

YAŞAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS

**DIŞ TİCARET FİRMALARININ LOJİSTİK
FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI
VE TÜRKİYE'DEKİ BUĞDAY UNU
İHRACATÇILARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

BİLGE DALKILIÇ

TEZ DANIŞMANI: DOÇ.DR. YİĞİT KAZANÇOĞLU

2018 İZMİR.

YÜKSEK LİSANS TEZ JÜRİ ONAY SAYFASI

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

Doç.Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU
Yiğit 09.01.2018
(İmza ve Tarihi)

(Tez Danışmanı Ünvanı, Adı & Soyadı)

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

Yrd. Doç.Dr. Aydın Koçak
AM 09.01.2018
(İmza ve Tarihi)

(Tez Jüri Üyesi Ünvanı, Adı & Soyadı)

Bu tezi okuduğumu ve görüşüme göre yüksek lisans derecesi için bir tez olarak kapsam ve nitelik açısından tam olarak yeterli olduğunu onaylarım.

E. Saygılı
09.01.2018 (İmza ve Tarihi)
Yrd. Doç. Dr. Ebru Saygılı
(Tez Jüri Üyesi Ünvanı, Adı & Soyadı)

Doç.Dr. Çağrı Bulut
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜ MÜDÜRÜ

ÖZ

DIŞ TİCARET FİRMALARININ LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI VE TÜRKİYE’DEKİ BUĞDAY UNU İHRACATÇILARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

BİLGE DALKILIÇ

Yüksek Lisans, Uluslararası Ticaret ve Finansman Ana Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU

2017

Globalleşen dünyada, ülkeler için dış ticaretin önemi her geçen gün artmaktadır. Lojistik faaliyetlerin başarı ile yürütülmesi, dış ticaret üzerinde büyük öneme sahiptir. Literatürde yapılan çalışmalarda, lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının lojistik faaliyetleri olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Türkiye buğday unu ihracatında, 2010 ve 2016 yılları arasında dünyanın en fazla buğday unu ihraç eden ülkesi olmuştur. 2017 yılı için ihracat rakamları henüz açıklanmamış olmakla birlikte 2017 yılında da önemli başarı elde edileceği düşünülmektedir.

Çalışma, lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının Türkiye’deki buğday unu ihracatçıları tarafından nasıl algılandığı, lojistik faaliyetlerde dış kaynak düzeyinin ne kadar olduğu, lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanma ve kullanmama sebepleri, hangi lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının tercih edildiği konularında nitel analiz yöntemi ile saptamalarda bulunmayı amaçlamıştır.

Çalışma sonucunda Türkiye’deki buğday unu ihracatçısı firmaların tamamının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadıkları, dış kaynak kullanan firmaların ise ağırlıklı olarak taşımacılık ve gümrükleme faaliyetlerinde gerçekleştirdikleri, lojistik faaliyetlerin tamamına yayılmış bir dış kaynak kullanımından söz edilemediği saptanmıştır.

Anahtar sözcükler: dış ticaret, ihracat, lojistik, dış kaynak kullanımı, 3PL, buğday unu.

ABSTRACT

**OUTSOURCING IN LOGISTICS ACTIVITIES OF THE
INTERNATIONAL TRADING COMPANIES AND A RESEARCH
UPON TURKISH WHEAT FLOUR EXPORTERS**

BİLGE DALKILIÇ

Msc, International Trade and Finance

Advisor: Assoc.Prof. Yiğit KAZANÇOĞLU

In globalized world, the importance of the international trading is increasing. The success of logistics activities has a valued importance on international trading and as per the researchs on literature, noticed that outsourcing in logistics activities effects international trading positively.

Turkey is the country, has the highest export volume on wheat flour export from 2010 to 2016. And the expectation for 2017 is the sustain of same success.

The primary objective of the thesis is research of the understood of Turkish wheat flour exporters' about logistics outsourcing, the level of outsourcing logistics activities, the reasons of outsourcing logistics activities or not, the logistics activities which they outsource, by using qualitative analysis methods.

Thus, within the scope of the thesis, appointed that only some of wheat flour exporters outsource the logistics activities and the wheat flour exporters, advised that they outsource the logistics activities, mainly outsource transportation; customs brokerage activities and this will not be able to disclose that Turkish wheat flour exporters inclusively outsource their logistic activities.

Keywords: international trade, export, logistics, outsourcing, 3PL, wheat flour .

TEŞEKKÜR

Tez çalışmasının planlanmasında, yazılmasında, yürütülmesinde ve tamamlanmasında ilgi ve desteğini esirgemeyen, engin bilgi birikimi ve tecrübelerinden yararlandığım, çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren danışmanım Doç. Dr. Yiğit Kazançoğlu'na teşekkürlerimi sunarım.

Değerli bilgi birikimlerinden ve tecrübelerinden yararlandığım önceki danışmanlarım Sn. Yard.Doç.Dr.Ceren Altuntaş Vural ve Sn. Prof.Dr.Ömer Baybars Tek'e teşekkürü borç bilirim.

Tez çalışmam süresince değerli desteklerinden ötürü Sn. Doç. Dr. İpek Kazançoğlu'na , kıymetli yöneticilerime, sevgili çalışma arkadaşlarıma, aileme ve dostlarıma çok teşekkür ederim.

Bilge Dalkılıç
İzmir, 2017

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunmuş olduğum “Dış Ticaret Firmalarının Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı ve Türkiye’deki Buğday Unu İhracatçıları Üzerine Bir Uygulama ” adlı çalışmanın, araştırma aşamasından tamamlanmasına kadar olan tüm süreçte, tarafımdan bilimsel ahlak, gelenek ve temellere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla doğrularım.

Bilge Dalkılıç

.....
25 Ocak 2018

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
YEMİN METNİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLO LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
KISALTMA LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1
1.BÖLÜM.....	4
DIŞ TİCARET KAVRAMI	4
1.1.DIŞ TİCARETİN TANIMI VE KAPSAMI.....	4
1.2.DIŞ TİCARETİ ETKİLEYEN UNSURLAR.....	15
1.3.DIŞ TİCARETİN EKONOMİ AÇISINDAN ÖNEMİ.....	17
1.4.DIŞ TİCARET POLİTİKASI.....	18
1.5.DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER	19
1.6.ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)	20
1.6.1. E GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ	23
1.6.2. F GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ	23
1.6.3.C GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ	25
1.6.4. D GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ.....	27
1.7.DIŞ TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİ	30
1.7.1. PEŞİN ÖDEME	32
1.7.2. MAL MUKABİLİ ÖDEME.....	33
1.7.3.VESAİK MUKABİLİ ÖDEME	34
1.7.4.KABUL KREDİLİ ÖDEME.....	35
1.7.5. AKREDİTİFLİ ÖDEME (LETTER OF CREDIT).....	35
1.8.PAZARIN OLUŞUMUNDA ULAŞTIRMANIN YERİ.....	38
2.BÖLÜM.....	42

LOJİSTİK KAVRAMI	42
2.1.LOJİSTİĞİN TANIMI VE KAPSAMI	42
2.2.LOJİSTİĞİN ÖNEMİ.....	48
2.2.1.LOJİSTİK FAALİYETLERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ	49
2.2.2.LOJİSTİK FAALİYETLERİN İŞLETMELERDEKİ YERİ VE ÖNEMİ	49
2.3.LOJİSTİĞİN BÖLÜMLERİ	51
2.3.1.TEDARİK LOJİSTİĞİ	52
2.3.2.ÜRETİM LOJİSTİĞİ	52
2.3.3.DAĞITIM LOJİSTİĞİ	53
3.4.TERSİNE LOJİSTİK.....	53
2.4.TEMEL LOJİSTİK FAALİYETLER.....	56
2.4.1. TALEP TAHMİNİ.....	57
2.4.2. ENVANTER YÖNETİMİ.....	57
2.4.3. MÜŞTERİ HİZMETLERİ	59
2.4.4. SİPARİŞ İŞLEME	59
2.4.5. DEPOLAMA.....	60
2.4.6. ELLEÇLEME	60
2.4.7. TAŞIMA	61
2.5. LOJİSTİĞİ DESTEKLEYİCİ FAALİYETLER	63
2.5.1.AMBALAJLAMA	63
2.5.2.ÜRETİM	64
2.5.3.PLANLAMA	64
2.5.4.TESİS (FABRİKA, MAĞAZA) VE DEPO KONUM YERİ SEÇİMİ.....	65
2.5.5.SATIN ALMA.....	65
2.6. TAŞIMA SİSTEMLERİ.....	66
2.6.1.DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞI.....	68
2.6.2. KARAYOLU TAŞIMACILIĞI	68
2.6.3. DENİZYOLU TAŞIMACILIĞI	70
2.6.4. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI.....	70
2.6.5. BORU HATTI TAŞIMACILIĞI.....	71

2.6.6. İÇ SU YOLU TAŞIMACILIĞI	71
2.6.7. INTERMODAL TAŞIMACILIK	72
2.6.8. TAŞIMA SİSTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	73
2.7. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ	75
2.8.LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ KULLANIMI	79
3.BÖLÜM	81
DIŞ KAYNAK KULLANIMI (OUTSOURCING) VE LOJİSTİK FAALİYETLERDE UYGULAMASI.....	81
3.1.DIŞ KAYNAK KULLANIMININ TANIMI VE KAPSAMI.....	81
3.2.DIŞ KAYNAK KULLANIMININ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	86
3.3.LOJİSTİK SÜREÇLERDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI (3PL LOJİSTİK).....	87
3.3.1.GELENEKSEL NAKLİYE YAKLAŞIMI VE DIŞ KAYNAK KULLANIMININ KARŞILAŞTIRILMASI.....	94
3.3.2.LOJİSTİKTE DIŞ KAYNAK KULLANIMININ GELİŞİM SÜRECİ	94
3.3.3.FREIGHT FORWARDER KAVRAMI	95
3.3.4.4PL LOJİSTİK.....	97
3.4. DÜNYA'DA DIŞ KAYNAK KULLANIMI.....	99
3.5. TÜRKİYE'DE BUĞDAY UNU İHRACATÇILARININ LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI	105
4.BÖLÜM	110
TÜRKİYE'DEKİ BUĞDAY UNU İHRACATÇILARININ LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR UYGULAMA.....	110
4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	110
4.2.ARAŞTIRMANIN EVRENİ.....	111
4.3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	112
4.4.ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	113
4.4.1.ARAŞTIRMAYA KATILAN FİRMALARIN GENEL PROFİLİ.....	113
4.4.2.FİRMALARIN LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN TERCİHLERİ.....	124
4.4.3.FİRMALARIN LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANMAMA SEBEPLERİ.....	125
4.4.4.LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANAN FİRMALARIN	

TEDARİKÇİ FİRMALAR İLE İLİŞKİLERİ	126
4.4.5.FİRMALARIN DIŞ KAYNAK KULLANDIKLARI LOJİSTİK FAALİYETLER	129
4.4.6. DIŞ KAYNAK HİZMETİ SAĞLAYAN TEDARİKÇİ FİRMALARIN SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER.....	131
4.4.7.LOJİSTİK HİZMET SAĞLAYICILAR İLE YAPILAN SÖZLEŞMELER	132
4.4.8. FİRMALARIN LOJİSTİK DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN KARARLARINDA ETKİ EDEN FAKTÖRLER.....	134
4.4.9.LOJİSTİK HİZMETLERDE DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN YARGILAR	136
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	139
KAYNAKÇA.....	147
EK1	155

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye'nin İthalatının Geniş Ekonomik Grupların (Mal) Sınıflamasına Göre Dağılımı (Milyon USD)	11
Tablo 2: Yıllara Göre Dış Ticaret, 1923-2016	12
Tablo 3: Uluslararası Ticareti Etkileyen Faktörler, 1990-2020	16
Tablo 4: Fiyatlandırma Uygulaması.....	30
Tablo 5: Ödeme Şekillerine Göre Türkiye İhracatı , 2014.....	31
Tablo 6: Ödeme Şekillerine Göre Türkiye İthalatı, 2014	32
Tablo 7: Akreditifte Taraflar	36
Tablo 8: Bazı Sektörlerdeki Geri Dönüşüm Oranları	54
Tablo 9: Envanter Yönetiminin Amaçları.....	58
Tablo 10: Ulaştırma Alt Sistemlerinin Makro Özellikleri	74
Tablo 11: Ulaştırma Modlarının Operasyonel Özellikleri	74
Tablo 12: E-Lojistik İle Geleneksel Lojistiğin Karşılaştırılması	79
Tablo 13: Üçüncü Taraf Lojistik İşletmelerinin Seçiminde Sıkça Kullanılan Faktörler	89
Tablo 14: Geleneksel Nakliye Yaklaşımı İle Dış Kaynak Kullanımının Karşılaştırması.....	94
Tablo 15: Literatürde Lojistikte Dış Kaynak ve Firmalar Üzerine Etkiler İle İlgili Çalışmalar	99
Tablo 16: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektördeki Deneyimin Yıllara Göre Dağılımı	116
Tablo 17: Firmaların Yıllık İhracat Hacimlerine Göre Dağılımı	116
Tablo 18: Firmaların Çalışan Sayılarına Göre Dağılımı	117
Tablo 19: Firmaların Çalışan Kişilerin Ağırlıklı Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı	118
Tablo 20: Firmaların Dış Ticaret Departmanında Çalışan Kişi Sayılarına Göre Dağılımı	119
Tablo 21: Firmaların Yıllık Satışları İçinde Tahmini İhracat Oranlarına Göre Dağılımı	120
Tablo 22: Firmaların Yıllık Satın Alımları İçinde Tahmini İthalat Oranlarına Göre Dağılımı	122
Tablo 23: Firmaların Lojistik Departmanında Çalışan Kişi Sayılarına Göre Dağılımı	123

Tablo 24: Firmaların Lojistik Süreçlerinde Dış Kaynak <u>Kullanmama</u> Sebeplerine İlişkin İstatistikler	125
Tablo 25: Firmaların Lojistik Süreçlerinde Profesyonel Lojistik Firmalarından Haberdar Olma Yolları.....	127
Tablo 26: Firmaların Destek Aldığı Lojistik Firması Sayıları	128
Tablo 27: Firmaların Profesyonel Lojistik Firmalarıyla İletişim Kurma Biçimleri.	128
Tablo 28: Firmaların Tüm Lojistik Harcamaları İçerisinde Hizmet Alınan Lojistik Firmasına Ödediği Miktarın % Dağılımı	129
Tablo 29: Firmaların Lojistik Faaliyetlerini Dış Kaynaklardan Sağlama Durumları	130
Tablo 30: Firmaların Lojistik Firması Seçiminde Etkili Olan Faktörler.....	132
Tablo 31: Firmaların Lojistik Firmalarıyla Yaptıkları Sözleşme Sürelerinin Dağılımı	133
Tablo 32: Firmaların Lojistik Firmalarıyla Yaptıkları Sözleşmeleri Gerçekleştiren Yöneticilerin Kademelerinin Dağılımı.....	133
Tablo 33: Firmaların Lojistik Dış Kaynak <u>Kullanımına</u> Yönelmesinde Etkili Olan Faktörler	134
Tablo 34: Firmaların Lojistik Dış Kaynak Kullanımına İlişkin Kararlarında Etkili Olan Bölüm Yöneticileri	136
Tablo 35: Firmaların Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanımı İle İlgili Olarak Düşünceleri	137

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1 : Ödeme Şekilleri	31
Şekil 2: Akreditifin Çalışma Süreci	37
Şekil 3: Pazarlama Kanalı, Dağıtım Kanalı, Değer Zinciri, Tedarik Zinciri ve Pazarlama Birleştirme Arabirimi	50
Şekil 4: Lojistik Faaliyetler	51
Şekil 5: Ürün Geri Alım Opsiyonları	56
Şekil 6: Taşıma Faaliyeti.....	62
Şekil 7: Taşıma Yöntemi Planlama Aşaması	73
Şekil 8: Uzaklık, Mod Türü, Taşıma Maliyetleri İlişkisi	75
Şekil 9: Lojistik Yönetiminin Öğeleri.....	76
Şekil 10: Tedarik Zincirinin Genel Yapısı	78
Şekil 11: Dış Kaynak Kullanımının Sektörlere Göre Dağılımı	84
Şekil 12: Dış Kaynak Kullanım Kararını Değerlendirme	85
Şekil 13: Üçüncü Parti Lojistik	88
Şekil 14: Üçüncü Taraf Lojistik	89
Şekil 15: K. Amerika, Batı Avrupa ve Asya Pasifik Ülkelerindeki Lojistik Dış Kaynak Kullanım (LDDK) düzeyleri	91
Şekil 16: Müşteriye Uyum ve Problem Çözme Derecesi.....	92
Şekil 17: Üçüncü Parti Lojistik Satın Alma Süreci.....	93
Şekil 18: Dördüncü Taraf Lojistik Hizmet Saylayıcılar	98
Şekil 19: Dış Kaynak Kullanımının Geçirdiği Evrim	98
Şekil 20: Firmaların Faaliyet Gösterdikleri Bölgeye Göre Dış Kaynak Kullanımları	114
Şekil 21: Firmaların Sermaye Yapılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları	115
Şekil 22: Firmaların Yıllık İhracat Hacimlerine Göre Dış Kaynak Kullanımları....	117
Şekil 23: Firmaların Çalışan Sayılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları.....	118
Şekil 24: Firmaların Dış Ticaret Departmanlarındaki Çalışan Sayılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları	119
Şekil 25: Firmaların Yıllık Satışları İçerisinde İhracat Oranlarına Göre Dış Kaynak Kullanımları	121

Şekil 26: Firmaların Yıllık Satışları İçerisinde İthalat Oranlarına Göre Dış Kaynak Kullanımları	122
Şekil 27: Firmaların Lojistik Departmanlarındaki Çalışan Sayılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları.....	124



KISALTMA LİSTESİ

3PL	: Third Party Logistics (Üçüncü Parti Lojistik)
4PL	: Fourth Party Logistics (Dördüncü Parti Lojistik)
H	: Hipotez
L/C	: Letter of Credit (Akreditif)
N	: Birey (Gözlem Sayısı)
USD	: Amerikan Doları
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Globalleşen dünyada pazarlar arasındaki mesafeler azalmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte satıcı ile aracı arasındaki iletişim güçlenmiştir. Firmalar için artık ihtiyaç duydukları ürünleri, kilometre olarak en yakınlarındaki tedarikçiden almak en avantajlı satın alma olmaktan çıkmıştır. Kimi zaman ülkeler içerisinde bir ürünün alınmasına kıyasla yurt dışından alınan bir ürünün lojistik maliyetler de dahil edildiğinde daha ucuza gelebilmektedir. Bu sebepten ötürü firmaların satın alma yetkilileri en yakınlarına değil tüm dünyada araştırma yapmak ve her açıdan en avantajlı ürünü bulmak ve tedarik etmek zorundadır.

1980li yıllarda yaygınlaşmaya başlayan küreselleşme kavramı ile birlikte dünya ekonomileri birleşmiştir. Bu şekilde mal ve sermaye akışları kolaylaşmış firmalar dış ticaret kavramına daha sıcak bakmaya başlamışlardır (Özbay, 2004).

