



AVRUPA BİRLİĞİNE ÜYELİK SÜRECİNDE KÜRESEL LOJİSTİK ÜS OLMA YOLUNDA TÜRKİYE

Eyüp AKÇETİN*

Özet

Türkiye'nin kıtalar arasında bir köprü vazifesi görmesini sağlayan konumu Avrupa, Asya ve Afrika arasında ulaşım bağlantılarının kurulabileceği anlamına gelir. Son yıllarda Türkiye'nin bu konumu, tarihte olduğu gibi yeniden bizlere büyük fırsatlar sunmaya başlamıştır. Türkiye'nin önüne çıkan fırsatları verimli değerlendirebilmesi için yapması gereken çok şey vardır. Bunların başında lojistik merkezlerin kurulmasının geliştirilmesinin ve ulaştırma modlarının birbirine paralel ve dengeli olmasının sağlanması gelir. Yapılması gereken daha önemli işler ise denizcilik sektöründe ciddi adımların atılması ve denizciliğimizin geliştirilmesi, bunun yanında her bir limanın lojistik merkez haline getirilmesi, limanların ve liman hinterlandlarının sadece kara yolu ile değil diğer modlarla da desteklenmesidir. Ayrıca lojistik süreçte toplama, dağıtım, depolama ve sınıflandırma bunun yanında konteynerlerin çeşitli ulaştırma yöntemleri ile nakledilmesi işlemleri için bütün ilgili tarafların bir araya geldiği başlangıç ve bitiş noktaları işlevini gören lojistik merkezler ticaret hizmetlerini daha verimli hale getirir. Bürokratik işlemlerin tümü tek bir noktada tamamlanabilir. Bu durum verimliliği artırarak ülke ekonomisine katkıda bulunur. Türkiye'nin yakın gelecekte küresel lojistik üs olması bu etmenlerin gerçekleştirilmesi ile mümkün gözükmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Lojistik Merkezler, Tedarik Zincirleri, Küresel Lojistik, Ticaret, Ulaştırma.

TURKEY ON THE WAY OF BECOMING A GLOBAL LOGISTIC CENTER DURING THE ACCESSION PROCESS TO THE EUROPEAN UNION

Abstract

The location of Turkey, which acts as a bridge between continents, means transportation links can be established between Europe, Asia, and Africa. In recent years, this position of Turkey started to offer great opportunities once again, as it did in the past. There are so many things to be done to be able to assess opportunities efficiently. Among them, the first one is to establish, to improve logistic centers, and to build parallel and balanced. Transportation modes. Another and more important one is, to take serious steps in marine sector, to improve maritime. Additionally, each port has to be converted into logistic centers, and ports and port hinterlands must be supported not only by highways but also with other modes. Furthermore, logistic centers involving all the related parties, acts as both start and finish for the logistic processes which involves collecting, storing, distributing, classifying, furthermore transporting containers by means of several transportation modes. As a result, trade centers work more efficiently. All the bureaucratic processes can be directed from one center, which will speed up procedures and thus will improve effectiveness. It seems possible that, if necessary steps taken as mentioned above, Turkey can be a global logistic base in the future.

Key Words: Turkey, Logistics Centers, Supply Chains, Global Logistics, Trade, Transportation.

* Öğr. Gör., Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Deniz İşletmeleri ve Yönetimi Yüksek Okulu, ZONGULDAK, e.akcetin@gmail.com

GİRİŞ

Bir ülkenin gelişimi için olmazsa olmaz şart; yatırım, ticaret ve ulaşım zincirinin sağlıklı çalışmasıdır. Sürdürülebilir kalkınma buna bağlıdır. Yurdun her tarafında aynı seviyede ulaşım ve haberleşme altyapısının sağlanması zenginlik merkezlerinin ülkenin her tarafına yayılması ülke sanayisinin gelişmesinde büyük öneme sahiptir. Ülke ekonomisinin bölgeleri ile bütünleşmiş biçimde gelişmesi ve büyümesi ancak gelişmiş ulaşım altyapısıyla olur. Ülke ekonomisini, vücuda benzetecek olursak; ulaşım ağları ülkenin damarları, lojistik köyler (merkezler) de kalbidirler. Ülke ekonomileri ancak ulaştırma politikalarının, sanayi politikalarını desteklemesi ile gelişir ve büyürler.

Dünya üzerinde kaynakların her çeşidine sahip bir ülke yoktur. Yani ihtiyaç duyduğu her şeyi kendi kaynakları ile üretebilecek bir ülkeden bahsetmek oldukça zordur. Her ülke değişen oranlarda birbirleri ile ticaret yapmaktadır. İthalat ile ihtiyaçlarını karşılayan ülke, ihracatla diğer ülkelerin ihtiyaç duyduğu ürünleri o ülkelere satmaktadır. Nasıl ki bir insan kendi başına ihtiyaçlarını karşılayamaz ve diğer insanların ürettiği hizmet ve ürünlere ihtiyaç duyarsa aynı şekilde ülkeler de ihtiyaç duyduğu her kaynağa sahip olmadıklarından diğer ülkelerin doğal kaynaklarına, teknolojilerine, ucuz işçiliğine, insan gücüne zorunlu olarak ihtiyaç duyar. Kısacası ithalat yapılmadan iç ekonominin sürdürülmesi, ihracata yönelik üretim yapılması zordur. Bu nedenle ulaşım, ülkeler arasındaki bu zaruri muhtaçlığı karşılıklı olarak giderme noktasında önemli görevler üstlenir (Melemen, 2008: 253). Ulaşımın bir diğer önemli ekonomik fonksiyonu da bölgeler arası kalkınmışlık farkını eşitleyerek ülke ekonomisinin dağınık bir şekilde değil de bütünleşik olarak kalkınmasını sağlamasıdır. Hatta ülkeler arası kalkınmışlık farkını bile eşitleyebilir ve ülkeler arası karşılaştırmalı üstünlük esasına göre ülkelerdeki üretim verimliliğini artırabilir (Aren, 2009: 233-239). Bu nedenle sanayi politikasının önemli unsurlarından birinin lojistik olduğu göz önüne alınmalıdır. Günümüzde gelişmiş ülkelerin ihtiyaç duyduğu enerji kaynakları Türkiye'nin ya güneyinde ya kuzeyinde veyahutta doğusunda yer almaktadır. Türkiye bu nedenle dünyada doğal bir lojistik merkezdir. Bundan dolayı bu makale Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne giriş sürecinde, sahip olduğu son derece önemli ticari konumuna ve bu konumun ortaya çıkarmış olduğu fırsatlara değinmek için kaleme alınmıştır.

1. LOJİSTİK MERKEZLER VE KÜRESEL DÜNYA EKONOMİSİ

“Lojistik merkez, hem ulusal hem de uluslararası düzeydeki nakliye, lojistik ve eşya dağıtımı ile ilgili tüm faaliyetlerin muhtelif işleticiler tarafından yürütüldüğü belirli bir bölgeyi tanımlar. Lojistik merkezlerde taşımacılık, intermodal faaliyetler ve lojistik faaliyetlere odaklanır ve bu merkezler genellikle metropol bölgelerin dışında kalan, farklı taşıma türleri bağlantılarına yakın olan bölgelerden seçilir. Bu merkezlerde nakliye ve lojistikle ilgili faaliyetleri gerçekleştiren işleticiler, inşa edilen binaların sahibi ya da kiracıları olabilmektedirler” (Izto, 2009).

