıtım ağını kurmaya ve tesisine sürekli çelik-raf yatırımı yapmaya mı, satış kanallarını çeşitlendirmeye mi? Lojistik ağı kurma kararını bu sorulara cevap vererek değerlendirmeli.

DOĞRU ZAMANDA, DOĞRU YATIRIM

Arvato sektör lideri olarak yeni neler yapıyor?

Müşterimizle birlikte offline-online birlikteliğini faydaya dönüştürmek için Click&Collect başta olmak üzere omnichannel çözümleri üzerinde çalışıyoruz. Özellikle değerli ürünler için güvenli teslimat çözümleri kurguladık. OMS ile birlikte omni-channel dağıtım ağı ve 360 derece müşteri deneyimi sağlayacak, hızlı giden ürünler için şehir içi dağıtım noktaları ve kolay iade çözümleri kurguladık. Mevcut ve potansiyel müşterilerimize göre düzenli olarak kapasitelerimizi gözden geçiriyoruz. Doğru yatırımı doğru zamanda yaparak kesintisiz ihtiyaçları karşılamaya odaklanıyoruz. Tesisler tarafında tüm platformlarımızdaki konveyör sayımızı arttırdık. Büyük tesislerimizde katlar arası transfer konveyörler yatırımları yaptık. Tüm yeni alan yatırımlarımız da personelimizi çalışırken sıcak ve konforlu tutacak, deprem esnasında personelimizi ve bize emanet edilen ürünleri üst seviyede koruyacak şekilde yüksek standartlarla yapıyoruz. Kozmetik, gıda ürünleri, gıda takviyesi gibi ürün gamının gerektirdiği özel depolama şartlarını sağlamak için sıcaklık kontrollü oda yatırımlarımızı büyütüyoruz. Özel koşul ve ihtisas gerektiren tüm yatırımlarımızı yasal mevzuatlara göre yapmaya çok önem veriyoruz. Birlikte çalıştığımız müşterilerimiz ve bizler denetimlerde her şeyin önden uzmanlarınca düşünüldüğü ve kuralına göre yapıldığı, şeffaf bir çalışma disiplinine sahibiz.

Özetlemek gerekirse, verimliliği arttıran otomasyonlar, yüksek güvenlik, yasal şartlara uygunluk ve personelimizin çalışırkenki rahatlığı ve mutluluğu taviz vermeden yatırım yaptığımız alanlar. Ama hepsinden önemlisi "mutluluk paketliyoruz" her bir gönderdiğimiz paketin birisine dokunduğunu bilerek zevkle, keyifle işimizi yapmayı öğreniyoruz. Üniversite öğrencisi, ev hanım çalışanlarımız var. İlk verdiğimiz eğitim bu bakış açımız.

Dağıtım tarafında "E-ticaret lojistiği'nin büyümesinin önündeki darboğaz nedir?"

Dağıtım firmaları her ne kadar büyük kapasite yatırımları yapmış olsa da anlık talep dalgalanmalarının yönetiminde halen güçlükler olduğunu görüyoruz. Artık kurye, Click&Collect, PuDo teslimatları, aynı gün teslim, randevulu teslim gibi çok farklı dağıtım şekillerine giden yol hızlandı. Yeni teslimat modelleri kuran şirketlerin sayısı artıyor. Bunların bazıları küçük ortaklıklar bazıları büyük yatırımlar. Bu alanda tek başına hiçbir dağıtım firmasının tüm sektöre hitap edeceğini düşünmüyoruz. Hem çeşitlilik hem kapasite, hem uygun maliyet hem de kaliteli hizmet aynı anda tek dağıtım şirketinin altından kalkabileceği bir konu olmaktan çoktan çıktı. Bunun farkında olarak tüm hizmet tiplerine, tüm ürün segmentlerine aynı anda hitap edebilmek için biz Plug&Play yapımız ile hepsine entegreyiz. 30 kişinin üzerindeki Control Tower ekibimizle siparişleri ve dağıtım partnerlerimizi takip ediyoruz.



Rekabeti işbirliğine dönüştürüyoruz. Her dağıtım şirketinin performansını takip ederek iyi olana daha çok hacim yaratarak ödüllendirdiğimiz bir modelin, markalara ve tüketicilere de güven yarattığını açıkça gözlemliyoruz.

Dağıtıcı tek muhatap görüyor, tek depodan çıkıyor, ortak etiketle alıyor, zaman zaman dağıtımda güçlük yaşadığı ürün veya rotalarda alternatifleriyle desteklenip sorunlarını çözmelerine imkan sağlamış oluyoruz. Müşteri tek muhatapla onlarca farklı hizmeti alabiliyor, ürünün teslimine kadar tüm takibi sağlanıyor, desiye, destinasyona, ürün tipine göre optimum gönderi hacim ve şeklinden faydalanıyor. Olası soru ve talepleri anlık olarak Müşteri Hizmetleri ekibimizin CRM paneline düşüyor, dilerse tüketiciler adres veya teslim gününü değiştirebiliyor.

E-ticaret içinde dağıtım çok önemli bir maliyet ve dağıtım maliyetleri ile Pazar büyümesi arasında doğrudan ilişki var. Dağıtım maliyetlerini belirlemek bizim işimiz değil ama her iki tarafı optimize ederek yüksek teknoloji ve yazılım kullanarak bu süreci verimli hale getirmek bizim işimiz. Satan, alan ve dağıtan her taraf için kolaylık, tutarlılık, tahmin edilebilirlik, izlenebilirlik ve hız çok önemli. Siparişten başlayarak teslimata ve iadeye kadar tüm süreçleri hem basitleştirmeli hem de kolaylaştırmalı. Biz bu yoldaki en büyük destekçileri ve kolaylaştırıcı etken olmaya devam edeceğiz.

OMNI-TİCARET ALANINA İLGİ ARTACAK

2020'de Türkiye'de perakende içinde online satışların payının %15'i geçtiğini vurgulayan Arvato Supply Chain Solutions Genel Müdürü Umur Özkal, "Avrupa ülkelerinde bu oran pandemide %40'ları buldu. 2019'da Türkiye ortalaması %6.3 olarak gerçekleşmişti. Bu döneme alt yapı itibariyle hazır giren markalar, offline satış tarafındaki düşüşü bir miktar dengeleyebildiler ve daha rahat atlattılar. Bazı sektörlerde ve markalardaki online satış payı %40-50'leri buldu. Hiç online kanalı olmayan markalar 2-3 ay içinde online kanal açmak durumunda kaldılar ve online satış pratiğini tecrübe ettiler. Önümüzdeki yıl, omni-ticaret alanına olan ilgi ve yatırımlar artacaktır. Artık sadece online veya offline değil, sadece pazaryeri veya web sitesi değil tüm kanalların aynı anda çalıştığı ve tüketiciye istediği kanaldan ulaşabilme imkanı veren altyapılara yatırım yapılacağını öngörüyoruz" dedi.

ROBERT T. ATEŞ
CLK Representative EUROPE, Apollon Group Managing Director
E-mail: robertates@apollonlogistics.com / Instagram: Robert_ates



E-TİCARET VE TEDARİK ZİNCİRİ

Dijital pazar görünümünden e-ticaretin en hızlı büyüdüğü ülkelere bakıldığında rakamların gösterdiği, Çin'in dünyanın açık ara en büyük e-ticaret pazarı olduğudur. Geçen yıl ülkedeki e-ticaret satışları 826,6 milyar dolar olarak gerçekleşti ve bu rakamın 2024 yılına kadar neredeyse iki katına çıkacağı tahmin ediliyor. Bu 4 yıl içinde 5 e-ticaret dolarından 2'sinin Çin'de harcanabileceği anlamına geliyor. Yine de Avrupa, Çin ve ABD dışındaki pazarlar halihazırda Çin pazarından daha hızlı büyüyor. Bu, Çin nüfusunun ve işgücünün gelecekte ne kadar hızlı azalacağına bağlı olarak, Çin pazarının daha sonra öneminin bir kısmını kaybedebileceği anlamına gelebilir. Avrupa ve ABD'de, e-ticaretin beş yıl içinde yüzde 50 civarında büyümesi bekleniyor.

Geleneksel olarak e-ticaretle ilişkilendirilen ürünler, küresel çevrimiçi satışlarda hala en hızlı büyüyen segmentler arasındadır, ancak diğer ürün kategorileri de hızla çevrimiçi hareket etmektedir. Statista tüketici pazarı görünümüne göre, tüketici elektroniği ve giyiminin çevrimiçi satışları, toplam satışların bir payı olarak hala hızlı bir şekilde büyüyordu. Verilere göre her beşte bir ev aletinden biri de internetten satın alınmış durumda ve bu payın 2023 yılına kadar yüzde 31'e çıkması bekleniyor. Şu anda sadece tek haneli rakamlarda online satış payına sahip olan gözlüklerin daha yerleşik olanları yakalayacağı öngörülüyor. 2023'e kadar kategoriler, altı yılda segment içindeki çevrimiçi satışları ikiye katladı. Aynı zamanda e-ticaret için daha yeni bir pazar olan ilaçların, çevrimiçi satışları neredeyse aynı hızda artırması bekleniyor. Gıda - potansiyel olarak e-ticaret için son sınır - küresel olarak hala uzun bir zamana sahip. Bazı ülkeler halihazırda bakkal bütçelerinin beş dolarından birini çevrimiçi olarak harcarken, e-ticaret gıda satışlarının küresel payının 2023'te küresel gıda satışlarının yalnızca yüzde 3'ü olacağı tahmin ediliyor.

Son endüstri hesaplamalarına göre Türkiye, 2020 ile 2024 arasında yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 20,2 ile perakende e-ticaret gelişimi açısından ilk sırada yer alacak. Çevrimiçi alışveriş, dünya çapında en popüler internet etkinliklerinden biridir (Aynı dönemde küresel perakende e-ticaret yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 8,1 olarak hesaplanmaktadır).

E-ticaret perakendecilerinin satışlarını arttırmak ve tedarik zincirini bu yönde yapılandırmak için her zaman daha fazla seçeneği vardır. İnternet müşterileri daha hızlı teslimat bekler. Retailtouchpoints.com'un haberine göre e-ticaret ile ilgili yaşanan olumsuz tecrübelerin başında teslimat süresi gelmekte ve e-ticaret müşterilerinin %43'ü daha hızlı teslimat beklentisinde. 2017 yılında daha hızlı teslimat beklenti oranı yaklaşık %33 civarındaydı. On puanlık artış, net bir sinyal niteliğinde. Üstelik e-ticaret müşterilerinin önemli bir bölümü daha hızlı teslimat için ekstra ödemeyi kabul edebiliyor. Acaba çoklu dağıtım noktalarına sahip olmanız teslimat sürelerinizi iyileştirebilir mi? Ülkemizde kargo firmalarının tarafınıza ilettiği 3 ya da 4 güne bölünmüş meşhur bir dağıtım tablosu var. Bu tablo bizim e-ticaret tedarik zincirimizi geliştirmemiz için çoklu dağıtım noktalarımızı hangi strateji ile tekrar dizayn etmemiz gerektiğini bize net bir biçimde gösteriyor.Sürekli optimizasyon, en stratejik tedarik zinciri konu başlığı olma özelliğini koruyor. Günümüz e-ticaretinde ciddi bir rekabet mevcut. Bu rekabetin boyutları artarak marketi zorluyor. İşin içine müşteri memnuniyeti ve düşük giderle çalışmak denklemi girdiğinde tedarik zinciri yönetiminizin ağ tasarımı ve optimizasyon çalışmalarınız çok önemli. Çoklu distribüsyon merkezleri ile çalışma havuzlarının bölünmesine izin verirseniz, aynı zamanda değişmek zorunda olacak ticaretinizin tedarik zincirini değişim hızından daha hızlı hazırlamış olmanız gerekir. Çok boyutlu –farklı birimlerden- bir proje ekibi kurarak sürekli optimizasyon projeleri tasarımlarını günümüzde en çok yapılan uygulamalardır. Sizin için doğru oyun teorilerini yakalayarak, hayata geçirerek çok önemli fırsatlar yakalayabilirsiniz. Daima bir adım önde olun.

hepsiburada

inovatif modellerle lojistikte çıtayı yükseltiyor

Online alışveriş sektörünün gelişimine liderlik eden markalardan Hepsiburada, lojistik alanında geliştirdiği Hepsilojistik, Hepsijet, Hepsiexpress, Hepsimat ve Two Man Handling Projesi gibi inovatif hizmet modelleriyle yarışta farkı açıyor. "Lojistik e-ticaretin omurga kemiği" diyen Hepsiburada Operasyon Grup Başkanı Taner Timirci, lojistik alanında geliştirdikleri çözümlerle pandemi döneminde müşteri memnuniyetinde %17'lik bir artış yakaladıklarını, bu kapsamda yenilikçi çözümler üretmeye devam edeceklerinin altını çizdi.



Taner Timirci

Hepsiburada'nın e-ticaret pazarı içerisindeki konumu hakkında bilgi verir misiniz?

Hepsiburada, bugün yaklaşık 40 kategoride 50 milyondan fazla ürünün yer aldığı, ayda 200 milyonun üzerinde ziyaret alan dev bir ekosistem. 20 yılı aşkın bir tecrübeyle on binlerce işletmeyi bir araya getiren Pazar Yeri ve perakende iş modellerimizle müşterilerimize hizmet sunuyoruz. Türkiye ve bölgenin en büyüğü olma özelliğini taşıyan Akıllı Operasyon Merkezimizle, sektörün çıtasını yükselten teknolojik çalışmaları yürüttüğümüz Ar-Ge merkezimizle online alışveriş sektörünün gelişimine liderlik ediyoruz. Müşterilerimizi sürekli dinliyor, onların beklenti ve ihtiyaçlarını yakından takip ederek, alışveriş deneyimini en üst seviyeye çıkaracak inovatif hizmet modellerini geliştirmeye devam ediyoruz. Kendi operasyonel lojistik yetkinliklerimizi sunduğumuz Hepsijet, müşterilerimizin tüm taze gıda süpermarket ihtiyaçlarını birkaç saat içinde kapılarına getiren Hepsiexpress, dijital ödeme çözümleri sunduğumuz Hepsipay, e-ihracat programımız HepsiGlobal gibi hizmetlerimiz hep bu çabalarımızın sonucu ortaya koyduğumuz ve sektörümüzde öncü inovasyonlar.

Hepsiburada olarak, Silikon Vadisi ile Kapalı Çarşı kültürünü birleştiren, veri ile tecrübeyi harmanlayan ekibimizle, tüm paydaşlarımızın ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamak için çalışıyoruz. Bu topraklardan hepimizin gurur duyacağı uluslararası bir teknoloji başarı hikâyesi çıkarmak istiyoruz. Ana hedefimiz ise Hindistan'ın batısıyla Almanya'nın doğusu arasında kalan geniş coğrafyanın en büyük teknoloji şirketi olmak. İstanbul'dan 4 saat uçak mesafesinde yer alan 1 milyar müşteriye hitap edecek dev bir ekosistem olmayı amaçlıyoruz. Önümüzdeki dönemde de bölgenin lider "süper uygulaması" olma vizyonuyla, çalışanlarımızın, iş ortaklarımızın ve müşterilerimizin "iyi ki varsın Hepsiburada" demeleri için var gücümüzle çalışmaya, hizmet kalitemizi daha da ileriye taşıyan ürün ve hizmetler geliştirmek için yeni yatırımlar yapmaya ve yenilikçi iş birliklerimizle, sektörün ilklerine imza atmaya devam edeceğiz.

YENİ DAĞITIM MODELLERİNİ DEVREYE ALDI

Kaç farklı teslimat türü kullanıyorsunuz?

Pandemiyle birlikte artan talebe bağlı olarak operasyon hacmimizde ciddi bir artış oldu; buna bağlı olarak milyonlarca gönderiyi müşterilerimize en hızlı ve güvenli şekilde ulaştırmayı başardığımızı söyleyebilirim. Yine müşterilerimizin online alışverişten beklentilerine kulak vererek yeni dağıtım projemiz Two Man Handling Projesi kapsamında 40 desi üzeri gönderi dağıtımlarına da başladık.

Gönderilerimizin büyük bir kısmını Hepsijet lojistik şirketimiz ile gerçekleştiriyoruz. Lojistik sektörüne yenilikçi bakış açısı kazandıran Hepsijet ile müşterilerimize standart teslimat, randevulu bugün teslimat, randevulu yarın teslimat, efsane teslimat ve randevulu iade seçenekleri sunuyoruz. Randevulu teslimat seçeneği sayesinde müşterilerimiz, aldıkları ürünleri hafta içi veya hafta sonu fark etmeksizin istedikleri gün ve saat diliminde teslim alma özgürlüğünü yaşıyor. Aldıkları ürünü 24 saat içinde teslim alabildikleri teslimat türüne ise "Efsane Teslimat" adını verdik. Randevulu iade, pandemi döneminde çok tercih edilen bir model oldu. Bu seçenek ile iade etmek istedikleri ürünleri müşterilerimizin evden çıkmasına gerek kalmadan istedikleri zaman diliminde kapılarından teslim alıyoruz. Tüm bunlara ek olarak, diğer dağıtım firmalarıyla işbirliği içinde haftanın 7 günü hizmet vermeye devam ediyoruz.

Pandemi döneminde nasıl aksiyon aldınız?

Evlere kapandığımız, teması azalttığımız pandemi döneminde müşterilerimizin ihtiyaçlarını kesintisiz karşılamaya devam etmek amacıyla mevcut hizmetlerimizi yaygınlaştırırken, yenilikçi modeller hayata geçirdik. Öncelikle artan talep artışına en iyi şekilde cevap verebilmek için

ekiplerimizi kuvvetlendirdik; Gebze Akıllı Operasyon Merkezimiz, Hepsijet Lojistik ve Hepsiexpress birimlerimizde görevlendirmek üzere 5 bin kişilik bir ek istihdam paketimizi devreye aldık.

Hepsijet ile ayrıca 11 büyük markanın çözüm ortağı olarak hizmet sunmaya başladık. Yine bu dönemde müşterilerimize yeni alternatifler sunmak amacıyla Hepsimat teslimat noktası hizmetimizi yaygınlaştırdık. Ev ve işyerleri dışında müşterilerimize alışveriş merkezleri içinde bulunan Easy Point noktalarından, İstanbul'un 23 ilçesinde bakkal, kırtasiye, çiçekçi, petshop gibi farklı iş kollarındaki esnaftan, Petrol Ofisi İstasyonlarından ve İstanbul'da 7 Vestel mağazasından 7/24 teslim teslimat yapıyoruz.