Firmaların dış ticarete olan yatkınlıklarında artış gözlenirken diğer yandan da gelişen teknoloji ile birlikte lojistik araçların teknolojileri gelişmiş, birim başına taşıma maliyetlerin azalmıştır. Bu sayede birim başına lojistik maliyetleri de azalmıştır. Örneğin eskiden bir müşterinin veya birkaç müşterinin bir araya gelerek ve tüm riski üzerlerine alarak gemi kiralamaları gerekiyordu. Bu gemilere kırkambar gemisi adı veriliyordu. Bu gemiler hem geminin kar edebilmesi için ihtiyaç duyulan yükün bir araya gelmesini beklemek zorunda olup, hem çok yavaş olup, çeşitli korsanlık faaliyetleri ne maruz kalıp hem de çok çeşitli yüklerin aynı ambarlara yüklenmesinden ötürü mallar zarar görebilmektedir. Oysa ki konteynerlerin artması, konteyner armatörlerinin artması, servislerin sıklaşması, armatörler arasındaki rekabetin artması, limanların çoğalması ile limanlar arasında rekabetin artması, yüklere özel olarak hazırlanan çeşitli konteyner tiplerinin bulunması (üstü açık konteyner, soğutuculu konteyner gibi) , gemilerin hızlanması ve büyümesi gibi sebeplerden ötürü yük taşımacılığı daha az maliyetli, daha hızlı ve güvenilir bir hal almıştır. Bu sebeptendir ki ihracatçılar için yurtdışına satış yapmak, ithalatçılar için

de ihtiyaç duydukları ürünü yurt dışından tedarik etmek oldukça kolaylaşmıştır.

“İyi ürün kendini sattırır” anlayışı günümüze gelindiğinde geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. Müşteriler, ürünlerin kendilerine zamanında ve eksiksiz olarak teslim edilmesini de en az ürünün özellikleri kadar benimsemiştir. Bu sebepler firmalar rakiplerine göre farklılık yaratabilmek amacı ile doğru ürünü, doğru zamanda ve yerde eksiksiz olarak teslim edebilmelidir.

Günümüzde artık iyi ürün kendisini sattırır yaklaşımı geçerliliğini yitirmeye başlamış ve en az ürün kadar ürünlerin müşterilere zamanında ve eksiksiz olarak teslim edilmesi de oldukça önem kazanmıştır. Bu bağlamda işletmelerin doğru ürünü, doğru zamanda, doğru yerde, doğru müşteriye ulaştırabilmesi işletmelerin pazardaki rakiplerine göre farklılık yaratabilmesini sağlamaktadır (Gümüş, 2009, s 98). Lojistik faaliyetlerde hız, maliyet ve kalite firmalara stratejik rekabet üstünlüğü kazandırmaktadır.

Firmalar, Dünya’da değişen rekabet koşullarına uyum sağlayabilmek amacı ile çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu kapsamda ön plana çıkan iki kavram; esneklik ve uzmanlaşma olarak adlandırılmaktadır. Firmaların ana faaliyet alanlarına odaklanmalarını mümkün kılmayı hedefleyen dış kaynak kullanımı yöntemi bu noktada ortaya çıkmıştır (Çakırlar, 2009).

Lojistik faaliyetler, dış kaynak kullanımında en çok tercih edilen faaliyetlerden biri olarak görülmektedir. Bunun sebepleri arasında kendi içerisinde uzmanlık ihtiyacı, altyapı gerekliliği ve özellikle uluslararası lojistik faaliyetlerinde gerek ülkeler arasındaki ticari ve hukuki farklılıklardan gerekse mesafelerin buna bağlı olarak da ulaştırma sürelerinin uzun olmasından ötürü oluşan risklerdir. Literatürde yapılan çalışmalar sonucunda, araştırmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmalarının firmalara fayda sağladığının saptadığı görülmüştür.

Lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımı Osmanlı İmparatorluğu dönemine dayandırılmaktadır. Ordular sefere çıktıklarında “ Orducu Esnafı” şeklinde isimlendirilen kişiler orduya eşlik ederek ilk bilinen üçüncü parti lojistik dış kaynak kullanımını sağlamışlardır (Tek ve Karaduman, 2012 , s 4).

Türkiye, buğday unu ihracatında Dünya'nın önde gelen ülkeleri arasında yer almış olup 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 ve 2016 yıllarında Dünya'nın en fazla buğday unu ihracatı gerçekleştiren ülke olmuştur. Bu durum, geçmiş yıllardaki başarılı performanslar da dikkate alındığında Türkiye'nin buğday unu ihracatında istikrarlı bir başarı görülmektedir. “Dış Ticaret Firmalarının Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı ve Türkiye'deki Buğday Unu İhracatçıları Üzerine Bir Uygulama” isimli çalışmada Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımlarına ilişkin düşünceleri, kullanım durumları ve gelecekteki kullanım planları yapılan yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak araştırılmıştır. Çalışma dört ana başlıktan oluşmuştur. Aşağıda her bir bölümde değinilen konulara kısaca değinilmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde dış ticaret kavramının tanımı ve kapsamı, dış ticareti etkileyen unsurlar, dış ticaretin ekonomi açısından önemi, dış ticaret politikaları, dış ticarete kullanılan belgeler, dış ticarete teslim şekilleri, dış ticarete ödeme şekilleri ve pazarın oluşumunda ulaştırmanın yeri konularına değinilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde lojistiğin tanımı ve kapsamı, lojistiğin önemi, lojistiğin bölümleri, temel ve lojistiği destekleyici faaliyetler, taşıma sistemleri, tedarik zinciri yönetimi ve lojistik sektöründe teknoloji kullanımı konularına değinilmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde dış kaynak kullanımının tanımı ve kapsamı, dış kaynak kullanımının avantaj ve dezavantajları, lojistik süreçlerde dış kaynak kullanımı (3PL), Dünya'da dış kaynak kullanımı ve Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının dış kaynak kullanımı konularına değinilmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde yapılandırılmış görüşme formu kullanarak Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmalar ile telefonda yapılan görüşmeler sonucunda alınan veriler nitel analiz ile değerlendirilmiştir. Bu şekilde Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanım durumları derinlemesine değerlendirilmeye çalışılarak, görüşmelerden elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

1.BÖLÜM

DIŞ TİCARET KAVRAMI

1.1.DIŞ TİCARETİN TANIMI VE KAPSAMI

Üretilen hizmetlerin ve malların alınıp satılması işlemine ticaret adı verilir. Ticaretin temelinde insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal değiş tokuşu yapmaları yer almaktadır. Ticaret kavramı , iç ticaret ve dış ticaret şeklinde iki başlık altında incelenmektedir. Ülke sınırları içerisinde yapılan ticarete iç ticaret, ülkeler arasında gerçekleşen ticaret işlemleri dış ticaret olarak adlandırılır.

Ülke içi ticaret Türkiye’de oldukça gelişmiştir. Ülkenin geniş bir coğrafyaya yayılmış olması sebebi ile hammadde kaynakları çok çeşitli şehirlerde bulunmakta ve sanayi de hammadde kaynaklarına paralel olarak dağılım göstermektedir. Ülkede başlıca ticaret şehirleri; İstanbul, Adana, Konya ,Bursa, İzmir, Malatya ,Denizli, Gaziantep, Diyarbakır, Mersin, İzmit, Ankara, Kayseri, Samsun, Trabzon, ve Erzurum olarak sıralanabilir. Ticaretin gelişmesinin önemli bir nedeni , ulaşım faaliyetleri için avantajlı konumda olmalarıdır (<http://www.cografya.gen.tr-21.10.2017>). İstanbul, Bursa, İzmit, İzmir, Mersin, Samsun, Trabzon liman şehri olmaları sebebi ile denizyolu taşımacılığının avantajlarından hem ithalat hem de ihracat anlamında faydalanmaktadır.

Ticaret, ülkeler arasında gerçekleşirse dış ticaret olarak adlandırılmaktadır (Dış Ticaret Nedir, <http://www.nedir.com/> -21.05.2017) Dış ticaret, sermayenin ve ürünlerin ulusal sınırların dışına akışıdır. Alım, satım işlemleri teslimi bakımından ithalat ve ihracat olarak adlandırılmaktadır. Ülkelerin ekonomileri açısından ihracat çok önemli bir yere sahiptir. Ülkeler, ihracatın artırılması, ithalatın azaltılmasını hedeflemektedir. Ülkelerin konu hedefe ulaşmak için aldıkları kararlar “dış ticaret

politikası” nı oluşturur. Bir ülkenin dış ticaretini; ticaret antlaşmaları, yasaklar, primler, gümrük resmi, , sübvansiyonlar ve idari korumacılık etkileyebilmektedir (Dış Ticaret Nedir, <http://www.osmaniyetso.org.tr/> -21.05.2017). Ek olarak ülkeler, çeşitli teşvikler yardımı ile de ihracatçıların hedeflenen bölgelere dış ticaretini arttırmasını sağlamaktadır.

Ülkelerin dış ticaret gerçekleştirme sebepleri üç ana başlık altında toplanmaktadır. Geçmişten bugüne ülkelerin arasında olan fiyat farklılıkları, dış ticaretin başlıca sebebidir. Ayrıca ülkeler kendi üretimleri yeterli olmadığında veya ihtiyaç duyulan mal üretilmediğinde dış ticaret yaparlar (Utkulu ve Aydemir, 2008).

Ülkeler ihracat açığı oluşmaması için ihracatlarının ithalatlarından yüksek olmasını hedeflemektedir. Az gelişmiş ülkeler işlenmiş son mamul ithal edip hammadde ihraç ederken, gelişmiş ülkeler hammadde ithal edip son mamul ve yarı mamul ihraç etmektedir.

Bir ülkeyi katma değeri düşük mallar ihraç ederken teknoloji ve vasıflı işgücüne ihtiyaç duyulan ürünleri ihraç edebilen ülke haline getirme sürecine “mukayeseli üstünlük süreci” adı verilir. Süreçte ülke büyümesi planlanırken aynı zamanda tarımın payının azalması ve sanayileşmenin artması hedeflenmektedir (Utkulu ve Aydemir, 2008). Örneğin Afrika ülkeleri Avrupa ülkeleri ve Türkiye’nin de içinde olduğu ülkelere kakao satmakta, bu ülkeler de bu üründen çikolata üreterek katma değerli mal üretilip ihraç etmektedirler. Şayet Afrika ülkeleri kendi topraklarında yetişen kakaoyu işleyebilecek teknoloji, eğitilmiş iş gücü ve sanayiye sahip olursa, konu mamulden çok daha fazla fayda sağlayabilirler.

Güney Doğu Asya ülkelerinde 1970li yıllarda; Türkiye’de ise 1980li yıllarda süreç başlamıştır. Das (1998) kimi Asya ülkelerinde hızla teknolojiyi içselleştirme ve büyüme sebebi ile dönüşüm olmaktadır (Utkulu ve Aydemir 2008). Türkiye’de gelişmiş ve gelişmekte olan pek çok ülkeye göre daha çok son mamul ve teknolojik ürün ihraç edilebiliyor olsa da hala bugün işlenmemiş maden ürünleri, blok mermer gibi ham ve yarı mamul ürünlerin ihraç edildiği görülmektedir.

Bir diğerk bakış açısı ile, ÷lke üretiminin, ÷lke içi tüketimden çokluğu malların farklı ÷lkelere hizmet veya ürün satması ÷lkeye döviz girişı olması açısından da önemlidir (Adıg÷zel, 2011).

÷lkelerin dış ticareti, miktar veya değerk olarak ölç÷lebilmektedir. Ulusal (yerli) para cinsinden veya Dolar ve Euro gibi uluslararası para birimi cinsinden belirtilir. Döviz kullanılması , uluslararası karşılaştırmaların mümkün olması açısından önemlidir. Miktar olarak ise reel veya cari rakamlar kullanılır. Reel değerkler, belli bir sene baz alınarak sabit fiyat dikkate alınır ve böylece değerkler doğru bir şekilde hesaplanabilir (Utkulu ve Aydemir, 2008).

Dış ticaret sebebi ile oluşan rekabet sayesinde firmalar daha kaliteli ve daha ucuz üretim yapmak zorunda kalmaktadırlar. Ayrıca etkin çalışma sağlanmaktadır. Ayrıca tekelleşme, yüksek fiyat, kalitesiz üretim, kaynak israfı gibi birçok olumsuzluk azalmaktadır. Bunun için de teknoloji gelişimi, nitelikli iş gücü için yatırımlar yapılmaktadır. ÷lkeler ancak bu şekilde pazar paylarını koruyabilmektedirler (Adıg÷zel, 2011).

÷lkeler farklı ürünlerin üretiminde, farklı maliyet avantajına sahiptirler. Şayet bir ÷lke, bir ürünü ithal ettiğinden daha pahalıya üretebiliyorsa, konu ürünü ithal etmeyi seçebilir. Bu durum kıt kaynakların etkin kullanımı olarak açıklanmaktadır. Ricardo ile başlayan “mukayeseli üstünlük” düşüncesi temel alınarak değerklendirildiğinde ÷lkenin herhangi bir malda ya mukayeseli üstünlüğü olduğu veya olmadığı görülür.. Şayet ÷lke, bir ürün için mukayeseli üstünlüğe sahip ise bu üründe uzmanlaşır üretir ve ihraç eder. Modern dış ticaret teorisi, Ricardo’nun bir uzantısıdır (Utkulu ve Aydemir, 2008).

İki ÷lke arasındaki dış ticaret, siyasi ilişkileri de etkilemektedir (Adıg÷zel, 2011). Türkiye ve İran arasındaki petrol ticaretinin, Türkiye ve Rusya arasındaki meyve sebze, tavuk vs ticaretlerinin siyasete etkileri günümüzde gör÷lmektedir.

Dış ticarette serbestleşme ile uluslararası ticaret artmıştır. Ulaştırma sistemlerindeki gelişmeler, taşıma maliyetlerinin düşmesi, iletişim kolaylığı ve internetin de gelişmesi ile iletişim maliyetlerinin düşmesi uluslararası ticareti pozitif

etkileyen diğer faktörlerdir (Adıgüzel, 2011).

Ülke ekonomileri için bu denli önemli olan dış ticaretin tarihsel gelişimine bakıldığında ise 15. yüzyılda pusulanın bulunmasıyla yeni ticaret yollarının keşfedilmesinin dış ticaret açısından çok önemli bir gelişme olduğu görülmektedir. 16. yüzyılda büyük keşiflerle birlikte dış ticaret de yeni bir boyut kazanmıştır. 16.yüzyılın sonlarına doğru, Merkantaliz'in doğuşu ticaretin sınırlanmasına neden olmuştur ve ticaret devletlerin kısıtlayıcı engelleri ile karşılaşmıştır. Daha sonra fizyokratlar tarafından dış ticaretin serbestliği savunulmuştur. Ticaret alanında farklı görüşler ve uygulamalar devam ederken Sanayi Devrimi ile büyük ölçekli üretime geçiş sanayileşmiş ülkeler arasında talebi karşılamak için hammadde ve pazar arayışına hız kazandırmıştır. 18. yüzyılın sonlarından itibaren ise Klasik İktisat görüşü gelişmeye başlamıştır. Adam Smith Wealth of Nations"ı yayımlamış ve ticaret teorisinin temeli böylece atılmıştır. Smith ülkelerin bir malı diğerine göre mutlak olarak daha ucuza üretirlerse, o malın üretiminde uzmanlaşmaları gerektiğini ve bu malda mutlak üstünlüğe sahip olmaları gerektiğini vurgulamıştır. Mutlak üstünlüğe sahip olmadıkları malların üretimine ve ihracatına yönelmemeleri gerektiğini vurgulamıştır. 19. yüzyılda Ricardo tarafından uluslararası ticaretin, mutlak değil karşılaştırmalı üstünlüklere dayanması gerektiği görüşü ortaya konmuştur. Yine 19. yüzyılda dış ticaret kazançlarını belirlemek için talep unsuru Mill tarafından analize dahil edilmiştir ve Mill karşılıklı talep yoluyla dış ticaretin teknolojik gelişmeyi etkileyeceğini ifade etmiştir. Dış ticaretin önemi 19. yüzyılda daha çok artarken, 1873'de yaşanan ekonomik bunalım korumacılığa dönüş taleplerini artırmıştır. Dış ticaret hakkında teoriler geliştirilmeye devam ederken 1930lu yıllarda yaşanan büyük ekonomik buhran sonrası ülkeler kendi içlerine kapanarak, büyük buhranın yol açtığı sorunlara yönelmişlerdir. Bu dönemde dış ticarete yaşanan durgunluk yeni gelişmekte olan batılı ülkeleri rahatsız etmiştir. İşsizlik oranının çok yüksek seviyelere ulaştığı ve bu artışın devam ederek dünya ekonomisini derinden sarstığı bu dönemde Keynes'in Genel Teori'si ekonomik hayatın gündemine girmiştir. Daha sonra Heckscher ve Ohlin ise dış ticaret konusunda geliştirdikleri teoride bir ülkenin yüksek oranda sahip olduğu üretim faktörünün yoğun olduğu mallarda karşılaştırmalı olarak üstün olacağını ifade etmişlerdir. Bu ülkeler uzman oldukları malları ihraç ederken az sahip olduğu faktör ile üretilen ürünleri ise ithal etmektedirler. Ülkeleri ekonomik ve sosyal olarak

etkilemesi sebebiyle dış ticaret konusunda geliştirilen teoriler ve bu konudaki çalışmalar sadece yukarıda belirtilen teorilerle sınırlı kalmamıştır. Değişen ekonomik ve teknolojik yapıya göre dış ticaret faaliyetlerinde ve politikalarında da değişiklikler olmuştur (Adıgüzel, 2011).

2.Dünya Savaşı bittikten sonra uluslararası ekonomik, sosyal ve siyasi yapılanmaya öncelik verilmiştir ve Birleşmiş Milletler Örgütü, ardından Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (IBRD) kurulmuştur. Dış ticaretin serbestleşmesi hedefi ile ilgili olarak Gümrük Tarifeleri, Ticaret Genel Anlaşması (General Agreement on Tariffs and Trade-GATT) imzalanarak 1948 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu dönemde dış ticaret hacmi, 1948 yılı için 60 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. GATT ile yeni bir dönem başlamıştır demek yanlış olmayacaktır. GATT Anlaşması ve sonrasında yapılan anlaşmalar ve kurulan birlikler ile dış ticaret konusu resmi olarak ele alınmıştır. 1950 yılına gelindiğinde dünya ekonomisinin dış ticarete açıklık oranı, Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı öncesi dönemlere göre gerilemiştir ve 7,1 oranına düşmüştür. İlerleyen dönemlerde artış göstererek 1993 yılına gelindiğinde 17,1 oranında gerçekleşmiştir. Özellikle yirminci yüzyılda internetin ticari amaçla kullanılmaya başlanması başka ülkelerdeki firmalara ait ürünlerin daha büyük kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Böylece firmalar ya da bireyler ihtiyaçları olan ürün ya da hammaddeleri internet üzerinden satın alabilme imkânına kavuşmuştur. Fakat dünya dış ticareti dünya ekonomisinin petrol fiyatlarındaki aşırı yükselme ve Euro'nun değer kaybetmesi sonucu sarılması ile birlikte bazı sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Ancak 2004 yılına gelindiğinde dünya ticareti 1997 yılından itibaren 2004 yılına kadarki en hızlı büyümeyi gerçekleştirmiştir ve Asya'nın Dünya ihracatındaki payında artış yaşanmıştır. 2002 yılında küresel ekonomik faaliyetlerdeki iyileşmenin de etkisi ile dünya ticaretinde de büyüme gerçekleşmiştir. 2007 yılında ise ABD'de yaşanan kriz dünya ekonomisinde olumsuz etkilere neden olurken 2009 yılında dünya ticaretinde daralma yaşanmıştır (Adıgüzel, 2011).

