



Türkiye ve Lojistik

Ömür KANALCI

Lojistik, çok kısa bir tanım ile üreticinin üreticisinden, müşterinin müşterisine kadar bir zincirde, doğru malzemenin doğru zamanda bulundurulmasını sağlayan faaliyetlerin tümüdür.

Bazı yerlerde lojistik hizmetler bir bütün olarak algılanırken bazı yerlerde de henüz bu tanımın içi doldurulmaya çalışılıyor.

Ülkemizde de lojistiği çağdaş tanımı ile buluşturma konusunda çalışmalar yapan birçok dernek ve kurum bulunuyor.

Sektörde faaliyet gösteren şirketler, önceki dönemlerde sadece malların hareketini izlerken, son dönemde depolamanın içine girdiği çalışma şekilleri ile lojistiğin asıl boyutuna doğru taşınmaya başladığı görülüyor.

Lojistik genel olarak dağıtım gerektiren, pahalı zincir mağazalara ulaşan, paletle taşınan ve raflanabilen ürünler için daha popüler olan bir hizmet.

Lojistiğin bel kemiği olan taşımacılık tarafında ise uluslararası taşımacılık yapanların tercihi, karayolu.

Küçük ölçekteki ihtiyaçlara karşılık verebilmesi, adresten alınıp adrese kadar açılmadan taşınabilmesi ve parsiyel yüklerin birleştirilerek yollanmasına olanak sağlaması, bu tercihin nedenleri olarak sıralanıyor.

Talep gören bir diğer nakliye şekli ise; deniz yolu ile konteyner taşımacılığı.

Acelesi olmayan, taşıma maliyetinin önemli olduğu mallar için tercih edilen denizyolunun gelişmesinde de dünyanın her ülkesine denizyolu ile taşıma yapabilecek ağ yapısının kurulmuş olması önemli.

Son beş yıldır lojistik sektörünün kombine taşımacılık üzerinde durduğu dikkat çekiyor.

Bu çalışma şeklinin amacı, kısa mesafede karayolu ile taşınan yüklerin uzak mesafelere demiryolu ve denizyolu ile taşınmasını sağlamak ve yüklerin aynı kabın içinde farklı taşıma modelleri kullanılarak ulaşacağı yere taşınmasıdır.

Gelecekte büyük ölçekli kombine taşımacılık ile büyük lojistik köylerinin kurulması sözkonusu.

Yükler büyük ölçekli olarak taşınacak ve depolanacak.



Türkiye'nin yurtiçi ve yurtdışı lojistikteki pazar değeri ortalama 23 milyar dolar.

Lojistik şirketleri ve hizmet sağlayıcıların kapasiteleri dikkate alındığında, lojistik potansiyelinin 7.4 ila 11.8 milyar dolar arasında, pazarın ise 2.5 milyar ila 4 milyar dolar aralığında olduğu ortaya çıkıyor.

Pazarın potansiyelinin yüzde 25 olmasının ve lojistik pastasının sınırlı kalmasının bir nedeni de, lojistik tanımı içine giren birçok faaliyetin hala üretici işletmeler tarafından yürütülmesi sebebiyle lojistik hizmetlerdeki outsource oranının düşük olması.

Lojistik hizmetlerin sektörlere göre dağılımı

SEKTÖRLER	PAZAR	LOJİSTİK POTANSİYEL	LOJİSTİK PAZAR
Hızlı Tüketim Malzemeleri	25-30 B\$	300 M\$	150 M\$
Şekerli Ürünler	1-1.5 B\$	80 M\$	50 M\$
İnşaat Malzemeleri	1.5 B\$	120 M\$	80 M\$
Boya Sanayi	600 M\$	60 M\$	30 M\$
İlaç Sektörü	3 B\$	200 M\$	150 M\$
Tekstil	5 B\$	500 M\$	250 M\$
Otomotiv Yedek Parça	3 B\$	250 M\$	150 M\$

Sektörde bir diğer önem taşıyan konu ise bilişim kullanımı.

Verilen hizmetler açısından bilişim kullanımı sektörde önem taşıyor.

Sektörde kullanılan yazılımlar, kurumsal kaynak planlama, depo yönetim sistemleri, nakliye yönetim sistemleri, ileri planlama sistemleri, uydu araç takip sistemleri, sipariş sistemleri, veri tabanı yönetimi, elektronik veri değişimi, İtranet ve ekstranet, POS takip sistemleri, web tabanlı kataloglar ve operasyonel programlar olarak sıralanabilir.

Lojistik şirketleri bu yazılımlarla envanter kalemi yönetiminden yük takibine, depo yönetiminden nakliye rotalarının belirlenmesine kadar birçok faaliyeti takip edebiliyor.

Son yıllarda ise sektörde teknoloji kullanımında RFID (Radio Frequency Identification) teknolojisinin öne çıktığını görüyoruz.

Lojistik ve kargo birbirine sıkça karıştırılan iki kavram.