Karayolu, demiryolu, denizyolu ve yerine göre havayolu erişimi ile kombine taşımacılık imkânlarının olduğu depolama ve ulaştırma hizmetlerinin birlikte sunulduğu lojistik merkezlerin önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Lojistik köyler (merkezler), uluslararası limanlar ve hava alanları olarak tanımlanırlar. Küresel olanlar kıtaların uçlarında yer almaktadırlar. Bu merkezler demiryolu bağlantısı ile desteklenmekte, depolama, elleçleme, paketlenme, etiketlenme, geri dönüştürme ve hatta üretim yapılabilmektedir. Hong Kong, Antwerp, Rotterdam, Hamburg, Singapur, Dubai, Tokyo, Los Angeles, New York, Paris liman ve hava alanları en önemli lojistik merkezler arasında yer almaktadırlar. (Stopford, 2009: 345-383). Bazen de liman ile hava alanı iç içedir. Eğer iç içe değilse bile demir ve kara yolu ile birbirlerine bağlanmışlardır.

Global lojistik denince akla ilk gelen mesafenin uzaması ve müşteri çeşitliliğinin artmasıdır. Müşteri çeşitliliği artınca müşteri beklentileri de beraberinde değişmekte ve çeşitlenmektedir. Global lojistik bu yüzden tüm ulaştırma türlerini verimli kullanan ve bütünleştiren bir sistem diye tanımlanabilir. Global lojistik kavramı ulaştırma modlarının ve diğer lojistik faaliyetlerin optimum düzeyde verimli kullanılmasını gündeme getirmiştir (Gourding, 2002: 84-85). Aşırı rekabet baskısı, *think global act local** düşüncesini küresel lojistikte çok derinden hissettirmiştir. Günümüzde çok uluslu şirketlerin küresel lojistik olmadan anlaşılması mümkün değildir. Büyük petrol şirketleri petrolü bir yerden çıkarırken, ulaştırırken, depolarken, rafine ederken hep farklı lojistik çözümler kullanırlar. Tüm bu çözümler birbirine bütünleşiktir. Bu bütünleşme çok uluslu şirketlerin tüm dünyada yaygınlaşmasını ve kârlı hale gelmesini sağlamıştır. Uluslararası ticarette ulaşamadığınız ekonomilerin pazarı ne kadar büyük olursa olsun sizin için bir anlam ifade edemeyecektir. Aynı şekilde bir ürün ne kadar kaliteli olursa olsun pazara arz edilmedikçe ekonomik bir değeri de olmayacaktır. O halde kaliteli ürünün pazara arz edilmesini sağlayan bu önemli sürecin titizlikle ele alınması gerekir. Eğer kaliteli bir ürün kaliteli hizmet alt yapısı ile desteklenmez ise küresel rekabet ortamında uzun ömürlü olması zordur. Dış kaynak kullanımında tam bu noktada küresel işletmelerin gündemini işgal etmeye başlamıştır.

Bir şirketin istenilen ürünü veya hizmeti üretecek kapasitesi olmadan, belli piyasalarca talep edilen ürün miktarını üretmek ve belli pazarlara sunmak için üretimi yapmak isteyen işletmenin, kendi bünyesinde olmayan ve teknik uzmanlık gerektiren bazı işlem ve süreçleri dış kaynağa bağımlı olarak temin etmesine dış kaynak kullanılması denir (Greaver, 1999: 160). Dış kaynak kullanımının amacı rekabetin zorlu olduğu küresel ekonomilerde uzmanlaşmış kuruluşlardan yararlanıp ana işe odaklanarak kaliteli hizmet ve ürün arz ederek rekabetçi avantaj elde etmektir. Dış kaynak kullanımının sağladığı başlıca avantajlar: Ana işe odaklanmak, maliyetin azaltılması, sabit maliyetin değişkene dönüştürülmesi, maliyetlerin önceden bilinmesi ve belirlenmiş hizmet düzeyidir (Schniederjans, M.J., v.d. 2005: 24-31). Örneğin; Türkiye’de ev aletleri grubunda üretim yapan bir firma müşterilerine, arızalanan ürünlerini müşteri hizmetlerine bildirmeleri halinde arızalanan ürünleri evlerinden almayı ardından tamir edip evlerine teslim etmeyi vaad etmektedir. Aslında ürünü evden alıp, tamir eden ardından eve teslim eden lojistik firmalarıdır. Böylece üretimi yapan firma bu tür işlere ayıracağı zamanı ar-ge’ye ayırarak rekabetçi üstünlük oluşturmaktadır. Ayrıca müşteri beklentilerine, ‘kaliteli ürün kaliteli hizmetle var olur’ felsefesi ile cevap vermektedir. Bu tür stratejik iş birlikleri, dış kaynak kullanımının ve uzman lojistik firmalarının paydaşlarına sağladığı avantajlar açısından vurgulanması gereken önemli noktalardır. Rekabetin giderek yoğunlaştığı bu alanlarda, Türkiye’nin, Ortadoğu ve Avrupaya bu tür hizmetleri vermek için ön plana çıkaracak atılımlar yapması lojistik merkezlerin kurulması ve geliştirilmesine bağlıdır.

* Think global act local: Küresel düşün, yerel hareket et.

Bir un fabrikasının tüm Orta Doğu'ya kendi bünyesinde ürün dağıtımını yaptığı düşünülürse; söz konusu fabrikanın üretim hacmine bağlı olarak dağıtım gücünün olması gerekir. Örneğin günlük 200 ton un ve unlu mamul ürettiğini düşünülürse bir günde bu 200 tonluk ürünlerin dağıtımını için araç başına 20 ton'dan en az 10 tane uzun ve geniş araca ve bu 10 aracı idare edecek 12-13 şoföre ihtiyaç vardır. Araç sayısının 10 olmasına rağmen şoför sayısının 12-13 olmasının sebebi araç şoförlerinin hastalığında ya da acil durumda yedeklenecek olmasıdır. Aynı zamanda bu araçların filo takibi için en az 2 personele, araçların tamir bakımı için yine 2 personele ihtiyaç vardır. Ayrıca işin bir de depolama kısmı var. Tüm bu işkollarını tek bir merkezden idare etmek hem güçtür hem de israfa neden olur. Örneğin İran'dan talep edilen 10 tonluk un için araç yönlendirildiğinde araç yarı boş olarak İran'a teslimat yapacak ve birim ürün başına ulaştırma maliyetini ve çevre kirliliğini artıracaktır. Bu araç geri dönüş yükü yüklemeye de özen göstermeyecektir çünkü un fabrikasının araç olduğundan lojistik ile profesyonel anlamda uğraşmadığından eksik kapasite kullanmak zorunda kalacaktır. Hem lojistik hizmet olarak hem de üretim olarak maliyetlerin artmasına sebep olacaktır. Örneğin araç 20 ton yerine 10 ton ile yola çıktığını düşündüğümüzde % 50 boş kapasite ve birim ürün başına 2 kat ulaştırma maliyeti olurken, birde söz konusu bu aracın geri dönüş yükü bulmadan fabrikaya dönmesi ve boş yere yakıt tüketmesi yine gidiş dönüş hacminde % 50'lilik bir kayba neden olur. Bunları topladığımızda % 75'lik bir atıl kapasite ortaya çıkmaktadır. Bu konuyu biraz açacak olursak aracın kapasitesi 20 ton idi, araç gidişte 20 ton dönüşte 20 ton yük ile çalıştırılırsa toplamda 40 ton yük elleçlemiş olunmalıdır. Yani aracın sefer başına toplam taşıyacağı yük miktarı 40 tondur. Fakat araç 10 ton yük ile yola çıktığını varsaymıştık. Dönüş yükü almadan geri döndüğünden $10 + 20 = 30$ tonluk atıl bir kapasite oluşmuştur. Aracın gidiş dönüşte toplam taşınması gereken yük 40 ton ise $40 - 30 = 10$ ton yük eder. Bu durum şunu göstermektedir. Un fabrikasının kendi yaptığı lojistik hizmet ile araç başına verimliliği % 25 (10/40) gibi çok düşük bir verimliliktir. Dolayısı ile birim başına ürün maliyeti ve çevre kirliliği artmıştır. Üstelik un fabrikasının işi un ve unlu mamul üretmek ise rekabet etmek için kendi ana iş koluna odaklanması ve o alanda kaliteli ürünler üretmesi gerekmez mi?