Ağır koşullara rağmen 1923-1930 yılları arasında önemli bir mesafe kat edilmiştir (Akarpınar, s 30). 1923-1929 döneminde liberal ekonomi politikası uygulandığı görülmektedir. Türkiye kuruluş yıllarında dışa açık ve bağımlı bir ekonomik yapıya sahiptir (Göze, 2014) . Bunun sebebi de Kurtuluş Savaşı yıllarında

ülkenin tüm kaynaklarının kullanılmış olması; üretimin tarım ve sanayi alanında alt limitlere gelinmiş olmasıdır.

1924-1937 yılları arasında kurulan bankalarla sektörler desteklenmiş, krediler sağlanmış ve devlet bütçesi denetim altında tutulmuştur. Kara, demir ve deniz yolları işletmeleri kurulmuştur. “Birinci Beş Yıllık Sınaî Kalkınma Planı” dahilinde, Osmanlı döneminden kalan fabrikalar yeniden yapılandırılmış ve kimya, kâğıt-selüloz, madencilik, mensucat(tekstil), seramik, demir-çelik ve diğer sanayi kollarında yeni fabrikalar açılmıştır. “Modern Türk Devleti Projesi”nin uygulanması, tarım, hayvancılık ve sanayide devlet-halk el ele top yekûn bir atılım yaşanmasını sağlamaktadır. İzlenen kararlı kalkınma politikaları kısa sürede ekonomiyi canlandırmış, alınan alt yapı önlemleriyle iç ve dış pazarlara açılmıştır (Akarpinar, s 30).

1930’ların başından itibaren dışa bağımlılığı azaltmak için dış ticaret sınırlanmış 1930 -1931 yıllarında artan dış ticaret fazlası vermiştir. İhraç ürünlerinin % 85 ’inini üzerinin yaprak tütün, üzüm, pamuk, fındık, zeytinyağı, tiftik, gülyağı gibi tarım ürünleri oluşturmaktadır. En çok ihracat sırasıyla İngiltere, İtalya, Fransa, Almanya ve ABD’ye gerçekleşmiş ve Almanya’nın dış ticaretteki payı giderek artmıştır. İhracat yapılan ülkeler bugünkü durum ile örtüşmektedir. İthalat ürünleri ise genellikle sanayi ürünleri ile dokuma, giyim ve şeker gibi temel tüketim mallarıdır (Tesbi, http://www.tarim.gen.tr/_-15.01.2017). Devletçilik uygulaması Birinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı’nın (1933-37) ile başlamış ve dış ticaret açığının kapatılması hedeflenmektedir. İkili anlaşmalar, sanayileşmenin artması, kliring anlaşması (ihracat karşılığı ithalat yapılması) , yerli üretimi olan malların ithalatının yasaklanması gibi pek çok politika izlenmiş, 1934 yılında ise tüm bu politikaların yürütülmesi için Dış Ticaret Ofisi kurulmuştur (Tesbi, <http://www.tarim.gen.tr/-15.01.2017>). Ancak 1940 yılından sonra devalüasyon sonucunda 1938 yılında yaklaşık 234 milyon dolardan 1940 yılında 138 milyon dolara gerilemiştir (Göze, 2014).

1970’lerde petrol , dünya ekonomisini ve dış ticaretini etkilemiş ve Türkiye ekonomisine yansıyan enflasyon ve uygulanan kur politikaları ile TL değer kazanmış ve buna bağlı olarak ithalat artmıştır. Bu sebepten ötürü de 1970li yıllar boyunca dış

ticaret açığı verilmiştir (Göze, 2014).

1980 yılına kadar ekonomiye devlet müdahalesi ve kapalılık egemenken 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlar ile değişim sürecine girilmiştir (Göze, 2014).

1980 yılından itibaren uygulanmaya başlanan Dahilde İşleme Rejimi (DİR) ihracat yapılmak amacı ile üretilecek ürünlerin imalatında kullanılacak ürünlerin ithalatında gümrük vergilerinde devlet desteği sağlamaktadır (Dahilde İşleme Rejimi, <http://www.moment-expo.com/> -11.02.2017). İhracat teşvikleri, ihracatçılara düşük faiz ve düşük vade ile kredi verilmeye başlanmıştır. Ek olarak kambiyo rejimine yönelik değişiklikler yapılmış ve sermaye hareketleri serbestleştirilmiştir (Göze, 2014).

Türkiye ihracat politikasını desteklemek amacı ile 1987 'de Türk Eximbank (Göze, 2014).

1994 ve 2001 krizleri dış ticareti büyük ölçüde etkilemiştir. Kriz yıllarında dış ticaret açıkları azalmıştır ancak bunun sebebi ithalatın neredeyse tamamen kesilmesidir ve kriz sonrasında dış ticaret açığının hızla artması bu görüşü destekler niteliktedir (Utkulu ve Aydemir , 2008).

2001 yılında gerçekleşen ihracatın ithalatı karşılama oranı % 75.7 olup 2007 yılında ise % 63.1 olmuştur. Türkiye'nin ihracatı hızlı artmakta ancak ithalatı daha artmaktadır. Bu durumun sebebi ise ara ve yatırım malı ithalatı bağımlılığının daha fazla olmasıdır. Tablo 1'de Türkiye'nin ithalatının geniş ekonomik grupların sınıflanmasına göre dağılımı gösterilmektedir (Utkulu ve Aydemir , 2008);

Tablo 1: Türkiye'nin İthalatının Geniş Ekonomik Grupların (Mal) Sınıflamasına Göre Dağılımı (Milyon USD)

Yıl	Yatırım Malı			İthalat			Tüketim Malı			Toplam
	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	Değer	Pay (%)	Değ. (%)	
1994	5	43.000	-	17	71.1	-	1	42.741	-	23
1995	8	23.0	54.4	25	70.1	51.4	2	42.984	73.4	36
1996	11	42.849	42.823	29	65.9	42.961	4	42.956	73.7	44
1997	11	42.848	42.984	32	65.6	42.988	5	11.0	25.0	49
1998	11	24.0	-2.9	30	64.4	-7.3	5	42.897	-0.3	46
1999	9	42.876	-20.8	27	65.3	-10.2	5	42.837	-4.8	41
2000	11	42.967	43.007	36	65.5	34.5	7	42.779	42.6	55
2001	7	42.963	-38.6	29	69.9	-19.0	4	42.987	-43.4	41
2002	8	42.871	42.999	37	72.6	42.854	5	42.925	42.908	52
2003	11	42.871	35.1	49	71.4	32.2	8	42.836	57.8	69
2004	17	42.995	51.5	67	69.2	36.2	12	42.837	53.1	97
2005	20	42.842	42.752	82	70.1	42.876	14	12.0	42.870	117
2006	23	42.932	42.930	100	71.4	42.937	16	42.866	42.809	140
2007	27	42.993	42.993	124	72.7	42.759	19	11.0	16.0	170

Kaynak: Utkulu ve Aydemir, 2008

2000'li yıllarda ekonomiyi yeniden kaldırmak amacı ile döviz kuruna dayalı istikrar programı uygulanmaya başlanmıştır. Ancak 2000 Kasım ayı ve 2001 Şubat krizleri ülke ekonomisini bir kez daha sarsmıştır (Göze, 2014). 1990 yılında -9.342.838 milyon dolar olan dış ticaret dengesi yaşanan olumsuzluklar sonucunda 2000 yılında -26.727.914 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılı itibari ile ülke ekonomisi olumlu bir büyüme göstermeye başlamış ancak 2008 yılında ABD'nin yatırım bankası olan Lehman Brothers'ın iflas etmesinden kaynaklı olarak büyüme trendi sona ermiştir. 2008 yılının son çeyreğinde ekonomi % 6,5 oranında küçülmüştür. Küçülme 2009 yılında da devam etmiş ancak 2010 yılında nispeten artış göstermiştir (Göze, 2014).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan bu yana ithalat-ihracat miktarları, yıllara göre değişimleri ve ithalatın ihracatı karşılama oranları Tablo 2'de yer almaktadır. 1923 yılından 2016 yılına dek dış ticaret dengesini TÜİK verilerine göre incelendiğinde Cumhuriyet'in ilk kurulduğu yıl ihracatın ithalatı karşılama oranı % 58,5 seviyesinde iken 1930 yılında ihracat, ithalatın üzerinde bir değere sahip olmayı başarmış ve bu seviyeler 1946 yılına dek devam etmiştir. 1946 yılına gelindiğinde % 180,5 ile en yüksek seviyeye ulaşılmıştır. Ancak gene 1946 yılında Demokrat Parti'nin iktidara gelmesi ve Amerika Birleşik Devletler ile yakınlaşan siyasi ilişkiler sonucunda 1947 yılı itibari ile ithalatla 1946 yılına kıyasla % 105,8 oranında bir artış olurken ihracattaki artış % 4,1 gibi düşük bir oran ile sınırlı kalmıştır. Devamında da

ithalat artışını sürdürmüştür. 2016 yılına dek bir daha ihracatın ithalatı karşılama oranı % 100 oranını aşamamış, Türkiye'nin ithalatı ihracat değerinin her zaman altında kalmıştır. 12 Eylül 1980 öncesi ve sonrasında ülke içi karışıklıklara bağlı olarak ihracatın ithalatı karşılama oranı % 30 oranlarına ulaşmıştır ancak 1980 sonrasında % 50 ile % 70 oranları arasında seyrederek 2016 yılına dek ulaşmıştır. 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye'nin hem ithalatı hem de ihracatı iki yıl üst üste düşüş göstermiş, dış ticarete daralma yaşanmış olsa da ihracat ithalata göre bir tık az düştüğü için 2016 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı % 71,8 ile sonuçlanmıştır.

Tablo 2: Yıllara Göre Dış Ticaret, 1923-2016

Yıllar	İhracat		İthalat		Dış ticaret dengesi	Dış ticaret hacmi	İhracatın İthalatı Karşılama
	Değer	Değişim (%)	Değer	Değişim (%)	Değer	Değer	
1923	50 790		86 872		- 36 082	137 662	58,5
1924	82 435	62,3	100 462	15,6	- 18 027	182 897	82,1
1925	102 700	24,6	128 953	28,4	- 26 253	231 653	79,6
1926	96 437	-6,1	121 411	-5,8	- 24 974	217 848	79,4
1927	80 749	-16,3	107 752	-11,3	- 27 003	188 501	74,9
1928	88 278	9,3	113 710	5,5	- 25 432	201 988	77,6
1929	74 827	-15,2	123 558	8,7	- 48 731	198 385	60,6
1930	71 380	-4,6	69 540	-43,7	1 840	140 920	102,6
1931	60 226	-15,6	59 935	-13,8	291	120 161	100,5
1932	47 972	-20,3	40 718	-32,1	7 254	88 690	117,8
1933	58 065	21,0	45 091	10,7	12 974	103 156	128,8
1934	73 007	25,7	68 761	52,5	4 246	141 768	106,2
1935	76 232	4,4	70 635	2,7	5 597	146 867	107,9
1936	93 670	22,9	73 619	4,2	20 051	167 289	127,2
1937	109 225	16,6	90 540	23,0	18 685	199 765	120,6
1938	115 019	5,3	118 899	31,3	- 3 880	233 918	96,7
1939	99 647	-13,4	92 498	-22,2	7 149	192 145	107,7
1940	80 904	-18,8	50 035	-45,9	30 869	130 939	161,7
1941	91 056	12,5	55 349	10,6	35 707	146 405	164,5
1942	126 115	38,5	112 879	103,9	13 236	238 994	111,7
1943	196 734	56,0	155 340	37,6	41 394	352 074	126,6
1944	177 952	-9,5	126 230	-18,7	51 722	304 182	141,0
1945	168 264	-5,4	96 969	-23,2	71 295	265 233	173,5
1946	214 580	27,5	118 889	22,6	95 691	333 469	180,5
1947	223 301	4,1	244 644	105,8	- 21 343	467 945	91,3
1948	196 799	-11,9	275 053	12,4	- 78 254	471 852	71,5

1949	247 825	25,9	290 220	5,5	- 42 395	538 045	85,4
1950	263 424	6,3	285 664	-1,6	- 22 240	549 088	92,2
1951	314 082	19,2	402 086	40,8	- 88 004	716 168	78,1
1952	362 914	15,5	555 920	38,3	- 193 006	918 834	65,3
1953	396 061	9,1	532 533	-4,2	- 136 472	928 594	74,4
1954	334 924	-15,4	478 359	-10,2	- 143 435	813 283	70,0
1955	313 346	-6,4	497 637	4,0	- 184 291	810 983	63,0
1956	304 990	-2,7	407 340	-18,1	- 102 350	712 330	74,9
1957	345 217	13,2	397 125	-2,5	- 51 908	742 342	86,9
1958	247 271	-28,4	315 098	-20,7	- 67 827	562 369	78,5
1959	353 799	43,1	469 982	49,2	- 116 183	823 781	75,3
1960	320 731	-9,3	468 186	-0,4	- 147 455	788 917	68,5
1961	346 740	8,1	507 205	8,3	- 160 465	853 945	68,4
1962	381 197	9,9	619 447	22,1	- 238 250	1 000 644	61,5
1963	368 087	-3,4	687 616	11,0	- 319 529	1 055 703	53,5
1964	410 771	11,6	537 229	-21,9	- 126 458	948 000	76,5
1965	463 738	12,9	571 953	6,5	- 108 215	1 035 691	81,1
1966	490 508	5,8	718 269	25,6	- 227 761	1 208 777	68,3
1967	522 334	6,5	684 669	-4,7	- 162 335	1 207 003	76,3
1968	496 419	-5,0	763 659	11,5	- 267 240	1 260 078	65,0
1969	536 834	8,1	801 236	4,9	- 264 403	1 338 070	67,0
1970	588 476	9,6	947 604	18,3	- 359 128	1 536 081	62,1
1971	676 602	15,0	1 170 840	23,6	- 494 239	1 847 442	57,8
1972	884 969	30,8	1 562 550	33,5	- 677 581	2 447 519	56,6
1973	1 317 083	48,8	2 086 216	33,5	- 769 133	3 403 299	63,1
1974	1 532 182	16,3	3 777 501	81,1	-2 245 319	5 309 683	40,6
1975	1 401 075	-8,6	4 738 558	25,4	-3 337 483	6 139 633	29,6
1976	1 960 214	39,9	5 128 647	8,2	-3 168 433	7 088 862	38,2
1977	1 753 026	-10,6	5 796 278	13,0	-4 043 252	7 549 304	30,2
1978	2 288 163	30,5	4 599 025	-20,7	-2 310 862	6 887 187	49,8
1979	2 261 195	-1,2	5 069 432	10,2	-2 808 236	7 330 627	44,6
1980	2 910 122	28,7	7 909 364	56,0	-4 999 242	10 819 486	36,8
1981	4 702 934	61,6	8 933 374	12,9	-4 230 439	13 636 308	52,6
1982	5 745 973	22,2	8 842 665	-1,0	-3 096 692	14 588 639	65,0
1983	5 727 834	-0,3	9 235 002	4,4	-3 507 168	14 962 836	62,0
1984	7 133 604	24,5	10 757 032	16,5	-3 623 429	17 890 636	66,3
1985	7 958 010	11,6	11 343 376	5,5	-3 385 367	19 301 386	70,2
1986	7 456 726	-6,3	11 104 771	-2,1	-3 648 046	18 561 497	67,1
1987	10 190 049	36,7	14 157 807	27,5	-3 967 757	24 347 856	72,0
1988	11 662 024	14,4	14 335 398	1,3	-2 673 374	25 997 422	81,4
1989	11 624 692	-0,3	15 792 143	10,2	-4 167 451	27 416 835	73,6
1990	12 959 288	11,5	22 302 126	41,2	-9 342 838	35 261 413	58,1
1991	13 593 462	4,9	21 047 014	-5,6	-7 453 552	34 640 476	64,6

1992	14 714 629	8,2	22 871 055	8,7	-8 156 426	37 585 684	64,3
1993	15 345 067	4,3	29 428 370	28,7	-14 083 303	44 773 436	52,1
1994	18 105 872	18,0	23 270 019	-20,9	-5 164 147	41 375 891	77,8
1995	21 637 041	19,5	35 709 011	53,5	-14 071 970	57 346 052	60,6
1996	23 224 465	7,3	43 626 642	22,2	-20 402 178	66 851 107	53,2
1997	26 261 072	13,1	48 558 721	11,3	-22 297 649	74 819 792	54,1
1998	26 973 952	2,7	45 921 392	-5,4	-18 947 440	72 895 344	58,7
1999	26 587 225	-1,4	40 671 272	-11,4	-14 084 047	67 258 497	65,4
2000	27 774 906	4,5	54 502 821	34,0	-26 727 914	82 277 727	51,0
2001	31 334 216	12,8	41 399 083	-24,0	-10 064 867	72 733 299	75,7
2002	36 059 089	15,1	51 553 797	24,5	-15 494 708	87 612 886	69,9
2003	47 252 836	31,0	69 339 692	34,5	-22 086 856	116 592 528	68,1
2004	63 167 153	33,7	97 539 766	40,7	-34 372 613	160 706 919	64,8
2005	73 476 408	16,3	116 774 151	19,7	-43 297 743	190 250 559	62,9
2006	85 534 676	16,4	139 576 174	19,5	-54 041 498	225 110 850	61,3
2007	107 271 750	25,4	170 062 715	21,8	-62 790 965	277 334 464	63,1
2008	132 027 196	23,1	201 963 574	18,8	-69 936 378	333 990 770	65,4
2009	102 142 613	-22,6	140 928 421	-30,2	-38 785 809	243 071 034	72,5
2010	113 883 219	11,5	185 544 332	31,7	- 71 661 113	299 427 551	61,4
2011	134 906 869	18,5	240 841 676	29,8	- 105 934 807	375 748 545	56,0
2012	152 461 737	13,0	236 545 141	-1,8	- 84 083 404	389 006 877	64,5
2013	151 802 637	-0,4	251 661 250	6,4	- 99 858 613	403 463 887	60,3
2014	157 610 158	3,8	242 177 117	-3,8	- 84 566 959	399 787 275	65,1
2015	143 838 871	-8,7	207 234 359	-14,4	- 63 395 487	351 073 230	69,4
2016*	142 606 247	-0,9	198 601 934	-4,2	- 55 995 686	341 208 181	71,8

*TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri, 2016 yılı Aralık verileri geçicidir.

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>, 09.02.2017

Dış ticaretin ihracat ve ithalat olarak iki türü mevcuttur. Ülkelerin dış ticaret hacimleri, belli bir dönemde gerçekleşmiş olan ithalat ve ihracat hacimlerinin para karşılığının toplanması ile belirlenmektedir.

Dış ticaret türleri üç ana başlık altında incelenmektedir. İlki ithalat, ikincisi ihracat üçüncüsü ise transit ticarettir. Aşağıda bu üç ana başlık ve kendi içlerindeki çeşitleri yer almaktadır (Dış Ticaret Nedir, <http://www.osmaniyetso.org.tr/> - 21.05.2017).