Amacı, ürünü doğru yer ve zamanda, üretildiği kalitede ve uygun fiyata müşteriye sunabilmek olan lojistik tanımında, kargo, lojistiğin 50 kg.'a kadar olan bir ürünün bir noktadan alınıp diğer noktaya taşınması hizmeti olarak konumlanıyor.

Bu bağlamda, kargo aslında lojistik içindeki bir taşımacılık ayağı olarak karşımıza çıkıyor.

İşletmelerin verimlilik hedefleri açısından kargo kullanımı, hız ve maliyet anlamında oldukça önemli.



Çünkü günümüzde gerek ürün, gerekse evrak gönderimi anlamında hızlı olmak tüm iş süreçleri için önem taşıyor.

Bu noktada hizmet veren kargo şirketleri de önem kazanıyor.

Hemen her sektörde önemli bir bileşen olan lojistik, satınalma, ithalat, ihracat, depolama, stok, kontrol, nakliye, araç-kargo takibi vb. faaliyetlerin tümünü kapsıyor.

Günümüzde faaliyet gösteren lojistik şirketlerinin sunduğu klasik hizmetler sıralanacak olursa; depolama, taşıma ve gümrükleme, kişiselleştirme, çapraz sevkiyat, yolda birleştirme, toplu modifikasyon, üretimde erteleme, müşteriye özel işlemler (etiketleme, paketleme, palet bozma, yeniden paketleme) gibi kompleks süreçleri de içine alıyor.

Tüm bu süreçler ise dünya üzerinde gün geçtikçe artan sayıda işletmenin kullandığı otomatik tanıma ve veri toplama OT/VT teknolojilerinin kullanımını gündeme getiriyor.

Her sektörde olduğu gibi lojistik şirketlerinin geleceği de, sağladığı katma değer ölçüsünde sağlamlaşıyor.

Bu bağlamda, sektörde depo ve antrepo yönetim sistemleri, kargo teslimat sistemleri, yolcu ve bagaj sistemleri başta olmak üzere OT/VT teknolojileri kullanılarak toplanan verilerin işlenmesi ve raporlanmasından doğan sonuçlar hem müşteriler hem lojistik şirketleri açısından önem taşıyor.

Batısında ciddi bir üretim alanı, doğusunda ciddi bir tüketim alanı bulunan ülkemize coğrafi konumun getirisi olan bu ayrıcalık, bölgede lojistik bir üs olma şansını da beraberinde getiriyor.

Ancak, lojistik üs olmak için coğrafi konum tek başına yeterli değil.

Bu şansın kullanılmasında kamunun rolü çok önemli.

Kamunun, taşımacılığı geliştirecek yapılara yönelmesi ve bütün gümrük kapılarının da iyileştirilmesi gerekiyor.

Ülkemizde lojistik tablosuna bakıldığında çok da büyük olmayan bir lojistik pastası ile karşılaşılıyor.

Türkiye'nin en büyük kuruluşları içinde yüzde 22 oranında dışarıdan hiçbir lojistik hizmeti satın almayan kuruluş bulunması, durumun en önemli göstergelerinden.

Pazarda bulunan şirketler lojistik hizmet vermek yerine taşımacılık ve dağıtım hizmetleri sunuyor ve yönlendirilmelerinin de üretici kuruluşlar tarafından yapılması nedeniyle katma değer yaratılamıyor.

Dağıtım, taşımacılık ve depolama hizmetleri yüzde 70 oranında üretici şirketler tarafından yerine getiriliyor.



Türkiye’de bulunan 25 milyarlık potansiyelin pazar haline gelebilmiş 3-3.55 milyar dolarlık kısmı da çok sayıda küçük ölçekli kuruluş tarafından paylaşılıyor.

Türkiye’nin en büyük 70 lojistik şirketine bakıldığında ise, yüzde 70-80’inin nakliye ve depolama, yüzde 50-60’ının depo içi, yüzde 35’inin kalite kontrol hizmetlerini ve yüzde 20’sinin ise hafif montaj işlemlerini gerçekleştirdiğini görüyoruz.

Taşımacılıkta denizyolu taşımacılığının ağırlıkta olduğu görülüyor.

Dış ticaretimizin miktar açısından yüzde 86.3’ü denizyolu ile gerçekleştiriliyor.

Bu ağırlığın ortaya koyduğu limanlardaki altyapı yetersizliği, faaliyete geçirilen özelleştirme süreci ile çözülmeye çalışılıyor.

Ancak halihazırda bulunan gümrük mevzuatı ile 1 haftayı bulan aktarma süreleri, birkaç saatte gerçekleştirilebilecek aktarma sürelerine karşılık sıkıntı yaratabiliyor.

Öte yandan TCDD ise, lojistik anlayışını benimseyerek eşya taşımacılığını sektörün beklentileri yönünde düzenleyecek plan ve programların çalışmalarını sürdürüyor.

2005 yılı Nisan ayında yayınlanan devlet demiryollarını özel sektöre ait trenlere açan yönetmelik ve sanayi bölgelerine kılcak ağlarla demiryolu getirilmesine yönelik proje bunlardan bazıları.

Eşya taşımacılığında dış ticaretimizde karayolu yüzde 11.3’lük bir orana sahip.