Zaman kısıtlarını ortadan kaldıran, sosyal temas gerektirmeyen "kargo teslim dolabı" hizmetimizi de pandemi döneminde hayata geçirdik. Bu sistem ile müşterilerimiz, alışveriş sırasında teslimat bilgileri ekranında "Teslimat Noktasına Gönder" seçeneğini işaretleyip, kendilerine gönderilen SMS ile ürünlerini teslim alabiliyor. Müşterilerimizin hayatına büyük kolaylık getiren Randevulu İade sistemimizi de müşterilerimiz evlerinden çıkma zahmetine girmeden evlerinden iade işlemlerini kolay ve güvenli şekilde yapabilsinler diye bu dönemde başlattık.

Pandemi döneminde on binlerce işletmemize destek olan uygulamalar da hayata geçirdik. Hepsilojistik ile operasyonel opagücümüz, altyapımız ve deneyimimizi platformumuzdaki işletmelere açmaya başladık. Böylece işletmelerin stoklamadan adreslemeye, paketlemeden kargolamaya kadar birçok maliyet, zaman ve iş yükünden tasarruf etmesini sağlıyoruz. Satış ve sonrasındaki aşamaları kapsayan bu hizmetimizle işletmelerin işlerini ileriye taşımalarına yardımcı olurken, sektörün de büyümesine destek oluyoruz.





"Pandemi döneminde on binlerce işletmemize destek olan uygulamalar da hayata geçirdik. Hepsilojistik ile operasyonel gücümüz, altyapımız ve deneyimimizi platformumuzdaki işletmelere açmaya başladık. Böylece işletmelerin stoklamadan adreslemeye, paketlemeden kargolamaya kadar birçok maliyet, zaman ve iş yükünden tasarruf etmesini sağlıyoruz."

KAPIDA İADE 57 YIL ZAMAN KAZANDIRDI

Siparişlerin doğru zamanda kullanıcılara ulaştırılması için depolama ve dağıtım konusunda süreçleri nasıl yönetiyorsunuz?

Pandeminin birinci yılını geride bırakırken bağımsız danışmanlık şirketi Deloitte ile yaptığımız Türkiye'de e-ticaret ekosistemine ışık tutan araştırmanın sonuçlarına göre; sağladığımız hizmetlerle pandemi döneminde müşterilerimizin memnuniyetinde %17'lik bir artış elde ettiğimizi gururla söyleyebilirim.

Operasyonlarımızı merkezi olarak, bölgenin en büyüğü olma özelliği taşıyan 100 bin m²'lik Akıllı Operasyon Merkezimizden yürütmeye devam ediyoruz. Tüm ürünlerin sevkiyatını buradan yani tek bir noktadan yapabiliyoruz. Akıllı Operasyon Merkezimiz teknolojik altyapısının getirdiği yüksek verimle 24 saat kesintisiz çalışıyor. Böylece saatlik sipariş akışlarıyla siparişlerin birikmesini ve gecikmeleri önlüyoruz.

Gebze'nin yanı sıra 50 bin m² ek depolama alanı sunan Ankara, İzmir, Adana, Diyarbakır ve Erzurum'la birlikte toplamda 6 depolama alanımız daha mevcut. Bu bölgesel operasyon merkezlerimizle Türkiye'nin 81 iline çok hızlı hatta aynı gün teslimat yapabiliyoruz. Yeni lojistik merkezlerimizle birlikte ayda 10 milyonun üzerinde ürün gönderme kapasitesine erişmiş olduk.

Yaptığımız araştırmaya göre Hepsiburada müşterilerinin %87'sinin HepsiJet ile teslimat yapılmasının alışveriş kararlarını olumlu yönde etkilediğini ifade ettiklerini öğrendik. Kapıdan iade ile bir yılda Hepsiburada müşterilerine 500 bin saat, bir başka deyişle 57 yıl zaman kazandırmış olduk. Aynı zamanda HepsiJet ile platformumuzdaki işletmeler için ürünlerinin sipariş edilmesinden müşterilere ulaştırılmasına ve sonrasında iadesine kadar çeşitli alanlarda katma değerli çözümler üretiyoruz. Bu yatırımlarımızın sonucunda da her 4 işletmeden 3'ünün HepsiJet'i tercih ettiğini ifade edebilirim.

Daha önce detaylarını aktardığım Hepsilojistik servisimizle işletmelerin dijital dönüşümlerini hızlandırırken maliyetlerini %15 oranında düşürmelerine destek olduğumuzu memnuniyetle söyleyebilirim.

E-Ticaret ve E-Lojistik'in kesişme noktaları neler? Hepsiburada'nın lojistik gündeminde neler var?

Lojistik için e-ticaretin omurga kemiği diyebiliriz. Teknolojiniz, yatırımlarınız, ürünleriniz, ekibiniz, stratejilerinizle birlikte dört dörtlük bir platform kurmuş olun. Ancak lojistikte sorun yaşarsanız nihai tüketiciyi elinizde tutamazsınız. Yenidünyada tüketici artık sadece aldığı ürünle değil, hizmet kalitesiyle, alışveriş deneyiminin kalitesiyle çok daha yakından ilgileniyor. Online alışveriş artık ürünün satın alınmasıyla başlayan ve satış sonrası tüm hizmetleri içine alan, uçtan uca bir deneyim olarak karşımıza çıkıyor.

Biz Türkiye'nin Hepsiburadası olarak 20 yılı aşkın süredir e-ticaret sektörüne değer katmak hedefiyle çalışıyoruz. Bu değeri yaratmak için müşterilerimizi sürekli dinliyor, onların beklenti ve ihtiyaçlarını yakından takip ederek, alışveriş deneyimlerini en üst seviyeye çıkaracak inovatif hizmet modellerini geliştirmeye devam ediyoruz. Günümüzde kargo konusunda yaşanan en büyük sorunun, belirli bir saatte ve belirli bir noktada hazır bulunma mecburiyeti olduğunu, müşterilerin siparişine en hızlı ve sağlam şekilde kavuşmak isteği olduğunu ya da pandemiyle birlikte hijyen kaygısının yaşandığını biliyoruz. Bu ihtiyaçlara yönelik olarak sunduğumuz inovasyon ve hizmetler arasına sürekli yenilerini ekliyoruz. Ayrıca operasyon ağımızı yaygınlaştırıp güçlendirmek için yatırımlarımızı sürdürüyor, çalışanlarımızın eğitimlerine her zamankinden çok daha fazla önem veriyoruz. Bir yandan mevcut çözümlerimizi yaygınlaştırırken, diğer yandan yenilikçi çözümler üretmeye; böylelikle müşterilerimize, işletmelere, sektöre ve tüm paydaşlarımıza sağladığımız katkıyı sürdürmeye devam edeceğiz.

SAMSUNG



Erkut Gündüz

süreçlerini yeni teslimat modelleriyle besliyor

Pandemi döneminde e-ticaret satışlarında ciddi artış yakalayan Samsung Electronics, dağıtımda yeni teslimat modellerine yöneliyor. Dağıtım alanında 4 - 5 farklı firmayla aynı anda çalıştıklarını ve iki farklı teslimat modeli kullandıklarını belirten Samsung Electronics Türkiye E-Ticaret ve Çoklu Kanal Direktörü Erkut Gündüz, "Yakın bir tarihte operasyonlarımıza farklı teslimat türlerini dâhil edeceğiz" dedi.

Samsung Electronics hakkında bilgi verebilir misiniz?

Samsung Electronics, 74 ülkede faaliyet gösteren, yaklaşık 300 bin çalışana sahip, ürünlerinin yüzde 90'ını dünyanın 38 farklı ülkesindeki kendine ait fabrikalarda üreten Güney Kore menşeili bir şirkettir. Güney Koreli olmakla birlikte bir dünya markası olan Samsung, son olarak küresel marka danışmanlık firması Interbrand tarafından açıklanan "2020 Yılının En İyi Küresel Markaları" sıralamasında 62,3 milyar dolarlık marka değeriyle 5. sıraya yükselmiştir. Global misyonu çerçevesinde son trendleri yakından takip ederek tüketicilerin beklentileri doğrultusunda her yıl pazara yeni ürünler sunan Samsung, ürünlerini "Dünyaya İlham Ver, Geleceği Şekillendir" vizyonu çerçevesinde geliştirmekte ve bunun için Ar-Ge çalışmalarına büyük önem vermektedir. Dünya genelinde 38 Ar-Ge merkezinde yılda ortalama 14 milyar dolar Ar-Ge yatırımı yapmaktadır.

PANDEMİ E-TİCARET SATIŞLARINI ARTIRDI

Pandemi süreci e-ticaret satışlarınıza nasıl yansıdı?

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de e-ticaret hacminde koronavirüsten kaynaklanan olağanüstü bir işlem hacmi gözlemleniyor. E-ticarette artan hacmin de etkisiyle akıllı cihazlarımızın satışları da her hafta artmaya devam ediyor. Online mağazamız (https://shop.samsung.com/tr/) üzerinden yapılan satışlar koronavirüs salgını öncesi satışlarla kıyaslandığında ciddi miktarda artmış durumda. Online mağazamız dışında kullanıcıların ürünlerimize rahat ulaşabilmelerini sağlamak adına güvenilir online satış kanalarının hepsinde de ürünlerimiz bulunuyor.

Bu dönemde lojistikte ne tür projeleri devreye aldınız?

E-ticaret satışlarımıza pozitif yansıyan pandemi sürecinde çözüm partnerlerimizle birlikte yönettiğimiz lojistik süreçlerimizde birçok konuda fark yaratan uygulamaları hayata geçirdik. Bu kapsamda kapıda ödemeli değiş/tokuş operasyonları yürütürken İstanbul içinde aynı gün mobil cihaz teslimatı yaptık. Tüketicilere olan nihai teslimat verimliliğini arttırmak adına hızlı teslimatımızı destekleyecek şekilde akılcı depo (Cep depo) yöntemleri ile lojistik süreçlerimizi başarılı bir şekilde yönettik.

Ürün dağıtımında kaç farklı teslimat türü kullanıyorsunuz? Operasyonlarınızı nasıl yönetiyorsunuz?

2 farklı teslimat modelimiz bulunuyor. Mobil ürünlerde hızlı/ertesi gün teslimat modelleriyle hizmet veriyoruz. Buzdolapları veya TV ürünleri gibi yüksek hacimli (30 desi ve üzeri) ürünlerimizde ise ortalama 2 - 4 gün içerisinde müşterilerimize teslimatlarını gerçekleştiriyoruz. Müşterilerimiz için tüm teslimatlarımızın ücretsiz olduğu iş modelimizde dağıtım konusunda 4 - 5 farklı firmayla aynı anda çalışıyoruz. Lojistik ekiplerimiz, ilgili partinin ekipleri ile birlikte operasyonumuzun sürekli iyileşmesi için birlikte çalışıyor. Güncel trendleri operasyonumuza uyarlıyoruz. Müşteri menfaatini gözeterek, müşterinin bulunduğu bölgede en hızlı teslimatı sağlayan kurum kimse dağıtımı da onunla yapıyoruz. Yakın bir tarihte operasyonlarımıza farklı teslimat türlerini de dâhil edeceğiz.

UÇTAN UÇA ÇÖZÜMLER BEKLİYORUZ

Pandemi sürecinde hangi sorunlarla karşılaştınız? Lojistik ve dağıtım şirketlerinden neler bekliyorsunuz?

Pandemi sürecinde, dünya çapında genel olarak tedarik zincirinin aksaması başlıca karşılaştığımız sorun oldu. Bir diğer sorunun ise teknoloji ürünlerine talebin yükselişi ile tedarik zincirlerinde ve depolamada ani kapasite artışının ortaya çıkması. Firma olarak lojistik ve dağıtım şirketlerinden beklentimizin ise pandemi nedeniyle gelişen lojistik trendlerine uyumlu çalışmaları ve uçtan uça otomatikleştirilmiş lojistik süreçleri kurgulamalarıdır diyebilirim.

E-Ticaret ve E-Lojistik'in kesişme noktaları neler? Sizin lojistik gündeminizde neler var?

Bu iki sektörün birbirlerinin tamamlayıcısı olarak ayrılmaz nitelikte olduğunu düşünüyorum. Toplam tedarik zincirinin bütününde yer alan lojistik sektörü, e-ticaret ile tüketicilere online ve aynı zamanda uzaktan satın alım imkanı sunması noktasında kesişmektedir. Lojistik gündemimizde ise minimum temas, kaliteli ve hızlı teslimat konuları bulunmaktadır. Ek olarak müşterilerimiz tarafından en çok tercih edilen ürünlerimizin analizini yaparak, tüm illerdeki depolarla görüşüp ilgili ürünleri depolarımızda hazır konumlandırmak da istiyoruz.

SEYHAN GÜLHAN
Lojistik ve Tedarik Zinciri Profesyoneli



E-TİCARETİN EVRİMLEŞMESİ: FULFILLMENT

Lojistiğin misyonu talep edilen ürünün teslim edilmesini sağlayacak organizasyonu oluşturmak ve koordine etmektir. Üretim faaliyeti haricinde ürünle ilgili her türlü faaliyet lojistiğin alanına girmektedir. Bunu, taşıma ve depolama haricindekiler için katma değerli hizmet (VAS) olarak ifade edebiliriz.

Lojistik üzerine düşen misyonu yerine getirmek için belli standart ve disiplinler oluşturmaktadır. E-ticaretteki büyük değişimler, (pandemi, kampanya v.b.) disiplin ve standartlar bütünü içerisinde olan lojistikte nasıl yönetileceği son yılların en büyük sorularından biridir. Misyonunu yerine getirmekte dar boğazlar içerisinde kalan lojistiğin, e-ticarette farklı bakış açısı ile ele alınması gerekliliğini deneme yanılma yoluyla öğreniyoruz. Lojistikteki değişimlerin kaynağını tüketicinin alış veriş tercihleri oluşturmaktadır. 2019 yılında 136 Milyar TL olan e-ticaret hacmi, 2020 yılında 226,2 milyara çıktı. 2019 yılında e-ticaret işletme sayısı 68.457 iken, 2020 yılında 256.881'e ulaşmıştır.(TÜİK)

Toplumlar için kritik öneme sahip olan lojistiğin değişen dünyaya ayak uydurması için otomasyon ve yazılımlar yeterli olur mu? Kapsamı çok geniş olan lojistiğin değişimini önce inovatif fikirler ve bu fikirlerin süreçlere dönüştürülmesi, süreçlerden yazılıma, yazılımdan otomasyona dönüşmesi sıralamasını başarıya giden yol olarak tarif edebiliriz.

2020 yılında kurulan işletme sayısı çok ciddi oranda artmış. Birçoğu KOBİ düzeyinde olan e-ticaret işletmelerinin başarısı iyi pazarlama faaliyeti ve lojistik ile ölçülmektedir. Lojistik depo yönetim organizasyonun oluşturulması, yazılım, teknik alt yapı v.s. için yatırımlar yapılmalı mı? Belirsizliğin çok olduğu e-ticarette fiziki yatırımların riski yüksektir. Ayrıca yeni kurulan bir şirket iseniz riskiniz daha yüksektir. E-ticaret için kritik öneme sahip olan lojistiğin bu konuda uzman olan firmalarda aktivite bazlı olarak maliyetlendirme ile risklerinizin minimuma indirilmesi mümkündür. Sipariş ve teslimattan oluşan bildirimleri karşılayacak CRM alt yapısı da bütünleşik hizmet olarak aynı firmadan alınıyorsa bir fulfillment hizmetinden söz edebiliriz. E-ticaret firmasının ürün tedariki/üretimi ve satış kanalları üzerinde yoğunlaşması bu alandaki kaslarının güçlenmesi anlamı taşımaktadır.

Ülkemizde depolama ve son nokta teslimatı aynı işletme (lojistik outsource) içerisinde yapılmaktadır. E-ticaret firmalarının operasyonları için birden fazla şirket ile iletişim kurma yerine tek elden yapılması kazan-kazanı getirecektir. Bu nedenle sektörün ihtiyacı olan bütünleşik hizmete lojistik outsource firmaların uyum sağlaması ihtiyacı vardır. CRM'in bütünleşik hizmet içerisinde yer alması önemlidir. Bu gerçekleştiği durumda ülkemizde de fulfillment hizmetinden net olarak bahsedebiliriz.

Mutlu müşteri memnuniyeti için lojistik ile kalın.





Türkiye'nin E-TİCARET KARNESİ

Türkiye'de e-ticaret hacmi 2020 yılında yüzde 66 artarak 226 milyar TL'ye yükseldi. E-ticaret siparişleri ise 2019 yılına göre yüzde 68 artışla 2 milyar 297 milyon adede çıktı. Tüm kargo ve kurye işlemlerinin yüzde 60'ını e-ticaret alışverişleri oluşturdu.

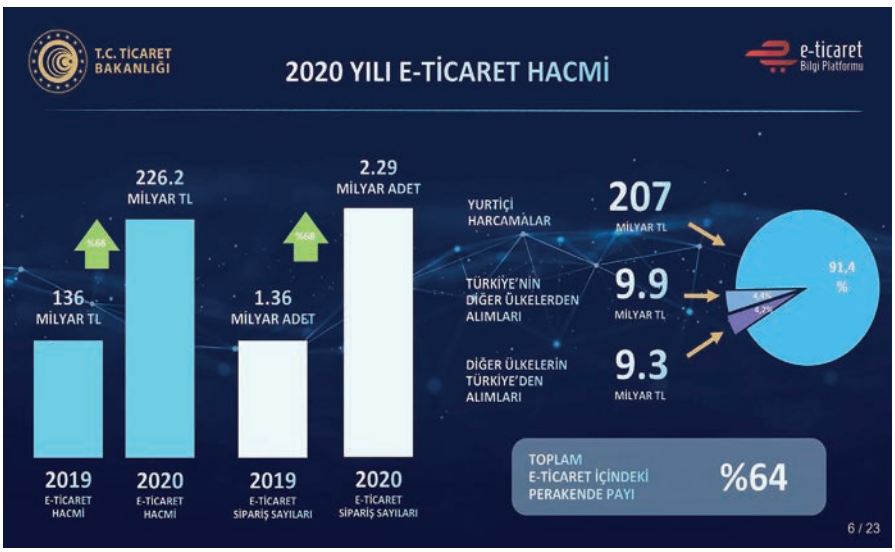
Ticaret Bakanlığı 2020 yılı e-ticaret verilerini açıkladı. Açıklanan verilere 2020 yılında küresel e-ticaret yüzde 23 artarak 4.3 trilyon dolara yükseldi. Önümüzdeki üç senede bunun daha da ivmeleneceği ve 6,5 trilyon dolara kadar çıkacağı öngörülüyor.