İthalat, bir ülkeden başka bir ülkede kullanılmak üzere hizmet veya mal tedarik edilmesine verilen isimdir. İthalat, bir başka deyişle dış alımdır. Başka ülkelerde üretilmiş malların, ülkedeki alıcılar tarafından satın alınmasıdır. İhracatın karşısı olmakla birlikte ihracat ile birlikte dış ticaret dengesini meydana getirmektedir. İthalat, akreditifli ithalat; mal karşılığı ithalat; bedelsiz ithalat; belge karşılığı ithalat; kredili ithalat; geçici kabullü ithalat; ankonsinyasyon ithalat olarak farklı başlıklar altında incelenebilmektedir. İhracat, bir ülkede üretilen hizmet ve malların başka ülkelere satılmasıdır. İhracat, bir başka deyişle dış satımdır. Transit Ticaret ise farklı bir ülkede veya serbest bölgede üretilen malların gene farklı bir ülkeye veya serbest bölgeye satılmasıdır. İthalat ve ihracattan farklı olarak fon, vergi, resim, harç alınmamasıdır (Dış Ticaret Nedir, <http://www.osmaniyetso.org.tr/-21.05.2017>).

1.2.DIŞ TİCARETİ ETKİLEYEN UNSURLAR

Dış ticareti etkileyen başlıca unsurlar küresel mali koşullar, sosyal yapıları, ulaştırma faaliyetleri, devletlerin yaptığı dış ticaret anlaşmaları, ülke içi kalkınma planları, ülkelerin dış ticaret politikaları, döviz kuru rejimleri, toplumların tüketim alışkanlıkları olarak belirtilebilir.

Bilgi toplumu kavramı ortaya çıktıktan sonra, teknolojik olarak kendini geliştirebilen ülkeler dış ticarete de öne çıkmışlar ve uluslararası pazarlarda, Pazar paylarını koruyabilmeyi başarmışlardır (Adıgüzel, 2011).

Lojistik de dış ticaret üzerinde önemli etkiye sahiptir çünkü lojistik faaliyetleri üretimden, taşımaya, müşteriye ürün teslimine ve atıkların geri dönüşümüne kadar olan süreci kapsamaktadır (Adıgüzel, 2011).

Dış ticareti etkileyen faktörler çeşitli dönemler için Tablo 3 de üç ayrı dönemde açıklanmıştır (Adıgüzel, 2011);

Tablo 3: Uluslararası Ticareti Etkileyen Faktörler, 1990-2020

	1990-2010	2010	2010-2020
Dünya Gayri Safi Geliri	Patlama yaşanıyor	Durgunluk	Büyüme başlayacak ama daha düşük tempoda
Serbest Ticaret	Dünya Ticaret Örgütü ile genişleme	Yeniden ortaya çıkan korumacılık belirtileri	Belirsiz, ekonomik koşullara bağlı
Kıyaslamalı Avantaj	Yüksek (Çin'de düşük işçilik maliyetleri)	Artan işçilik ve taşınmaz mal maliyetleri avantajı aşındırıyor	Devam eden daralma
Kredi Koşulları	Kolaylıkla alınabilir	Ticaret ve yatırımları etkileyen aşırı kredi derecede daralması	Güvenin tazelenmesi ve bilançoların dengeye gelmesi
Para Kurları	Bazı istisnalar dışında istikrarlı (Asya para birim değerleri düşük)	Çelişkili para politikalarından ötürü istikrarsız ve belirsiz	Yavaş yavaş istikrara kavuşuyor. Asya para birim değerleri yükseliyor
Bilişim Teknolojisi	Devrimsel değişiklik	Hala realize olmamış birçok faydayı barındırıyor	Gelişen teknoloji ortaya çıkmaya devam ediyor
Outsourcing (Üretimin Başka Ülkeler Kaydırılması)	"Sonsuz potansiyel" gibi algılanmasından ötürü patlama yaşıyor	Sınırlara varılması (karlı büyüme mi?)	Belli segmentlerde potansiyelin devamı
Pazar Odaklı Siyasal Ortam	Uzak Doğu ve Doğu Avrupa'nın dünya pazarlarına açılması	Şu ana kadar istikrarlı	Sıkıntılı ekonomik durumun süreklilik kazanması hali çerçevesinde tahmin etmesi zor
Taşımacılık Maliyetleri	Düşük	Uzun yıllardır fazla kapasite ve düşük yakıt fiyatlarından ötürü düşük seviyesinde	Uzun vadeli beklenti yükselmesi yönünde (petrol, CO ₂ fazla kapasitenin emilmesi)

Deragölasyon (Kuralsızlaştırma)	Dünya genelinde deragölasyon ve özelleştirme furyası	Deregölasyon ve sermaye piyasaları konusunda kuşkular devam ediyor	2 Dünya Savaşı sonrası geçerli olan düzenleme ve devletçiliğe bir dönüş beklenmiyor
Sektörde Birleşme	Rakipler arasında genel olarak yatay birleşmeler	Aşırı arz ile (yıpratma birleşme)	Tedricen başlıyor ama iddialı değil
Altyapı	Önemli ölçüde yatırım yapılmasına rağmen talep karşılanamıyor	İş hacmindeki daralma altyapı üzerindeki baskıyı hafifletiyor	Birçok ölkede altyapının iyileştirilmesine dönük büyük "Keynesian" hamle

Kaynak: Adığüzel, 2011

1.3.Dİş TİCARETİN EKONOMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Dış ticaret sayesinde toplumların ihtiyaçları karşılanabilmektedir. Ayrıca ölkelerin ekonomisi, Dünya ekonomisi, ölkelerin sosyoköltürel, askeri ve siyasi yapıları bakımından kritik öneme sahiptir (Adığüzel, 2011).

Dış ticaretin ekonomi üzerindeki başlıca etkisi ölkelerin ekonomisine gelir ve döviz sağlanmasıdır. Ölkelerin makro ekonomik göstergeleri üzerine etkisi olması sebebi ile de ölkelerin ekonomilerine yön veren bir politika aracıdır. Ölkelerin içi üretimin fazla olması veya ihtiyaç duyulan ürünün üretiminin ihtiyaçı karşılayamaması dış ticaret gereksinimi getirerek ekonomiyi etki altına almaktadır (Adığüzel, 2011). Ölkelerin küresel piyasanın avantajlarından yararlanarak ölkelerin içindeki üretimin daha pahalı ve/veya yetersiz olduğu durumlarda iç talebi dış ölkelerden karşılamanın yanı sıra özellikle gelişmekte olan ölkelerin açısından önemlidir (Göze, 2014).

Dış ticaretten kaynaklanan rekabet firmaları daha kaliteli ve ucuz ürünler üretmeye itmektedir. Ek olarak tekelleşmeyi engellemede büyük öneme sahiptir. Firmaların maliyetleri düşürmek amacı ile nitelikli iş gücü oluşturmakta, teknoloji ve üretim alanında yatırım yapmaktadırlar (Göze, 2014).

Ülkeler dış ticaretin etkilerini görüyorlarsa ekonomik güçleri diğer ülkelerin, konu ülkeye olan bakış açıları ve tutumları üzerinde etkili olmakta ve dünya ekonomi kuruluşlarının da konu ülkeye olan güveni etkilenmektedir. İç ve dış makroekonomik dengelerin küresel ekonomide sağlanması birbiriyle yakın ilişkidir. Buna karşın dış ticaretteki gelişmeler, ulusal ekonomiyi ve tüm sektörleri etkilemektedir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyinde dış ticaret yapısının önemi büyüktür. Gelişmekte olan ülkelerin yatırım ve ara mamul ithal etmeleri gelişmiş ülkeler göre daha çok olduğundan döviz açığı ve dış ticaret açığı oluşmaktadır. Bir ülkenin dış ticaret yapısına göre ülkenin gelişmişlik düzeyi dahi değerlendirilebilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin ihracat olanakları , gelişmiş ülkelere kıyasla daha sınırlı olup büyük tutarda yatırım ve ara mamul ithal etmeleri gerekmektedir. Bu sebepten ötürü dış ticaret açığı ve döviz ihtiyacı doğmaktadır. Bu sebepten ötürü dış ticaret, sadece ödemeler dengesine ek olarak üretim, yatırım, büyüme-kalkınma süreçleri yönlerinden de önem arz etmektedir (Göze,2014).

Dış ticaret, ülkelerin gelişme ve kalkınma sürecinde iki önemli role sahiptir. İlk rol, kısa dönemli olup, ithalatı gecikmeler olmadan karşılamasını sağlamaktır. Bu şekilde dış ödeme gücün temin edilmektedir. İkinci rol ise dış ticaretin yeniden şekillenmesi veya dış ticaretin uluslararası işbölümünü uyarlar ve uzun dönemlidir. Dış ticaret, mevcut kaynakların daha iyi kullanılmasını sağlamaktadır ve yarattığı dinamik etkilerle ülke refahı üzerinde pozitif etkilere sebep olur. Birinci rol dış ticaretin statik yararı ve ikinci rol dinamik yararları olarak adlandırılır. Statik etkiler ağırlıklı olarak gelişmiş ülkeler için, dinamik etkiler ise gelişmekte olan ülkeler için daha önemlidir. Dinamik etkileri, yurtiçi üretim ve kaynak açığını kapatma, iç piyasa hacmini genişletme, ekonomiye dinamizm kazanma ürün fazlası için pazar oluşturma, yerli üreticilere rekabet ortamı yaratma olarak belirtilmektedir (Göze,2014).

1.4.DIŞ TİCARET POLİTİKASI

Dış ticaretin bir otorite içerisinde; denetim ve düzen mekanizması sağlanabilmesi için ülkeler dış ticaret faaliyetlerini yönetmek için başvurulan çeşitli politikalara, dış ticaret politikası denir (Adıgüzel, 2011).

Dış ticaret, iç ve dış mevzuata dayanmaktadır. Dış ticaret ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiği için uygulanan sistemler de ülkelere bağlı olarak değişiklik gösterir. Dış Ticaret Rejimi, ülkelere giren ve çıkan mal ve hizmet, bu hareketlerin kısıtlanması, devlet destekleri ve teşviklerin adıdır. Kambiyo rejimi ise para hareketliliğini kontrol etmekte, kısıtlamakta ve esaslarını belirlemektedir (İstanbul Sanayi Odası Yayınları ,2005).

Ülkelerin dış ticaret politikası uygulama amaçlarının bazıları; ekonomik kalkınmanın sağlanması, ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesi, ekonomik istikrarı sağlayarak piyasa aksaklıkların giderilmesi, ülkenin sanayi faaliyetlerini dış rekabet rekabetten koruma şeklinde sıralanabilmektedir. Dış ticaret politikaları, ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesi için ihracatı özendirilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler, dış ticaret politikalarını, sanayilerini rekabetten korumaya yönelik oluşturmaktadır. Dış ticaret politikası, ekonomik kalkınma amacıyla uygulandığında ise ithal ikameci ve ihracata dayalı dışa açık sanayileşme stratejileri benimsemektedir (Adıgüzel, 2011).

1.5.DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER

Dış ticaret süreçleri içindeki en önemli evrelerden biri, ilgili dökümanların zamanında, eksiksiz ve tam olarak hazırlanması ve gerekli tasdik işlemlerinin yaptırılarak ilgili mercilere ulaştırılmasının sağlanmasıdır. Dökümanlardaki eksiklikler malların ihraç veya ithal gümrüklerinde işlem görememesine sebep olmaktadır. Bu durum hem malını ihraç etmek amacı güden firma hem de ürün ithal etmek isteyen firma için istenmeyen bir durumdur.

Dış ticaret süreçlerinde kullanılan belgeler 5 ana başlık altında incelenmektedir. Konu belgeler; ticari belgeler, resmi belgeler, taşıma belgeleri, sigorta belgeleri ve finansman belgeleridir. Belgeler hakkında detaylı bilgi aşağıdaki gibidir (Dış Ticaret İşlemlerinde Kullanılan Belgeler, <http://www.oaib.org.tr-12.02.2017>);

-Ticari Belgeler: Faturalar, gemi ölçü raporu, koli listesi, çeki listesi, imalatçı analiz belgesi,

kontrol-gözetim

belgesi.

- Resmi Belgeler : Dolaşım belgeleri, A.T.A karneleri, menőe şahadetnamesi, kontrol belgeleri, radyasyon belgesi, konsolosluk faturası, uygunluk belgesi, sağlık sertifikası, veteriner sertifikası, helal belgesi, koőer belgesi, boykot/kara liste sertifikası.
- Taşıma Belgeleri: Deniz koőimentosu, özellikli koőimentolar, diğer koőimentolar.
- Sigorta Belgeleri: Sigorta sertifikası, flotan sigorta poliğesi, sigorta poliğesi, sigorta mektubu.
- Finansman Belgeleri: Poliçe, bono, teslim emri, rehin senedi , antrepo makbuzu, kontrol ve numune alma yetki belgesi.

1.6.ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)

Incoterms kavramı “International Commercial Terms” in ilk hecelerinin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Tırkiye’de Incoterms, Uluslararası Teslim Şekilleri olarak Tırkęeleřtirilmiřtir. Incoterms, kısaca dış ticaret işlemlerinde alıcı firma ve satıcı firmanın sorumluluklarının nerede başlayıp nerede sona ereceğini gosteren uluslararası kurallar bütünü olarak nitelendirilmektedir (Istanbul Sanayi Odası Yayınları, 2005).

Incoterms kuralları, tıccarlar arasında yapılan mal satım sözleşmelerinin iř dünyasındaki uygulamasını ačíklayan üç harfli ticari terimlerdir. Üç harfli ticari terimler, Incoterms 2010’da belirtilen teslim şeklinin kısaltmış halleridir (Özken, Yılmaz ve şahin, 2011).

ICC (International Chamber of Commerce), Dünya’daki farklı sektörlerden kuruluşları temsil eden dünya ticaret organizasyonudur. ICC’nin misyonu uluslararası ticareti ve yatırımı teşvik etmek, sınır ötesi ticaretin getirmiş olduğu zorluklar ve kimi zamanda fırsatların değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır. 1919

yılında ICC'yi kuran kişiler, kendilerini barışın tacirleri olarak adlandırmaktaydı. ICC'nin ticaret, barış ve refah için güçlü bir etken olduğuna inanılmaktadır ve ABD'de İngiltere, Fransa, ABD ve Belçika tarafından kurulmuştur. Şu anda 120 kadar ülkede binlerce firma ICC'ye üyedir (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015) .

İlk Incoterms kuralı 1936 tarihinde "Incoterms 1936" adıyla yayınlamıştır. Sonrasında sırası ile 1958; 1967; 1976; 1980; 1990; 2000 ve son olarak 2010 yılında revize olmuş ve günümüzde 01.01.2011 tarihi itibarı ile kullanılmaya başlanmış olan Incoterms 2010 kullanılmaktadır (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015). 1936 yılında ilk kullanılan Incoterms, aradaki revizyonlar ve güncel Incoterms çalışmaları kendi içinde bir bütünlük taşımaktadır ve bir amaç için şekillenmiştir (Yılmaz ve , Özken, 2011, s 70). Incoterms 2010'un uygulama alanı genişletilmiş, uluslararası ve ulusal uygulamaya sahip olmuştur. Incoterms 2010'a "yüklenmiş malların" satımına ek olarak "yüklenmiş malı temin etme" yükümlülüğü de eklenmiştir (Caner, 2012).

Incoterms , uluslararası ticarete alıcı ve satıcıların yük tesliminde maliyetleri, riskleri, yükümlülükleri tespit ederken yanlış anlaşılma olmasını engellemeyi amaçlamaktadır. Örnek olarak, bir satıcı bir mal için FOB fiyat verdiğinde , FOB fiyata sigorta ve navlun dahil olmayacaktır bu sebepten CIF olarak fiyat verilmesi halinde iki fiyat arasında , rekabeti etkileyecek düzeyde fark bulunmaktadır. Incoterms'in ortaya çıkışı alış veriş işlemlerinin hukuki güvenliğinin sağlamasındaki ilk ciddi girişim olarak kabul edilmekle birlikte aynı amaç doğrultusunda "Amerikan Dış Ticaret Terim Tanımları"; "Varşova ve Oksford Kuralları" ortaya çıkmıştır (Caner, 2012).

Incoterms, en son versiyonu olan Yayın No: 560'da kapsam ; Incoterms'in kapsamının satım sözleşmesinin taraflarının satılan malların teslimine ilişkin hak ve yükümlülükleriyle sınırlı olduğu vurgulanmalıdır, şeklinde belirtilmiştir. Aynı zamanda "Satılan malların teslimine" ifadesini yazarken parantez açarak bilgisayar gibi gayri maddi (soyut) hakların mallar kapsamında anlaşılmasında gerektiğini söyleyerek kapsama dahil etmemiştir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 71).

Incoterms 2010'da 11 kural varken ile Incoterms 2000'da 13 kural bulunmaktadır. Incoterms 2010'da bulunan DAF (Delivered at Frontier), DES

(Delivered Ex Ship), DEQ (Delivered Ex Quay), DDU (Delivered Duty Unpaid) , metinden çıkarılmış ve DAT (Delivered at Terminal) ve DAP (Delivered at Place) kuralları metine eklenmiştir (Caner, 2012).

Kapsam Dışı Haller; Mülkiyetin nakli, Ödeme Yöntemleri, Taşıma Sözleşmesi, Sigorta Sözleşmesi, Varyantlar, İhtilafların çözümü olarak sıralanabilir.

Incoterms 2010 ‘a göre teslim şekilleri dört ana grup altında incelenmektedir, grupların kapsamı aşağıda kısaca belirtilmiştir,

-E Grubu; (EXW) Satıcı malı, alıcıya kendi mahallinde teslim etmektedir. Çıkış odaklı teslim şeklidir.

-F Grubu; (FCA, FAS, FOB) Satıcı firmanın sorumluluğu, ana taşıma vasıtasına kadardır.

-C grubu; (CFR, CPT, CIF, CIP) Satıcının sorumluluğu içerisinde nakliye de bulunmaktadır. CIF ve CIP satıcının sigorta yükümlülüğü vardır.

-D grubu; (DAT, DAP, DDP) yükleme yerinden malların varması gereken noktaya kadar oluşabilecek tüm masraflar, riskler ve vergiler satıcıya aittir.

Incoterms 2010’a göre 11 teslim şekli bulunmaktadır. Incoterms 2000’de 13 teslim şekli bulunup , bazı teslim şekillerinin içeriği genişletilmiş ve bazı terimlerin anlamları bütünleştirilerek tek anlam haline getirilmiştir. Son değişiklikler, uluslararası ticaretin ihtiyaçlarına büyük ölçüde yanıt vermiştir (Caner, 2012).

EXW (Ex-Works) ; FCA (Free Carrier) ; CPT (Carriage Paid to...) ; CIP (Carriage and Insurance Paid to...) ; DAT (Delivered at Terminal) ; DAP (Delivered at Place) ve DDP (Delivered Duty Paid) tüm taşıma tiplerinde uygulanmaktadır. Ancak FAS (Free Alongside ship) ; FOB (Free On Board) ; CFR (Cost and Freight) ve CIF (Cost Insurance and Freight) yalnızca deniz ve iç su yolu taşımacılıklarında kullanılabilmektedir.

Incoterms 2010 ‘a göre teslim şekillerine sıra ile değinilecektir,

1.6.1. E GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ

E grubu uluslararası teslim şekillerinde satıcı malı, alıcıya kendi mahallinde teslim etmektedir. Çıkış odaklı teslim şeklidir.

-Exwork (... named place)-İşyerinde Teslim

İhracatçı firma, malı ithalatçı firmaya kendi işletmesinde teslim etmekle yükümlüdür.

İhracatçı firma, malı taşıma aracına yüklemekle sorumlu değildir. (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

İhracatçı açısından riski en az olan teslim şekli exworks'dur (Yılmaz ve Özken, 2011 ,s 71).

1.6.2. F GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ

F grubu uluslararası teslim şekillerinde (FCA, FAS, FOB) satıcının sorumluluğu mal ana taşıma vasıtasına ulaşmaya kadar sürmektedir.