Küresel dünyada rekabet, rakip şirketler arasında değil, rakip şirketlerin içinde bulunduğu tedarik zincirleri arasında yaşanmaktadır. Bu yarış aynı zamanda ve esasında bu şirketlerin tedarik zincirini yöneten bütün personel arasında da yaşanmaya başlamıştır. Çünkü zincirin en düşük maliyette, en yüksek kalitede ve en yüksek tepki hızında olması müşteri memnuniyeti açısından çok önemlidir. En hızlı, en güçlü, en iyi çözüm üreten, en uygun fiyatta en kaliteli hizmeti verebilen, bir anlamda da bunu başarabilecek personele sahip belli sayıda şirketler zinciri ayakta kalacak ve pastadaki paylarını büyüteceklerdir (Lee, 2007: 87-113). Rekabetçi üstünlüğüne odaklanmış firmalar kendi bünyesinde bulunan depolama, dağıtım, paketleme, geri dönüşüm, gümrükleme gibi hizmetleri başka firmalara kendi adına yaptırmaya başlamışlardır. Bu işlere ayırdıkları zaman, emek ve parayı asıl faaliyet alanlarına aktararak rakiplerinin önlerine geçmeye başlamışlardır. Sonuçta dağıtım için, filo ve depo yönetimi gibi özel uzmanlık alanı isteyen işleri bırakarak ana işlerine odaklanmışlardır. Bu durum yarım kamyon siparişi diğer yarım kamyonluk gönderiyi birleştiren uzman lojistik firmalarının doğmasına ve etkin kaynak kullanımı ile israfın ve çevre kirliliğinin önüne set çekilmesi açısından faydalı olurken lojistik maliyetleride aşağı çekerek birim ürün başına giderleri düşürerek verimliliği artırmıştır. Uzmanlaşan üretim gücü rekabeti şiddetlendirmiş ve şiddetlenen rekabet tedarik zincirlerine doğru hızla kaymaya başlamıştır. Çünkü artık dünyanın her yerinde belirli bir üretim gücü oluşmuş durumda ve çok ucuz iş gücü ile üretilen

kaliteli ürünlerin rekabetinde çok şiddetli rekabet olduğundan ürünün teslimat süresi, geri dönüşümü, garanti ve tamir süresi gibi hususlar ön plana çıkmıştır.

Küresel ekonomilerde asıl avantajın ne emek bolluğunda, ne doğal kaynak zenginliğinde, ne de iklimsel özelliklerdedir. Elbette kaynak donanımı ve iklimsel özellikler çok önemlidir. Lakin bugünün ekonomik yapısı, bu yapının işleyişi ve uluslararası ticaretin sonuçları dikkate alınacak olursa asıl avantajları başka yerlerde aramak gerekiyor. Örneğin teknolojik planda, finansal planda, ulaşımda, (özellikle de deniz ulaşımında) haberleşmede, iletişimde ve sigortacılık gibi alanlarda üstünlük sağlayan bir ülkenin, uluslararası ilişkilerden ve ticaretten kârlı çıkması doğaldır. Gerçek avantaj, herhangi bir kaynağa diğerlerinden daha fazla sahip olmaktan çok üretimi mümkün olan en düşük maliyetle organize ederek uygun maliyet ve yüksek kalite ile pazara sunmaktır. Aksi halde, Asya'nın emek avantajından Afrika'nın doğal kaynak avantajından söz etmemiz gerekirdi. 1970'li yıllarda üçüncü dünya, petrol dışında on iki temel ürünün ihracatından 30 milyar dolar sağlıyordu. Bu ürünlerin piyasada 200 milyar dolara satıldığı tahmin ediliyor. Aradaki fark kuzey yarım küredeki gelişmiş ülkelere ait işletmelerin katma değerini oluşturmaktadır. Bu işletmeler 170 milyar dolarlık katma değeri daha çok bahse konu ürünlerin lojistik hizmetlerinden elde etmekteydiler. Öte yandan bir tablet çikolatadaki kakao, söz konusu çikolatanın satış fiyatının % 10'una eşit olduğu düşünülünce katma değer yaratan faaliyetler; bir ürünü üretmekten ziyade ürünün paketlenmesi, barkodlanması, etiketlenmesi, depolanması, dağıtımının yapılması ve tersine lojistiğinin yapılarak gerekiyorsa geri dönüştürülmesi gibi süreçlerdir. (Kacoman, 2007). Çünkü küresel ekonomiler, üretimi çok ucuza mal edebildiğinden rekabet alanlarını katma değeri yüksek olan lojistik faaliyetlere kaydırmaktadırlar. Bu durum lojistikte yeni bir kavram olan niş lojistik kavramını doğurmuştur. Niş lojistiği müşteri ve ürün odaklı lojistik çözümler bütünü diye tanımlayabiliriz (Skjott-Larsen, v.d., 2007: 283-284). Müşteri odaklı ve ürün odaklı lojistik hizmetini, etkin, hızlı ve verimli bir şekilde sağlamanın yolu dünyadaki doğru noktalara lojistik merkezler kurmaktan geçmektedir. Türkiye son yıllarda uluslararası lojistik şirketlerin yoğun olarak yatırım yaptığı ülkelerdendir. Türkiye'nin genç nüfusu göz önüne alınca küresel düzeyde atılımlar yapacak lojistik şirketler kurması ve geliştirmesi çok da zor gözükmemektedir. Ayrıca lojistik sektörü yoğun emek gerektiren sektörlerin başında gelmektedir. Genç nüfusumuz ve işsiz sayımız çok olduğundan emek yoğun sektörlerin Türkiye'nin kalkınması açısından olumlu yönde kaldıraç etkisi yapması mümkün olabilir.

Son yıllarda yaygınlaşmaya başlayan internetten alış-verişin de artması Türkiye'deki lojistik firmalarının büyümesi için gerekli ortamı hazırlamış ve uluslararası firmalarla rekabet edebilecek kargo şirketlerini doğurmuştur. Önümüzdeki yıllarda bu gelişmelerin artarak devam edeceği tahmin edilmektedir. Bir araştırma şirketi olan Nielsen'in geçtiğimiz haziran ayı içerisinde yaptığı "Global Trends in Online Shopping"* araştırmasına göre dünyada insanlar gelecek 6 ay içerisinde online olarak % 44 oranla kitap almayı düşünmekte. Kitabı % 36'lık oranla giyim eşyaları, % 32'lik oranla uçak biletleri, % 27'lik oranla elektronik eşya, % 26'lık oranla otel ve tur rezervasyonları ve % 22'lik oranla kozmetik izlemektedir. Çeşitli ülkelerden 27,665 kişinin katıldığı bu araştırma bizlere şunu göstermektedir. Önümüzdeki yıllarda internet ile birlikte mağaza kavramı önemli bir değişim içine girerek rekabet alanlarını lojistik üzerine yoğunlaştıracaklardır (Nielsen, 2010). Bugün çeşitli gazete ilanlarında sıkça rast geldiğimiz, *'kargo parasını ödeyene kitap hediye'* sloganıyla ortaya çıkan reklamlar

* Global Trends in Online Shopping: Online alış verişte küresel eğilimler.

bile lojistiğin günümüz koşullarında sadece taşımacılık ya da depoculuk hizmeti sağlamakla kalmadığını göstermektedir. Bu hizmetlerin yanı sıra lojistik hizmet sağlayıcısı müşterinin sıkı bir partneri ve kâr ortağıdır. Çünkü hediye edilen kitap içerisinde lojistik hizmet bedeli vardır. Böylece lojistik firma partneri ve kendi adına tahsilât yapmakta ve müşterisi ile kâr ortağı olmaktadır. Yine bu ürün için lojistik firması hizmet verdiği müşteri ile beraber müşterisinin müşterisi için katma değer oluşturmaktadır. Öte yandan bir kuruluşun böyle bir uygulamayı kâr etmek yerine halkın bilinçlenmesi için yaptığını varsaysak bile uygulamanın yapılabilmesi için yine lojistik hizmeti sağlayacak bir ortağa ihtiyacı vardır.