SİPARİŞ ADETLERİ YÜZDE 68 ORANINDA ARTTI

E-ticaret hacmi 2020 itibarıyla 2019'a göre yüzde 66 arttı ve 136 milyar TL'den 226 milyar 220 milyon TL'ye yükseldi. Bu artış dünyada ise yüzde 18 civarında gerçekleşti. 2020'de sipariş adetleri 1 milyardan biraz fazlayken, yüzde 68 oranında arttı ve 2 milyar civarına ulaştı. E-ticaretin 207 milyar TL ile yüzde 91.4'ü yurt içinde gerçekleşti. Yüzde 4.2'sini diğer ülkelerin ülkemizden yaptıkları alışverişler, geri kalanını ise bizim yurt dışından aldıklarımız oluşturdu.

E-İHRACAT HACMİ 1 MİLYAR 421 MİLYON DOLAR OLDU

Ticaret Bakanlığı e-ihracatla ilgili verileri de paylaştı ve bu veriler son 6 aylık dönemi kapsıyor. Buna göre e-ihracatın e-ticaret içindeki oranı yüzde 1 olarak açıklandı. Haziran-Aralık 2020 dönemi için, Türkiye genel ihracat rakamı 108 milyar 71 milyon dolar iken, aynı dönemde e-ihracat rakamı 1 milyar 421 milyon dolar olarak gerçekleşti. Söz konusu altı aylık dönemde e-ihracatın genel ihracata oranı ise yüzde 1,3 olarak tespit edildi. Bu oran dünyada yaklaşık yüzde 4,4 seviyesinde.



GENEL TİCARET İÇİNDEKİ ORANI YÜZDE 15.7

E-ticaret harcamalarının gayrisafi millî hasıla içindeki oranı bir önceki yıla göre yüzde 4.1 arttı. E-ticaretin genel ticaret içindeki oranı yüzde 15.7'ye yükseldi. Gelişmiş ülkelerin ortalaması yüzde 12,3 civarında. Pandeminin ve e-ticaret sitelerinde yapılan indirim dönemlerinin etkisiyle bu oranı yüzde 19 ile en yüksek kasım ayında gerçekleşti.

EN ÇOK ARTIŞ BEYAZ EŞYADA YAŞANDI

2020'de e-ticaret satışlarında en çok artış yüzde 129 ile beyaz eşyada yaşandı; onu yüzde 38 ile giyim izledi. Yemek, süper market, ev ürünleri gibi ürün segmentlerinde de artışlar yaşandı. 2020'den e-ticaretin en düşük olduğu sektörler ise seyahat, eğlence, sanat gibi sektörler oldu. Bunlarda yaşanan kayıplar yüzde 46'lara ulaştı.

İLK SIRAYI KARTLI ÖDEMELER ALDI

E-ticaretin 138 milyar TL'sini kartlı ödemeler, 80 milyar TL kadarını havale ile ödeme, 7 milyar 400 bin TL'sini ise kapıda ödemeler oluşturdu. Aracı hizmet sağlayıcılar üzerinden alışveriş yapanların yüzde 42'sini kadınlar, yüzde 58'sini erkekler oldu. Vatandaşların yüzde 63'ü online alışverişlerde mobil uygulama kullanmayı tercih etti.

E-ticaret alışverişlerinde yüzde 35 ile İstanbul başı çekerken onu yüzde 11 ile Ankara, yüzde 6 ile İzmir, yüzde 3'er dilimler ile Bursa ve Antalya izledi. BTK'dan elde edilen verilere göre tüm kargo ve kurye işlemlerinin yüzde 60'ını e-ticaret alışverişleri oluşturdu.

ORTALAMA SEPET TUTARI: 98.5 TL

İade işlemlerine bakıldığında yüzde 46 oranında beyaz eşya, yüzde 35 oranında giyim ve yüzde 8 oranında havayolu iadeleri öne çıktı. Ortalama sepet tutarı tüm e-ticaret sektörü için 98.5 TL olurken; konaklama sektöründe 2 bin 558 TL, havayolları sektöründe 902 TL, giyimde 223 TL ve elektronikte 177 TL'lik bir sepet tutarı ile karşılaşıldı.

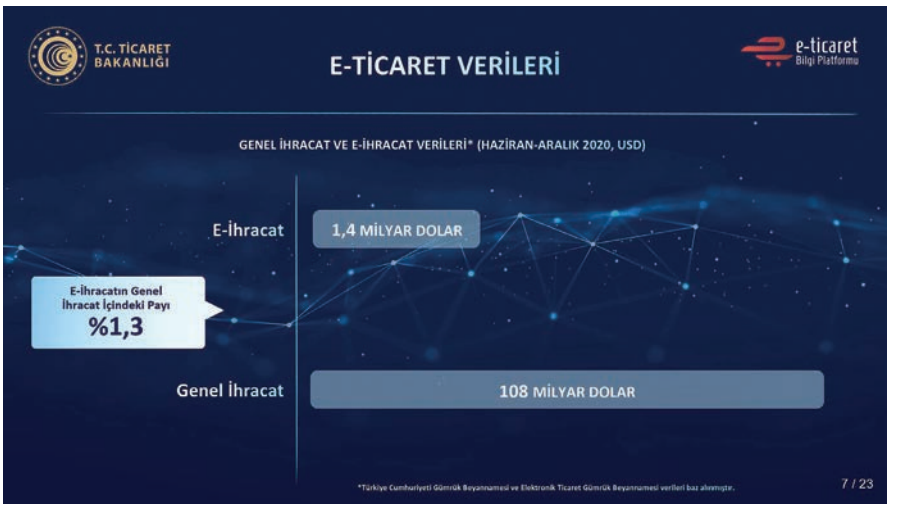
E-ticaretin yüzde 74'ü peşin, yüzde 26'sı ise taksitli ödemelerle gerçekleşti. Ev ve dekorasyon ürünlerinin online satışında yüzde 69 oranında taksit tercih edildi.

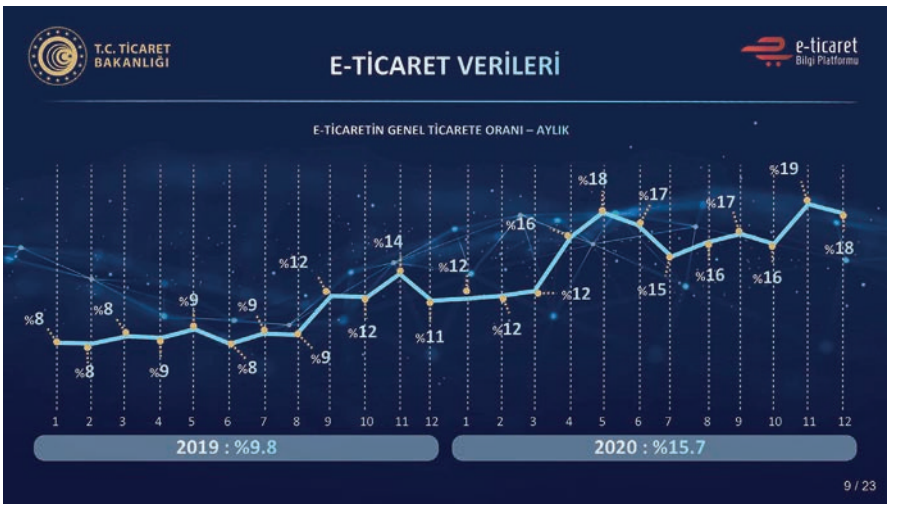
E-ticaret haftanın ilk günlerinde daha yüksek bir şekilde gerçekleşti. Aylık bazda e-ticaret, 2020'nin ikinci yarısında artış gösterdi. Kampanya dönemleri olan kasım ayında 27 milyar 200 milyon TL e-ticaret alışverişi gerçekleşti. 2019 ile kıyaslandığında 2020'de aylık bazda da artış yaşandı. Pandeminin ilk dönemleri olan mart, nisan ve mayıs ayları dışında geri kalan aylarda e-ticaret yüzde 50'nin üzerinde arttı.

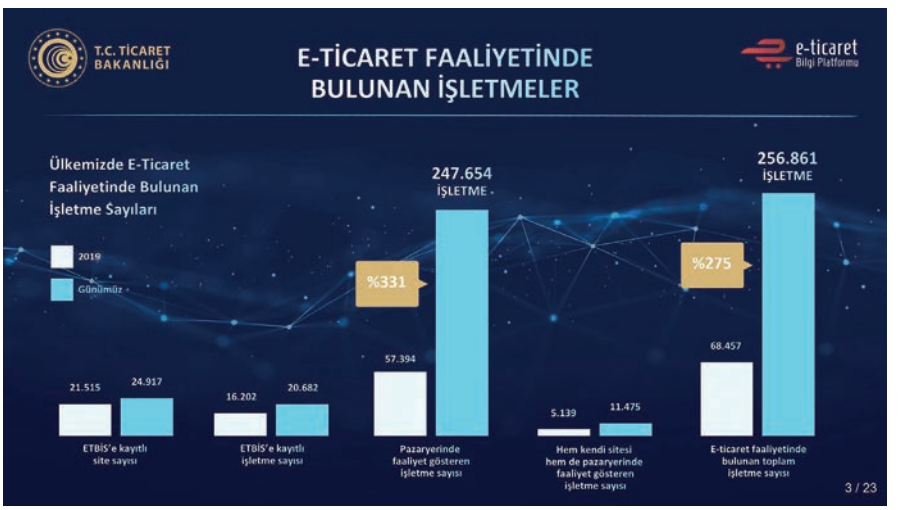
İŞLETME SAYISI 256 BİN 861'E ULAŞTI

Ticaret Bakanlığı tarafından hayata geçirilen E-ticaret Bilgi Platformu'nu kullanan kişi sayısı 1 milyon 100 bini aştı. Bunun yüzde 31'ini ise 24-35 yaş arası kullanıcılar oluşturdu. E-ticaret akademisi üzerinden işletmelere ve tüketicilere çevrim içi ve ücretsiz olarak e-ticaret ve e-ihracat eğitimleri veriliyor. Bu kapsamda 33 video ve 74 eğitim dokümanı hizmete sunuldu. 6 aylık sürede 48 bin kişi bu eğitimlerden yararlandı. Haziran ayından bu yana e-ticaret danışmanı yardımıyla 64 bin kişi sorularına yanıt buldu.

Türkiye'de e-ticaret ile uğraşan işletme sayısı 2020'de 256 bin 861'e ulaştı; bu sayı 2019'da 68 bin civarındaydı. Bu da ciddi anlamda bir artış olduğunu gözler önüne seriyor. E-ticaret yapan işletmelerin yüzde 72'si bir pazar yerinde, yüzde 14'ü iki, yüzde 8'i üç ve yüzde 2'si dört pazar yerinde satış yapmayı tercih etti. E-ticaret faaliyetleri yüzde 43'le en çok İstanbul'da gerçekleşti.









TAŞIMACILIKTA ENGELLER BLOK ZİNCİRİ ile aşılacak

Ortalama bir dış ticaret işleminde 36 orijinal, 240 da kopya dokümanın aktığını belirten KPMG Türkiye Gümrük ve Dış Ticaret Hizmetleri Bölüm Başkanı ve Şirket Ortağı Murat Palaoğlu, kota sorunu ve sınır kapılarındaki yığılmalarla mücadele eden Türk ihracatçısı ve lojistikçisi için süreci hızlandıran, kağıt bürokrasisini ortadan kaldıran; daha güvenli, daha şeffaf ve daha verimli bir ticaret ortamı sağlayan blok zincir teknolojisinin hayata geçirilmesinin kritik önemde olduğunu söyledi. Palaoğlu, Türkiye'nin bu alanda hazırlık yapması ve yasal bir çerçeve oluşturması gerektiğinin altını çizdi.

AB Parlamentosu'nun dış ticaret politikası olarak kabul ettiği blok zinciri ile ticaret konusu Türk iş dünyası ve lojistik sektörünün gündeminde. Blokchain Türkiye Platformu, Avrupa Parlamentosu tarafından yayımlanan "Tedarik Zincirleri ve Uluslararası Ticaret için Blok Zinciri" raporunun Türkçe çevirisini tamamlayarak erişime sundu. Kendi alanında önemli başlıklara cevap vermek üzere hazırlanan rapor, aynı zamanda stratejik bir yol haritası niteliği taşıyor. KPMG Türkiye Gümrük ve Dış Ticaret Hizmetleri Bölüm Başkanı ve Şirket Ortağı Murat Palaoğlu, raporun içeriğini ve lojistik sektöründe block zinciri uygulamalarını UTA Lojistik Dergisi'ne anlattı…



Murat Palaoğlu

Avrupa Birliği Parlamentosu'nun yayınladığı 'Tedarik Zincirleri ve Uluslararası Ticaret için Blok Zinciri' raporunda öne çıkan başlıkları aktarır mısınız?

Blok zinciri teknolojisi, medyadaki görünür yüzü olan dijital paraların ötesine geçip kullanım alanlarını hızla genişletiyor. Tedarik zincirlerindeki tüm paydaşların (ihracatçılar, ithalatçılar, nakliyeciler, gümrük idareleri, sigorta şirketleri, bankalar) şeffaf ve güvenli bilgiye ulaşmasını sağlayacak ve tedarik zincirinin pek çok aşamasında (ticaret, ticari finansman, lojistik, gümrük, idari, izlenebilirlik) farklı amaçlarla bilgi aktarımını sağlayabilecek bir teknolojinin hayata geçişine şahit oluyoruz. Bu dönüşümün yaratacağı ekonomik, sosyal, hukuki ve insani etkilerin büyüklüğü, doğru politikaların belirlenmesinin önemini karşımıza kaçınılmaz olarak çıkarıyor.

Çalışma temel olarak, blok zinciri geliştirme ve uygulamalarının tedarik zinciri ve uluslararası ticaret için farklı kullanım durumlarındaki potansiyel etkilerini analiz ediyor. Merkezi olmayan pazar yerleri, blok zinciri tabanlı

akreditifler, sınır ötesi ödeme sistemleri, deniz sigortası, nakliye belgeleri ve tedarik zinciri için izleme sistemleri, blok zinciri tabanlı e-menşe sertifikası, lüks ürünlerin özgünlüğünün kanıtı ve gıda sektöründe etik kaynakların izlenmesi de dahil olmak üzere sekiz özel kullanım durumunu ele alıyor. Kamu paydaşlarının dahli ve desteğinin blok zinciri uygulamalarının yaygınlaşması için elzem olduğu anlaşılıyor, bu noktada Avrupa Parlamentosu'nun bu konuda özel kullanım durumlarını da içeren bir rapor yayınlamasının çok önemli olduğunun altını çizelim.

SÜREÇLERİ KOLAYLAŞTIRIP MALİYETLERİ AZALTIYOR

Rapordaki bilgiler ışığında uluslararası ticarette özellikle de gümrüklerde blok zincir kullanımı hakkında bilgi verir misiniz?

Gümrük işlemlerinde blok zinciri kullanımı, gümrük operasyonlarında maliyetleri azaltırken, süreçlerde kolaylık vaat ediyor. Blok zinciri tabanlı platformlar, gümrük mallarının varış öncesi sürecini ve ilgili bilgilerin eş zamanlı olarak paylaşılmasını optimize edebilir. Gümrükte dağıtık defterler için bir diğer olası kullanım durumu, akıllı sözleşmelerde bulunan bazı önceden belirlenmiş kriterlere dayanarak gümrük belgelerinin otomatik olarak analiz edilmesi ve seçilmesi olarak karşımıza çıkıyor.

Blok zinciri çözümleri, veri doğrulama da dahil olmak üzere gümrükleme süreçleri için gereken süreyi azaltarak gümrükleme prosedürlerini kolaylaştırmak ve hızlandırmak için destek sağlayabilir. Blok zincirinde depolanan dağıtık defter ve onaysız değişiklik yapılmasına yetki vermeyen veriler, bilgilerin özgünlüğü konusunda bir garanti sağlayacaktır. Böylelikle de bilgilerin ithalatçı ülkenin yetkililerine aktarımını güvenilir hale getirecektir. Bu kullanım alanı, gümrük idarelerinin üzerindeki idari iş yükünü azaltabilir. Blok zinciri kullanımının diğer bir avantajı da; akıllı sözleşmenin kullanımı yoluyla, ithalatçıların gümrük vergilerini kolayca ödemelerine yardımcı olmak ve gümrük makamları için vergi ödemeleri üzerindeki kontrolü kolaylaştırmak olacaktır. Ancak bu tür çözümler ithalatçıların, ihracatçıların ve gümrük idarelerinin farklı ülkelerde aktif iş birliğini gerektirir; bu da blok zinciri ve akıllı sözleşmelerin hayata geçirilmesinde bir engel olarak karşımıza çıkabilir. Gümrük idareleri tarafından blok zinciri kullanımı, teknolojinin ulusal hükümetler tarafından tanınmasını da gerektiriyor.

Güney Kore'nin gümrükte blok zinciri kullanımı konusunda öncü ülkelerden olduğunu söyleyebiliriz. Kore Gümrük İdaresi, ihracat sürecini daha verimli hale getirmek ve belge sahteciliğinin önüne geçmek için 2018 yılında Samsung SDS'in blok zinciri platformundan yararlanacağını açıklamıştı.

> "Blok zincirinin kısa zaman içerisinde gümrük, dış ticaret ve taşımacılık alanlarında daha yaygın kullanılacağı görülüyor. Şimdiden tüm paydaşların dijital dönüşümü bunu da dikkate alarak gündemlerinde en ön sıraya koymalarında büyük fayda var. Rekabetin en üst düzeyde olduğu küresel ticaret için dijital dönüşümü ilk tamamlayan ekonomilerden olmak ve çevik olmak gerekiyor."



Uçtan uca dijital ortamda dış ticaret ve gümrük süreçlerinin yönetildiği bir yapıda, bu akışın belki tümü değil ancak belirli kısımlarının blok zinciri üzerinden yapılması daha makul bir hedef olabilir. Örneğin hem ithalatçı hem ihracatçı ülkede kullanılan dolaşım belgeleri, menşe belgeleri gibi verilerin blok zinciri üzerinden tedarik edilmesi, teyit, eş zamanlılık ve şeffaflık boyutu ile gümrük idarelerinin de makul göreceğini düşündüğümüz alanlar.