-FCA (Free Carrier) (... named place)-Taşıyıcıya Masrafsız olarak Belirtilen Yerde

İhracatçı firma malları belirlenmiş bir yerde teslim etmekle yükümlüdür. Belirlenen noktada tüm riskler alıcıya geçer (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/>-19.02.2017).

FCA teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/uluslararasi-teslim-sekilleri-wwworgtrorg-19.02.2017>).

FCA, ihracatçının exwork teslim şeklini uygulayamaması halinde ilk tercih etmesi gereken teslim şekillerindendir (Yılmaz ve Özken, 2011 ,s 86).

-FAS (Free Alongside Ship) (named port of shipment) Gemi Doğrultusunda Masrafsız

İhracatçı, teslim yükümlülüğünü alıcı tarafından belirlenen yükleme limanında mallar gemi doğrultusuna yerleştirildiği zaman yerine getirir. Malların kaybolması veya hasarlanması ile ilgili riskler, malların gemi rıhtımında teslim edilmesi sonrası ithalatçıya geçer (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/-19.02.2017>).

İhracatçı belirtilen yükleme limanına kadar olan ön taşıma maliyeti ve gümrükleme masraflarından sorumludur. İthalatçı ise navlun, ithalat gümrükleme masrafları, ithalat vergileri ve dahili vergiler ve ithalat ülkesindeki son taşıma masraflarından sorumludur (Yılmaz ve Özken, 2011 ,s 89-90).

FAS teslim şekli, yalnızca denizyolu ve iç su taşıma tiplerinde kullanılmaktadır.

Yükleme noktasına dek oluşan masraflar satıcının sorumluluğunda olduğu için anlaşmalarda yükleme noktası açık bir şekilde belirtilmelidir (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015)

FAS, Incoterms 2000’de yapılan değişiklikle, daha önceki versiyonlarda ihracat gümrük masrafları ithalatçı tarafından yapılmakta iken son versiyonla ihracat gümrük formaliteleri ve masrafları ihracatçının yükümlülükleri içine dahil (Yılmaz ve Özken, 2011, s 90).

-FOB (Free on Board) Gemi Bordasında Teslim

FOB teslim şeklinde, ihracatçı firma malları alıcı tarafından belirlenen geminin bordasında teslim etmekle yükümlüdür. Kayıp ve hasar riskleri malların gemi bordasına yüklenmesinden itibaren alıcıya geçer (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/-19.02.2017>).

FOB teslim şekli, yalnızca denizyolu ve iç su taşıma tiplerinde kullanılmaktadır (Caner, 2012).

İhracatçı belirtilen yükleme limanına kadar olan ön taşıma maliyeti, gümrükleme masrafları ve ihracat liman masraflarından sorumludur. İthalatçı ise navlun, ithalat liman masrafları, ithalat gümrükleme masrafları, ithalat vergileri ve dahili vergiler ve ithalat ülkesindeki son taşıma masraflarından sorumludur.

FOB teslim şekline göre, satıcı malları gemiye yüklenmeden önce bir terminalde taşıyıcıya teslim ettiği durumlarda uygun olmayabilir. Konteyner ile yapılan taşımalarda yükün bu şekilde teslim edilmesi normaldir. Böyle durumlarda FCA teslim şekli uygundur (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015).

Tarihsel olarak FOB Incoterms'i ilk ortaya çıkan Incoterms'dir , bunu CIF Kuralı izlemiştir.

1.6.3.C GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ

C grubu uluslararası teslim şekilleri (CFR, CPT, CIF, CIP) nde satıcı firmanın sorumluluğu ana taşıma vasıtasına kadar olmaktadır. CIF ve CIP teslim şekillerinde satıcı ek olarak sigortayı da üstlenmektedir.

-CFR (Cost and Freight) Mal Bedeli ve Taşıma

İhracatçı malı, alıcının ülkesine göndermekle yükümlüdür (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/>- 19.02.2017)

CFR teslim şekli, yalnızca denizyolu ve iç su taşıma tiplerinde kullanılmaktadır.

İhracatçı belirtilen yükleme limanına kadar olan ön taşıma maliyeti, gümrükleme masrafları ve ihracat liman masrafları ve navlundan sorumludur. İthalatçı ise ithalat liman masrafları, ithalat gümrükleme masrafları, ithalat vergileri ve dahili vergiler ve ithalat ülkesindeki son taşıma masrafarından sorumludur.

-CPT (Carriage Paid To) Taşıma Ödenmiş

CPT Teslim şeklinde ihracatçı malları taşıma firmasına veya belirlenmiş başka bir partiye teslim etmekle yükümlüdür, ek olarak taşıma ücreti de ihracatçı firmanın sorumluluğundadır. (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

CPT teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/> -19.02.2017)

-CIF (Cost, Insurance and Freight) Mal Bedeli, Sigorta ve Taşıma

CIF Teslim şeklinde ihracatçı malları geminin bordasına teslim etmekle yükümlüdür, ek olarak taşıma ücreti de ihracatçı firmanın sorumluluğundadır. (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

CIF Teslim şeklinde ihracatçı firma aynı zamanda sigorta masraflarını karşılayarak taşıma esnasında olabilecek kayıp ve hasar riskini üzerine alır. Ancak alıcılar CIF teslim şekline göre yapmış oldukları anlaşmalarda ihracatçı firmanın sigorta kapsamını minimum düzeyde tutacağını dikkate alarak daha kapsamlı bir sigorta güvencesi istiyorlarsa kendi ekstra sigorta anlaşmalarını yapmalıdırlar (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

CIF teslim şekli, yalnızca denizyolu ve iç su taşıma tiplerinde kullanılmaktadır.

İhracatçı belirtilen yükleme limanına kadar olan ön taşıma maliyeti, gümrükleme masrafları ve ihracat liman masraflar, navlun ve sigortadan sorumludur. İthalatçı ise ithalat liman masrafları, ithalat gümrükleme masrafları, ithalat vergileri ve dahili vergiler ve ithalat ülkesindeki son taşıma masraflarından sorumludur. CFR taşıma şekline göre tek fark sigortanın ihracatçı tarafından karşılanmasıdır (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015).

-CIP (Carriage and Insurance Paid To) Sigorta ve Taşıma Ödenmiş

CIP Teslim şeklinde ihracatçı alıcı tarafından belirlenmiş olan yere malları teslim etmekle yükümlüdür. İhracatçı aynı zamanda taşıma esnasında oluşabilecek kayıp ve zarara karşı riski karşılamak için yaptırılan sigortayı da yaptırmakla yükümlüdür(Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

CIF teslim şeklinde olduğu gibi CIP taşıma şeklinde de alıcılar, yapmış oldukları anlaşmalarda ihracatçı firmanın sigorta kapsamını minimum düzeyde tutacağını dikkate alarak daha kapsamlı bir sigorta güvencesi istiyorlarsa kendi ekstra sigorta anlaşmalarını yapmalıdırlar. (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> -19.02.2017)

CIP teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/> -19.02.2017).

CPT, CIP, CFR veya CIF Incoterms'lerine göre, mallar taşıyıcıya verildiğinde yükleyici sorumluluğunu tamamlamış olur (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015).

1.6.4. D GRUBU ULUSLARARASI TESLİM ŞEKİLLERİ

D grubu uluslararası teslim şekilleri (DAT, DAP, DDP)' nde satıcı , mal varış yerine ulaşıncaya kadar oluşacak tüm risk /vergileri üstlenmektedir.

-DAT - Delivered At Terminal – Terminalde Teslim

DAT Incoterms'i , Incoterms 2010'da bulunmayan DEQ Incoterms'inin yerine gelmiş olup, DEQ multimodel taşımalarda geçerli değilken, DAT Incoterms'i geçerlidir. DAT, malların, belirlenmiş teslimat noktasına boşaltılmak üzere , satıcı masrafları karşılamış ancak alıcının emrine teslim edilmesidir. Gümrük işlemleri, masrafları, vergiler, resim ve harçlar alıcının; malların belirlenen yere taşıma maliyetlerini/ terminal bağlantılı zarar risklerini satıcının sorumluluğundadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/uluslararasi-teslim-sekilleri->

www.orgtr.org-19.02.2017).

DAT teslim şeklinin özellikle konteyner taşımacılığına daha uygun olduğu , özellikle terminal elleçleme masraflarının dağılımında bir opsiyon oluşturmıştır. Yüklerin terminalden, bir yere taşınması ve elleçlenmesi gerekiyorsa DDP veya DAP kullanılabilir. Bu teslim şekillerinde, konu operasyon esnasında oluşabilecek zarardan satıcı sorumlu tutulmaktadır (Caner, 2012).

DAT teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/> -19.02.2017).

-DAP - Delivered At Place – Belirlenen Noktada Teslim

DAP teslim şekli, malın belirlenmiş bir boşaltma (liman iskelesi, gümrük noktası, havalimanı vs) boşaltma için hazır durumda nakliye aracının üzerinde alıcı emrine bırakılmasıdır ((Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/> - 19.02.2017). İhracatçı firma malların belirlenen noktaya gelinceye kadar oluşabilecek tüm riskleri üstlenmektedir (Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/> - 19.02.2017).

DAP teslim şekli Incoterms 2000’de yer olmamasına karşın , Incoterms 2010’da ortaya çıkmıştır. DAP teslim şeklinde, FOB teslim şekline farklı olarak “spesifik bir teslim yeri” içermektedir (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (2012), Incoterms 2010(ICC Rules For The Use of Domestic and International Trade Terms) Sayı 22 Güz 2012/2 s.223- 262, Caner, O). DAP teslim şekli, DAF, DES, ve DDU teslim şekillerinin yerini almıştır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/> -19.02.2017).

DAP teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır ((Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr/> -19.02.2017).

Belirlenmiş noktaya kadar olan masraflar satıcı, geri kalan masraflar alıcı

tarafından ödeneceği için konu nokta alıcı ve satıcı tarafından açık bir şekilde belirlenmelidir (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015).

-DDP - Delivered Duty Paid - Gümrük Vergileri Ödenmiş Olarak

Satıcı malı alıcının ülkesinde belirlenen bir noktada gümrük işlemleri de tamamlanmış şekilde alıcıya teslim etmekle yükümlüdür ve bu aşamaya kadarki tüm masraflar, sorumluluk ve riskler satıcıya aittir. DDP teslim şekli ile DDU teslim şekli birbiri ile çok benzerdir ancak DDP teslim şeklinde , satıcı gümrük vergilerini ödeme yükümlülüğüne sahiptir (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr> - 19.02.2017).

DDP teslim şekli, denizyolu, karayolu, havayolu, demiryolu ve çok araçlı taşımacılıkta kullanılmaktadır (Uluslararası Teslim Şekilleri, <http://www.orgtr.org/tr> -19.02.2017).

DDP teslim şeklinde, satıcı firma en fazla sorumluluğa ve riske sahiptir. kuralı satıcı ya azami sorumluluğu yüklemektedir (İstanbul Sanayi Odası Yayınları , 2015).

Globalleşen Dünya’da rekabet, dış ticaret firmaları için çok önemli bir unsur haline almıştır. Fiyat, ihracatta rekabetin temelini oluşturmaktadır. Teslim şekilleri, ihracatçı firmanın üstleneceği teslim maliyetini belirlediği için , ihracat malının fiyatını da direkt olarak etkilemektedir. Aşağıdaki tabloda bir fiyatlama örneği bulunmaktadır (İstanbul Sanayi Odası Yayınları, 2015). Görüldüğü üzere 20.000 USD tutarında kabul edilen bir malın, anlaşmadaki teslim şekline göre maliyeti dikkate alındığında en düşük maliyet exworks teslim şeklinde, en yüksek maliyet ise DDP teslim şeklindedir. Unutulmamalıdır ki belirtilen maliyetlerin bir çoğu hizmet alınan firmaya ve hizmeti alan firmanın alım gücüne bağlı olarak değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin bir ihracatçı, kendi dış ticaret kapasitesine göre daha yüksek dış ticaret kapasitesi bulunan bir firmaya satış yapıyorsa exworks satış yapması daha iyi bir seçim olabilmektedir çünkü alıcı firma konu işlemleri dış ticaret potansiyelini kullanarak daha düşük maliyet ile temin edebilir. Bu şekilde ihracatçı firma kendisi teslimi organize etme opsiyonunda vereceği fiyata göre daha avantajlı

bir teklif sunmuş olmaktadır.

Tablo 4: Fiyatlandırma Uygulaması

100 birim bir malın BARKOD FİYATI	\$.20.000.-	
Fabrikadan Limana Taşıma	\$.100.-	
Limanda Boşaltma	\$.100.-	EXW= \$.20.000.-
Antrepo (2 gün X 50)	\$.100.-	FAS= \$.20.800.-
Forklift	\$.300.-	FOB= \$.21.100.-
Vinç	\$.600.-	CFR= \$.23.100.-
Tasdikli Fatura	\$.100.-	DAP= \$.23.550.-
Gümrük Komisyoncusu	\$.100.-	DAT= \$.23.950.-
Navlun	\$.2.000.-	DDP= \$.24.500.-
Sigorta	\$.200.-	CIF= \$.23.300.-
Yanışma	\$.250.-	
Boşaltma	\$.400.-	
İthalat için Gümrükleme	\$.200.-	
Analiz Belgesi	\$.150.-	
Limandan Fabrikaya Nakliye	\$.200.-	
Fabrikada Boşaltma	\$.100.-	
KAR	\$.3.000.-	

Kaynak : İstanbul Sanayi Odası Yayınları,2015

1.7.DIŞ TİCARETTE ÖDEME ŞEKİLLERİ

Dış Ticarete kullanılan ve para esasına dayanan toplamda 5 temel ödeme şekli vardır (Yılmaz ve Özken, 2011, s 115);

- 1)Peşin Ödeme
- 2)Mal Mukabili Ödeme
- 3)Vesaik Mukabili Ödeme
- 4)Kabul Kredili Ödeme
- 5)Akreditif

Ödeme şekillerinin ithalatçı ve ihracatçı firmalar açısından güvenilirlik ve risk oranları farklı olmaktadır. Ödeme şekillerinin ithalatçı ve ihracatçı firmalara göre güvenilirlik Şekil 1’ de gösterilmektedir;



Şekil 1 : Ödeme Şekilleri

Kaynak: Dış Ticarete Kullanılan Ödeme Yöntemleri, <http://www.akreditif.biz.tr/> , 04.11.2017

Dış ticaret firmaları ödeme şekline karar vermeden önce dış ticaret sürecini kimin finanse edeceğine, ödemenin hangi para birimi üzerinden yapılacağına karar vermelidir.

Tablo 5 ve Tablo 6’da Türkiye’nin dış ticarete kullanmış olduğu ödeme şekillerinin yüzde olarak karşılaştırması yapılmıştır. Yüzde ağırlıkları incelendiğinde Türkiye’nin ağırlıklı olarak mal mukabili ihracat yaptığı, buna karşın peşin ödeme ile ithalat yaptığı görülmektedir. Bu şartlarda Türk dış ticaret firmalarının ağırlıklı olarak malın transit süresini finanse ettiği ve büyük ölçüde riski üzerine aldığı söylenebilmektedir.

Tablo 5: Ödeme Şekillerine Göre Türkiye İhracatı , 2014

	Ödeme Şekli	%
1	Mal Mukabili Ödeme	65
2	Vesaik Mukabili Ödeme	15
3	Peşin Ödeme	10
4	Akreditif	9
5	Bedelsiz İhracat	1

Kaynak: Eker, Ö, Türkiye’nin İhracatının Ödeme Şekillerine Göre Dağılımı Nasıldır? <http://www.disticaret.biz.tr/> - 14.06.2017

Tablo 6: Ödeme Şekillerine Göre Türkiye İthalatı, 2014

	Ödeme Şekli	%
1	Peşin Ödeme	49
2	Mal Mukabili Ödeme	30
3	Akreditif	12
4	Vesaik Mukabili Ödeme	6
5	Vadeli Akreditif	3
6	Diğerleri	3

Kaynak: Eker, Türkiye'nin İthalatının Ödeme Şekillerine Göre Dağılımı Nasıldır?, <http://www.disticaret.biz.tr/2015/07/>, 14.06.2017

1.7.1. PEŞİN ÖDEME

İhracatçının, malı fiili olarak ihraç etmeden önce ithalatçıdan mal bedelini tahsil ettiği ödeme şekline “peşin ödeme” (cash payment/advance payment/prepayment/cash before delivery) adı verilir. Bu ödeme şeklinde, ihracatçı ödemeyi malı ihraç etmeden aldığı için, ihracatçı için hiçbir risk bulunmamaktadır ancak ithalatçı firma için ihracatçının malı yollamaması veya sipariştan farklı kalite/modelde yollaması riskini almaktadır (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr - 05.02.2017).

Peşin ödeme ithalatçı açısından en riskli ödeme şeklidir. Başlıca riskler; sipariş edilen malın ithalatçıya gönderilmeme riski, malın istenilen kalitede ve miktarda gelmeme riski ve malın istenilen zamanda gelmeme riskidir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 120,121) .

İthalatçı açısından bu kadar riskli olmasına karşın ithalatçıların peşin ödemeyi Kabul etme sebepleri; ihracatçının tekel olması, ürünün özelliklerini başka bir üreticide bulunamaması, ihracatçının sağladığı fiyat avantajı olabilmektedir. Ayrıca kimi zamanlar büyük ölçekteki ithalatçılar küçük ölçekte faaliyet gösteren

İhracatçıya büyük miktarlarda sipariş verdiklerinde bu durum kabul edilebilmektedir. İhracatçılar istikrarsız, politik ve ekonomik olarak güven vermeyen ithalatçılara satış yaptıklarında da peşin ödeme talep etmektedirler (Yılmaz ve Özken, 2011, s 121).

7.2. MAL MUKABİLİ ÖDEME

İthalatçının, malı teslim aldıktan sonra ödemeyi gerçekleştirdiği ödeme şekline “mal mukabili ödeme” (cash against goods) adı verilmektedir. İhracatçı firma malı yolladıktan sonra malın evrakları doğrudan veya bedelsiz teslim edilecek şekilde bir banka aracılığı ile ithalatçıya gönderir (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr-05.02.2017).

Mal mukabili ödeme yöntemi aynı zamanda sektör içerisinde Açık Hesap(Open Account) olarak da adlandırılmaktadır (Yılmaz ve Özken,2011, s 125) .

Mal mukabili ödeme ihracatçının en fazla, ithalatçının ise en az risk aldığı ödeme şeklidir. İthalatçı ödemesini almadan malı sevk edip, vesaikleri ithalatçıya teslim ettiği için ihracatçı firmanın ödemesini alamama riski mevcuttur (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr-05.02.2017). Peşin ödemenin tam tersi bir durum söz konusudur.

Mal mukabili ödemede ihracatçı için başlıca riskler, ithalatçı malı çektikten sonra mal bedelini ödememesi; eksik ödemesi; geç ödemesi veya ithalatçı firmanın siparişi, mallar yola çıktıktan sonra iptal etmesidir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 125).

İhracatçı firmaların risk bu kadar yüksek olmasına karşın mal mukabili ödeme şekli ile çalışmayı kabul etme sebepleri (Yılmaz ve Özken, 2011, s 125);

-İthalatçı firma ile uzun zamandır birbirlerini tanıyor olmasından kaynaklı güven söz konusudur.

-İthalatçı firma, ihracatçı firmanın ithalatçı ülkedeki bayii veya distribütörü olabilir.

