



IV. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

29-30 Aralık 2020, Bursa

<http://www.ulk.ist/>



Covid-19 Pandemi Döneminde Lojistik ve Ulaştırma Alanında Yükselen İnovasyon Trendleri: 2020 İnovasyon Ödülleri İncelemesi

Özet

Safiye Top

Arş. Gör.

İstanbul Gelişim Üniversitesi

Uygulamalı Bilimler

Yüksekokulu

satop@gelisim.edu.tr

Rekabetin yoğun olduğu ve teknolojik gelişmelerin hızla değiştiği günümüzde dijitalleşme işletmeler açısından son yıllarda önemli bir konu haline gelmektedir. Dijitalleşmenin etkisiyle tüketiciler, istedikleri zaman yurt içinden veya yurt dışından aradığı özellikteki mal veya hizmeti kısa zamanda ve uygun fiyata satın alabilme imkanına sahiptir. Bu nedenle firmalar, ulusal ve uluslararası pazarlardaki potansiyel müşterilerin var olan veya yaratılacak ihtiyaçlarına cevap verebilmek için yeni inovasyon projelerine kaynak ayırmak zorunda kalmaktadırlar. OECD, inovasyonu yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş bir ürünün (ürün veya hizmet) veya sürecin, yeni bir pazarlama yönteminin veya işyerinde yapılan uygulamaların, işyeri organizasyonunun veya dış ilişkilerin yeni bir organizasyonel yönteminin uygulanması olarak tanımlamaktadır. Covid-19 pandemisi Dünya Sağlık Örgütü tarafından ilan edildikten sonra dünya üzerinde faaliyet gösteren birçok firma; insanların var olan veya yeni ortaya çıkan ihtiyaçlarını karşılamak suretiyle pazardaki konumlarını korumak veya yeni pazarlara dahil olmak için tedarik zinciri süreçlerinde birçok inovasyonu yaratmak zorunda kalmıştır. Bunun sebebi ise; Covid-19 pandemisinin fiziksel, sosyal ve psikolojik etkilerine bağlı olarak tüketicilerin, satın alma ve tüketim alışkanlıklarını daha önce hiç olmadığı kadar kitlesel ve ani bir şekilde farklı e-ticaret uygulamalarına temassız ve perakende teslimat şekillerine kaydırılmalarıdır. Firmalar bu dönemde, ilk Kim&Mauborgne'nin (2004) gündeme getirdiği gibi kırmızı okyanuslardan mavi okyanuslara açılmaya çalışırken Michael Porter'in belirlemiş olduğu maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma rekabet stratejilerini uygulamaya koymaları gerekmektedir. Kırmızı okyanuslar, yoğun rekabetin olduğu mevcut olan pazarların tümünü temsil ederken bu pazarlarda firmalar öldürücü fiyat politikaları ve promosyon kampanyalarını tercih etmektedirler. Mavi okyanuslar ise, açılmamış pazar alanı, talep yaratma ve yüksek karlı büyüme fırsatı olarak tanımlanırken firmaların burada yer alabilmesi için, kimsenin düşünemediği tarzda fikir üretmeleri önem arz etmektedir. Yapılan bu çalışmada; pandemi döneminde lojistik ve ulaştırma alanında yapılan inovasyonların öneminden bahsedilmiş, 2020 yılında dünyada ve



Türkiye’de farklı ödüllere layık görülen lojistik ve ulaştırma alanında yapılan inovasyonlar incelenerek 2030 yılına kadar uzanan inovasyon trendlerine yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler:

İnovasyon, Mavi Okyanus, Lojistik, Ulaştırma, Covid-19, 2030 İnovasyon Trendleri

Emerging Innovations in Logistics and Transportation During COVID-19 Outbreak and Trends: Innovation Awards 2020 Review

Abstract

Digitalization has become an important issue for businesses in recent years, where competition is intense and technological developments are changing rapidly. The effect of digitalization has caused most probably, that consumers may buy products for reasonable prices or get services in domestic or from foreign countries for reasonable prices quickly and comfortably. Therefore, national and international companies give responses for existing or potential customers’ needs in that they try to allocate new resources to create new innovation projects. OECD highlights that innovations that have been significantly improved, on product, service, or process level should be marketed by using application methods created in offices or by organizations at workplaces. After the Covid-19 pandemic was declared by the World Health Organization (WHO) very many companies operating globally or new persons or companies are forced to create new innovation in supply chain processes to match or meet the existing needs from every single market. Several facts, for instance, physical, social, and psychological effects for consumers purchasing and consumption habits from the earlier step before pandemic has been changed and improved after using e-commerce applications (such as contactless payments and delivery). In this period, as suggested by Kim & Mauborgne (2004) to move from red oceans to blue oceans means companies need to create and implement cost leadership, differentiation and focus on competitive strategies connected to the definition by Michael Porter. While the red oceans represent all markets where there is intense competition, companies in these markets prefer killer price policies and promotional campaigns. In blue oceans, still not open markets, demand creation and high profitable growth opportunities as defining companies which do not consider that generating ideas is not important or needed at all. There is ample opportunity for growth that is both profitable and rapid. In this study, the importance of innovation in logistics and transportation are mentioned during and after the Covid-19 outbreak, samples of innovations awards 2020, transportations and logistics based on



innovations 2020 or trends further to 2030, globally and in Turkey are the main focus.

Keywords

Innovation, Blue Ocean, Logistics, Transportation, Covid-19, Innovations 2030 Top Trends.