Ticaret ve taşımacılık belgelerinde zorluklar aktırır mısınız? Uluslararası nakliyede belgeler nelerdir? Neden önemlidir? Belgeler ve eşyanın hareketi ile ilgili süreç içinde yaşanan zorluklar nelerdir?

Küresel taşımacılıkta farklı yetenekler ve standartlar söz konusu ve bu nedenle belge alışverişleri farklı formatları ilerliyor. Bu da başka bir karmaşık katmanı beraberinde getiriyor. Uluslararası ticarette sunulacak belgelerin sayısı ülkeler arasında önemli ölçüde değişiklik gösterse de; uluslararası bir mal satışı anlaşması için ortalama olarak 36 orijinal belge ve 27 taraftan 240 kopya gerekiyor. Belgelerin büyük çoğunluğu, farklı yargı alanlarındaki yasal yükümlülükleri yerine getirmek için gerekiyor. Uluslararası ticaret işlemlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesini sağlamak için fikri mülkiyet ve menşe, çalışma ve çevre standartları gibi uyum konularında kapsamlı bilgi sağlamak kritik önemde.

Artan korumacılık ve rekabet karşısında belge sayıları ve bunların doğruluğunun önemi de artıyor. Her belgenin farklı bir amacı, sorumlusu, talibi ve düzenleyicisi olabiliyor. Hızın ve uyumun bu kadar öne çıktığı bir alanda hem fazla belge hıza mani oluyor, hem de uyum noktasında hatalar veya suiistimaller olabiliyor.

Geçiş belgelerindeki kota sorunu ve sınır kapılarındaki yığılmalar, sektörün geçen yıldan bu yana karşılaştığı en ciddi zorlukların başında geliyor. Bu durum da, ihracatın tarihi rekorlar kırdığı bu dönemde Türk nakliyecilerin payının yabancı nakliyeciler karşısında gerilemesine yol açıyor. Ulaştırma Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı ve sektör derneklerinin ortak çalışmasıyla ilave transit geçiş belgesi temini sağlansa da, ihracatımızdaki çok ciddi artışa paralel olarak bu belgelerin hızla tükendiğini gözlemliyoruz. Bu noktada, süreci

hızlandıran, kağıt bürokrasisini ortadan kaldıran; daha güvenli, daha şeffaf ve daha verimli bir ticaret ortamı sağlayan teknolojilerin hayata geçirilmesi sektör için kritik önemde.

Son dönemde öne çıkan dijital platform ve uygulamalar, taşımacılıkta konum tabanlı teknolojiler ile eşyanın hareketinin eş zamanlı takibini sağlarken, verileri ve iş akışını dijital ortamda takip etme imkanı sağladığı için yük sahibi, kamu otoritesi ve taşıyıcı için önemli avantajlar sunuyor. Blok zinciri, kamu dijital inisiyatifleri ve dijital çözümleri bir araya getirerek büyük resimde hem nakliyecilerimizin meşhur gücünü artırmaları, hem ihracatın artması hem de kamu denetimlerinin etkin olması sağlanabilir.

TİCARİ EKOSİSTEMİ BİRBİRİNE BAĞLAYABİLİR

Blockchain süreçlere ve belge iletimine nasıl etki eder? Blockchain'in mevcutta yaşanan zorluklara çözümleri nelerdir?

Lojistik sektöründe ve dış ticarette halen büyük ölçüde manuel, zaman alan, kağıt bazlı süreçler hakim. Malların alım satımı, belgelerin ve verilerin lojistik yaşam döngüsünün her aşamasında paylaşılmasını gerektiriyor. Bu süreç ticarette ciddi gecikmelere neden olabiliyor. Nakliye ve gümrük belgeleri etrafındaki idari gecikmelerin azaltılması sektör için ciddi bir zorluk. Blok zinciri teknolojisi ticaret ekosistemindeki tüm tarafları birbirine bağlayabilir. Belgeleri dijitalleştirip standart hale getirerek ilgili paydaşlar arasında eş zamanlı paylaşılmasını sağlayabilir. Malların tedarik zinciri boyunca sorunsuz geçişini kolaylaştırmaya yardımcı olabilir.

Gümrük idaresi gerekli gördüğü durumlarda kendisine sunulan belgeleri yurt dışı araştırması yaparak yazışmalar yolu ile teyit eder. Belgelerle ilgili şüphe halinde aylarca süren karşı kontroller ve yazışmalara gerek kalmayacak olması bile önemli bir çözüm olacaktır.

Ticaret finansmanında blok zinciri kullanım durumuna baktığımızda, mevcut akreditif süreci kağıt yoğunluklu ve oldukça uzundur. Dijital ve blok zinciri tabanlı bir sürümde, ticaret ortakları daha uygun maliyetli işlemlerden ve hızlı dokümantasyon alışverişinden fayda sağlayacaktır. Açık hesap finansmanında, tedarik zinciri finansmanı sürecinde ödeme yapılmaması risklerinden kaçınırken, hızlı ve şeffaf işlemlere imkan sağlayacaktır. Sınır ötesi ödemelerde blok zinciri kullanımı, ödeme bilgilerinin uyumlulaştırılmasında gecikmelerin azaltılmasına da olanak sağlayabilir. Blok zincirinin ayrıca, uluslararası ticarette sahteciliği sınırlandırmak için orijinallik kanıtını, ticari markaların sertifikalarını ve ürünü tanımlayan diğer bilgileri saklamak ve güvenli bir şekilde erişmek için kullanılabilir. Bu tür çözümler genellikle ilaç, elmas, sanat nesneleri, lüks ve diğer karmaşık mallar gibi pazarlarda dolandırıcılığı önlemek için uygulanır.

Blok zincir uygulamaları açısından yasal çerçeve hakkında neler söylenebilir? Türkiye'de durum nedir?

Raporda da belirtildiği üzere, önemli düzenleyici ve yasal çabalara rağmen, elektronik belge alışverişi ve veri işlemeye geçişin hala geride kaldığını söylemek mümkün. Bu teknolojinin kullanımı, mevzuat açısından kendine özgü zorlukları beraberinde getiriyor. Bunlar arasında, veri yerelleştirme ve gizlilik sorunları, yürürlükteki yasaların tanımlanması ve sorumluluk tahsisi, blok zinciri tabanlı bilgilerin yasal olarak tanınması ve geçerliliğinin yanı sıra ekonomik operatörler ve düzenleyici çerçeveler arasında birlikte çalışabilirlik ve standardizasyonu gösterebiliriz. Bu zorlukları ele almak için uluslararası düzeyde çeşitli girişimler mevcut.

Örneğin, Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD) uluslararası blok zinciri standartlarının belirlenmesinde aktif bir rol oynarken; hükümetlerde kapasite geliştirmeye yardımcı oluyor.



Kuruluş, bu kapsamda blok zincirini yöneten ve kullanan hükümetler için en iyi uygulamaları belirlemeyi ve paylaşmayı taahhüt ediyor.

Ülke bazında baktığımızda ise bazı ülkeler şimdilik blok zinciri için herhangi bir yeni özel düzenleme yapmamaya karar verirken, bazıları bu yeni teknolojiyi hesaba katacak şekilde mevcut yasalarını güncellemeyi tercih etti. Örneğin Avrupa'da; Polonya, Fransa ve Lüksemburg gibi ülkeler, özellikle finans sektöründe blok zincirinin belirli uygulamalarını ele almak için özel ve uyarlanmış düzenlemeleri kabul etmeyi seçti. İsviçre'de ise hükümet, belirli bir yasayı yürürlüğe koymaktan ziyade; blok zincirine dayalı inovasyonu engelleyen yasal engelleri ortadan kaldırma yolunda ilerlemeyi tercih etti.

Uluslararası ticaretin blok zincirine geçiş adımları paralelinde Türkiye'nin de hazırlık yapması gerekiyor. Blockchain Türkiye Platformu, dünyadaki blok zinciri regülasyonlarını ve uygulama örneklerini, Hukuk, Düzenlemeler ve Kamu İlişkileri Çalışma Grubu ile yakından takip ediyor.

Uluslararası ticarette blok zinciri uygulamalarını ele alan webinar serimizi başlattık. Bu toplantılarda, Türkiye olarak hangi konulara ve nasıl hazırlık yapmamız gerektiğini tartışarak uluslararası ticaret için blok zinciri konusunda bir zemin hazırlamayı amaçlıyoruz.

YASAL ÇERÇEVE BELİRLENMELİ

Lojistik sektöründe blok zincir kullanımın yaygınlaştırılması için kamuya ve lojistik şirketlerine ne tür sorumluluklar düşüyor? Bu alanda atılması gereken adımlar neler?

Lojistik sektöründe blok zinciri kullanımının yaygınlaşması için kamuya düşen en önemli sorumluluklardan biri de yasal çerçevenin belirlenmesi olacaktır. Teknoloji uluslararası düzeyde farklı devlet kurumları tarafından tam olarak tanındığı, terminoloji ve yasal normlar belirlendiği sürece blok zinciri tabanlı uygulamaların yaygınlaşması kolaylaşacaktır. Bununla birlikte kamu otoritesinin birkaç pilot projeyi hayata geçirerek blok zincirinin uygulanabilirliğini göstermesi çok yerinde olacaktır. Türk Gümrük İdaresi'nin ve Ticaret Bakanlığı'nın bu ve benzeri konulara verdiği önemi ve konuyu takiplerini biliyoruz. Kamu desteği ile ciddi ilerlemeleri kısa zaman içerisinde elde etmek mümkün görünüyor.

Yük taşımacılığına demiryolu damga vurdu

TCDD Taşımacılık AŞ Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre, demiryolu yük taşımacılığındaki artış, 2021 yılının ilk dört ayında da sürdü. Koronavirüs salgını nedeniyle diğer ulaştırma sektörlerinde yaşanan daralmanın aksine demiryolu yük taşımacılığında yükseliş kaydedildi. Bu yılın Ocak-Nisan döneminde geçen yılın aynı dönemine göre yurt içi taşımalarda yüzde 24.8, yurt dışı taşımalarda yüzde 19.8 artış yaşandı.



GÜNDE ORTALAMA 210 SEFERLE YÜK TAŞINDI

Geçen yılın ilk dört ayında yurt içi taşımalarda 209 bin 114 vagon ile 7 milyon 654 bin 800 yük taşınırken, bu yılın aynı döneminde 255 bin 222 vagon ile 9 milyon 549 bin 503 ton yüke ulaşıldı. Yurt dışı taşımalarda 30 bin 768 olan vagon sayısı 36 bin 698'e ulaşırken, yük miktarı 1 milyon 141 bin 201 tondan 1 milyon 366 bin 951 tona çıktı. Bu artışlarla 2020'de günde yurt içi ve yurt dışında ortalama 170 tren seferiyle 81 bin ton yük taşıyan TCDD Taşımacılık'ın, bu yılın ilk 4 ayında günde ortalama 210 seferle taşıdığı yük miktarı 100 bin tonun üzerine çıktı.TCDD Taşımacılık, özel sektöre de vagon kiralayarak, sektörün büyümesine öncülük etti. Böylece demiryolu taşımacılığının toplam

DSV'den Anadolu'dan Avrupa'ya ihracat treni

Danimarkalı lojistik devi DSV, Anadolu'daki ihracatçıların ürünlerini Avrupa'ya demir yolu ile direkt taşımaya başlıyor. Şirketten yapılan açıklamaya göre, DSV süre, performans ve sürdürülebilirlik açısından en önemli ulaşım ağı olan demir yolu yatırımlarına bir yenisini daha ekleyerek Köseköy-Brno demir yolu hattını açtı. Sürdürülebilirliğin en önemli değer olduğu bilinciyle yatırımlarında demir yoluna ağırlık veren DSV, yeni hizmeti ile Gebze, İzmit, Bursa, Sakarya gibi Türkiye'nin ticaret açısından önemli noktalarını Doğu Avrupa'ya direkt olarak ulaştırıyor. Railcargo ile DSV ortaklığında Anadolu'yu Avrupa'ya düzenli servislerle bağlayan tren Köseköy-Marmaray-Kapıkule-Budapeste-Brno rotasını izliyor. Anadolu'yu Avrupa'ya bağlayan, Köseköy'den Brno'ya ilk tren ise 30 Nisan'da kalktı.

DSV Genel Müdürü Ozan Önder, Türkiye'nin en geniş 45HC (tıra en yakın ölçüde) konteyner filosuna sahip lojistik firması olarak Avrupa demir yolu ağlarını bir adım öteye daha taşıdıklarını belirtti. Anadolu'daki ihracatçıların ürünlerini Avrupa'ya demir yolu ile direkt taşımaya başladıklarını bildiren Önder, şunları aktardı: 'Köseköy terminalini aktif hale getirerek Avusturyalı Railcargo firması ile birlikte 40 konteyner taşıma kapasitesine sahip 20 vagonlu trenimizi düzenli olarak haftanın her günü kaldırıyoruz. Bu yeni projemiz Türkiye'nin Doğu Avrupa pazarında daha güçlü bir pozisyona ulaşması için çok önemli. Gebze, İzmit, Bursa, Sakarya gibi ticaret için kritik önem taşıyan duraklara yeni hattımız ile ciddi bir rahatlama sağlıyoruz. Bir sonraki hedefimizde, Ege Bölgesi'ndeki potansiyeli ortaya çıkarmak için bu hattımızı İzmir'e kadar indireceğiz. Demiryolu taşımacılığının sürdürülebilirlik açısından ne kadar önemli olduğunu pandemi döneminde gördük. Bildiğimiz gibi bir günde sınır kapıları kapandı ve kara yolu lojistiği durma noktasına geldi. Biz de sürdürülebilir bakış açımızla yatırımlarımızda demir yolu taşımacılığına ağırlık verdik. Yurt içinde ve yurt dışında kapıdan kapıya sunduğumuz tüm operasyon süreçlerimizi kendi ekibimizle yapıyoruz. Böylelikle tüm müşterilerimizin taleplerini ve ihtiyaçlarını yüksek hizmet kalitemiz ile karşılıyoruz.'


Ozan Önder

Kimya sektöründeki lojistik sorunları İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) tarafından düzenlenen webinarında ele alındı. İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Pelister, "Denizyolu taşımacılığında konteyner ve gemi bulma konusundaki sıkıntılar, salgın nedeniyle çalışmalarını yavaşlatan limanlar gibi pek çok sorunumuz bulunuyor" dedi.



KİMYA SEKTÖRÜ LOJİSTİK SORUNLARINA ÇARE ARIYOR

Kimya sektörünün çatı kuruluşu İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) tarafından, kimya sektöründe lojistik ile ilgili yaşanan sıkıntı ve çözüm önerilerinin ele alınması amacıyla webinar düzenlendi.

Moderatörlüğünü İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister'in yaptığı "Kimya Sektöründe Lojistik Sorunları" webinara, İMEAK Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Tamer Kıran, Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Yönetim Kurulu Başkanı Emre Eldener, UPS Türkiye Genel Müdürü Burak Kılıç, Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Elif Savrum, İMEAK Deniz Ticaret Odası Yönetim Kurulu Üyesi Barış Dillioğlu, MSC Gemi Acenteliği A.Ş. İş Geliştirme Koordinatörü Fatih Gider ve Medkon Hat İşletmeciliği Denizcilik ve Ticaret A.Ş. Sahibi ve Genel Müdürü Mahmut Işık katıldı. Son zamanlarda lojistik konusunda sektörün yaşadığı sıkıntıların sebepleri ve çözüm önerilerinin tartışıldığı webinarda lojistiğin gelecek kurguları, yeni teknolojileri hakkında da bilgiler paylaşıldı.

'KONTEYNER VE GEMİ BULMA SIKINTILARIMIZ VAR'

Webinarın moderatörlüğünü gerçekleştiren İKMİB Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister, pandemiden kaynaklı olarak küresel ticarette pek çok sorunun ortaya çıktığını ve ihracatçıların süregelen salgının etkilerinin yanı sıra dış ticarette de özellikle lojistik alanında pek çok sorun yaşamaya başladıklarını belirtti. Kimya sektörü ile ilgili bilgi veren Pelister, "2021 TİM İhracat Raporuna baktığımızda 2020 yılında dünyada en çok ithalat gerçekleştiren sektörün 2,76 trilyon dolarlık hacimle kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü olduğunu görüyoruz. Buradan hareketle 2020 yılında küresel ithalatın yüzde 24,1'ini kimyevi maddeler ve mamulleri sektörünün oluşturduğunu söyleyebiliriz. Ülkemiz 2020 yılında kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe bu tabloda 18.3 milyar dolarlık ihracatı ile yer aldı. Sektörümüz Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirilen 2'inci sektörü. Burada sektörün diğer pek çok sektöre de hammadde ve yarı mamul sağlayarak katkıda bulunduğunu da eklemek gerekir. 2021 yılının ilk 3 ayında 5,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren sektörümüzün ihracatı, önceki yıl aynı döneme göre yüzde 13,8 artış yaşadı. Sektörümüzün ürünlerinin taşıma şekilleri dağılımına baktığımızda yüzde 79,1'i denizyoluyla, yüzde 17,6'sı karayoluyla, kalan yaklaşık yüzde 3,5'luk kesimi ise diğer şekillerde taşındığını görüyoruz. Denizyolu taşımacılığında konteyner ve gemi bulma konusundaki sıkıntılar, pandemi nedeniyle çalışmalarını yavaşlatan limanlar gibi pek çok sorunumuz bulunuyor. Aynı şekilde kara yolu taşımacılığında da sınır kapılarında uzayan bekleme süreleri, ülkelerin pandemi nedeniyle sınır kapılarını kapamaları gibi sorunlarla karşı karşıya kaldık. Hava yolu taşımacılığında ise pandemi kaynaklı sorunlar dışında en önemli sıkıntımız hava yolu ile tehlikeli madde taşımacılığı konusundaydı. İKMİB olarak, kimya ihracatında tehlikeli maddeler sınıfına giren ürünlerin numunelerinin havayolu ile iletilmesi için gerekli olan Tehlikeli Maddeler Kuralları (DGR) sertifikası eğitimi konusunda Türk Hava Yolları Havacılık Akademisi ve uluslararası tehlikeli madde taşımacılığı konusunda UPS ile 2019 yılında iş birliği yaptık. Bugüne kadar İKMİB'e üye firmalarımızdan toplam 52 kişi Tehlikeli Maddeler Kuralları (Kategori 1,2,3,6) eğitimini aldı. İKMİB üyelerine yüzde 70'lere varan indirim sağlandı ve UPS ile anlaşmamız kapsamında indirimli hava kargodan yararlanılarak toplam 172 tehlikeli madde gönderimi yapıldı" dedi.