2. KÜRESEL LOJİSTİK SEKTÖRÜ VE TÜRKİYE

Avrupa'da yer alan lojistik merkezlere göz attığımızda, İtalya'da 25, İspanya'da 22, Danimarka'da 6, Fransa'da 2, Macaristan, Portekiz, Yunanistan, Ukrayna ve Lüksemburg'ta 1 adet olmak üzere Avrupa'da 60'ın üzerinde lojistik merkez tanımına giren yapılanma mevcuttur. Yaklaşık 2 bin 400 adet taşıma işletmecisi bu merkezlerden yararlanmaktadır. Tüm ulaşım bağlantıları arasında ve farklı taşıma türleri arasında koordinasyonu sağlamak, bir lojistik merkezin en önemli görevidir. Bu yüzden Avrupa'daki lojistik merkezlerin çoğu nakliye ve dağıtım faaliyetleri için birer üs konumunda olan yerlerde; yani demiryolu, otoban ve deniz arterleri yakınında kurulmuştur ve hepsi buldukları büyük şehirlerin 40 mil yakınındadır. Yunanistan'da da bir adedi planlanmış, bir adedi inşa halinde ve bir adedi de çalışan 3 adet lojistik merkez bulunmaktadır. Ayrıca Avrupa Birliği, Europlatforms* adında Avrupa Lojistik Merkezleri Birliğini'de kurmuştur (İzto, 2009).

Coğrafi dağılım açısından bakıldığında ise 2007 yılı itibari ile lojistik sektör değerinin; Asya-Pasifik ve Amerika'nın toplam sektör gelirlerinin sırasıyla % 35,9 ve % 32,4'ünü aldığını ve Avrupa'nın ise 31,7'lik bir paya sahip olduğunu bilmekteyiz. Bu oranlar, Amerika'da patlak veren küresel finans krizi öncesine dayandığı için Asya-Pasifik bölgesinin lojistik sektör değerindeki payı hem Avrupa'ya göre hem de Amerika'ya göre artmıştır. Bir diğer gösterge de; dünyanın ikinci büyük ekonomisi olan Çin'in büyük lojistik yatırımlar yapmasıdır. (Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Taşımacılık ve Lojistik Sektörü Raporu, 2010:4) Çin menşeli bir firmanın, Yunanistan'da bulunan Pire limanını alarak Avrupa'nın en büyük lojistik merkezi olan Rotterdam limanına rakip olacağını ve Avrupa ile Orta Doğu'ya yapacağı ticaret için bu limanı üs olarak kullanacağını deklare etmesi bunun en güzel örneklerinden biridir (Pire'yi Alan Çin Rotterdam'ın Tahtına Göz Dikti, *Dünya Gazetesi (Perşembe Rotası Eki)*, 05.08.2010). Öte yandan lojistik sektör değerinin yine 2007 yılı itibari ile taşıma yönetimine göre dağılımı ise; % 3,2 Havayolu (Kargo), %11,1 Havayolu (Yolcu), %16,8 Denizyolu, %19,9 Taşımacılık Altyapısı, %48,9 Karayolu ve Demir yoludur. Küresel lojistik sektörü içerisinde yıllık

* Europlatforms temel amacı lojistik merkezlerinin ve intermodal terminallerin ulaşım ve lojistik faaliyetlerinin gelişimi bakımından stratejik önemini desteklemek olan ve Avrupa çapında 9 ülkeyi temsilen 55 üyesi (55 lojistik merkez) bulunan Avrupa Lojistik Merkezleri Birliği'dir. 1991 yılında kurulan birlik bünyesindeki lojistik merkezlerde toplam 2.400 şirket faaliyet göstermektedir. Europlatforms, üye olan lojistik merkezlerle ilgili yıllardır sayısız girişimlerde bulunmuş, değişik proje ve aktivitelere imza atmıştır. Lojistik merkez (merkez) tanımı 1992 yılında Europlatforms tarafından çıkarılmış, ulaşım ve iletişim şebekelerinde AB inisiyatifleri doğrultusunda bir Avrupa şebekesi yaratılmasına karar vermek ve iyileştirmek amacıyla ortak çatı altında hareket etmeyi sağlamıştır

ortalama yatırım; demiryolu taşımacılığı için 70 milyar dolar, karayolu taşımacılığı için 113 milyar dolar, denizyolu taşımacılığı için 47 milyar dolar, havayolu taşımacılığı için 81 milyar dolardır (Erdal, 2005: 3).

Küresel Dünyadaki tedarik zincirleri ele alındığında; masanızda tüketilmeye hazır bulunan bir fincan kahve için bile 18 ülkeden 29 şirketin bir araya gelerek ortaklaşa çalışması gerekmektedir (Dinçşahin, T. Dünya’da ve Türkiye’de Lojistik Sunumu. 2009). Günümüzün hızlı ekonomilerini birbirine bağlayarak onlara can veren küresel tedarik zincirlerinin önemli bir ayağında Türkiye’de bulunması lojistik maliyetlerin aşağı çekilmesi açısından bir zorunluluktur. İşte bu nedenle, Küresel Dünya, Türkiye’ye içinde bulunduğumuz tarihi süreçte çok önemli roller biçmeye başlamıştır. Çünkü Türkiye’nin etrafına çapı 1000 km² olan bir daire çizilirse bu dairenin içersine yaklaşık 20 ülke girerken, çapı 3000 km² bir daire çizilirse bu dairenin içersine 70 ülke girmektedir (Kulga ve Akçetin, 2010: 108-111).