-İhracatçı firma, ithalatçı firmayla ilgili istihbaratını yapmış ve bunun neticesinde de çok iyi bir sözleşme hazırlayıp imzalamış olabilir.

-İhracatçı firma, mal bedelinin bir kısmını peşin almış, geri kalanını ise Mal Mukabili Yöntemi üzerinden göndererek riskleri ve finansman maliyetini paylaşmış olabilir.

-İhracatçı firma Eximbank alacak sigortası yaptırıp ödenmeme riskine karşı kendini güvenceye almış olabilir.

-Firma malı satabilmek için ancak bu ödeme yönteminde çalışmak zorunda kalmış olabilir.

1.7.3.VESAİK MUKABİLİ ÖDEME

İhracatçının, ürünleri sevk ettikten sonra ithalatçıdan ödemeyi alarak, ilgili vesaikleri banka aracılığıyla ithalatçıya teslim ettiği ödeme şekline “vesaik mukabili ödeme” (Cash against Documents/Documentary Collections) adı verilir. Banka mal bedelini alıcıdan tahsil ettikten sonra vesaikleri alıcıya teslim eder (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr/ -05.02.2017).

Vesaik mukabili ödeme şeklinde, muhakkak konşimentonun alıcı banka emrine yapılması gerektirir. Eğer böyle yapmazsak ödeme şeklimiz mal mukabiline döner ve firma malın bedelini ödemediği malı ülkesine sokabilir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 125).

Vesaik mukabili ödeme, mal mukabili ödemeye kıyasla ihracatçı açısından daha az risklidir. Vesaik mukabili ödemenin riskleri (Yılmaz ve Özken, 2011, s 126);

- İhracatçının sipariştan vazgeçmesi,
- İthalatçının ülkesine gelen malı ihracatçı firmadan almaktan vazgeçmesi,
- İthalatçının, kendi ülkesindeki hukuksal nedenlerden dolayı gelen malları gümrükten çekmemesi ve bunun sonucunda malı reddetmesi,
- Konşimentodaki alıcı (consignee) ve irtibat kişisi (notify) kısımlarının karıştırılması

Vesaik mukabili ödemenin avantajlı tarafları (Yılmaz ve Özken, 2011, s 129);

-İhracatçı açısından basit ve az masraflıdır,

-İthalatçı firma, mal bedelini ödemedi kendi ülkesine gelen malı gümrükten çekemez,

-Bankaların ihracatçıların verdiği talimatın dışına çıkmaları söz konusu değildir,

-Aynı zamanda bu ödeme şeklinde ICC'nin 522 sayılı broşürüyle düzenlendiğinden bankalar bu kuralların dışına çıkamazlar. Yapılan anlaşmalarda uyuşmazlıkların çözülebilmesi için ICC'nin 522 sayılı broşürüne tabi tutulduğu açık bir şekilde belirtilmelidir.

1.7.4.KABUL KREDİLİ ÖDEME

Mal bedelinin poliçe aracılığı ile belirlenmiş olan vadede ödenmesini taahhüt eden ödeme şekline “kabul kredili ödeme” (acceptance credit) adı verilir (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr/ -05.02.2017).

Alacaklılar, belirli bir vadede cinsi ve tutarı belirtilmiş bir meblağın belirli bir lehtara veya hamiline ödenmesi için borçluya “poliçe” vermektedir. Poliçe, yazılı ve şartsız ödeme şeklidir. Poliçenin geçerli olabilmesi için borçlunun, poliçenin ön yüzüne kabul tarihini belirtip onaylandı (accepted) yazması ve imzalaması gerekmektedir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 130).

Kabul kredili ödeme, peşin ödeme haricinde tüm ödeme metotlarında kullanılabilir. Kabul kredili akreditif, kabul kredili vesaik mukabili ve kabul kredili mal mukabili ödeme yöntemleri kullanıldığında, ödemenin belirlenen bir vade sonunda yapılması ve bu vadenin de poliçe ile sabitlenmesi gerekmektedir (Yılmaz ve Özken, 2011, s 130).

1.7.5. AKREDİTİFLİ ÖDEME (LETTER OF CREDIT)

İthalatçının çalıştığı bankaya talimat vererek belirli bir vade ve meblağda

istenilen koşullar yerine getirildiğinde , ihracatçı şirkete ürünlerin ihraç edilmesine ilişkin belgelerin ibraz edilmesi ile ihracatçı şirkete anlaşılan meblağda ödeme yapılacağını taahhüt eden ödeme şekline “akreditif” (letter of credit) adı verilir (Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir, www.ito.org.tr-05.02.2017).

Akreditifler de tıpkı Incoterms de olduğu gibi ICC tarafından hazırlanan uluslararası standart kurallara tabidir. ICC tarafından ilk kez “Akreditiflere İlişkin Bir Örnek Uygulamaları” 1933 yılında yayınlanmıştır. Sırasıyla 1951, 1962, 1983, 1994 yılına kadar güncellenmiş ve en son halini UCP 600 olarak 01/07/2007 tarihinde almıştır. Şu anda güncel olan UCP 600’dür. (Yılmaz ve Özken, 2011, s 133)

İhracatçı açısından, peşin ödemeden sonra en güvenli ödeme şekli akreditiftir. Akreditifli ödeme şeklinin ihracatçıya kazandırdığı belli başlı üç avantajı vardır. Bu avantajlar; kredi kolaylığı, kredi teminatı ve transfer teminatı olarak sıralanmaktadır. Güvenilirlik konusuna ithalatçı açısından bakıldığında ise akreditif ile ödeme şeklinin peşin ödemeye kıyasla biraz daha güvenli olduğu ve en riskli ikinci ödeme şekli olduğu söylenebilmektedir. Bununla birlikte ithalatçı açısından satın aldığı malların anlaşma koşullarına uygun olarak gönderilmesini güvence altına almış olacağı için akreditif büyük avantaja sahiptir (Yılmaz, 2013, s 14).

Akreditif açılabilmesi için biri ithalatçının , diğeri ihracatçının olmak üzere en az iki bankanın bulunması gerekmektedir. Bunun yanında 4 temel taraf bulunmaktadır, bu taraflar Tablo 7’de uluslararası literatürdeki karşılıkları ile birlikte belirtilmiştir (Yılmaz, 2013, s 14);

Tablo 7: Akreditifte Taraflar

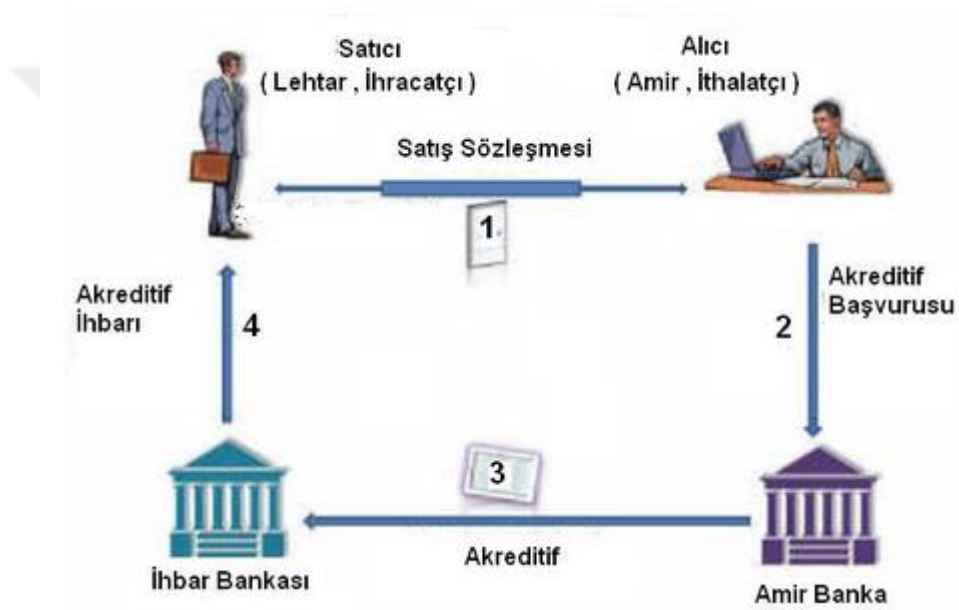
Akreditif Amiri	Applicant
Amir Bankası	Issuing Bank
Lehtar	Beneficiary
Lehtar Bankası	Advising Bank

Kaynak: Yılmaz, 2013, s 14

Tablo 7’de görüleceği üzere taraflar arasında “ihracatçı” ve “ ithalatçı” kavramları yer almamaktadır. Literatürdeki ifadeler özetle; lehtar satıcı, amir alıcı,

lehtar bankası satıcının bankası, amir bankası alıcının bankası olarak açıklanabilmektedir. Akreditif bu ifadeler ile “bankaların lehtara vereceği şartlı bir ödeme garantisi” şeklinde tanımlanabilmektedir (Yılmaz, 2013, s 14).

Akreditif süreci satıcı firmanın alıcı firmaya ileteceği teklif ile başlar. Bu teklife “proforma fatura” adı verilmekte olup; ürünün tanımını, ürünün ambalajlama detaylarını, ürünün miktarını, ürünün teslim şeklini, ürünün fiyatını, ürünün teslim zamanını ve ödeme şeklini içermektedir (Yılmaz, 2013, s 18) .



Şekil 2: Akreditifin Çalışma Süreci

Kaynak: Yılmaz, 2013, s 20

Şekil 2’de akreditifin çalışma şekli gösterilmiştir. Buna göre öncelikli olarak satıcı firma, alıcı firmaya satış sözleşmesini gönderir. Satıcı firma, amir bankaya akreditif açma talimatı verir. Bunun üzerine amir firma, Lehtar firma adına akreditif açar. Amir banka, açtığı akreditifi lehtar bankaya; lehtar banka da satışıya gönderir (Yılmaz, 2013, s 20).

Amir banka ile ilgili , amir firma için birtakım riskler de bulunmaktadır. Amir bankanın süreç esnasında iflas etmesi , mücbir sebeplerden ötürü bankacılık faaliyetlerini yerine getirememesi, kapatılması veya devlete devredilmesi

durumunda, amir firma amir bankaya bir takım ödemeler yapmış veya amir banka amir firmanın hesabının bir kısmına bloke koymuş ise amir firma maddi açıdan sıkıntı yaşayabilmektedir (Yılmaz, 2014, s 39).

Lehtar firma, ülke; hukuk; bankalara ilişkin ve mücbir sebeplerden oluşabilecek riskler ile karşı karşıyadır. Ancak en büyük riski, lehtar bankanın kendisi oluşturmaktadır. Bunun sebebi alınan siparişi zamanında yetiştirememesi, istenen evrakları hazırlayamaması vs durumlarında akreditifin hükmünü yitirecek olmasıdır (Yılmaz, 2014, s 40).

Akreditif çeşitleri; teyitsiz akreditif, teyitli akreditif, geri dönülmez akreditif, görüldüğünde ödemeli akreditif, vadeli akreditif, Kabul kredili akreditif, iştirak akreditif, kırmızı şartlı akreditif, yeşil şartlı akreditif, karışık ödemeli akreditif, rotatif(yenilenebilen), transfer(devredilebilir) akreditifi, karşılıklı akreditif, teminat akreditif olarak sıralanabilir (Yılmaz, 2014, s 73).

1.8.PAZARIN OLUŞUMUNDA ULAŞTIRMANIN YERİ

Pazarın oluşumunda bireyden hane halkına, hane halkında köylere, köylerden kentleşmeye, kentlerden uluslara ve uluslardan da imparatorlukların oluşumuna ve günümüzdeki küresel ekonomik yapıya kadar kapalı ekonomiden piyasa ekonomisine geçişin tüm aşamalarında ulaştırma ekonomik yapının geçirdiği değişimlerde büyük oranda etkili olmuştur (Adıgüzel,2011).

Sırası ile kapalı ekonomilerde ve piyasa ekonomisinde ulaştırmanın önemine değinilecektir.

Kapalı ekonominin ilk aşaması insanların üretim yaptığı ve üretiminin kendi hanesinin ihtiyaçlarını karşıladığı ev ekonomisi olarak ifade edilmektedir. Toplayıcılık ve avcılık yapan insan yerleşik düzene geçerek tarım yapmaya başlamıştır. Kendi ürettiği tarım ürünleri ile hanesinin ihtiyaçlarını karşılayan insanlar dışı kapalı bir ekonomik yapı olan hane ekonomisini oluşturmuştur. Ancak çeşitli doğal koşulların da etkisi ile üretimi ihtiyaçlarından fazla olan hane halkı

kendi gibi üretimi ihtiyaçlarından fazla olan başka hane hakları ile ya da üretimi yetersiz olan hane halkı üretimi fazla olan başka hane halkları ile farklı ürünleri değiş tokuş ederek ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmiştir. Bu aşamada iki hane arasındaki yani iki aile arasındaki ürün takasının gerçekleşebilmesi için bu haneler arasında ulaşımın mümkün olması gerekmektedir. Bu nedenle ticaret için ulaşımaya yönelik yöntemler aranmıştır. İki hane arasındaki ürün takası ile sınırlı kalmayan ticaret aynı bölgede yer alan haneler arasında gerçekleştirilirken farklılaşan ihtiyaçlarına yanıt arayan insanlar ulaşım yollarını genişletmeye ve öncelikle haneler arası ulaşımı sağlamaya yönelmiştir. Haneler arasındaki ulaşım yapısının kurulması ile hanelerin oluşturduğu köy yapısına geçilmiştir. Köy yapısına geçişle birlikte artık köyler de ilk kapalı ekonomi olan haneler gibi dışa kapalı birer ekonomik yapı halini almıştır (Adıgüzel,2011).

M.Ö. 6000 ile 3000 arasında gerçekleşen sosyal ve teknik değişimlerin sonucunda insan ihtiyaçları da değişmiştir. Yazının icadı, hayvan gücünün ve tekerleğin kullanımıyla değişen ulaşım koşulları köy içi ticareti köyler arası ticarete dönüştürürken köyler de yerini şehir denen yapılara bırakmıştır. İlk olarak Mezopotamya ve Mısır'da şehir devletleri kurulmuştur. Özellikle şehirlerin kurulduğu alanlar ticaret yollarının kesişme noktaları olmuştur. Bu bölgelerden Mezopotamya ulaşım açısından Mısır'a göre daha elverişli konumda olması sebebiyle göçebe toplulukların saldırılarına maruz kalmıştır ve diğer topluluklara karşı bölgeyi koruma çabasının yanı sıra bölgedeki şehirler arasındaki ticaret yollarının korunması gibi sebepler beraberinde imparatorluk olarak ifade edilen yapıların da kurulmasına neden olmuştur. İmparatorluklar ilk önce toprakların barbarlardan korunması amacıyla hem ekonomik olarak hem de yerleşim olarak dışa kapalı yapılar olmuştur. İmparatorluk içerisindeki şehirlerle ticari bağlantının sağlanabilmesi için iç ulaşım yollarının gelişmesi sağlanırken, paranın bulunuşu ve ihtiyaçların karşılanması için yeni ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi, özellikle deniz ulaşımı konusundaki gelişmeler imparatorlukların diğer imparatorluklar ile ticari ilişkiler içerisine girmesine sebep olmuştur. Ulaşım yolları söz konusu dönemde haneler arası ticarettten kapalı bir ekonomiye ve yerleşim yapısına sahip olan imparatorluklarda iç ticarete kadar ekonomik yapıyı ayakta tutan unsur olmuştur (Adıgüzel, 2011).

12.yüzyıldan sonra para kullanımı artarak ticareti teşvik etmiştir. Bu şekilde kapalı ekonomiler, çok pazarlı ekonomiler halini almışlardır (Feodal Toplumdan 20. Yüzyıla, <https://sosyolojik.wordpress.com/>, 16.06.2017).

Piyasa ekonomisi , devletin yalnızca düzenleyici olarak karıştığı, ekonomik etkinliklerin tümüyle yarışıcılığa dayandığı ekonomik düzen olarak tanımlanabilmektedir.

Dünya üzerine baktığımızda doğal kaynakların ülkeler arasında eşit olarak dağılmadığını görüyoruz. Kaynakların dağılımı farklı farklıdır. Bu farklılıklar nedeniyle üretilen malların maliyeti ülkelere göre değişir. Bunun sonucu olarak bir ülkede fazla olan malın maliyeti, diğer ülkelerde daha ucuz olabilir. İşte serbest piyasa ekonomileri bu nedenle piyasada dış ticaretin engelsiz olmasını, serbest olmasını isterler. Piyasa ekonomilerinde ticarete serbestlik ilkesi benimsenmiştir (Serbest Piyasa Ekonomisi, <http://akademikmakale.blogspot.com.tr/> -28.03.2017).

Mübadele piyasalaşma sürecinin başlangıcını oluşturmuştur. Her türlü mal ve hizmetin mübadelesi iş bölümü, uzmanlaşma ve bağılılığı da beraberinde getirmektedir. Paranın bir mübadele aracı olarak kullanılması ise bu süreci hızlandırmıştır. Özellikle sanayi alanında yaşanan gelişmeler ve toplumların yönetim anlayışının değişmesi insanların hep daha iyiye ulaşma arzusunu arttırırken ihtiyaçların karşılanmasında arzu edilene ulaşmak için ulaşım yapısı ve araçlarının da gelişimi söz konusu olmuştur. Tüm bunların da etkisi ile piyasa ekonomisine geçiş sürecinde ulaştırma kapalı ekonomik yapıyı pazara ve ülkelerarası ticarete yönelten en önemli faktör olmuştur. 15. 16. ve 17. yüzyıllarda gerçekleşen deniz ulaşımındaki gelişmeler bu süreci etkileyen ulaştırma yenilikleri arasında yer almaktadır. Feodalizmde ticaret ve ulaştırmanın gelişmesi üretici güçlere hız vermiştir. Böylece kentlerin gücü artmıştır ve üretim değişim amacıyla yapılmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda tüccarların elinde büyük servetler birikirken sınıf çatışmaları artmıştır ve tüm bu gelişmeler sonucunda Feodalizm sona ermiştir. 18. yüzyılda önceleri teorik olarak oluşan daha sonrada dünyaya hakim olan kapitalizm görüşü gelişmiştir. Kapitalizm; akılcılık ile rekabet ve karlılığın hakim olduğu bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Lenin’e göre “ İç pazarın gelişme derecesi ülkedeki kapitalizmin gelişme derecesidir.” Lenin 29 yaşında yazdığı Rusya’da kapitalizmin gelişmesi adlı

eserinde “iç pazarın oluşumu” için su ve demir yolları ile buralarda taşınan mal miktarını, ticareti ve bankalardaki parasal gelişmeleri izleyerek meta dolaşımındaki gelişmeyi incelemektedir. Kapitalizme geçiş için gerekli olan sermaye birikimi ulaştırma sayesinde keşfedilen yeni yerlerden sağlanması ile ulaştırmanın kapitalizm için önemi başlamaktadır. Bu süreç beraberinde endüstrileşmeyi de getirirken Avrupa’da toplum tarımdan farklı bir üretim yapısına geçmiştir (Adıgüzel,2011).



2.BÖLÜM

LOJİSTİK KAVRAMI

2.1.LOJİSTİĞİN TANIMI VE KAPSAMI

Üretim için gereken hammadde, yarı mamul, mamul, malzeme ve bilgilerin firmalardan tüketicilere ulaştırılmasına lojistik adı verilir (Oda,2008).