'GEMİ BEKLEME SÜRESİ 12'DEN 54 GÜNE ÇIKTI'

Tonaj olarak bakıldığında ülkemizin dış ticaret taşımacılığının (ihracat ve ithalat) yaklaşık yüzde 89'unun denizyolu ile yapıldığına dikkat çeken İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz (İMEAK) Bölgeleri Deniz Ticaret Odası Yönetim

Kurulu Başkanı Tamer Kıran, denizyolu taşımacılığının, ülkemizin ekonomisinin ve tedarik zincirinin devamı için olmazsa olmaz olduğunu söyledi. Türkiye'nin denizyolu dış ticaret miktarına tonaj olarak bakıldığında ihracatta 2008 yılında 73,2 milyon tondan 2020 yılında 138,9 milyon tona gelindiğini belirten Kıran, sözlerini şöyle sürdürdü: "Burada 2008 yılından 2020'ye yüzde 89,6 artış var. İthalatta denizyolu taşımacılığı yüzde 49,5 artmış ve ihracat- ithalat toplamda ise 224,7 milyon tondan 365,4 milyon tona çıkmışız ki yaklaşık yüzde 62'lik bir artış sağlanmış bu 12 yıllık süreç içerisinde. Konteyner gemileri ile yapılan dış ticaret miktarına (TEU) baktığımızda son 12 senede hem ihracatta hem ithalatta ciddi bir artış olduğunu görüyoruz. Dış ticaretimizde konteyner taşımacılığı 12 yılda 50 milyon tondan 90,7 milyon tona ulaşmış. 2008 yılında günlük ortalama 20 bin 575 dolar olan konteyner gemisi navlun fiyatı 2008 krizi sonrası 2009 yılında 6 bin 367 dolara kadar inmiş ve ancak 2020 yılının ikinci yarısından itibaren bugünkü 20 binli rakamlarına ulaşmıştır. Pandeminin getirdiği yeni alışkanlıklar, yeni hayat düzeni dolayısıyla geçen sene Nisan-Mayıs aylarından itibaren dünyada ciddi bir talep patlaması meydana gelmiştir. Konteynırla taşınan mallara olan talep artmıştır. Bununla beraber gemi arzındaki yetersizlik, konteynerın kendisine olan talepteki patlama, konteynır üreten Çin'in pandemi sebebiyle üretime ara vermesi, Amerika limanlarında çok uzun süre bekleyen konteynır gemileri ve bu gemilerin bekleme sürelerinin 12 günden 54 günlere kadar uzaması dolayısıyla arz-talepte durum Temmuz 2020'den beri tersine dönmüş ve konteyner fiyatları yükselişe geçmiştir. Bu bakımdan arz-talep bu şekilde olduğu sürece fiyatların bir müddet daha böyle gideceği öngörülmelidir. Arz-talep dengesindeki düzelme, talebin düşmesi ve normale dönüş ile beraber 2022 yılından itibaren bir düzeltme hareketi olma ihtimali vardır. İhracat bu ülkenin kurtuluş sektörlerinden bir tanesi. Döviz girdisi var, taşımacılık da öyle, aynı taraftayız. Zaman zaman birtakım inişler-çıkışlar ile birlikte bu işi hep birlikte kotaracağız diye ümit ediyorum" diye konuştu.



'NAVLUN FİYATLARININ ARTIŞI İŞLERİ ZORA SOKTU'

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) Yönetim Kurulu Başkanı Emre Eldener ise, lojistikçilerin de hizmet ihracatçısı olduğunu ve ihracat yapmak istediklerinin altını çizdi. İhracat malzemelerini taşımalarının öncelikleri olduğunu belirten Eldener şöyle devam etti: "Mevcut navlun fiyatlarının yukarıya doğru gitmesi biz taşıma işleri organizatörlerini de zor durumda bıraktı. Geçen sene 1 milyon dolarlık sermaye ile 500 konteyner yükleyebilirken şu anda 100 konteyner yükleyebiliyoruz. İşimizi yapabilmek için sürekli finansal kaynak yaratmak durumunda kalıyoruz. Kimya sektörünü daha iyi anlayabilmemiz için, kimya sektörünün ihracatçılarından ricam lojistik çözüm ortaklarını bilgilendirmeye çalışsınlar. Sektörle ilgili bilinmeyenleri bizimle paylaşsınlar ki çözüm üretme noktasında faydamız olsun. Sıcak bir pazar olan Batı Afrika'da ve Latin Amerika'da konteyner pozisyonlaması sıkıntısı yaşıyoruz. Bizim için yüksek olan rakamlar başkaları için düşük değil dünyanın her yerinde bu problem yaşanıyor. Şartlar eşit. Birlikte çalıştığımızın altını çizmek istiyorum. Deniz taşımacılığında yaşıyoruz ağırlıklı olarak bu problemi. Ne zaman toparlar? Eylül'den önce beklemeyelim hatta yılsonunu da bulabilir."

'DÜNYA TİCARETİ HIZLA DEĞİŞİME UĞRUYOR'

UPS Türkiye Genel Müdürü Burak Kılıç yaptığı konuşmada dünya ticaretinin son 10 yılda ciddi değişim trendi içinde olduğunu son 1 yıldır çok daha hızlandığını ifade etti. Kimya sektörünün ihracatın lokomotif sektörü olduğuna dikkat çeken Kılıç, dünyada tehlikeli maddelerin numune gönderimlerinin hava taşımacılığı ile yapıldığını belirterek İKMİB ile 2019 yılında gerçekleştirdikleri iş birliğinden bahsetti.

'KARAYOLUNDAKİ SORUNLAR AŞILMAYA BAŞLANDI'

Uluslararası Nakliyeciler Derneği İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Elif Savrum ise, karayolu taşımacılığı konusunda UND'nin pandemi sürecinde neler yaptığı ile ilgili bilgileri paylaştı. Pandemi sürecinin büyük sorunlu kısmını aşmış durumda olduklarını dile getiren Savrum, "Kapıkule'de araç çıkışı pandemi öncesi 900 iken bugün bin 300'ü aşkın araç çıkışını sağlar hale geldik. Hamzabeyli sınır kapısında günlük 600'ü bulan çıkış sayımız var. Bulgaristan'daki inşaatın Ağustos ayında tamamlanmasını bekliyoruz, böylece araç çıkış sayımızın bin sayısına çıkmasını bekliyoruz. Söz konusu inşaatın tamamlanmasıyla Kapıkule için de 300 araç çıkışının daha artacağını öngörüyoruz. Bekleme sayılarımız oldukça düşmüş vaziyette. Elimizden gelen tüm desteği vermeye devam edeceğiz"



Onur UZUN
Farmazon Tedarik Zinciri Müdürü

YENİ NESİL ÜRETİMİ DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ

"2015'ten bu yana eczacılara kapalı devre pazaryeri olarak hizmet sunan Farmazon, tedarik zinciri çalışmalarıyla sektörün teknolojik dönüşümüne maksimum fayda sağlamaya gayret ediyor."

Geleneksel şirketlerin zorunlu dönüşüm süreçleri devam ederken, nispeten yeni sayılabilecek e-ticaret sektöründe lojistik ve tedarik zinciri uygulamaları her geçen gün daha da önem kazanıyor. Bilindiği gibi, e-ticaret şirketleri sadece dağıtım süreci esnasında müşteriye fiziki olarak temas edebiliyor. Dolayısıyla bu alandaki lojistik uygulamalara, tüm sektörün etkinliğini ölçebilmek için en uygun başlangıç noktası gözüyle bakabiliriz. Son dönemde devasa e-ticaret şirketlerinin kendilerini lojistik şirketi olarak tanımladığına tanık oluyoruz. Diğer yandan farklı teslimat şekillerine odaklanan yeni perakende oyuncuları hayatımıza giriyor. Bunlar geleneksel kanalları bekleyen büyük değişimlerin habercisi. 2015'ten bu yana eczacılara kapalı devre pazaryeri olarak hizmet sunan Farmazon, tedarik zinciri çalışmalarıyla sektörün teknolojik dönüşümüne maksimum fayda sağlamaya gayret ediyor.

TEDARİK ZİNCİRİNDE PAZARYERİ MODELİNİN FARKI

E-ticaret şirketlerinin çalışma modeli, tedarik zinciri fonksiyonunun en güçlü belirleyicisi konumunda. Bazı şirketler ürünlerini stoklayarak kullanıcılarına ulaştırmayı seçerken, birçoğu da pazaryeri modelini tercih ediyor. Her iki sistemin de kendine özgü avantajları ve dezavantajları mevcut, ancak pazaryeri modelinde ulaşılması en zor hedefin operasyonel mükemmellik olduğunu söyleyebiliriz. Bu hedefe gitmek için iki konuya öncelikli olarak eğilmek zorundasınız: Tedarikçi yönetimi ve gelişimi.

"Pazaryerinin avantajlarına gelince, depolama ve elleçleme maliyetlerinden sağlanan tasarrufun müşteri maliyetlerine etkisi özellikle öne çıkıyor."

E-TİCARETTE TEDARİK ZİNCİRİ DEPARTMANI

Tedarik zinciri e-ticaret şirketlerinin en önemli departmanlarından biri olarak konumlanıyor. Bunun en büyük gerekçesi, bu departmanın sadece nakdin ve fiziki ürünlerin yer değiştirdiği e-ticaretin haliyle merkezinde yer alması. Ek olarak tedarikçi-müşteri iletişimini sağlayan Müşteri Deneyimi ekibi, ticari koşulları yöneten Satış ve Finans ekipleri ve mevcut hizmetlerin katma değerini arttırmaya çalışan İş Geliştirme ekipleri ile sağlanan dirsek teması da tedarik zincirinin ayrıcalıklı konumunu kalıcı hale getiriyor.

TEDARİK SİSTEMİ NASIL SÜRDÜRÜLEBİLİR OLUR?

Tedarik sisteminin sürdürülebilir olması için sağlanması gereken ilk koşul; faydası ve kullanılabilirliği yüksek, kesintisiz hizmet verebilen ve kullanıcı hatalarını telafi edebilecek bir yazılımın varlığı. Bu yazılımın, servis sağlayıcılarla tüm tedarikçiler adına yapılan anlaşmaları dijitale uyarlayabilmesi gerekiyor. Ek olarak, yazılım geliştirmelerinin tedarikçilerin ticari gücünden yararlanarak halihazırdaki dijital süreçleri iyileştirme potansiyelini de hesaba katmak gerek.

Portföy profiline göre şekillenen bu dijital altyapının sürekliliği ise öncelikli hedefiniz olmalı.

"Sürdürülebilir bir sistemde insan hatalarının önüne henüz yaşanmadan geçilir. Bu da ancak kullanıcılarını anlayarak gelişen bir sistemle mümkün olabilir."

Kesintisiz bir veri akışı olmadan e-ticaret şirketlerinin temel yönetimini bile sağlayamaz hale gelirsiniz. Kullanıcı verilerini işlerken de yazılıma güvenmek zorundasınız. Yazılımın bu yöndeki gelişimini ertelediğiniz takdirde, insan gücüne dayalı, hareket kabiliyeti kısıtlı, hantal bir yapıyla baş başa kalırsınız. Bundan korunmak için hem otomatize edilmiş sistem yatırımlarının artması hem de kullanıcı geri bildirimlerinin gelişim sürecine doğru yönde katkıda bulunması şart.

TEDARİKÇİNİN GERÇEK İŞLEVİ VE GELİŞİMİ

Tedarikçiler, e-ticaret şirketlerinin dışarıya açılan yüzü olarak görülüyor, bu yüzden tedarikçi yönetimi ve gelişimi konusu gündemden hiç düşmüyor. Hem satılan malın temini hem de alışverişin fiziksel kısmı tedarikçilerin kontrolünde olduğu için, müşteri memnuniyeti en çok onlara bağlı olarak değişiyor. Öyle ki, tedarikçi hatalarının çoğu zaman çatı platforma mal edildiğini görüyoruz. Bu sebeple tedarikçi gelişimi e-ticaret şirketleri için mecburen öncelikli konumda.

Tedarikçi gelişimini canlı tutmak için, güncel eğitim materyalleri sunmak, stabil ve işlevsel bir kontrol paneli tasarlamak, ticari metriklere rahatça ulaşılabilecek bir yapı kurmak mutlaka etkili olacaktır. Zaman yönetimi uygulamalarının da verim artışı sağladığı ispatlanmış durumda. Biraz daha derine inersek, tedarikçilerin yanı sıra lojistik servis sağlayıcı firmaların gelişimi de bir gereklilik olarak karşımıza çıkıyor. Bir e-ticaret şirketi olarak, dışarıda birbirleriyle çalıştırdığınız firmaların çıkarlarını karşılıklı olarak gözetip kontrol altında bulundurmak zorundasınız.

KULLANICIYA DAHA YAKIN BİR TEDARİK ZİNCİRİ ANLAYIŞI

Dijital tedarik zincirlerinin kullanıcılarına konum olarak yakınlaşma süreci tüm hızıyla devam ediyor. Hatırlarsanız, e-ticaretle ilk tanıştığımız yıllarda ülkedeki her bölgenin en fazla 2-3 günlük kargo süresine sahip olması sektörün yükselişini hızlandırmıştı. Ancak müşteri beklentileri değişiyor ve hayatımıza yeni iş modelleri dahil oluyor. Fiziki depo işletmeyen e-ticaret şirketlerinin, sevkiyat ve dağıtımının bölge kombinasyonu çok yüksek sayılara ulaşabiliyor. Bu noktada tedarik zincirinin konumunu kullanıcılara yaklaştırmak güç olsa da, rekabetin getirdiği şartlar sınırları zorlamayı gerektiriyor.

> "Gelişmelerin hızlanması için taşıma mevzuatlarının günümüz şartlarına göre güncellenmesi gerekiyor. Uluslararası platformda faaliyetlerini takip ettiğimiz birçok işleyiş, ülkemizde düzenleme karşılıkları olmadığı için ne yazık ki uygulanamıyor."

"Artık bir şirketin gücü, kullanıcı beklentisine ne kadar karşılık verebildiğine göre ölçülüyor."

Etkin bir veri analizi ile teslimat noktalarına daha yakın konumlandırılacak mikro depolama alanları tedarik zinciri konusunda değişen kullanıcı beklentilerine karşılık vermeyi kolaylaştırıyor.

GENÇ SEKTÖR, GENÇ YÖNETİCİLER, GENÇ ÇALIŞANLAR

Peki tüm bu operasyonu tasarlayanlar ve işletenler kim? Genç bir sektör olan e-ticaret, aynı şekilde genç çalışanlar ve yöneticilerle büyüyor. Sektörün oluşum sürecinde yetişen neslin, teknolojiye önceki kuşaklardan çok daha hızlı uyum sağladığını biliyoruz. Aynı şekilde sadece çalışanlar için değil, tedarikçiler ve kullanıcılar için de Y ve Z jenerasyonlarının baskınlığı artıyor. Gelişim hızı yüksek bir sektörde, haliyle daha kısa sürede daha çok tecrübe kazanılıyor. Bugün birçok e-ticaret şirketinin üst yönetim kademelerinde diğer sektörlere kıyasla çok daha genç çalışanlar yer alıyor. Konuyu tedarik zinciri özelinde ele alacak olursak, etkin veri ve metrik yönetimi için sayısal yeteneklerin kullanımı büyük önem taşıyor. Diğer yandan departmanlar arası sağlıklı ilişkiler ve kullanıcılarla etkin bilgi alışverişi için iletişim kabiliyeti öne çıkıyor. Ekip tasarımındaysa, her takımda olması gerektiği gibi farklı alanlara hakim ve birbirini tamamlayan özelliklere sahip oyuncuların bulunması çok önemli. Bu vasıflar, kişilerden bağımsız olarak süreçlerin sürdürülebilirliğini, ölçümlenmesini ve yönetilmesini kolaylaştırıyor. Kişisel olarak, henüz ülkemizde çok yaygınlaşmayan Cost Controller (Maliyet Kontrolcüsü) rolünün de yakın zamanda ekiplerin bir parçası olacağını düşünüyorum.

Ortak paydamız, işlerin kısa ve uzun vadeli yankılarına kulak vermek. Örneğin, pandemi döneminde öngörülemez ihtiyaçların doğması aksiyonların etki sürelerini kısalttı. Anlık değişkenleri hesaba katarak tasarlanan sistemler, ani ihtiyaçlara daha kısa sürede uyum sağlıyor. Bu yüzden sistem geliştirmelerinde hareket alanını geniş tutmak uzun vadede sınırları ortadan kaldırıyor.

DİJİTAL TEDARİK ZİNCİRİ TRENDLERİ

Günümüz trendlerinde öne çıkan ilk konu, hız. Geçtiğimiz 10 yıla göre sayısı hızla artan "Last Mile Delivery" (Son Aşama Teslimat) şirketleri her geçen gün pazar payını arttırıyor. Diğer yandan güncel tedarik zinciri servis sağlayıcıları da yaptıkları yatırımlarla gelişen pazarda paylarını büyütme derdinde.

Tüm e-ticaret sektörünün büyüme hızı göz önüne alındığında, önümüzdeki yıllarda çok daha fazla sayıda işletmenin oyuna gireceğini öngörebiliriz."

Bu arada ülkemizde de birçok firmanın benimsediği "bağımsız taşımacı" olunabilen iş modelleri varlığını koruyor. Bu modellerde şahıs şirketi sahipleri, ticari araçlarıyla veya işletme sahibi araçlarıyla yaptıkları taşımalardan kazanç elde ediyor. Yakında bu model kazançlı bir istihdam kapısına dönüşebilir. Ancak tüm bu gelişmelerin hızlanması için taşıma mevzuatlarının günümüz şartlarına göre güncellenmesi gerekiyor. Uluslararası platformda faaliyetlerini takip ettiğimiz birçok işleyiş, ülkemizde düzenleme karşılıkları olmadığı için ne yazık ki uygulanamıyor.