Küresel ticarete konu olan ürünlerin deniz ve liman görmeden bir merkezden diğer bir merkeze ulaştırılması nerdeyse imkânsızdır. Denizciliğin ülke ekonomilerini kalkındırmada adeta çarpan etkisi yaptığını söyleyebiliriz. 19. yy.’da bunu fark eden İngiltere denizciliğine büyük önem vererek güneş batmayan ülke olmuştur. Sanayi devriminin bir ada devleti olan İngiltere de başlamış olması bir tesadüf değildir. Bu nedenle; Avrupa Birliği Komisyonu; 7 Haziran 2006 Tarihinde “Birlik İçin Bir Denizcilik Politikasına Doğru: Okyanuslar ve Denizler İçin Bir Avrupa Vizyonu” başlığı altında “Yeşil Kitap” adlı kitabı yayımladı. Yeşil Kitap; Arthur C. Clarke’a atfedilen “Dünyamız okyanuslarla kaplıyken onu yeryüzü diye adlandırmak hiç de doğru değil” sözleriyle başlıyor, Yeşil Kitap’ın giriş bölümünde denizcilik politikalarının Lizbon stratejisi çerçevesinde şekillenmesi gerektiği vurgulanarak AB’nin gayrisafi hâsılasının %40’ının denizcilik bölgelerinden elde edildiğine değinilmektedir. Bununla birlikte; AB vatandaşlarının denizler ve okyanusların önemi konusunda yeterince bilgi sahibi olmadığına işaret edilmektedir. Deniz taşımacılığı ve limanlar uluslararası ticaret ve mal değişimi için temel teşkil eder. AB’nin dış ticaretinin %90’ı ve iç ticaretinin %40’ı denizyoluyla yapılmaktadır. Dünya toplam filo tonajının %40’ına sahip olan AB ülkelerinin bu küresel endüstrideki liderliği tartışılmaz niteliktedir. AB limanlarında yılda 350 milyon yolcu taşınmakta ve 3,5 milyar ton yük elleçlenmektedir. AB ülkelerinde 350 bin kişinin limanlarda ve limanlarla ilgili hizmet sektöründe çalışmakta olduklarına ve yıllık 20 Milyar Euro tutarında bir katma değer yarattıklarına değinilmektedir. Ayrıca denizcilik sektörünün gemi inşa ve yan sanayi gibi sektörler için de yardımcı sektör olduğu dile getirilerek sigortacılık, bankacılık, brokerlik, klâs kuruluşları ve danışmanlık gibi denizcilik sektörünün destekçisi olan hizmetlerde de Avrupa’nın liderliğini muhafaza etmesi gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca; denizcilik mirası ile ilgili faaliyetlerin diğer sektörlerle de bağlantılı olarak nasıl teşvik edilmesi gerektiği, okyanusların insan yaşamındaki rolü konusunda ortak bir görüş geliştirmede eğitimin nasıl katkıda bulunabileceği konuları irdelenmektedir. Bu aynı zamanda denizcilik mesleğinin imajının geliştirilmesi ve denizcilikle ilgili sektörlerin başarılarının artırılmasına da öncülük edebilecektir (European Communities, 2006). Yukarıda belirtilen bilgilerin hepsi Türkiye için Avrupa Birliğine giriş sürecinde adeta bir pusuladır. 3,5 tarafı denizlerle kaplı olan ve küresel lojistik bakımdan dünyada çok önemli bir konuma sahip Türkiye, kapasitesi dar limanlarının kapasitesini artırmalı ve denizcilik alt yapısını güçlendirmelidir.

Lardner'in, Alan Yasasına göre; eğer lojistik maliyetler¹ yarıya indirilirse ürünlerin sunulabileceği pazar alanı 4 kat artar. Örneğin; ekonomik olarak ürünlerini, 10 kilometreye kadar teslim edebilen bir fabrika düşünelim. Bu durumda, bu fabrikanın 10 kilometre yarıçapında dairesel bir dağıtım alanı olur. Eğer taşıma maliyetleri yarıya düşürülürse, dairenin yarıçapı iki kat, dolayısıyla alanı da 4 kat artmış olur. Bu yaklaşım süre (zaman) için de geçerlidir. Eğer taşıma hızını iki katına çıkarırsa, aynı zaman diliminde hizmet verilebilecek alan 4 kat artar. (Shieh ve Goldberg, 1985: 509-512) Basit bir geometrik hesaplama bu kuralı ispat edelim. 10 kilometreye kadar ürünlerimizi teslim ettiğimizi varsaymıştık. Yani yarıçapımız 10 kilometre ise geometrideki daire alanı hesap formülünden; $\pi \times r^2$ 'den (π sayısını 3 olarak alırsak) $3 \times 10^2 = 300 \text{ km}^2$ lik bir alana ürünümüzün dağıtımını yapabilmekteyiz. Lardner'in alan yasasını uygulayarak, maliyetlerimizi yarı yarıya düşürerek 10 kilometrelik yarıçapımızı aynı maliyetle iki katına çıkarırsak $10 \times 2 = 20$ kilometrelik bir yarıçap elde etmiş oluruz. $3 \times 20^2 = 1200 \text{ km}^2$ olur. $1200 \text{ km}^2 \div 300 \text{ km}^2 = 4$ tür. Yani dağıtım alanımız 4 kat artmış olur. Bu denklem hem zaman için hem mekân için uygulanabildiğinden verimliliğin boyutlarının da en az 4 kat artacağına delildir.

Lardner'in alan kuralının Türkiye için önemli olmasının sebebi şudur. Bir malın ihracatçının ülkesinden çıkartılarak ithalatçının ülkesine ulaştırılırken, o malın lojistiği ile ilgili tarafların çok dikkatle üzerinde durmaları gereken bazı temel noktalar vardır. Bunlar; ulaştırma, paketleme, depolama sevkiyat ve sigortadır. Eğer bu konular dikkate alınmaz ise malın ulaşamaması, hasarlı ulaşması gibi durumlar ortaya çıkar ve lojistik maliyetleri artırır (Akın, 2006: 301). Lojistik maliyetlerdeki değişimin firmaların pazar ve \ veya dağıtım alanı üzerinde çok farklı etkileri vardır. Bu durum bize, son zamanlarda neden dünyanın en büyük lojistik firmalarının, Türkiye'ye yatırım yaptığını gayet iyi açıklamaktadır.

Türkiye'den 3,5 saatlik uçuşla, 52 ülkeye ulaşılabiliniyor. Yani 52 ülkenin pazarına Türkiye'de üretilen bir ürün, yarım günlük yol ile satışa sunulabiliniyor. Bir başka açıdan ele alırsak; Türkiye'nin herhangi bir yerinden 4 saatlik uçuşla yaklaşık 1,5 milyar insana ulaşılabilinmekte ve onlar da 4 saatlik uçuşu göze alabilirse Türkiye'ye ulaşabilmekteler. 6saatlik uçuşla 3 milyar insana ulaşılabilir. 3 milyar insanın içerisindeki yeterli alım gücüne sahip olan kişiler de Türkiye'ye ulaşabilir. Türkiye'nin yakın alanında, toplam milli gelirleri trilyonlarca dolarla ölçülen 400 milyondan fazla nüfus yaşamaktadır. Bununla beraber son yıllarda, Ortadoğu, Kafkasya ve kuzey bölgeler ile ticari ilişkilerimiz çok gelişmiştir. Bu bölgelerin payı % 1,8'den % 18'e yükselmiştir (Akçetin ve Kulga, 2010: 108-111). Kolay ulaşılabilirlik ve kaliteli hizmet ile Türkiye dünya ekonomisinde sınıf atlayarak dünya ekonomisindeki sırasını çok yükseklere çıkarabilecektir. Yeterki koordineli ve planlı organizasyonlar oluşturabilsin.

Johann Heinrich von Thünen'in teorisine göre toprakların ve arsaların, piyasalara ya da şehir merkezlerine yakınlıklarına göre ortaya çıkan bir rantı vardır. Bu rant mevki rantıdır. Mevki rantı üretimi ve dağıtımını çeşitli şekillerde etkilemektedir. Örneğin: bir şehirden uzaklaştıkça taşınması kolay ucuz ürünler yetiştirilecektir. Şehre yakın topraklarda hacimleri ağır ve çabuk bozulabilecek ürünler yetiştirilir. Yükte ağır pahada hafif mallar ise şehre uzak yerlerde yetiştirilecektir. Bu bakımdan arsaların şehre yakın olup

¹ Lojistik maliyetlerden kasıt başta ulaştırma olmak üzere; depolama, gümrükleme, elleçleme, paketleme, bar kodlama vb. dir.

olmadıklarına göre oluşan fiyat farklılıklarına kent rantı da denilmekte ve şehirden uzaklaşıldıkça rant düşmektedir. Bu teoriye göre bir şehrin değerini lojistik esneklik belirlemektedir. Çünkü şehrin tedarikinin sağlanması çok önemlidir (Dinler, 2008: 10-12). Türkiye'nin lojistik değerinde, bizlerin oluşturacağı küresel tedarik zincirleri ile bütünleşme ve lojistik esneklik belirleyecek ülke ekonomisine bölgesel bir rant sağlayabilecektir.