Değer açısından yüzde 36.1’lik bir oranı olan karayolu taşımacılığında yeni taşıma yönetmeliği yetki belgeleri ile ilgili birçok düzenleme yaparken eşya taşıyıcıları için sıkıntı yaratıyor.

Tepkiye sebep ise yönetmeliğin zorunlu kıldığı yetki belgeleri için aranan yüksek mali koşullar.

Hava kargo sektörünün ise istenilen düzeyde olduğunu söylemek güç.

Atatürk Hava Limanı yakınına bir “Hava Kargo Köyü” kurulması yönünde yapılan girişimler kabul görmüş olmasına karşın başlatılmış bir çalışma bulunmuyor.

Lojistik fırsatlar

Türkiye, dünya ekonomisinin ortasında yer alan konumu ile lojistik olarak da önemli bir potansiyel unsur olma özelliği taşıyor.

Nereden 3 saatlik bir uçuşla 600 milyonluk bir tüketim alanına ulaşabilir ya da nereden yola çıkarak bulunduğunuz yerden alınan bir giysiyi 48 saat içinde Londra’daki mağaza vitrinine ulaştırabilirsiniz? sorularına cevap verebilen bir nokta olarak, lojistiğin ülkemize sunduğu ciddi olanaklar bulunuyor.



Ancak bu olanakların lojistik sektörü için tam olarak kullanıldığını söylemek pek mümkün görünmüyor.

Uzun yıllardır yatırım yapılmayan demiryolları, TCDD limanlarının altyapı eksiklikleri, gümrük altyapısındaki zorluklar birer engel olarak karşımıza çıkmasına karşılık son yıllarda TCDD'nin yeni yönetmelik uygulamaları, limanlarımızda yaşanan özelleştirme çalışmaları ve AB uyum sürecinde mevzuatta yapılan düzenlemeler daha iyimser bir tablo çiziyor.

Lojistik üs olabilmek için bu düzenlemelerin zaman geçirmeden tamamlanması gerekiyor.

Lojistikte taşımacılar açısından bir başka avantaj ise, uluslar arası taşımacılığın Türkiye'ye döviz getirici bir faaliyet olarak kullanılabilmesi alternatifi.

Bu alternatif Avrupa içinde taşımacılık yapılarak, ihracat için giden araçların boş dönüşünü de engellemiş oluyor.

Lojistik fırsatlar içinde diğer unsurlar arasında ülke içinde kuzeybatıda yoğunlaşan üretim ve tüketim, büyük şehirlerdeki dağıtımdan kaynaklanan potansiyel ve kara nakliyesinde maliyet düşüklüğü de yer alıyor.

Üniversitelerde, lojistik sektöründe çalışacak nitelikli eleman yetiştiren yüksek okulların bulunması, bilgi paylaşımı ve işbirliği yapacak derneklerin ve sektöre bilişim altyapısı için destek verecek kurumların varlığı lojistik konusunda ülkemizin diğer artı değerleri.

Üretimin çok olduğu batı ve tüketimin artması beklenen CIS (Bağımsız Devletler Topluluğu) ve Ortadoğu ülkeleri arasındaki lojistik üs olma potansiyelini ete ve kemiğe büründürmek için Türkiye'nin sadece bu değerleri bilinçli kullanması gerekiyor.

Teknoloji kullanımı son derece düşük!

Lojistik sektöründe bilişim kullanımı ülkemizde yaygınlaşmamış durumda.

Yazılım kullanımı ile ilgili olarak yapılan bir araştırmaya göre, yazılım kullanımı da oldukça düşük.

Lojistik tüm işlemlerde yüzde 100 yazılım kullanımı gerektirdiği halde, önemli operasyonlarda bile bu oran yüzde 50'nin altında.

Sektörde operasyonel programlarda bile uygun yazılım kullanmak yerine geleneksel yöntemlerle çalışmaya çabalanıyor.

Yurtdışında çokça kullanılan el terminalleri ise, kargo dışında lojistik sektörümüze girmemiş durumda.



Lojistik sektörümüzü neler bekliyor?

Bundan sonraki süreçte lojistik şirketlerinin taşıyon olarak çalışmak durumunda kalmamaları için lojistik tanımının içini doldurarak çalışmaları gerekiyor.

Ayrıca belli konularda uzmanlaşma ve konsolidasyonlar sözkonusu.

Belirli konularda verdikleri hizmetleri yoğunlaştıran şirketler uzmanlıklarını diğer kurumlarla birleştirerek hizmet kapasitesini artıracak.

Müşterilerin isteği doğrultusunda hizmet kavramı değişecek.

Değişen hizmet kavramı ise müşteriye özel çözümleri gündeme getirecek.

Farklı sanayi dallarında bulunan işletmelerin birbirinden farklı olan lojistik ihtiyaçları için müşteriye özel ürünler geliştirilecek.

Bu nedenle uzmanlaşmaya yönelmiş yeni lojistik hizmetleri sunan şirketleri yakında ülkemizde daha yaygın olarak görülecek.