Günümüzde lojistik kavramının Lojistik Yönetimi Konseyi (The Council of Logistics Management) (CLM) kuruluşunca yapılan tanımı, en geçerli tanım olarak kabul edilmektedir. Bu tanım; “Lojistik, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere her türlü ürün, servis hizmeti ve bilgi akışının başlangıç noktasından (kaynağından) , tüketildiği son noktaya (nihai tüketici) kadar olan tedarik zinciri içindeki hareketinin etkili ve verimli bir biçimde planlanması, uygulanması, taşınması, depolanması ve kontrol altında tutulması hizmetidir” şeklindedir (Oda,2008).

Lojistik kelimesinin kökeni, Eski Yunanca’da yer alan ‘Logistikos’’ kelimesinden gelmektedir. ‘Logistikos’’ ‘hesap kitap yapma bilimi’’ ve ‘mantık’’ anlamlarına gelmekte olup ‘logic’’(mantık) ve ‘static’’(istatistik) kelimelerinin birleşmesinde oluştuğu düşünülmektedir. gibi anlamlara gelen ‘Logistikos’’ kelimesine dayanmaktadır. Bu kelimenin de Latince ‘logic’’ ve ‘Static’’ kelimelerinin birleşiminden oluştuğu öne sürülmektedir. Lojistik, kavram olarak savaşlarda hayatta kalma mücadelesinden ortaya çıkmıştır. Geniş coğrafyalarda ve yüzyıllar süren savaşlar esnasında, insanlar hayatta kalabilmek amacı ile gerekli malzemeleri sürekli olarak hareket ettirmişlerdir (Tek ve Karaduman , 2012, s 5).

Lojistik kavramı hem askeri literatürde hem de iş dünyasında büyük öneme sahiptir. Lojistik kavramı, 20. yüzyılın başlarından itibaren daha fazla kullanılmaya

başlanmış; 1960lı yıllara gelindiğinde ise ticari literatürde yer bulmuştur (Gümüş, 2009, s 98).

İsviçre, Fransız ve Rus ordularında, görev yapmış ve savaş yönetimi konusunda uzman kabul edilen Baron Antoine-Henri Jomini 1862 yılında lojistiği; “ keşif, mühendislik ve karargah işlerini içeren, orduların hareket ettirme sanatı” olarak tanımlamıştır. Yirmi yıl sonra ABD Deniz Kuvvetleri Komutanı General Alfred Thayer Mahan ise lojistiği “ ülke kaynaklarını seferber ederek silahlı kuvvetleri desteklemek” şeklinde tanımlamıştır ve lojistik kavramı bu tarihten sonra daha çok kullanılmaya başlanmıştır (Tek ve Karaduman, 2012, s 5).

Magee ve Capacino lojistik kavramının Fransızca’dan gelmekte olduğunu, askeri bir kavram olduğunu belirtmektedir ve “orduları savaşa hazırlama ve savaşı kazandıracak tüm hizmet desteğini vererek savaşta ayakta tutma” olarak tanımlamaktadır . Çinli komutan ve düşünür Sun-Tzu yazdığı “savaş sanatı” adlı eserinde “savaşta nihai zafere ulaşabilmenin önemli gerekliliklerinden biri de hareket edebilen her şeyin kontrolüdür.” olarak açıklamaktadır ve böylece bundan 2500 yıl önce de lojistik kavramının bilindiği anlaşılmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 5).

İşletmelerde, lojistik yönetimi, bir fonksiyon yerine bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Ürünlerin, hammadde kaynağından tüketiciye ulaştırılmasına kadar ihtiyaç duyulan tüm faaliyetler, lojistik sürecinin amacını oluşturmaktadır. Lojistik yönetimi, ürünlerin nakliyesi, üretim stoklama, dağıtım gibi fiziksel faaliyetler ve ilgili bilgilerin tedariki ve sürecin yönetimi olarak adlandırılmaktadır (Oda, 2008).

Üretim sektörü, askeri alanlar diğer sektörlerde uygulanan faaliyetlerin icrasında, standartlık; ekonomik olma; yeterlilik; elastikiyet; sadelik; izlenebilirlik; koordinasyon ve planlama prensipleri rehber olarak kullanılmaktadır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 9).

Osmanlı İmparatorluğu sefere gideceği istikamette “Menzil Teşkilatı” isimli bir kuruluş orduya eşlik ederek lojistik hizmet sağlamaktadır ayrıca “ Orducu

Esnafları olarak adlandırılan kişiler ilk bilinen Dış Kaynak (3PL) hizmetlerini sağlamaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 4).

Amerikan Bağımsızlık Savaşı sonucunda İngilizler'in yenilgi yaşamasının sebebi olarak lojistik başarısızlık gösterilmektedir. Amerika'da bulunan İngiliz ordusu tüm ihtiyaçlarını İngiltere'den sağladığı ve bu sebepten savaşın ilk 6 yılında gıda ve teçhizat önemli sıkıntılar yaşamaktadır. 1871 yılında gerekli organizasyon yapılabilmiş ancak çok geç kalınmıştır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 9).

Pazarlama kaynaklı problemler, iş dünyasında lojistik sektörünün öne çıkmasını sağlamıştır. Gerek ulusal gerekse uluslararası ticaret firmaları 1950 ile 1960 yılları arasında lojistiğe ilgi göstermeye başlamışlardır. Fakat organizasyon yapıları uygun olmadığı için hizmet kalitesinde veya maliyetlerinde iyileşme sağlanamamıştır (Oda, 2008).

1991'in başlangıcında, kısa zamanda yarım milyon insan ve yarım milyon tondan fazla malzeme ve tedarik malı, 12.000 kilometrelik hava yolu ile ve 2.3 milyon ton ekipman da deniz yoluyla Körfez Savaşı'nın öncüsü olarak, Amerika Birleşik Devletleri ve müttefikleri tarafından taşınmış olması lojistiğin önemini kanıtlamıştır (Oda, 2008).

Dünya'da, tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan bilişim ve teknoloji toplumuna geçişi sağlayan gelişim ve değişimler yaşanmış ve bu durum ile birlikte lojistik de gelişmiştir. Lojistik buna bağlı olarak 1900lü yıllarda bilimsel olarak ele alınmaya başlanmıştır. beraberinde getirmiştir. Lojistiğin gelişimi tüm bu ilerlemeye paralel olmuştur. Lojistik sistemlerdeki gelişmeler evrimseldir. (Tek .ve Karaduman, 2012, s 9).

2. Dünya Savaşı'nın lojistik üzerindeki etkisi farklı şekillerde adlandırılan faaliyetlerin "lojistik" başlığı altında toplanmasıdır. Aynı zamanda 2.Dünya Savaşı'na "lojistiği bilimselleştiren savaş" da denmektedir. 2.Dünya Savaşı'nda hızlı ulaştırma araçları ilk kez denemiştir. Bu sayede savaş çok geniş bir coğrafyada ve hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir ve bu etkinliğin kontrol edilebilmesi için sayısal

yöntemler (Yöneylem Araştırması) ilk kez lojistik ile ilgili kullanılmıştır. Bununla birlikte, lojistik yalnızca bir yönetim bilimi olmaktan çıkmış mühendislik yönü de olan bir bilim halini almıştır. Dost ve düşman uçaklarını ayırt edebilmek için geliştirilen “ Radyo Frekanslı Kimliklendirme Sistemi” bugün hala kullanılmaktadır. 2.Dünya savaşı, “lojistiği bilimselleştiren savaş” olarak adlandırılmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 4 , 9).

2. Dünya savaşı ve sonrası dönemlere göre incelendiğinde Dünya’da çevre koşullarının ve lojistiğin değişimi aşağıda açıklanmaktadır (Tek,Ö.B.ve Karaduman,İ.(2012), s10-11);

-1940-1960 yılları arasında lojistik sistemi kurulmuştur.

-1960-1970 yılları arasında lojistik sistem kurumsallaşmış ve itibar kazanmıştır. Lojistik bilinci, daha önceki dönemlerde artmıştır. Lojistik kavramının ihtiyaç duyduğu teorinin yaratılabilmesi için maliyet analizleri yapılmıştır. Analizler sonucunda kimi durumlarda ulaştırmaya daha fazla harcama yapılarak depolama ve stok maliyetinin düşürülebileceği ve sonuç olarak toplam maliyetin de düşürülebileceği saptanmıştır.

-1970-1980 yılları arası, “Önceliklerin ve Modellerin Değişme Çağı” olarak adlandırılmaktadır. 1970lerin başında Orta Doğu petrol karteliyle ilgili petrol krizi dikkatleri lojistiğin önemine çeken kritik bir olaydır. Bu kriz sonucunda kimi temel madde ve malzemelerde eksiklikler ve buna bağlı olarak sıkıntılar yaşanmasına sebep olmuştur.

-1980li yıllar “Yeni Ekonomik ve Teknik Değişim Çağı” olarak isimlendirilmektedir. Ticaretin küreselleşmesi, ülkelerin yasal düzenlemelerindeki değişiklikler, ticaretteki yapısal değişiklikler, hızla değişen teknoloji lojistiğin önemini ortaya koyan dört önemli faktördür.

-1990lı yıllardan bugüne, teknolojik gelişmeler lojistik üzerinde de etkili olmuş, “tedarik zinciri” kavramının ortaya çıkması ile birlikte lojistik de yeni bir anlam kazanmaktadır.

Dünya bankası tarafından oluşturulan 2012 - Uluslararası lojistik performans endeksi verilerine göre de kanıtlandığı üzere Türkiye lojistikte gelişme göstermektedir. Lojistik performans endeksine dahil olan 155 ülke arasından Singapur lojistik performansı en iyi ülke olarak gösterilmiş olup, Türkiye ile birlikte gelişmekte olan diğer ülkeler; Şili, Çin, Hindistan, Fas, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Amerika Birleşik Devletleri 'dir.

Lojistik gelişmeden önce taşıma kapasitelerinin düşük ve nakliye sürelerinin düşük olması sebebi ile yalnızca dayanıklı ve pahalı ürünlerin taşınması mümkün oluyordu ancak taşıma kapasitelerinin artması nakliye hızlarının artmasına sebep olmuş; ambalajlama ve saklama şekillerindeki gelişim ürünlerin daha uzun süre muhafaza edilmesini sağlamış ve taşınan ürünlerin çeşitliliği artmıştır (Tek ve Karaduman, 2012, s 9).

Türkiye’de lojistik faaliyeti, yalnızca ulaştırma faaliyeti olarak algılanmış ve üretim faaliyetleri uzun yıllar boyunca yalnızca dağıtım olarak dikkate alınmışlardır bu sebepten ötürü lojistiğin talebi nasıl etkileyeceği bilinmemiştir. 1980li yılların aksine 1990lı yıllarda Türkiye’de lojistiğin önemi anlaşılmaya başlanmış ancak enflasyonist ortam sebebi ile lojistik kavramı yeterince ili görememiştir. 2000li yıllarda Türkiye’de lojistiğin önemi hızla anlaşılmaya başlanmıştır. Pek çok işletme örgüt yapılarını yeniden düzenlemiş, lojistik departmanı ya da tedarik zincir departmanı kurmuş, genel müdür yardımcılığı seviyesinde lojistik direktörü gibi görevlendirmeler yapmıştır. Gene 2000li yıllarda bütünleşik lojistik hizmeti sunan lojistik firmaları da faaliyet göstermeye başlamıştır (Tek ve Karaduman,2012, s 13-16).

Bugün Türkiye, stratejik konumu ve sosyoekonomik özellikleri nedeniyle önemli bir lojistik merkezidir. Türkiye, 350-400 milyon kişinin çevrelediği ekonomik bir pazara lojistik olarak hizmet verebilecek, iki kıtayı birleştiren coğrafyası olması, doğu ile batı arasında bir geçiş noktası olması, üç tarafının denizlerle çevrili olması, liman yapımına uygun kıyıları olması, karayolu taşıma filosunun büyüklüğü dikkate alındığında önemli bir lojistik üs olabilecek kapasiteye sahiptir(Tek ve Karaduman, 2012, s 17).

Türk lojistik sektörünün SWOT analizi ise aşağıdaki gibidir (Yarmalı, Baykara ve Şen, 2013);

Güçlü Yönler;

- Türkiye coğrafi olarak Ortadoğu ve Türki Cumhuriyetler ile Avrupa arasında konumlanmaktadır. Bu durumdan ötürü jeostratejik öneme sahip olduğu söylenebilir.
- Türkiye’de pek çok çokuluslu lojistik firması bulunduğu için, firmaların teknik bilgi birikimlerinden yerel firmaların da yararlanabilmesini mümkün olmaktadır.
- Türkiye, kamyon filosu bakımından Avrupa’da ilk sıralardadır.

Zayıf Yönler;

- Fiyat odaklı rekabet şartları, yüksek kalitede hizmet veren lojistik firmalarını zorlamakta ve bilhassa karayolu taşımacılığı firmalarının kar marjlarını düşürmektedir.
- Kayıt dışı şirketlerin bulunmaktadır.
- Bilhassa denizyolu ve demiryolu taşımacılığı için altyapıda modernizasyon gereksinimi bulunmaktadır.

Fırsatlar

- Demiryolu altyapılarının yeniden yapılandırılması verimliliğin artmasına sebep olacaktır.
- AB ülkelerine kıyasla, sektör henüz çok küçük olduğu için pazar henüz doyum noktasına ulaşmamıştır.
- Globalleşen Dünya’da uluslararası ticaret her geçen gün artmaktadır.

- Türkiye'nin AB üyesi olması halinde dış ticaret hacimlerinde ciddi oranlarda artış beklenmektedir.
- Türkiye topografyası gereği yeni limanların inşa edilmesine uygundur.

Tehditler

- Kamyon taşımacılığında kotalar, vize sınırlamaları ve gümrük belgesi yükümlülükleri bulunmaktadır.
- Türkiye Bulgaristan gibi komşu ülkeler ile rekabet etmektedir.
- Türkiye'nin yüksek miktarda yatırıma ihtiyacı bulunmaktadır.

2.2.LOJİSTİĞİN ÖNEMİ

Globalleşen Dünya'da firmalar ve ülkeler maliyet avantajı prensibine uygun olarak üretim yapmaya odaklanmış, büyüyen gemiler , artan uçak sayısı, gelişen demir yolu ve karayolu altyapı avantajları sayesinde nakliye fiyatları düşerek ürünlerin Dünya'nın her yerindeki tüketiciye; hammaddelerin ise Dünya'nın her yerindeki endüstri tesislerine ulaşması sağlanmıştır.

Lojistik sektörü , yalnızca taşıma ile sınırlı kalmayarak üretim öncesi aşamalardan müşteriye ürünün teslimi sonrası teknik destek ve hatta atıkların geri dönüşümüne kadar süren bir süreçte üreticiye ve tüketiciye hizmet vermektedir. Lojistik firmalarının tüm bu süreçlerdeki deneyimi ve sağlayabildikleri maliyet avantajları ile dış ticaret firmaları hizmet alanlarını arttırabilmeyi başarmaktadırlar.

Lojistik faaliyetler aynı zamanda çevre açısından da önem taşımaktadır. Lojistik faaliyetlerin birim ürün başına CO² emisyonu, gürültü kirliliği, depolama alanlarının yeri ve benzeri birçok etkisi bulunup bu etkileri ölçmek ve en düşük şekilde tutmak için gerçekleştirilen aktivitelere “yeşil lojistik” adı verilmektedir. Kıt kaynaklarla

ihtiyaçların karşılanması, iktisat biliminin de konusu olup ancak kaynakların korunması ile mümkündür. Yeşil lojistik sayesinde kaynakların korunmasına destek verilmektedir (Adıgüzel, 2011).

2.2.1.LOJİSTİK FAALİYETLERİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Lojistik faaliyetlerin her aşamasında insan gücüne ihtiyaç bulunmaktadır. Bu sebepten ötürü lojistik faaliyetler, istihdam yaratılmasına sebep olarak ekonomiye de katkı sağlamaktadır (Adıgüzel,2011).

Lojistik faaliyetler, etkin ve verimli bir şekilde yapıldığında ; değeri, verimlilik, müşteri memnuniyeti, rekabet avantajı sağlamaktadır. İşletmelerin lojistik faaliyetlerinde bütünleşik bir performans sistemi kullanılması halinde hedeflenen verim sağlanabilmektedir. İşletmelerin lojistik faaliyetlerinin maliyetlerindeki maliyet azaltma çabaları, şirketlerin karlılığına yüksek oranlarda pozitif etki göstermektedir (Gümüş, 2009 , s 97).

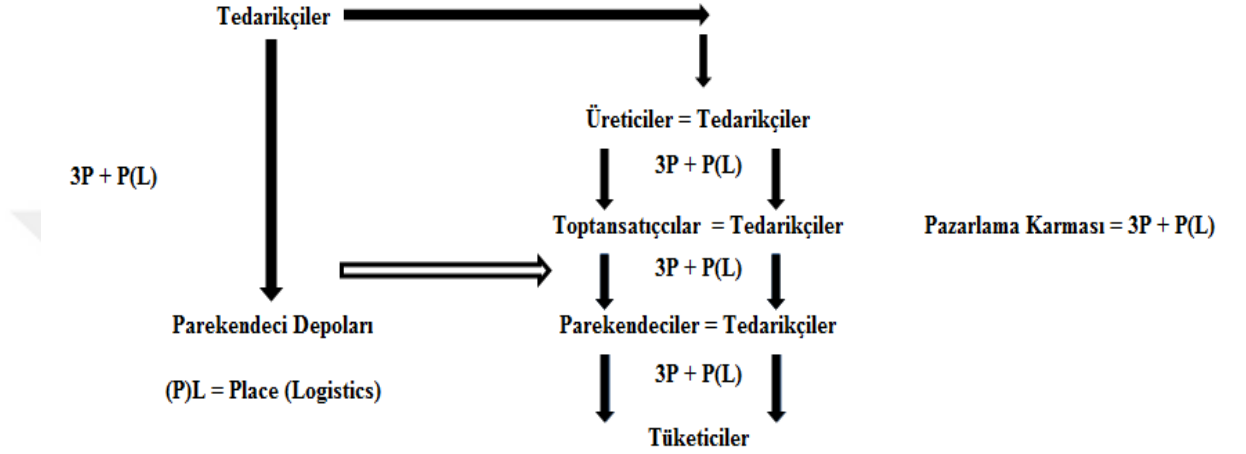
Türkiye, bulunduğu coğrafi konum, komşu ölkeler, iki kıta arasında bulunması, Avrupa'nın en geniş tır filolarından birine sahip olması sebepleri ile avantajlı yapıya sahiptir. Son yıllarda yapılan yollar, köprüler ve Marmaray projesi ile karayolu taşımacılığı gelişme göstermiştir. Türkiye’de yolcu taşımacılığının yaklaşık % 95 ’i, yük taşımacılığının ise % 90’ı karayolu ile gerçekleşmekte olup bu durum Türkiye’nin üç tarafının denizlerle çevrili olduğu dikkate alındığında denizyolu taşımacılığının ne kadar geride olduğunu göstermektedir (Yarmalı, Baykara ve Şen, 2013).

2.2.2.LOJİSTİK FAALİYETLERİN İŞLETMELERDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Lojistik faaliyetler, günümüzde “eşya ve belgelerin hareketleri” olmanın yanı sıra uluslararası ticarete önemli bir yer edinmiş ve uluslararası ticaretin bir alt fonksiyonu olarak nitelendirilmeye başlanmıştır. Bu sebeple lojistik firmalarının üzerindeki sorumluluk artmaktadır (Erdal ve Cancı, 2003 , s 2).