Uluslararası ticaretin bir kısmının her şeyden önce ulaştırma masraflarına dayandığını, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya ticaretinin gelişmesine yol açan en önemli sebebin ulaştırma masraflarındaki sürekli azalma olduğunu bilinmektedir. Bir sanayi dalının piyasaya yakın kurulması, ürünün nihai tüketiciye ulaşması ile ilgili dağıtım masraflarını azaltır. İki tip masrafın en düşük olduğu nokta, en iyi kuruluş yerini teşkil edecektir (Kocaman, 2007). Herhangi bir ekonomi teorisinde zaman ve mekân her ikisi de hayati önem taşımaktadır. Karlılık, pazar payı artışı, finansal iyileşme, ürün kalitesi artışı, yeni ürün geliştirme, çalışan memnuniyeti, müşteri memnuniyeti, yatırımcı memnuniyeti gibi etmenlerin sağlanması için, doğru ürünü, doğru miktarda, doğru zamanda, doğru yerde, değişkenliğe açık, minimum maliyet, maksimum hız, minimum stok yükü ile nihai tüketiciye ulaştırılması gerektiğinden büyük merkezlere yakın lojistik köyler oluşturulmuştur.

“1978 yılında Birleşmiş Milletler Örgütü tarafından ihracat işleme bölgelerinin (Economic Processing Zones) geliştirilmesinde deneyimi olan 29 üyenin katılımıyla Dünya Serbest Bölgeler ve İhracat İşleme Bölgeleri (WEPZA²) kurulmuştur. 25. kuruluş yılı 21 Ekim 2003'de İstanbul'da kutlanan WEPZA'nın Başkanlığı sekiz yıldır Türkiye'nin uhdesinde bulunmaktadır. Türkiye, 1991 yılından beri WEPZA üyesidir. WEPZA'nın temel amacı, Dünya serbest ticaretinin önündeki engelleri kaldırmaktır. Halen 60 ülkenin üye olduğu bu kuruluş, Türkiye Serbest Bölgelerini, Dünya Serbest Bölgeleri içinde en parlak örneklerden biri saymaktadır.” (Kocaman, 2007) WEPZA'nın Türkiye'yi dünyadaki serbest bölgeler içerisinde en parlak örneği olarak göstermesi Türkiye'nin küresel lojistik üs olma potansiyeli bağlamında son derece önemlidir. Türkiye'nin ulaşılabilir noktada olması aynı zamanda belli merkezlere ulaşılabilir olduğu anlamına geldiğinden, Küresel Dünyanın lojistik köyü olması ekonomilere ve işletmelere büyük kolaylıklar sağlarken lojistik maliyetlerin düşmesine katkıda bulunmaktadır. Türkiye konumu ve değişik iklim şartları sayesinde her türlü ürünü uzun müddet muhafaza edebilir. Bu ürünlerin dağıtımını verimli şekilde yapabilir.

Küresel lojistik üs olmak için; coğrafi konum üstünlüğü (önemli ticaret yolları üzerinde bulunmak, dış pazara yakınlık gibi), hinderland (art bölge) ile güçlü bir bağlantı (iç pazara yakınlık), gelişmiş bir liman (altyapı ve personeli itibarıyla), güçlü bir ulaştırma ağı, özellikle haberleşme basta olmak üzere gelişmiş bir altyapı, sektörel dağılım ve istihdam durumu itibarıyla ticaret ve hizmet sektörlerinde mukayeseli üstünlük, bu “mukayeseli üstünlüğü” ortaya çıkaracak gerekli muafiyet, teşvik ve kolaylıklar (kural dışılıklar), ucuz emek depolarına yakınlık, bölgede yapılacak üretimin türüne göre bir havaalanı ve derin bir limanın varlığı, gelişmiş bir altyapı (fiziki, teknik altyapı-güvenlik altyapısı dâhil, yönetim altyapısı/sağlık tesisleri ve diğer sosyal tesisler) gibi bir takım şartları sayabiliriz.(Saatçioğlu, 2006) Türkiye'nin bu şartların birçoğuna sahip olduğunu da biliyoruz.

² <http://www.wepza.org/>

Tarihin ilk dönemlerinden beri Türkler, ticaret yollarını kontrol altında tutarak küresel ticarete yön vermiş hatta bu ticareti teşvik etmek için ticari yollar boyunca güvenlik ve konaklama alt yapısını sağlamıştır.

Türklerin binli yıllardan itibaren Orta Asya'dan Akdeniz'e kadar egemen kalmalarının temel faktörü, zırhlı süvari ordularının üstünlüğünden kaynaklanıyorsa, diğer bir temel faktör de Çin-İran-Akdeniz ipek yollarını ellerinde tutmalarından kaynaklanır. Üstelik o dönemde ipek yolunun geçtiği şehirlerde bu kârlı ticarettten azami ölçüde yararlanmışlardır. Örneğin; Tebriz-Bursa, Tebriz-Halep ipek yolu üzerindeki şehirler, bir yandan Erzincan, Tokat, Amasya, öbür yandan Bitlis, Diyarbakır, Mardin ipek ticaret ve sanayisinde gelişmiş şehirlerdir (İnalçık, 2000: 334-235). Öte yandan 1612 yılında Osmanlı Sultanının Hollanda'ya, Fransa ve İngiltere'ye tanıdığı imtiyazlar yani ilk kapitülasyonlar ve bu kapitülasyonların sağladığı güvence sayesinde Osmanlı ülkesi ile gelişen ticaret; İngiliz ve Hollanda kumpanya ticaretinin, başka bir deyişle kapitalist ekonominin gelişmesinde ilk temelleri atmıştır (İnalçık, 2003: 287). Ekonomilerini geliştiren bu ülkeler, zamanla diğer ülkelere göre daha güçlü hale gelerek yeni ticaret yolları aramaya koyulmuşlardır. Yeni ticaret yollarının keşfi ile birlikte, Türklerin kontrol ettikleri ekonomik güç merkezleri ya da lojistik üsler, Türklerin kontrolünden çıkarak başka merkezlere doğru kaymıştır. Fakat günümüzde, bahse konu bu merkezler tarihteki parlak dönemlerine yeniden kavuşmaya ve gelecek vaat etmeye başlamışlardır. Eski ipek yolunu canlandırma projesi olan Traceca, Enerji geçiş projesi olan; Nabucco ve bir diğer önemli proje de Kars - Tiflis - Bakü demir yolu hattıdır. Ayrıca 2013 yılında bitirilmesi planlanan ve asrın projesi diye geçen "Marmaray Projesi" tamamlanınca, Pekin'den Londra'ya kadar kesintisiz bağlanacak olan ipek yolunun merkezinin de Türkiye olması muhtemeldir.

"Bugün Avrupa ile Uzak Doğu Asya arasındaki ticaret hacmi senelik; 300 milyar doları, taşınan mal miktarı ise 40 milyon tonu aşmaktadır. Öte yandan AB'nin ithal ettiği her 10 malın yedisi Çin menşelidir! Hâlihazırda Asya ile Avrupa arasındaki taşımacılar pahalı hizmet veren limanlar üzerinden denizyoluyla yapılmaktadır. Yeniden doğan İpek Yolu: Çin'i diğer büyük pazarlara bağlayan ana köprü vazifesi görecektir." (Dinçşahin, T. Dünya'da ve Türkiye'de Lojistik Sunumu. 2009). "Ülkemiz, Doğu-Batı arasındaki 600 milyar dolarlık mal hareketinin geçiş noktasında; Avrupa, Balkanlar, Karadeniz, Kafkasya, Orta Asya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu arasındaki mal ve hizmet akışlarının, bir başka deyişle "Yeniden Canlanan İpek Yolu'nun" bağlantı merkezlerinden biri konumu, iç pazarı ve ihracatının gelişme potansiyeli, gelişmiş altyapıları, dinamik işgücü "bölgesel bir lojistik üs" olma potansiyelini taşımaktadır." (2008 Taşımacılık ve Lojistik Sektörü Raporu, 2009: 19).

Karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu erişimi ile kombine taşımacılık imkânlarının olduğu depolama ve ulaştırma hizmetlerinin birlikte sunulduğu lojistik merkezlerin önemi gün geçtikçe artmaktadır. Avrupa'da Bologna, Barselona gibi yük köyleri bu merkezlerin en dikkat çekici olanlarıdır. Türkiye'de ise 5 yıllık süre içerisinde lojistik merkezler yatırım programına alınırken, modern yük taşımacılığının kalbi olarak görülen lojistik merkezler kurulması için hazırlıklar yapılmaktadır. Organize lojistik bölgesi yapısı taşıyacak olan lojistik köyler için bir kanun hazırlanmıştır.

Türkiye'nin 12 ayrı noktasında toplam 300 milyon lira yatırımla kurulacak Lojistik Köylerin 2013 yılına kadar tamamen faaliyete geçirilmesi planlanmaktadır. Köyler tam olarak faaliyete geçtiğinde Türkiye ihracatına 16

milyar dolar katkı sağlaması öngörülmektedir. Tüm lojistik merkezlerinin faaliyete geçmesi ile demiryoluyla taşınan yük miktarı da yüzde 184 (10 milyon ton) artacaktır. 12 lojistik merkezlerin büyüklükleri 150 ile 450 bin metrekare arasında değişir. Bu merkezlerde manevra, aktarma ve stok alanlarının TCDD, antrepo ve diğer sosyal tesislerin ise özel sektör işbirliğiyle kurulması planlanıyor. TCDD'nin lojistik merkez projesinde bugüne kadar 51 milyon TL harcandı. 12 lojistik merkezden Samsun (Gelemen) Lojistik Merkezi'nin birinci etabı 2007 yılında hizmete açıldı. Denizli (Kaklık) ve İzmit (Köseköy) lojistik merkezlerinin birinci etabı ise 2009 yılında hizmete girdi. Eskişehir (Hasanbey) ile Kayseri (Boğazköprü) birinci etabı bu yıl hizmete girerken, Eskişehir ve Denizli'nin ikinci etabı, Balıkesir (Gökköy) ve Uşak'ın gelecek yıl hizmete girmesi planlanıyor. Mersin ve Kayseri'nin ikinci etabı ile Konya (Kayacık) 2012 yılında, Bilecik (Bozüyük), Erzurum (Palandöken), İzmit (Köseköy) ikinci etabı ise 2013 yılında hizmete açılması planlanıyor. (Özdemir, 2010) Geliştirilen yeni projeler sonucunda kombine taşımacılık gelecekte daha fazla önem kazanacaktır. Lojistik merkezlerde, demiryolu çekirdek ağı olarak değerlendirilen tren teşkil, manevra ve yükleme boşaltma alanlarının TCDD, depo, antrepo ve diğer lojistik alanların özel sektör tarafından yapılması da planlanmaktadır (Doğaner, 2010).

SONUÇ

Dünyada 16. büyük ekonomi olan ve Avrupa'da ise 6. büyük ekonomi olan Türkiye, Türk deniz ticaret filosu ile dünya sıralamasında 25. sırada yer almaktadır³. Türkiye'nin deniz ticaret filosu sıralamasını en azından ekonomik büyüklük sıralamasına yakın bir noktaya çekmesi ülke ekonomisine katkıda bulunabilir.

Dünya Bankasının yaptığı son lojistik performans endeksi araştırmasına göre Türkiye; gümrük işlemlerinde 2,82 puan alarak dünyada 46. sırada yer alırken, ulaşımdaki zamanlılığında 2,94 puanla 31'inci, lojistik altyapısında 3.08 puanla 39'uncu, uluslararası nakliyatın etkinliğinde 3,15 puanla 44'üncü, lojistik niteliği ve yeterliliği noktasında 3,23 puanla 37'nci, taşımacılıktaki izleme ve takipte 3,09 puanla 56'ncı sırada yer almıştır. Yine bu araştırmaya toplam değerlendirmeye göre Almanya 4,11 puanla 1'inci, Singapur 4,09 puanla 2'nci ve İsveç 4,08 puanla 3'üncü olmuştur. Türkiye ise 39'uncu olmuştur (World Bank, 2010). Türkiye'nin lojistik performansında en düşük puan gümrüklemeyle aittir. Bu yüzden gümrüklerimiz ve diğer sınır işlemlerimiz azami oranda basitleştirilmesi ve ilgili taraflar için kolaylıklar sağlayan birer çözüm merkezi haline getirilmesi dış ticaretimizin artmasına sebep olabilir. Ülke olarak jeo-stratejik konumumuz önemli olsa bile ticari ve lojistik gücümüzü artıracak önemli çalışmalar yapmamız önümüze çıkan fırsatların değerlendirilmesi açısından yerinde olabilir. Şu gerçeği unutmamak gerek; köprü ve geçiş ülkesi olmak zenginlik oluşturmaz, ancak merkez olunarak zenginliklerden aslan payı alınabilir. Lojistikte merkez üs olmak, özellikle stratejik planlamada üst düzey koordinasyon becerisini gerektirir. Türkiye'nin sanayi politikası içinde lojistik sektörüne de yer verilmesi bu koordinasyonun yapılmasına yardımcı olabilir.

Yüksek standartlı demiryolu, karayolu ve havayolu ile beslenen, ihtiyaçlar geliştikçe kapasitesi ve teknik imkânlarının artırılması planlanmış ciddi bir limanımız yoktur. Limanları bütünleyecek organize sanayi bölgeleri henüz istenilen düzeye ulaşmamıştır. Sektörde sinerji yaratacak bir kümelenme yaratma yerine çeşitli yığılmalar oluşmuştur. Bu nedenle Türkiye'nin bölgelerine ve iklim koşullarına uygun lojistik köyler hızla tamamlanması ve

³ T.C. Denizcilik Müsteşarlığı 2008 yılı Ağustos ayı verileridir.

bu köylerin bünyesinde eğitim ve staj olanakları sağlayacak yapılanmalar başlatılarak, kalifiye iş gücü arzı için kolektif çözümlerin hızlandırılması alt yapı açığımızı tamamlamada yardımcı olabilir. Lojistik performans endeksi araştırmasına göre Türkiye'den daha iyi konuma sahip olan ülkelerin uygulamaları ile ilgili akademik çalışmalar yapılması ve kamu desteği ile bu çalışmaların uygulayıcılara aktarılması sektöre olumlu katkılarda bulunabilir.

Gemi için jurnal ne kadar önemlisi ise lojistik sektörü ve diğer sektörler için istatistik o derece önemlidir. İstatistikî verilerin elde edilmesi, derlenmesi ve sektöre yönelik bilgilerin doğru biçim, doğru zamanda ve doğru şekilde kullanılmasının sağlanması önemli bir husustur. Lojistik hizmeti üretecek olanlar, değişimlerdeki sağlıklı verileri anlamlı bilgilere dönüştürmeli, kirlilikten arındırılmış bilgiye erişebilmeli ayrıca bilgilerin ayrıntıdaki gelişmelerini analiz ederek lojistik hizmeti üretmenin gereklerini anlayabilmelidirler. Sektörün gidişatı böylece izlenebilir ve gerekli önlemler alınabilir. Lojistik konusunda arz ve talep yönünü iyi analiz etmeden, gerçekçi verilere dayalı ölçüler koymadan yorumlar yapılırsa; ortaya çıkan beklentiler yanlış yatırımlara yol açabilir ve kaynak israfına neden olabilir.