Gelecekteyse, bazı kavramlarla bugüne kıyasla daha çok ilgileneceğimizi varsayıyoruz. Gelişmiş ülkelerde başlayan karbon ayak izi aksiyonları yakın zamanda bizim de gündemimize girecektir. Zira süreçleri dijitalleştirip sürdürülebilir kılmak bir yandan çevre sorunlarını da beraberinde getiriyor. Yürüyerek yapılan bir alışverişin dijital ortama taşınması, fazladan ambalaj tüketimi ve araç yakıtı salınımı oluşturuyor. Geri dönüştürülebilen ambalaj malzemeleri, elektrikli taşıma araçları ve bisikletler, güneş enerjisinden yararlanan geniş depolar bu konuda alınabilecek en hızlı aksiyonlardan sadece birkaçı. Gelişmiş ülkelerin birçoğunun kademeli planlarla araç yakıt düzenlemelerine gitmesi şirketlerin bu konudaki aksiyonlarını zorunlu kılıyor. Çevreci olmayı hedefleyen birçok dev e-ticaret şirketi, elektrikli araçları filolarına dahil etmeye başladı. Söz konusu değişimlerin önden planlanması uzun vadede sürdürülebilir bir sistem için önemini korumaya devam ediyor.

RENAULT TRUCKS
tüm araç serilerini yeniledi

Renault Trucks, yenilikler yaptığı T, T High, C ve K serilerinde sürüş konforu, araç içi konfor, güvenlik ve verimlilik bakımından büyük avantajlar sağlıyor. Bu yenilikler, Renault Trucks'ın 2013 yılında ürün yelpazesinin tamamen yenilenmesinden bu yana gerçekleştirilen en önemli gelişmeler oluyor.

Renault Trucks, 2021 yılında, özellikle alt gövde bölümünün boyalı yüzey kısmını artırmak için boyutları küçültülmüş farlar ile daha iddialı bir tarz benimseyerek araçlarının dış görünümünde değişikliğe gidiyor. Yeni bal peteği şeklindeki ızgara, 2021 Renault Trucks'ın daha modern ve şık tasarımını tamamlıyor.

Araçlar, üç eksenli yeni bir ayarlanabilir direksiyon kolonu ile donatılıyor. Bu, sürücülerin vücut şekillerine, ihtiyaçlarına veya kişisel tercihlerine göre uyarlanmış en uygun sürüş pozisyonunu ayarlamalarını sağlıyor. Direksiyon kolonu, direksiyon simidinin hem konumunu hem de yüksekliğini belirleyen tek bir ayak pedalı yardımıyla ayarlanıyor. İki eliniz direksiyonda iken ayarlama ve hızlı kilitleme imkanı, hassasiyeti ve güvenliği garanti ediyor. Buna ek olarak, kolondaki anahtarlı çalıştırma sistemi, bir marş (start/stop) düğmesi ile değiştiriliyor.

Ağır vasıta sürücüsü, günde ortalama dokuz saatini direksiyon başında geçirdiğinden, koltukların aracın ömrü boyunca konforlu kalması ve her sürücüye uygun olması gerekiyor. Bu nedenle, Renault Trucks, koltuk serisini yeniden tasarladı. Artık kombinasyon seçimi ve seçenekler bakımından tam esneklik sağlayan modüler bir alternatif yelpazesi sunuyor. Renault Trucks, ayrıca her gün araca binmeye ve araçtan inmeye dayanacak şekilde tasarlanmış yeni kumaşları da piyasaya sürüyor. İsteğe bağlı olarak deri versiyonu da bulunuyor.

Renault Trucks T, T High, C ve K serilerinin 2021 modelleri, yeni saklama çözümleri de sunuyor. Renault Trucks, aynı anda birkaç cihaza erişim sağlayan ve bunları iki USB-C soketi ile şarj edebilen, sürücünün kolayca erişebileceği şekilde yerleştirilmiş bir tablet ve akıllı telefon tutucusu ekledi. Ayrıca, yeni A4 büyüklüğünde bir evrak saklama çekmecesi de ilave edildi. Yolcu tarafında, toplam 7 litre kapasiteli (2 litrelik soğutmalı alan dahil) iki saklama alanı bulunuyor.

Kamyon, bir sürücünün sadece çalışma aracı değil, aynı zamanda dinlendikleri ve uyudukları bir alandır. Bu nedenle yatağın kalitesi çok önemlidir. Renault Trucks, sürücünün rahatı ve ekipmanın daha uzun ömürlü olması için, "Serenity" yatağının kalınlığını %13 oranında artırıyor ve yay sayısını iki katına çıkartıp daha iyi vücut ağırlığı dağılımı sunarak optimum destek sağlıyor. İsteğe bağlı olarak, yıkanabilir Memory Foam (hafızalı sünger) yatak pedi eklenebiliyor. Zemininden ayrı olan yatak, lastikli çarşaf kullanımına olanak tanıyor. Daha fazla konfor için elektronik cihazların şarj edilmesini kolaylaştırmak ve dinlenme esnasında sürücünün bu cihazlara kolayca erişmesini sağlamak adına yatak alanına iki USB-C soketi de ekleniyor. Son olarak Renault Trucks, Fransız üretici Focal ile işbirliği yaparak kabindeki ses kalitesini iyileştirmek amacıyla hi-fi ekipman ve hoparlör tedariki sağlıyor.

ARTTIRILMIŞ GÜVENLİK

Renault Trucks T, T High, C ve K serilerinin geliştirilmesinde, sürücülerin ve diğer yol kullanıcılarının yüksek güvenlikleri de temel odak noktası oldu. Yeni Renault Trucks T, T High ve C serileri, standart olarak LED farlarla donatılıyor. Doğal ışığa daha yakın olduğu için LED far, kontrast ve renklerin sürücüler tarafından daha iyi algılanmasını sağlıyor. Bu da gece görüş kabiliyetini ve dolayısıyla güvenliği önemli ölçüde artırıyor. LED teknolojisinin bir diğer avantajı, güvenilir ve uzun ömürlü oluşu. LED farın ömrü, sıradan bir ampulden otuz kat daha fazla oluyor. Ayrıca, geceleri araca binerken ve araçtan inerken sürücü güvenliğini arttırmak için kapı eşiğini aydınlatmak üzere kapıların iç kısmına ilave LED lambalar yerleştiriliyor. Sürücülerin, yüklerinin ve diğer yol kullanıcılarının optimum güvenliği için izinsiz girişleri önleyen mekanik sistem (güvenlik kapısı kilidi), kameralar ve varlık sensörlerinin yanı sıra yayaların ve bisiklet sürücülerinin mükemmel şekilde görülebilmesini sağlayan görüş kapıları dahil olmak üzere bir dizi seçenek mevcut. Son olarak, acil durum park freni, sürücü kabini terk ettiğinde kamyonu durdurmak için tekerlek kilidini otomatik olarak devreye alarak beklenmedik araç hareket riskini azaltıyor.

%3'E KADAR YAKIT TASARRUFU

İlk olarak, ön ızgara çevresinde kabinin aerodinamiği geliştirilirken hava akışını iyileştirmek için çamurluk kemeri çevresine uzatma parçaları eklendi. İkinci olarak araçlar, yakıt tüketimini daha da düşürmek için yeni teknoloji ile donatılıyor. Bu teknolojiler, iki seçilebilir sürüş modu bulunan optimize edilmiş bir sabit hız kontrol sistemini içeriyor. Varsayılan mod olan "Eko açık" modu hızlanma, vites değiştirme, sabit hız kontrolünü ve yavaşlamayı ayarlayarak yakıt tüketimini iyileştirirken, "Eko kapalı" modu sürücülerin sürüş modunu değiştirmesine olanak tanıyor. Sürücülere, sürüş tarzları hakkında gerçek zamanlı bilgi veren bir gösterge bulunuyor. Yeni "Pulse and Glide" (Hızlanma ve Boşa Alma) fonksiyonu, aracın hızını Sabit Hız Kontrolü ayar noktası civarında tutarak (+/- 2 km/sa) yakıt tüketimini daha da azaltıyor. Son olarak, yeni Renault Trucks T ve T High serisi araçlar, standart olarak yakıt ekonomisi açısından piyasadaki en verimli lastik olan A sınıfı lastiklerle donatılıyor.

Kullanıma ve kilometreye bağlı olarak, 13 litre Euro VI Step E motorlarla donatılmış araçlar için önceki modellere göre yüzde 50'ye kadar daha uzatılmış bakım aralıkları sunuluyor. Bu da sözleşmeli bakım maliyetlerinin (işçilik ve parça) düşmesine, araçlara özel bakım programları sayesinde daha az servis ziyareti ve ek yakıt tasarrufu sağlıyor.



VOLVO TRUCKS
yeni nesil araçlarını tanıttı



Temsa İş Makinaları'nın distribütörlüğünü yürüttüğü Volvo Trucks, güvenliğe ve verimliliğe odaklanan yeni nesil kamyon serisini sektörün beğenisine sundu. Volvo Trucks'ın yeni ürün gamında; FH, FH16, FM ve FMX modelleri bulunuyor.

Volvo Trucks, nitelikli sürücüler açısından daha güvenli, daha verimli ve daha dikkat çekici olan yeni nesil kamyonlarını pazara sundu. Volvo Trucks'ın ürün yelpazesindeki kamyon modelleri, birçok farklı kabin modeliyle sunuluyor ve çok çeşitli uygulamalar için optimize edilebiliyor. Bölgesel taşımacılık kamyonlarında kabin genellikle bir mobil ofis görevi görürken, inşaat kamyonları sağlam ve pratik çalışma imkanı tanıyor. Bu nedenle; görüş alanı, konfor, ergonomi, gürültü seviyesi, manevra kabiliyeti ve güvenlik, tüm yeni kamyon modellerini geliştirirken kilit odak noktalarını oluşturuyor. Kamyonun dış tasarımı da yeni kamyonların özelliklerini yansıtacak şekilde geliştiriliyor.

Konu hakkında değerlendirmede bulunan Volvo Trucks Başkanı Roger Alm: "Kamyonlarını güvenli ve verimli şekilde kullanan sürücüler, tüm nakliye şirketleri için paha biçilemez değerdeler. Sorumluluğunun bilincinde araç kullanımı; hem CO2 emisyonlarının ve yakıt maliyetinin azaltılmasına hem de kaza, yaralanma ve planlanmamış duraklama riskini azaltmaya yardımcı oluyor. Bu kapsamda yeni kamyonlarımız, sürücülerin çok daha güvenli ve verimli şekilde çalışmasına yardımcı olacak ve en iyi sürücüleri şirketlerinde bulundurmaya özen gösteren müşterilerimize daha güçlü argümanlar sunacak" dedi.

DAHA GENİŞ KABİN VE YENİ SÜRÜCÜ ARAYÜZÜ

Yeni Volvo FM ve Volvo FMX yepyeni bir kabinin yanı sıra, tüm Volvo modellerinde bulunan aynı gösterge tablosu işlevlerinin birçoğunu sunuyor. Yeni Volvo FM ve Volvo FMX modellerinde, daha iyi konfor ve daha fazla çalışma alanı sağlamak için iç hacimleri bir metreküp kadar artırıldı. Bununla birlikte daha geniş pencereler, alçaltılmış kapı hattı ve yeni aynalar sayesinde görüş kalitesi artıyor. Direksiyon simidinde, sürüş pozisyonunun büyük ölçüde ayrı ayrı ayarlanmasını sağlayan yatırılabilir kolon işlevi bulunuyor. Yataklı kabin içindeki alt yatak ise öncekinden daha yüksekte. Bu da kullanıcılara daha fazla konfor sağlıyor ve yatağın altında ek saklama alanı oluşturuyor. Yataksız kabinde, arka duvardaki kabin içi aydınlatmayla birlikte yeni, 40 litrelik saklama bölmesi bulunuyor. Soğuğu, sıcağı ve gürültü rahatsızlığını engellemeye yardımcı olan güçlendirilmiş yalıtım sayesinde kabin konforu daha da artırılırken, karbon filtreli algılayıcı kontrollü iklim ünitesi her koşulda iyi hava kalitesi sağlıyor.

Tüm modeller farklı işlevlerin gözden geçirilip yönetilmesini kolaylaştırmayı amaçlayan, böylece daha az stres ve dikkat dağınıklığına neden olan tamamen yeni bilgi ve iletişim arayüzü bulunduruyor. Ek olarak modeller sürücünün ihtiyacı olan bilgiyi her an seçmesini kolaylaştıran 12 inçlik tamamen dijital bir ekrana sahip. Bununla birlikte sürücünün kolayca erişebileceği bir yan multimedya ekranı, navigasyon, taşıma bilgileri ve kamerayla izleme özelliği sunan 9 inçlik ek bir yan ekran bulunuyor. İşlevler direksiyon simidi üzerindeki düğmeler aracılığıyla, sesle kumanda yoluyla veya dokunmatik ekran ve ekran kontrol paneli ile kontrol edilebiliyor.

KAZALARI ÖNLEYEN GÜVENLİK SİSTEMLERİ

Volvo FH ve Volvo FH16'da güvenlik, adaptif uzun farlar gibi işlevlerle geliştiriliyor. Bu sayede Volvo Trucks, bu çözümü piyasaya süren ilk kamyon üreticisi unvanını bulunduruyor. Sistem, kamyon karşıdan gelen trafiğe veya başka bir araca arkadan yaklaşırken LED uzun farın seçilen bölümlerini otomatik olarak devre dışı bırakarak karayollarını kullanan tüm araçlar için güvenliği artırıyor.

Ayrıca aracın sürüşü, 0 km/saate kadar düşük hızlar için geliştirilmiş Adaptif Hız Sabitleyici (ACC) ve yokuş aşağı hızı korumak için ekstra fren gücü gereken durumlarda servis frenlerini otomatik olarak etkinleştiren yokuş iniş hız sabitleyici ile kolaylaştırılıyor. Acil Durum Fren Destekli Çarpışma Uyarısı ve Elektronik Stabilite Kontrolü gibi güvenlik özellikleri için bir ön koşul olan Elektronik Kontrollü Fren Sistemi (EBS) artık yeni kamyonda standart olarak sunuluyor. Şerit Koruma Yardımı ve Stabilite Yardımı güvenlik sistemleriyle birlikte Volvo Dinamik Direksiyon da bir seçenek olarak bulunuyor. Yol işaretlerini tanıma sistemi; sollama kısıtlamaları, yol türü ve hız sınırları gibi yol trafik işaretlerini tespit ediyor ve bunları gösterge tablosunda görüntülüyor. Görüş, kamyonun yan kısmı için yan ekranda tamamlayıcı bir görüş sunan bir yolcu köşe kamerasının eklenmesiyle daha da iyileştirilebiliyor.

YÜZDE 7'YE VARAN YAKIT TASARRUFU

Birçok pazarda Volvo FH ve Volvo FM, Volvo'nun eşdeğer dizel kamyonlarıyla eşit yakıt verimliliği ve performansını çok daha düşük bir iklim etkisiyle sunan Euro 6 uyumlu, gazlı LNG motor seçeneğiyle sunuluyor. Gaz motoru, Volvo'nun eşdeğer dizel kamyonlarına kıyasla CO2 miktarını yüzde 100'e kadar kesen biyogazla veya CO2 emisyonlarını yüzde 20'ye kadar azaltan doğal gazla çalışabiliyor. Yeni Volvo FH, önemli miktarda yakıt ve CO2 tasarrufu sağlayan I-Save paketine dahil yeni, verimli Euro 6 dizel motorla da özelleştirilebiliyor. Örneğin uzun yol operasyonlarında, I-Save özelliği bulunan yeni Volvo FH, yeni D13TC motorla bir dizi özelliği bir araya getirerek, yüzde 7'ye varan yakıt tasarrufu sağlayabiliyor.

TAİD'in yeni Başkanı Ömer Bursalıoğlu oldu

Ağır Ticari Araçlar Derneği'nin (TAİD) 15'inci Genel Kurul Toplantısı'nda yeni yönetim kurulu seçimi yapıldı. Genel kurulda Renault Trucks Türkiye Satış Direktörü Ömer Bursalıoğlu, TAİD'in yeni Yönetim Kurulu Başkanı olarak seçildi. Ford Trucks Türkiye Direktörü Burak Hoşgören ise Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı olarak dernekteki yeni görevine atandı. Yönetim Kurulu'na Mehmet Dinçer, Alper Kurt, Murat Kemal Tokatlı, Kıvanç Kızılkaya ve İffet Türken seçildi.



Avrupa'da Türkiye ağır ticari araçlar pazarının önemine dikkat çeken TAİD'in yeni Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Bursalıoğlu, şunları açıkladı: "Ağır ticari araçlar, aslında uzun yol taşımacılığı başta olmak üzere yurtiçi lojistiği, dağıtım, inşaat, maden, atık yönetimi ve daha pek çok alanda ülke ekonomilerinin yükünü taşıyor. Tüm üretim, sanayi ve hizmet kolları bir şekilde ağır ticari araçlar sektörünün sunduğu ürün ve çözümler ile ilerliyor ve gelişiyor. Bugün lojistiğin öneminin tüm dünyada anlaşıldığı zor zamanlardan geçsek de sadece lojistik değil pek çok alanda iş yükünü hafifleten gelişmiş araçların ve hizmetin önemi, her geçen gün daha da iyi anlaşılıyor. Biz de TAİD olarak gerek karayolu taşımacılığında Türkiye'nin stratejik önemi, gerekse ülkenin gelişimine katkıda bulunan diğer birçok projeleri doğrultusunda sektörümüzün ekonomiye katkılarını daha da iyi anlatmak üzere çalışmaya devam edeceğiz. Bugün Türkiye'de ağır ticari araçlar sektörü, ana sanayi, yan sanayi, distribütör, yetkili bayiler ve servis noktaları başta olmak üzere 150 binin üzerinde istihdamı bulunan bir sektör. Öte yandan ürün ve hizmet sağladığımız sektörler de düşünüldüğünde faaliyet alanımızın büyüklüğünü görebilmek mümkün. Bu doğrultuda sektörümüzün gelişimine katkıda bulunmak için bir araya geldiğimiz TAİD çatısı altında tüm paydaşlarımız ile yeni bilgilendirmeler ve paylaşımlar yaparak, zaman zaman sektörün sorunlarını ele alarak çözümler bulmak üzere çalışmalarımızı sürdüreceğiz. TAİD, uzun yıllardır sunduğu kayıtlı faaliyetler ve raporlar ile sektörümüze yol gösteren önemli bir oluşum. Yeni yönetim kurulunun ve üyelerinin de desteği ile her zamanki gibi titiz ve şeffaf çalışmalarına devam ettirmeyi hedefliyoruz."



TAYSAD'dan TIRSAN'a patent ve ihracat ödülü

Tırsan, TAYSAD (Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği) 42. Olağan Genel Kurul Toplantısı çerçevesinde gerçekleştirilen Başarı Ödülleri Töreni'nde iki ödülün birden sahibi oldu. TADYSAD 2020 Yılında En Çok Patent Tescili Alan Üyeler kategorisinde 2. firma olan Tırsan, 2020 Yılında En Çok İhracat Yapan Üyeler kategorisinde ise 3. sırada yerini aldı.