Denizyolu, konteynır taşımacılığı ile genel kargo ve dökme yük taşımacılığı için en önemli moddur. Kısa Mesafeli Denizyolu (Short Sea) taşımacılığı yapan RO-RO Gemileri, Batı Akdeniz'de oldukça önemliyken; karayolu taşımacılığı ise Doğu Akdeniz'deki komşu ülkeler arasındaki akışlar için önemlidir. Dolayısı ile Avrupa-Asya-Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya alternatif hatlar oluşturulması ve transit yüklerin ülkeden geçişini kolaylaştıracak yeni düzenlemelerin yapılması, Türkiye'nin transit ticaretten aldığı payı artırabilir. Gelecekte en büyük artış, konteynır yüklerinde olacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca karayolu taşımacılığına gerçek bir rakip ve alternatif olarak "Deniz Otoyolları"nın geliştirilmesi, hem ulaşım açısından hem de turizm gibi diğer ticari faaliyetler açısından, ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayabilir.

Bir ülkenin lojistik üs olabilmesinin üç koşulu; coğrafi avantaj, fiziksel ve kurumsal alt yapıdır. Türkiye'nin coğrafi avantaja sahip olduğu açıktır. Ancak gerekli fiziksel ve kurumsal altyapıların çağdaş lojistik düzeye çıkarılması gerekmektedir. Bunun için ulaştırma ana planı ve stratejisi yapılmıştır. Lojistik bütünleşmenin sağlanması, stratejik yaklaşımların geliştirilmesi ve uygulanması için çeşitli bakanlıklarca yürütülen çalışmaları yönlendirecek bir üst kurul yapılandırılması da Türkiye için faydalı olabilir.

KAYNAKÇA:

- Akın, H. (2006). *Yeni İşim Dış Ticaret*. İzmir: Elma Yayınevi İş ve Yönetim Serisi Yayınları. (301)
- Aren, S. (2009). *100 Soruda Ekonomi El Kitabı – Türkiye Ekonomisinden Örneklerle*. Ankara: İmge Kitapevi Yayınları. (233-239)
- Dinler, Z. (2008). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları. (10-12)
- Dinçşahin, T. (2009). Erciyes Üniversitesi, Dünya'da ve Türkiye'de Lojistik Sunumu, Kayseri.
- Erdal, M. (2005). *Küresel Lojistik. İstanbul: Uluslar arası Taşımacılık ve Lojistik Hizmeti Üretenler Derneği Yayınları*. (3)

- European Communities. (2006). *Green Paper*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Greaver, Maurice F. (1999). *Strategic Outsourcing: A Structured Approach To Outsourcing Decisions And Initiatives*. New York. American Management Association. (160)
- Gourdin, Kent N. (2002). *Global Logistics Management: A Competitive Advantage For The New Millennium*. Malden Blackwell Publishing Ltd. (84-85)
- İnalçık, H. (2000). İkinci Binde Türkler. *Doğu Batı Makaleler 1* (324-345). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- İnalçık, H. (2003). Osmanlı'nın Avrupa İle Barışıklığı: Kapitülasyonlar ve Ticaret. *Doğu Batı Makaleler 1* (259-290). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Kocaman, Ç. B. (2007). *Serbest Bölgelerin Makroekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği*. Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi Cilt: 56 Sayı: 3. Ankara: Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları. (99-135)
- Kulga ve Akçetin, (2010): *Sürdürülebilir Bir Ekonomi İçin; Sağlık, Emniyet, Çevre ve Güvenlik Sisteminin İş Dünyası-Üniversite İşbirliği İle Geliştirilmesi Mümkün mü?* Çerçeve Dergisi. Sayı: 53 Sayfa: 108 – 111, İstanbul. Müstakil İşadamları Derneği Yayınları.
- Lee, L. H. (2007). *Çevik, Uyarlanabilir ve Uyumlu Tedarik Zinciri. Harvard Business Review Dergisinden Seçmeler Tedarik Zinciri Yönetimi*. Çev., Oygur Yamak. İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası Yayınları. (87-113).
- Melemen, M. (2008). *Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi Yayınları. (253)
- Nielsen, (2010). *Global Trends in Online Shopping*. New York: A Nielsen Global Consumer Report 2010. (2)
- Saatçioğlu, C. (2006). Ulaştırma Sistemleri ve Politikaları – Türkiye ve Avrupa Birliği Uygulamaları. Ankara: Gazi Kitapevi Yayınları.
- Skjott-Larsen, T., v.d. (2007): *Managing The Global Supply Chain*. (Third Edition). Denmark. Sweden. Copenhagen Business School Press. (283-284)
- Schniederjans, M.J., v.d. (2005): *Outsourcing And Insourcing In An International Context*. New York. M.E. Sharpe. Inc. (24-31)
- Shieh, Y ve Goldberg, I. (1985). Lardner's Law of Squares. *Economica*, (52): 509-512. Londra: Blackwell Publishing on behalf of The London School of Economics and Political Science and The Suntory and Toyota International Centres for Economics and Related Disciplines.
- Stopford, M. (2009): *Maritime Economics*. (Third Edition). New York. Taylor & Francis Group. (345-383)
- Uluslararası Nakliyeciler Derneği, (2009). *2008 Taşımacılık ve Lojistik Sektörü Raporu*. İstanbul.
- Dünya Gazetesi (Perşembe Rotası Eki), Pire'yi Alan Çin Rotterdam'ın Tahtına Göz Dikti*. (05.08.2010)
- <http://www.btc.com.tr/proje.html> Erişim Tarihi: 24.06.2010
- http://ec.europa.eu/maritimeaffairs/pdf/greenpaper_brochure_en.pdf Erişim Tarihi: 27.07.2010
- <http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/mode1a.asp?countryID=143&compareWith=world#> Erişim Tarihi: 24.06.2010
- <http://www.izto.org.tr/NR/rdonlyres/96D1457F-7F8A-4128-B163-1058792A178D/13053/lojistikitalya.pdf> Erişim Tarihi: 13.07.2010

- <http://www.invest.gov.tr/tr-TR/sectors/Pages/TransportationAndLogistics.aspx> Erişim Tarihi: 04.08.2010
- <http://www.invest.gov.tr/tr-TR/infocenter/publications/Documents/LOJISTIK.SEKTORU.PDF> Erişim Tarihi: 04.08.2010
- www.kugm.gov.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010
- <http://www.marmaray.com.tr/mr/marmaray-anasayfa> Erişim Tarihi: 24.06.2010
- http://www.musiad.org.tr/img/arastirmalaryayin/pdf/cerceve_dergisi_53.pdf Erişim Tarihi: 13.07.2010
- <http://www.nabucco-pipeline.com/portal/page/portal/en/pipeline/construction> Erişim Tarihi: 24.06.2010
- <http://tr.nielsen.com/> Erişim Tarihi: 10.08.2010
- <http://www.patronlardunyasi.com/haber/3-Milyar-Dolara-15-lojistik-koy/86647> Erişim Tarihi: 13.07.2010
- www.tcdd.gov.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010
- <http://www.traceca-org.org/> Erişim Tarihi: 24.06.2010
- <http://www.transport.com.tr/yaz69-220009-27,74@2200.html> Erişim Tarihi: 13.07.2010
- www.tuik.gov.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010
- www.ubak.gov.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010
- http://www.ulastirmasurasi.org/tr/main_page.html Erişim Tarihi: 13.07.2010
- www.und.org.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010
- www.utikad.Aorg.tr Erişim Tarihi: 13.07.2010