TAYSAD'ın Patent Ödülleri, firmaların ilgili yıl içerisinde tescil edilen patent sayılarına göre veriliyor. Buluş sahibi olan, buluşu hayata geçiren, patent çalışmalarını dokümante eden, bunlarla ilgili prosedürleri takip eden firmalar ödüllendiriliyor. Bu doğrultuda her yıl onaylanan patent sayısını artıran treyler sektörünün lideri Tırsan, 2019 yılında 29 olan tescili patent sayısını, 2020 yılında 57 adede çıkarak, TAYSAD Başarı Ödülleri'nde patent 2.si ödülünü aldı.

Müşterilerinin rekabet gücünü arttırmak ve sektörün geleceğine yön vermek için Ar-Ge çalışmalarını aralıksız sürdüren Tırsan, 2019 yılında ilk kez yayınlanan "Türkiye'nin Patent Haritası" raporunda otomotiv teknolojileri alanında 3. sırada yerini alarak, treyler sektöründen listeye giren tek firmadır oldu.

2021 Avrupa Treyler İnovasyon ödüllerinde 4 ödül alan Tırsan, bu prestijli ödülün 7 dalında tüm ödülleri yalnızca 3 senede alan ilk ve tek şirket olarak Ar-Ge başarılarını Avrupa'ya bir kez daha taşıdı.

Dünyanın 55'ten fazla ülkesine ihracat yapan Tırsan, 2019 yılında TİM İlk 1.000 İhracatçı Listesinde tüm otomotiv sektörünün en büyük 16. ihracatçısı oldu. Tırsan, 2020 TAYSAD Başarı Ödülleri'nde ise listedeki tek treyler üreticisi olarak, TAYSAD 2020 Yılında En Çok İhracat Yapan Üyeler içerisinde 3. sırada yerini aldı.

FORD TRUCKS 2021 yılına hızlı başladı

Ford Trucks, bir yandan yurt dışında yeni pazarlara adım atmaya hazırlanırken, diğer yandan müşterilerine sunduğu yeni ürün ve hizmetlerle iç pazardaki büyümesini sürdürüyor. Düzenlenen online basın toplantısında Ford Trucks'ın ilk 3 aydaki performansını ve global büyüme planlarını paylaşan Ford Trucks Genel Müdür Yardımcısı Serhan Turfan, pandemi ile birlikte ağır ticari endüstrisinde inişlerin çıkışların yaşandığı zorlu ancak başarılı bir dönemi geride bıraktıklarını söyledi. "Pandemiyle beraber fiziksel yapılan birçok alışveriş e-ticarete kayarken, bu da doğal olarak lojistik ve nakliye ihtiyacını artırdı" diyen Turfan, sözlerini şöyle sürdürdü: "Pandeminin bu etkisine paralel olarak, özellikle kamyon, çekici talebinde artış devam ediyor. Ağır ticari endüstrisi, 2021'e büyüme ivmesiyle başladı, önümüzdeki dönem bu büyümenin devam edeceğini öngörmekteyiz. 2021 yılı ilk çeyrekte 6.100 adet satışa ulaşan ağır ticari pazarı bir önceki yılın aynı dönemine göre %150 büyüme gösterdi. Çekici segmenti %66'lık pay ile bu büyümede önemli rol oynadı. Ford Trucks olarak biz de 2021 yılına hızlı bir başlangıç yaparak ilk 3 ay sonunda %30'un üzerinde pazar payı elde ettik. Toplam 1.858 araç satışı gerçekleştirdik."



Serhan Turfan

"ULUSLARARASI PAZARLARDA EN YÜKSEK SATIŞ ADETLERİNE ULAŞTIK"

Ford Trucks'ın uluslararası pazarlarda satış rakamlarının güçlendiğini belirten Turfan, "Uluslararası pazarlarda satış adetlerimizi bir önceki yılın aynı dönemine göre %137 artırarak en yüksek ihracat adetlerine ulaştık" dedi. Global büyüme planlarını ise hız kesmeden sürdürdüklerini aktaran Turfan, şunları belirtti: "Orta ve Doğu Avrupa'daki genişlememizi 2018'de tamamlamıştık. Batı Avrupa'daki yapılanmamıza ise 2019'da İspanya, Portekiz ve İtalya'daki distribütörlerimizi atayarak başladık. Mart ayında Belçika'daki ilk distribütörümüzü atayarak pazara girdik. Sırada Almanya, Fransa, Hollanda ve Lüksemburg var. Özellikle, Almanya bizim için en önemli pazarlardan biri ve buradaki görüşmelerimizde son faza geçtik. Çok kısa bir süre içinde Almanya pazarına girmeyi hedefliyoruz" dedi.

OTOKAR cirosunu yüzde 91 artırdı

Otokar, 2021 yılı ilk çeyrek finansal sonuçlarını paylaştı. Pandeminin etkilerine rağmen global bir marka olma hedefi ile çalışmaların devam ettiğini belirten Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç, "Pandeminin başladığı günden bu yana çalışanlarımızın sağlığını korumak, işimizin devamlılığını sağlamak, salgının etkisini azaltmak ve yayılmasını engellemek için gerekli tüm tedbirleri alıyoruz. Bu zorlu süreçte iş ortaklarımızın daima yanında olmayı ve kullanıcılarımızla iletişimimizi sürdürmeyi ihmal etmedik; tüm koşullara rağmen yeni anlaşmalara imza attık. Güvenli üretim uygulamalarımız ve zamanında alınan önlemler sayesinde üretimde aksamalar yaşamadan, aldığımız siparişlerin teslimatlarına odaklandık. Bu gelişmeler sonucunda önceki yılın aynı dönemine kıyasla ilk çeyrekte yüzde 91'lik artışla 877 milyon TL ciro elde ettik; net kârımızı ise 107 milyon TL seviyesine yükselttik" dedi.

Yılın ilk çeyreğinde üretim adetlerini de önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 32 artırdıklarını ifade eden Serdar Görgüç, iç pazar ve ihracat çalışmalarıyla ilgili olarak: "12 yıldır Türkiye'nin en çok tercih edilen otobüs markasıyız. Geçen yıl iç pazardaki en büyük otobüs alım ihalesini kazandık ve İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı ESHOT'a otobüs teslimatlarına başladık. İptal edilen fuarlar ve seyahat engellerine rağmen hedef pazarlarımızla iletişimimizi ve ilişkilerimizi sürdürdük. Kullanıcılarımızın ihtiyaçlarını doğru yorumlayıp özel çözümler sunmaya devam ettik. Araçlarımızda uyguladığımız yenilikçi çözümlerimiz ve yaklaşımımızla ihracat başarılarımıza yenilerini ekledik ve ilk çeyrekte ihracatımızı geçtiğimiz yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 44 artırarak 69 milyon dolar düzeyine çıkardık" açıklamasını yaptı.


Serdar Görgüç

Bu zor dönemde Otokar'ı başarılı iş sonuçlarına ulaştırmada en büyük gücünün ve en kıymetli sermayesinin çalışanları olduğunu belirten Görgüç, önümüzdeki dönemde ticari araçlarda yurt içindeki güçlü pazar pozisyonunu koruyarak ihracata odaklanmaya devam edeceklerini belirtti.



IVECO

Ceran Nakliyat 40 tane Tırsan treyler aldı

Ege'nin önde gelen lojistik firmalarından Ceran Nakliyat'a yaptığı 40 adet Tırsan Multi Ride yatırımıyla filosunu 140 adede yükseltti. Teslimat töreninde açıklamalarda bulunan Ceran Nakliyat Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Ceran şunları belirtti: "1980'li senelerde Ege bölgesinde kurulan firmamızın ilk önceliği her zaman müşteri ihtiyaçlarını eksiksiz karşılamaktır. Bu doğrultuda 20 yılı aşkın süredir güvenilir iş partnerimiz Tırsan olmuştur. Tırsan'ın; başarısından, kalitesinden ve en önemlisi yıllardır sürdürdüğü sektör liderliğinden gurur duyuyoruz. 2021 yılında Avrupa'da almış olduğu inovasyon şampiyonluğu da, Tırsan'ın sektörümüz ve ülkemiz adına en gurur verici başarılarındandır. Ayrıca Tırsan, gerek ileri teknoloji ile donatılmış ürünleri, gerekse sahip olduğu yurt içi ve yurt dışındaki geniş servis ağında vermiş olduğu çözüm odaklı hizmetleri ile de her zaman yanımızda oldu. Filomuza yeni katmış olduğumuz Tenteli Perdeli Multi Ride treylerleri, üzerlerinde bulunan çift seviyeli süspansiyon sistemi sayesinde filomuzdaki farklı lastik ve beşinci teker yüksekliklerine sahip çekicilerle kullanabiliyoruz. Ayrıca, araç tam yük güvenliği ve esnek bağlama avantajı sunan güçlü şasi yapısı ile operasyonlarımızı kolay, hızlı ve güvenilir şekilde yapmamızı destekliyor. Şasinin pas yürümezlik özelliğine sahip olması da filo maliyetlerimizi aşağı çekmekte, bu da bizim için çok önemli bir faktör."

Tırsan Treyler Satış Koordinatörü Ertuğrul Erkoç da, "Uzun yıllardır Ceran Nakliyat ile çalışmaktan çok memnunuz, ürünlerimizle ve vermiş olduğumuz hizmetlerimizle iş ortağımızın her durumda ve koşulda yanındayız. Bugün Ceran Nakliyat'a teslimatını gerçekleştirmiş olduğumuz Tırsan Perdeli Multi Ride araçları, 1.000 – 1.070 mm arasındaki 5. teker yüksekliğine sahip farklı çekicilerde de kullanılabilmektedir. Bu sayede müşterimiz, operasyonlarında esneklik ve verimlilik sağlayabilecektir. Araçta bulunan tren yükleme opsiyonuyla da taşımalarında yüksek verimlilik elde ederken, gümrük mevzuatına tam uyumlu üst yapısı ile uluslararası taşımalarını da kolayca gerçekleştirebilecektir. Müşterimiz, aracın şasi ve çelik aksamlarının kataforez (KTL) kaplamalı olması sayesinde filosundaki Tırsan araçlarını 10 yıl pas yürümezlik garantisi altına almaktadır. Öte yandan araçta bulunan dingil kaldırma sistemi ile müşterimiz, lastik maliyetinden de tasarruf edecektir" dedi

MAN

Alışan Lojistik filosunu MAN TGX ile güçlendirdi

Alışan Lojistik, yeni araç yatırımında MAN'ı tercih etti. Alışan Lojistik, büyüme hedefleri doğrultusunda filosunu 10 adet MAN TGX 18.470 4X2 BL SA UY- ADR'li çekici ile güçlendirdi. Firma ayrıca araçlarla birlikte MAN'ın sunduğu Comfort Süper Mobilite Garanti dahil Bakım Paketi'ni de satın aldı. Teslimat töreninde konuşan Alışan Lojistik A.Ş. İcra Kurulu Üyesi Ayhan Özekin, şunları söyledi: "Alışan Lojistik A.Ş. olarak, özellikle bu pandemi döneminde, ağırlıklı olarak kimyasal madde ve FMCG lojistiği yaptığımız için, gıda ve temizlik malzemesi sektörlerine verdiğimiz hizmetlerde bir kapasite azalması olmaksızın, çarkların dönmesi ve tüketicinin temel ihtiyaçlarına ulaşabilmesi için tedarik zincirinin önemli bir halkası olarak görevimizin başında yer aldık, almaya devam ediyoruz. Bu nedenle de 36 yıldır ulusal ve uluslararası arenada müşterilerimize en iyiyi sunmak adına yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. Bugün de bu yatırımlarımıza bir yenisini daha ekledik. Türkiye'nin en büyük 500 şirketinden biri olarak, seçtiğimiz yol arkadaşlarımıza büyük özen gösteriyoruz. MAN da özenle seçtiğimiz, hem araç hem de hizmet kalitesine güvendiğimiz bir yol arkadaşı. Sadece satışta değil, satış sonrası sunduğu hizmetlerle de bize katkı sağlıyor. Biz de katkısına inandığımız MAN markası ile filomuzu daha güçlendirme kararı aldık. Bu çerçevede de bugün araç filomuza, 10 adet, Yılın Kamyonu ödüllü MAN TGX serisi çekici kattık. MAN ile iş birliğimiz ve araç yatırımlarımız bu yıl içerisinde yoğun şekilde devam edecektir. MAN Kuzey Marmara Bölgesi Kamyon Satış Müdürü İbrahim Altun; "Bugün teslimatını yaptığımız çekiciler de 2021 yılın çekicisi ödülünü kazanan yeni nesil TG3 serisi ve GM kabinli araçlardır. Retarder, otomatik şanzıman, klima, buzdolabı, ADR gibi özelliklerin standart olarak sunulduğu MAN çekicileri; sahip olduğu üstün nitelikleri ile lojistik başta olmak üzere birçok sektörden yoğun ilgi görüyor. Öncü teknolojisi, üstün performansı, düşük yakıt tüketimi, yardım sistemleri ile standartları belirlemeye devam eden MAN çekicileri; göz alıcı tasarımlarının yanında sahip oldukları inovatif sürüş destek sistemleriyle de 'geleceğin aracı' olarak tanımlanıyor. Araçların sahip oldukları üstün nitelikleri ile birlikte, aynı zamanda tüm sektörlerin yakından tanıdığı satış ve satış sonrası hizmetler kalitemiz ile 7/24 daima müşterilerimizin yanında oluyoruz" diye konuştu.





IVECO

IVECO'dan çok renkli teslimat

2020 yılı Şubat ayında Türkiye lansmanını yaptığı S-WAY ağır vasıta ürün gamı ile Türkiye'de pazar payını arttıran IVECO'nun Denizli yetkili satıcısı Şahinler Motorlu, Günay Nakliyat'a farklı renklerde 13 adet S-WAY AS440S48 T/P çekici teslimatı gerçekleştirildi.

Şahinler Otomotiv'in Denizli'deki tesisinde düzenlenen törende konuşan firma sahibi Günay Kökçü, "IVECO ile 2016 yılında 10 adetlik yatırımla başlayan işbirliğimiz bugün 13 adetlik yatırımla bir kere daha perçinlendi. 5 senedir sorunsuz bir şekilde kullandığımız araçlarımız sayesinde operasyonel maliyetlerimizi hatırı sayılır derecede düşürdük. Dolayısıyla yeni yatırımımızda da ilk tercihimiz IVECO oldu. Kendileriyle yaptığımız görüşmelerde de mutabık kalınca yeni araçlarımızı sipariş ettik. Yeni S-WAY ile birlikte filomuzu hem gençleştirmiş hem de güçlendirmiş olduk. İşbirliğimizin uzun seneler devam etmesini temenni ediyorum" dedi.

Şahinler Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Ali Şahin ise şunları aktardı: "Yeni S-WAY ürün gamımız ile artık yeni müşterilere daha kolay ulaşırken eski müşterilerimizin memnuniyetini daha da arttırıyoruz. Günay Nakliyat'a tekrar teslimat yapmak bu nedenle bizim için önemlidir. Bu vesileyle yeni yatırımında tekrar markamızı tercih eden Günay Nakliyat'a S-WAY araçlarının hayırlı olmasını diliyorum. Uzun yıllardır bayilik faaliyetlerini yürüttüğümüz IVECO ile bölgemizde Denizli merkezli olarak her zaman müşterilerimizin yanında olmaya çalışıyoruz. Uzman ekiplerimizle hem satış hem de satış sonrası konularında hızlı aksiyon gösterip müşteri ihtiyaçlarını ve taleplerini kısa sürede yanıtlıyor olmamız bizi ve markamızı rakiplerimize göre bir adım öne çıkartıyor. Çıtamızı aşağıya düşürmeden tüm müşterilerimize en iyi hizmeti sunmaya devam edeceğiz."

SCANIA



Önder Canbek'e 30 adet Scania R500

Önder Canbek, filosuna 30 adet Scania R500 A4x2NA Style paket çekici ekledi. Firmaya ilk 10 adetlik teslimat Tuzla Doğuş Otomotiv tesislerinde gerçekleşti. Önder Canbek Nakliyat daha önce de filosuna 13 adet Scania araç almıştı.

Ankara merkezli, dökme çimento, silis kumu, kalsit, dolomit, kireç, perlit, kuvars, bazalt, uçucu kül temini ve nakliyesini gerçekleştiren Önder Canbek İnşaat, Nakliye, Akaryakıt Sanayi Ticaret Ltd. Şti.'ye yeni araçları Doğuş Otomotiv Scania adına Scania Bölge Satış Yöneticisi Volkan Kahya tarafından firma yetkililerine teslim edildi.

Önder Canbek yetkilileri araçlarını teslim alırken "Nakliyesini gerçekleştirdiğimiz ürünler genelde temini ve taşınmasında ihtisas gerektiren ürünler. Bu yüzden daha önce inşaat faaliyetlerimizde kullanmak üzere filomuza dahil ettiğimiz Scania araçlardan aldığımız performans aynı marka ile devam etme kararımızda etkili oldu. İşletme maliyetlerinde sağladığı tasarruf ve operasyonel devamlılık bizim her zaman daha iyisini başarmak için gerçekleştirdiğimiz çalışmalarımızda en büyük destekçimiz olacağına inanıyoruz" şeklinde açıklama yaptı.

10 SORUDA DİJİTAL TAKOGRAF



ELİF SAVRUM
UND İcra Kurulu
Başkan Yardımcısı

Motorlu araçların karayolunda seyri sırasında, hız ve kat edilen mesafe, sürücülerin etkinlikleri, olaylar ve arızlar gibi bilgileri otomatik olarak kaydeden takograf cihazı, hızlı ve etkin bir denetim sağlanması, sürücülerin haklarını firmalara karşı korumak, firmalar arasından rekabet koşullarını sağlamak ve kazaları önlemek amacıyla kullanılıyor. UND İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Elif Savrum, Türkiye'de dijital takograf uygulamasını 10 Soruda cevapladı.

Analog takograf, hayatımıza 1980'li yıllarda girdi. Türkiye 1999 yılında, Uluslararası Karayolu Taşımacılığında Çalışan Sürücülerin Çalışma Koşullarına Dair Avrupa Sözleşmesi'ne (AETR) taraf oldu. 2000 yılında Karayolları Trafik Kanunu'nda yapılan değişiklik ile uluslararası ve şehirlerarası çalışan araçlar için takograf takmak zorunlu hale getirildi. 2004 yılında Karayolları Trafik Yönetmeliği'nde yapılan değişiklik ile takograf kullanımı ve sürücülerin çalışma süreleri belirlendi. Avrupa Birliği (AB) Mayıs 2006 tarihinde, yeni tescil edilen araçlarda dijital takografı zorunlu hale getirdi. Türkiye'nin de dahil olduğu AETR ülkelerinde; 16 Haziran 2010 tarihinden sonra yeni tescil edilen ve uluslararası nakliyatta çalışan araçlarda dijital takograf zorunlu olurken, ülkemizde 30 Haziran 2014 tarihinden sonra yeni tescil edilen ve yurtiçinde şehirlerarası nakliyatta çalışan araçlarda da dijital takograf kullanılması zorunlu oldu. Ayrıca, yurt içi nakliyede çalışan ve takograf takmak zorunda olan araçların, 1996 model olanlardan başlayarak, bir takvime göre, analog ve elektronik takografları dijital takograf ile değiştirmesi hükmü getirildi. Bu takvime göre, an itibarı ile yurt içi nakliyatta çalışan 2007 model ve öncesi araçların tamamının dijital takograflı olması gerekmektedir. 2008 ve sonrası araçlar ise Ekim 2020'den sonraki ilk araç muayenesinden önce dijital takograf taktırmış olmalıdır.



1. Takograf nedir?

Motorlu araçların karayolunda seyri sırasında, hız ve kat edilen mesafe, sürücülerin etkinlikleri, olaylar ve arızlar gibi bilgileri otomatik olarak kaydeden cihazlar ve aksamlarıdır. Bu bilgileri CD büyüklüğündeki kağıtlara yazan takograflar analog takograf, bir bilgisayar gibi kendi hafızasına kaydeden takograf tipi ise dijital takograf olarak tanımlanmaktadır. Takograf, sürücüye özel mesai control cihazı ve kara kutu olarak ta tanımlanabilir. Takograflar AETR sözleşmesi kriterlerine göre "Tip Onayı" almak zorundadır. Bu nedenle sadece dış görünümleri ve menü dizilişleri farklı olsa da, fonksiyonları aynıdır. Markaya göre bazı ek özellikler olabilmektedir. Ayrıca kademeli olarak yürürlüğe giren teknik şartnameler dolayısı ile markaların kendi içinde de yıllara göre üretilen takograflarda farklılıklar olmaktadır. Dijital takograflar, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı tarafından (yetki TOBB'a devredilmiştir) basılan ve dağıtılan akıllı kartlar takılarak kullanılmaktadır. Bu kartlar; sürücü kartı, şirket kartı, kontrol kartı ve servis kartıdır. Bu kartları almak için nasıl müracaat edileceği ve diğer bilgiler; http://takograf.tobb.org.tr sitesinde açıklanmıştır.

Bugün modern bir ticari araç üzerine 50-150 arasında kontrol ünitesi (beyin) bulunmaktadır. Aracın güvenli şekilde seyri için bu merkezler birbirleri ile CanBus olarak isimlendirilen iletişim ağı üzerinden haberleşmektedirler. Her ünite ağa bilgi göndermekte ve bilgi almaktadır. Takograf bu ünitelerden birisidir ve ağa hız, km ve saat bilgisi ile sürücünün faaliyetleri hakkında bilgi göndermektedir.

2. Dijital takograf hangi bilgileri kaydeder?

Tarih, araç plaka numarası, detaylı hız bilgisi (son 7 gün), tek veya çift sürücü çalıştığı, sürücü tarafından katedilen mesafe, kart takıldığında ve çıkarıldığında, takograf km bilgisini kaydeder. Sürücü etkinlikleri – sürüş, dinlenme, molalar, diğer çalışma, hazır bekleme süreleri, etkinliğin başladığı ve bittiği zamanlar, olaylar (örnek; geçerli bir sürücü kartı takmadan sürüş, hız aşımı ve manipülasyon girişimleri vs.) ve hatalar, yapılan denetimler, takograf kalibrasyon bilgileri ve sisteme müdahale girişimlerini kaydeder.

3. Takograf ne maksatla kullanılmaktadır?

Takograf, sürücünün faaliyetlerini kaydetmek sureti ile hızlı ve etkin bir denetim sağlamaktadır. Sürücülerin haklarını firmalara karşı korumak, firmalar arasından rekabet koşullarını sağlamak ve kazaları önlemek amacıyla kullanılmaktadır. Kazaların ilk sıradaki sebebi, sürücü dikkatsizliği, dikkat dağınıklığının en önemli nedeni ise yorgunluktur. Takograf kontrolleri ile sürücünün yeterli kadar dinlenmesi sağlanarak, dikkatsizlikten kaynaklanan kazalar önlenmektedir.

4. AETR Sözleşmesi nedir?

AETR, sözleşmenin Fransızca adının kısaltmasıdır. Açılımı, Uluslararası Karayolu Taşımacılığında Çalışan Mürettebatın çalışma koşullarına dair Avrupa Sözleşmesi'dir. Halen sözleşmeye 51 ülke taraftır. 1971 yılında imzalanmıştır. Uluslararası karayolu taşımacılığında çalışan sürücülerin çalışma süreleri ve kurallar belirlenmiştir ve bu süreleri kontrol etmek için takograf kullanımını öngörmektedir. Türkiye sözleşmeye 1999 yılında taraf olmuştur.

5. Yürürlükteki mevzuata göre firmaların ve sürücülerin sorumlulukları nedir?

a) Firmaların sorumlulukları

» Firma, firma kartı almalıdır. Firma kartı ile, araçla ilk ticari sefere çıkmadan önce, takografı firma adına kayıt etmelidir. (Company Lock).

» Firma, firma kartını kullanarak her 90 günde bir takograftaki verileri, 28 günde bir sürücü kartındaki verileri indirmeli ve bir yıl süre ile saklamalıdır.

» Sürücülerin izin, hastane ve diğer görev gibi faaliyetlerini belgeler ve belgeyi sürücüye verir.

» Dijital takograf cihazı takılı bir aracı sürmesi durumunda, işveren ve sürücüler, hem takograf cihazının, hem de sürücü kartının düzgün çalışmasından sorumludurlar.

» Kurallar konusunda sürücüleri bilgilendirmek ve eğitmek.

» Yeterli miktarda onaylı dijital takograf kağıdı veya analog takograf diskini sürücüye vermek.

» Operasyonları kurallara uyacak şekilde planlamak.

b) Sürücülerin sorumlulukları

» Dijital takograf sürücü kartı almak.

» Dijital takograf sürücü kartı takmadan araç kullanmamak.

» Dijital takografı usulüne uygun kullanmak, elle girilmesi gereken bilgileri (başlangıç- bitiş ülkesi, yerel saat ayarı, OUT, Tren/ Feribot, bilinmeyen süreler) doğru şekilde girmek.

» Sürüş ve dinlenme sürelerine uyarak araç kullanmak.

» Kişisel verileri koruma mevzuatına uymak.

» Güç kesintilerini ve takograf arızalarını zamanında şirkete raporlamak.

» Aldığı cezaları ve uyarıları derhal şirkete bildirmek.

» Yol kenarı denetimleri için belge ve kayıtları hazır etmek.

» Takografı kullanmayı bilmek, istenen çıktıları alabilmek.

6. AETR Sözleşmesine ve Karayolları Trafik Yönetmeliğine göre sürücülerin çalışma süreleri nasıldır?

Süreler ve farklılıklar tabloda görülmektedir. Farklılıklar renkli olarak işaretlenmiştir.

	AETR sözleşmesine Göre	Karayolları Trafik Yönetmeliği Md.98
Sürüş Molası	4 ½ saat sürüşten sonra en az 45 dk. İki bölüm halinde kullanılabilir.1 X 15 Dk. + 1 X 30 Dk.	4 ½ saat sürüşten sonra en az 45 Dk. Her bölüm en az 15 Dk. Olmak üzere üç bölüm halinde kullanılabilir.
Günlük Süreş Üresi	Azami 9 Saat. Haftada iki kere 10 saat olarak uygulanabilir.	Azami 9 Saat.
Günlük Dinlenme Süresi	En az 11 saat. İki haftalık dinlenme arasında 3 kere 9 saat olarak uygulanabilir. Veya iki bölüm halinde kullanılırsa; birinci bölümü en az 3 saat, kalanı tek bölüm 9 saat uygulanır. Ancak bu süreler 24 saat içinde tamamlanmalıdır. Çift sürücü varsa, 30 saat içinde en az 9 saat.	En az 11 saat. Haftada 3 kere 9 saat olarak uygulanabilir. Veya iki veya üç bölüm halinde kullanılması durumunda en az 12 saat. Bu durumda bir bölümü en az 8 saat ve kalan bölümlerin hiçbiri 1 saatten az olmamalıdır. Ancak bu süreler 24 saat içinde tamamlanmalıdır. Çift sürücü varsa, 30 saat içinde en az 8 saat dinlenilmelidir.
Haftalık Dinlenme Süresi	En az 45 saat. 24 saate kadar indirmek mümkündür. Ancak birbirini takip eden iki hafta içinde ya 2 X 45 saat veya 1 X 24 Saat ve 1 X 45 saat uygulanabilir. Ancak müteakip 3 hafta içinde eksik kalan süre telafi edilmelidir.	En az 24 saat.
Haftalık Sürüş	Azami 56 Saat.	Azami 54 Saat.
İki Haftalık Sürüş	Azami 90 Saat.	Azami 90 Saat.

"16 Haziran 2010 tarihinden sonra tescil edilen ve uluslararası nakliyatta çalışan araçların takografları, mutlaka dijital olmalıdır. Yurtiçi nakliyatta çalışan araçlarda ise, 30 Haziran 2014 tarihinden sonra tescil edilen araçlarda mutlaka dijital takograf olmalıdır. An itibarı ile 1996 modelden başlayarak, 2007 model ve öncesi araçlarda dijital takograf olmalıdır, 2008 ve sonrası ise Ekim 2020'den başlayarak, araç muayenesi öncesi dijital takograf taktırmış olmalıdır."





7. Hangi araçlar takograf takmak zorundadır, takograf tipi ne olmalıdır?

Azami yüklü ağırlığı 3,5 tondan fazla olan yük taşımaya mahsus araçlar ile, sürücü dahil 9 kişiden fazla yolcu taşıyan personel taşımaya mahsus araçlar, uluslararası ve şehirlerarası karayolu taşımacılığında çalışıyorlarsa takograf takılması zorunludur. 16 Haziran 2010 tarihinden sonra tescil edilen ve uluslararası nakliyatta çalışan araçların takografları, mutlaka dijital olmalıdır. Uluslararası nakliyatta çalışan ve bu tarihten önce tescil edilmiş araçlarda bulunan analog takografların değişimini gerekli kılan bir yasal hüküm bulunmamaktadır. Yurtiçi nakliyatta çalışan araçlarda ise, 30 Haziran 2014 tarihinden sonra tescil edilen araçlarda mutlaka dijital takograf olmalıdır. An itibarı ile 1996 modelden başlayarak, 2007 model ve öncesi araçlarda dijital takograf olmalıdır, 2008 ve sonrası ise Ekim 2020'den başlayarak, araç muayenesi öncesi dijital takograf taktırmış olmalıdır.

8. Takograf ve sürücü kartı verileri neden indirilir? Sorumluluk kime aittir?

Sürücülerin çalışma mevzuatı, sürücülerin, günlük, aylık ve bir yıllık azami çalışma sürelerini belirlemiştir. Bu çalışma sürelerinin günlük ve aylık olanları yol kenarı denetimlerinde kontrol edilebilirken, yıllık olanları ise şirket merkezinde denetlenmektedir. Takografların hafızası 90 günlük, sürücü kartı hafızası ise 28 günlük veri kaydedebilmektedir. Kapasite dolduğunda, yeni verileri kaydedebilmek için en eski verinin üzerine yazmaktadır. Eğer veri indirilmemişse, veri kaybı olmaktadır. Bu nedenle hafıza dolmadan verilerin indirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak, takograf hafızasındaki verileri en geç 90 günde bir, sürücü kartındaki verilerin ise en geç 28 günde bir indirilmesi, arşivlenmesi ve 12 ay süre ile saklanması zorunludur. Veriler indirildiğinde, üzerine yazılıncaya kadar veriler hafızada kalmaya devam eder. Aslında yapılan iş, kopyalamadır. Verilerin indirilmesi ve saklanması yetki ve sorumluluğu yetki belgesi sahibi firmaya aittir. Gerek takograf verileri ve gerekse sürücü kartı verileri kişisel veriler içermektedir. İndirilen veriler, yasal olarak, AETR sözleşmesine taraf ülkelerin denetim makamları istediğinde paylaşılabilir. Ayrıca, İçişleri Bakanlığı, Çalışma Bakanlığı, İş Mahkemeleri isteyebilir. Bunların dışında verilerin paylaşılması, Kişisel Verileri Koruma mevzuatına göre yasal değildir.

9. Takograf manipülasyonu nedir? ne maksatla yapılır? Sonuçları nedir?

Takograf manipülasyonu; takografın, hız, katedilen mesafe ve sürücü etkinliklerini kaydetmemesini veya yanlış kaydetmesini sağlamak üzere yapılan müdahaleler olarak tanımlanabilir. Genelde, sensör ile kayıt cihazı (VU- araç içi ünite) arasındaki iletişim veya bağlantı hedef alınır. Manipülasyondan şüphelenildiğinde, araç derhal trafikten men edilir ve incelenmek üzere takograf yetkili servisine sevkedilir. Manipülasyon cihazı bulununcaya kadar inceleme devam eder, bu haftalar sürebilir. Bulunduğunda, manipülasyon cihazına el konulur, takograf muayenesi yeniden yapılır. Firmaya ve sürücüye yaptırım uygulanır. Hatta savcılığa sevk edilerek ceza davası açılabilir. Ayrıca, yapılan manipülasyon, aracın fren, direksiyon, ABS gibi hayati donanımlarının yanlış çalışmasına neden olacağından kazalara sebep olabilir, uzun sürede şanzıman dahil kalıcı arızalara neden olabilir.

10. Veri nasıl indirilir, ne tip veri indirme cihazları ve programları vardır?

Takograftan veri indirmek için önce şirket kartı takılır, sonra veri indirme cihazı takılarak veriler kopyalanır.

Veri indirme cihaz çeşitleri;

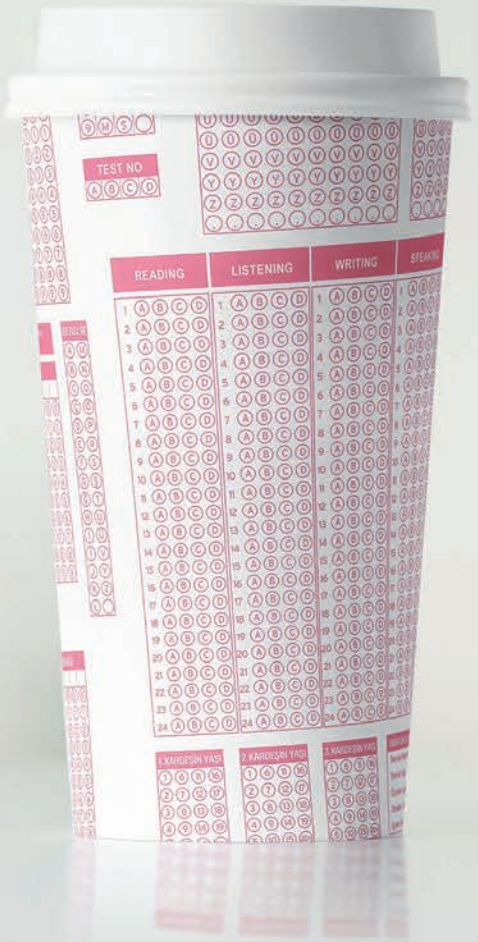
- PC ile veri indirme kablosu,
- Soket tipi veri indirme cihazı,
- Kombi (takograf veri indirme cihazı+ kart okuyucu) veri indirme cihazı,
- Ekranlı veri indirme cihazı,
- Akıllı kart okuyucu (sürücü kartı verisini bilgisayara indirmek için),
- Bluetooth veri indirme cihazı (Andorid veya İOS cihazlarla veri indirme için),
- GPRS (Araç Takip Sistemi üzerinden) veri indirme cihazı,
- Wifi ile veri indirme cihazı,
- Veri indirme terminali (verileri internet üzerinden merkeze aktarmak için).

Veri indirme ve analiz yazılımları;

- Veri indirme ve aktarma yazılımları (kart okuyucu ve indirme cihazı üzerindeki verileri PC'ye aktarmak için),
- Verileri açma ve görme yazılımları,
- Veri analiz yazılımları,
- Veya bu işlemlerin tamamını yapan yazılımlar,
- Online veri analiz sistemleri.

Takograf tip onaylı ise ve üretimde tip onay gerekliliklerini sürdürülüyorsa, tüm takograf veri indirme cihazları, her marka ve model dijital takograftan verileri indirebilir.

ESKİ TESTLER
BARDAK OLDU!



İK sektörünün 1 numaralı tercihi iTEP ile tanışın, işe alım ve terfi kararlarınızı bir üst seviyeye taşıyın. Hem doğru insanı işe alın, hem de bütçenizi koruyun.

Uluslararası akreditasyona sahip, online İngilizce ölçme-değerlendirme ve yeterlilik testi iTEP Business; okuma, dinleme, dilbilgisi, yazma ve konuşma gibi farklı dil becerilerinin her biri için kolay, hızlı ve detaylı raporlar hazırlarken, siz kahvenizin tadını çıkarın.

Ücretsiz pilot çalışma için
uzmanlarımızla görüşebilirsiniz
> (0216) 414 78 18
> info@iteptestleri.com

iTEP®
International
Test of English Proficiency

www.iteptestleri.com



INDUSTRY FOCUS

- Aerospace & AOG
- Automotive
- Chemicals
- Fashion & Garments
- Health Care & Life science
- E-Commerce

SPECIAL SERVICES

- Heavy Lift & Projects
- Ship spares & Marine logistics
- Live animals

MEMBERSHIPS

IATA, FIATA, utikad, İSTANBUL TİCARET ODASI 1882, DEiK, İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz Bölgeleri DENİZ TİCARET ODASI

CERTIFICATES

ISO 9001:2015, ISO 27001, GDP GOOD DISTRIBUTION PRACTICE CERTIFIED, TİO



info@geneltransport.com.tr
www.geneltransport.com.tr

GENEL TRANSPORT
Since 1988