Pazarlama fonksiyonları ve tamamlayıcı Pazarlama Karması (4Ps) dağıtım kanalları boyunca taşınmaktadır. Şekil 3 ‘de gösterildiği üzere her bir market karması

3P ye ek olarak 1(P) içermekte ve bunlar tedarik zincirinin her bir safhasında yer almaktadır. Pazarlama karmasının tamamı değer zincirinin her bir parçasından hareket edilerek tedarik zincirini oluşturmaktadır. Bütünsel pazarlama bakış açısı ile bakıldığında değer araştırması, değer yaratma ve değerlerin müşterilere aktarımı entegre edilerek paydaşlar arasında uzun süreli, karşılıklı memnuniyet ve başarıya dayalı bir ilişki kurulabilir (Tek, 2013).



Şekil 3: Pazarlama Kanalı, Dağıtım Kanalı, Değer Zinciri, Tedarik Zinciri ve Pazarlama Birleştirme Arabirimi

Kaynak: Tek ,2013

Lojistiğin şirketler üzerindeki etkisi incelendiğinde, lojistiğin ürünün varış noktasına istenilen standartlar, kalite ve planlanan zamanda varmasını sağlayan, engelleri en aza indiren faktör olduğu görülmektedir. Lojistik faaliyetler doğru planlandığında gerek zaman yönetimi gerekse maliyet açısından firmalar büyük avantaj sağlanmaktadır. (Adıgüzel, 2011).

İşletmelerin yönetiminde , lojistik fonksiyonların önem kazanmasının nedenleri aşağıda sıralanmaktadır (Özcan, 2008);

- Nakliye uzaklıklarının ve buna bağlı olarak maliyetler artmıştır.

-Üretim teknolojileri belirli bir gelişmişlik derecesine ulaştığı ve daha fazla geliştirilmesi zor olduğu için maliyetleri düşürmek isteyen yöneticiler, lojistik faaliyetlerine odaklanmışlardır.

-Tam zamanında tedarik, kanban gibi sistemler, stok kontrolünde yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır.

-Tüketicilerin gelişen ve değişen isteklerini karşılayabilmek için ürün çeşitliliği artmıştır.

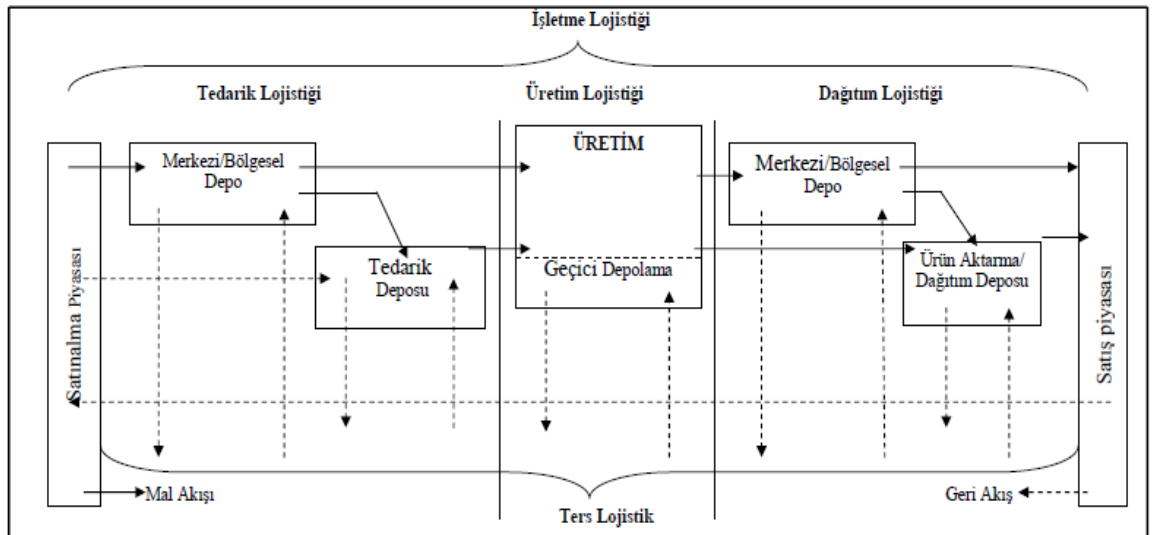
-Teknolojideki gelişmeler, bilgisayar kullanımının artmasına sebep olmuş ve haberleşme sistemleri artmıştır.

-Çevre koruma bilincinin artması sebebi ile geri dönüşümlü malzemelerin kullanımı artış göstermiştir.

-Uluslararası düzeyde üretim ve satış yapan firmalar artmıştır.

2.3.LOJİSTİĞİN BÖLÜMLERİ

İşletmelerin lojistik faaliyetleri 4 bölüm altında incelenmektedir; bu bölümler; tedarik lojistiği, üretim lojistiği , dağıtım lojistiği ve tersine lojistik olarak adlandırılmaktadır. Şekil 4’de işletmelerdeki satın alma piyasasından başlanarak sipariş piyasasına dek lojistik basamakları gösterilmektedir.



Şekil 4: Lojistik Faaliyetler

Kaynak: Çakırlar, 2009

2.3.1.TEDARİK LOJİSTİĞİ

İşletmeye değer katan temel işlevlere “tedarik lojistiği” adı verilmektedir (Çakırlar, 2009). Tedarik lojistiği, tedarik piyasaları ve üretim faaliyeti arasındaki ilişkiyi kurmaktadır (Lojistik Çeşitleri, <http://umitseckin.com/-18.02.2017>). Satın alma fonksiyonu, ihtiyaç duyulan ürünlerin tedarikçisinden üretici firmaya, depoya veya perakende ambarlarına ulaşmasını tedarik zinciri aktivitesi kapsamında sağlayan faaliyettir. Bu süreç üretime destek olma niteliği taşımaktadır (Çakırlar, 2009). Bu sürece aynı zamanda “Giriş Lojistiği” de denilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 29).

Tedarik lojistiği, lojistik faaliyetlerinde araştırma, tasarım, geliştirme, imalat ve üretim konuları ile uğraşmaktadır. Bilhassa üretim için gerekli malzemeler, idame malzemeler, sefer stoklarının ihtiyaçlar sistemine göre temin edilmesi ile ilgilenmektedir (Çakırlar, 2009).

Askeri açıdan tedarik lojistiği, “ Hava kuvvetlerinin sistem, alt sistem ve ekipmanları için gerekli olan malzemelerin tedariki süresince lojistik destek kabiliyet ihtiyaçlarını sistemli olarak tanımlama, belirleme, dizayn etme, geliştirme, üretme, satın alma, dağıtma, yükleme ve geliştirme sürecidir." Olarak tanımlanmaktadır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 10).

Tedarik lojistiğinin iyi planlanması durumunda, işletmeler, üretim öncesi maliyetlerini düşürmektedirler. 3PL firması konusunda iyi bir seçim yapılması sayesinde envanter kontrolü başarılı bir şekilde yapılarak stok düzeyi optimum düzeyde tutulabilir ve depolama maliyeti minimuma indirilebilmektedir (Çakırlar, 2009).

2.3.2.ÜRETİM LOJİSTİĞİ

Üretim lojistiği, yalnızca endüstriyel işletmelerde kullanılmakta olup işletme içerisindeki ürün ve bilgi akışının planlanması, yönetimi ve kontrolünü sağlamaktadır (Çakırlar, 2009). Üretim lojistiğinin amacı, üretim ve montaj süreçlerini desteklemektir.

Üretim lojistiği, üreticilerden ürünlerin toplanması, stoklanmasını ve müşterilere dağıtılmasını sağlayan üretim öncesi lojistiği tamamlayıcı bir faaliyettir. Üretim ağırlıklı çalışan firmalarda fabrika içi taşıma; elleçleme ve devamında çıkış ambarlarından dağıtım kanallarına ve müşterilere kadar ulaşmasını sağlayan bir yapı mevcuttur (Lojistik Çeşitleri, <http://umitseckin.com/> -18.02.2017).

Üretim lojistiği; araştırma, tasarım, geliştirme faaliyetlerini kapsamaktadır. İhtiyaçların tespit edilmesi, kaynakların planlaması, kalite güvencesi ve kontrolünün temini, konfigürasyon kontrol edilmesi, proje yönetimi, teknik ve idari şartnamelerin hazırlanması, araştırma, tasarım, geliştirme ve üretim, , güvenilirlik ve hata analizlerinin yapılması, emniyet standartlarının belirlenmesi, deneme ve testlerin yapılması, dokümantasyon işlemleri ve modifikasyon, muayene, test, kabul, teslim ve tesellüm faaliyetlerini de kapsamaktadır (Çakırlar, 2009).

2.3.3.DAĞITIM LOJİSTİĞİ

Üretilen malların alıcılara ulaştırılması ile dağıtım lojistiği kısmı ilgilenmektedir (Çakırlar, 2009).

Dağıtım lojistiği, fiziki dağıtım kanallarını da içine alarak malın müşteri ile buluşmasını sağlamaktadır. Dağıtım lojistiği başlıca ambalajlama, depolama ve nakliye aktivitelerini bünyesinde barındırmaktadır (Lojistik Çeşitleri, <http://umitseckin.com/> -18.02.2017).

Dağıtım lojistiği, ürünü müşteriler ile buluşturan kısım olduğu için müşteriler ile ilişki halindedir. Bu sebepten ötürü lojistiğin en önemli bölümü sayılabilmektedir ve işletmeler bu bölüme önem vermelidir (Çakırlar, (2009).

3.4.TERSİNE LOJİSTİK

Tersine Lojistik, hammaddelerin, üretimdeki ürünlerin ve alakalı bilgilerin tekrar değerlendirilmesini veya iyi şartlarda elden çıkarılmasını sağlamak amacı ile tüketim noktalarından çıkış noktalarına dek verimli ve uygun maliyetli “değer” akışını kontrol altında tutmak eylemidir (Tek ve Karaduman, 2012, s 620).

“Tersine Lojistik” (Reverse logistics-RL), literatürdeki tanımlamalarına

bakıldığında ilk tanımın Lambert ve Stock (1981) tarafından yapıldığı görülmektedir. Lambert ve Stock (1981), tersine lojistiği , “tek yönlü bir yolda yanlış yönde gitmek” şeklinde açıklamaktadır. 1998 yılına gelindiğinde Stock, tersine lojistik tanımını “ürün dönüşleri, kaynak azaltımı, geri kazanım, materyal ikamesi, materyallerin yeniden kullanımı, atıkların yok edilmesi ve yakılması, tamir ve yeniden üretimde lojistiğin rolü” şeklinde açıklamıştır. CLM (Council of Logistics Management)’ e göre tersine lojistik ; “Hammaddelerin, envanterlerin, son mamullerin ve bilginin tüketim yerinden üretim yerine değer elde etme ya da elden çıkarmak için maliyet avantajlı veya verimli akışını planlama, yürütme ve kontrol etmedir” (Çakırlar, 2009).

2000 ‘in başlarında, CLM lojistik tanımı kapsamına yalnızca hammadden tüketiciye değil, tüketiciden de hammaddeye doğru olan bölümü de katmıştır. Bu faaliyet “Reverse Logistics”, “Geri Dönüş Lojistiği” veya “Tersine Lojistik” olarak da adlandırılmaktadır (Çakırlar, 2009).

Tablo 8: Bazı Sektörlerdeki Geri Dönüşüm Oranları

Sektör	Yüzde
Dergi yayınlama	%50
Kitap yayıncıları	%20-30
Kitap dağıtıcıları	%10-20
Kartpostallar	%20-30
Katalog perakendecileri	%18-35
Elektronik ortam dağıtıcıları	%10-12
Bilgisayar üreticileri	%10-20
CD-ROM’lar	%18-25
Yazıcılar	%4-8
Mektupla sipariş alan bilgisayar üreticileri	%2-5
Kitle üretimi yapanlar	%4-15
Otomobil endüstrisi (Parça)	%4-6
Tüketici elektroniği	%4-5
Ev içi kimyasalları	%2-3

Kaynak: T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, 2011,s 12

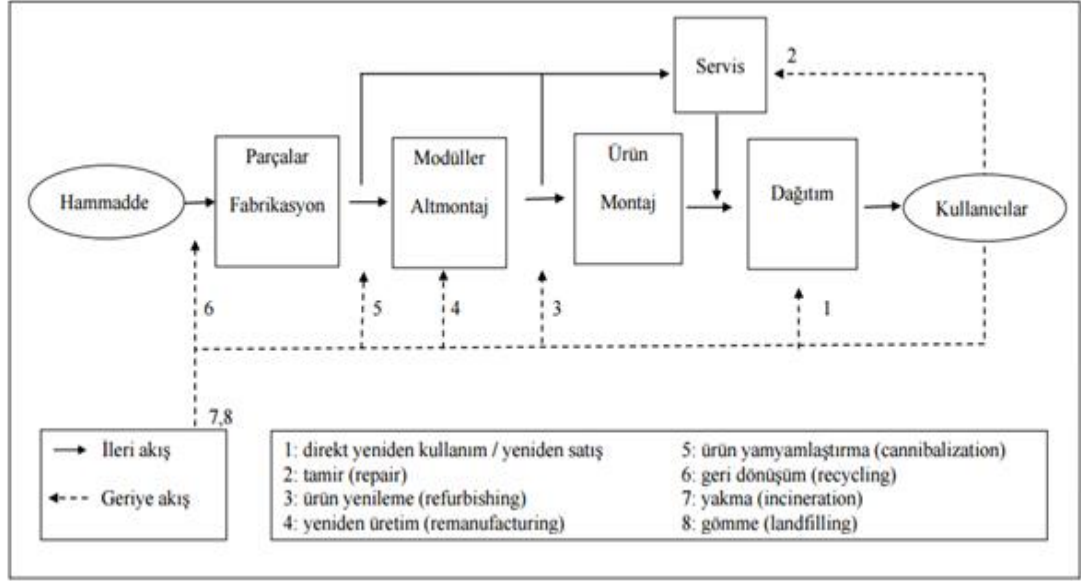
Tersine lojistik faaliyetleri, üretim sektörü söz konusu olduğunda satıcı veya hizmet sunucu firmaya geri gelen ürünlerin hareketi, depolanması ve elleçlenmesi olarak incelenmekte iken askeri faaliyetlerde kullanılmayan hasarlı veya ihtiyaç fazlası maddeler ve karşı taraftan ele geçirilen ekipmanların ilgili bölgeye geri

ulaştırılmasıdır (Lojistik Çeşitleri, <http://umitseckin.com/-18.02.2017>). Savaşlarda tersine lojistik hayati öneme sahiptir çünkü zamanında taşınamayan malzeme ve istihparatın düşman eline geçme riski bulunmaktadır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 12).

Geri dönüş lojistiği, defolu; son kullanma süresi bitmiş ürünleri ve ambalaj malzemelerini içerir. Geri dönüş lojistiği kimi malzemelerin tekrar kullanılmasını sağladığı için “çevreye duyarlı lojistik” da adlandırılmaktadır. Ortalama bir perakendeci ve üretici firma, ürünlerinin % 5-10 kısmının geri iade edileceğini ve katalog; çarşıdan gerçekleşen alışverişlerin % 35 ’den fazla kısmının geri geleceği düşünülmektedir (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 12).

Otomotiv sektöründe geri dönüşüm, sektör için önemli bir gelir kaynağıdır. İngiltere, ABD, Almanya gibi ülkelerde araçların ağırlıklarının % 75 kısmı geri dönüşüme tabi tutulmakta ve yeni üretilen malların % 50 kısmı eski ürünlerden oluşmaktadır (Çakırlar, 2009).

Şekil 5’de tersine lojistik uygulamalarının aşamaları gösterilmektedir. Kullanıcılardan geri dönen ürünler, ürünün ihtiyacına uygun olarak çeşitli lojistik aşamalarına geri dönebilmektedir. İhtiyaca uygun olarak bu aşamalarda, dağıtım dönen ürünler yeniden satılabilmekte; servis hizmetine müteakip tekrar dağıtım çıkabilmekte; ürünün yenilenmesi veya yerinden üretilebilmesi gerekebilmekte veya durum gerektirirse geri dönüşüm, yakma veya gömme işlemleri uygulanabilmektedir.



Şekil 5: Ürün Geri Alım Opsiyonları

Kaynak: Çakırlar, 2009

Tersine lojistik, iyi uygulandığında hem müşterinin riskini hem de firmaya rekabet avantajı sağlamaktadır. Bunun sebebi müşterilerin, malı alırken iade edebileceğini bilmesinin yarattığı pozitif etkidir. Pek çok firma stoğunda satamadığı mallara sahiptir ve bu malları tersine lojistik ile bileşenlerine ayırma şansı olsa hammaddeleri tekrar kullanarak maliyet avantajı sağlayabilmektedir (Çakırlar, 2009).

2.4.TEMEL LOJİSTİK FAALİYETLER

Lojistik, yalnızca bir yerden başka bir yere taşıma olmayıp bünyesinde yarar kavramı, planlama, destek sistemleri, kontrol ve maliyet gibi pek çok farklı eylemi de barındırmaktadır (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, 2011, s 6).

Türkiye'deki lojistik firmaları, geçmişte taşımacılık faaliyeti gösterdikleri ve lojistik kavramı tam anlamı ile bilinmediği için lojistik kavramı, taşımacılık ile eşleştirilmiştir. Lojistiğin önemi firmalarca iyi anlaşıldığı takdirde planlanan hedefe mantık hesabına dayalı dayalı malzeme, personel ve bilgi akışı ile birlikte ulaşabilirler (Özcan, 2008).

2.4.1. TALEP TAHMİNİ

Talep tahmini sayesinde, işletmeler müşterilerin talep ettiği malı, talep edilen miktarı, talep edilen kalite ve çeşidi, beklentiyi karşılayacak olan fiyat ve kalitede, istenilen zamanda tedarik edebilmektedir. Talebin etkin biçimde karşılanabilmesi ve ilişkilerin iyi yönetilebilmesi için talep tahminine ek olarak esnek üretim becerisine de sahip olunmalıdır (Çakırlar, 2009).

Talep tahmini sayesinde iletişim, fiyatlandırma ve pazarlama stratejileri belirlenebilmektedir. Ayrıca talep tahmini sayesinde üretim faaliyetlerinde satın alma ve elde tutma gibi envanter kararları daha doğru şekilde alınabilmektedir. Talebin öngörülenmesinde bilgisayar modelleri, eğilim analizleri, projeler araç olarak kullanılmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 22).

Talep yönetiminin etkin bir şekilde yapılabilmesi için iletişim çok önemlidir (Çakırlar, 2009).

2.4.2. ENVANTER YÖNETİMİ

Envanter, ileriki dönemler için stoklanan malzemelere verilen isimdir. Ayrıca biriktirilen hammadde, yedek parça vs ürünler ile ilgili kayıtlar da envanter olarak adlandırılmaktadır. Envanter yönetimi, lojistik sistemlerinin önemli faaliyetleri arasındadır. lojistik sisteminin önemli faaliyet merkezlerinden biridir . (Tek ve Karaduman, 2012, s 141).

Taşımacılık türlerinin hızlılıkları, envanter seviyesini değiştirmektedir. Şöyle ki denizyolu taşımacılığı ile tedarik edilen mallarda uzun envanter döngüsü bulunmakta olup havayolu taşımacılığında ise kısa bir döngü bulunmaktadır. Nakliye esnasında oluşabilecek hasarlar, ulusal veya uluslararası düzeyde tedarik edilebilirlik, ürünlerin gümrük ve sağlık kontrollerinden geçmesinin kolaylığı da envanter düzeyini etkilemektedir(Çakırlar, 2009).

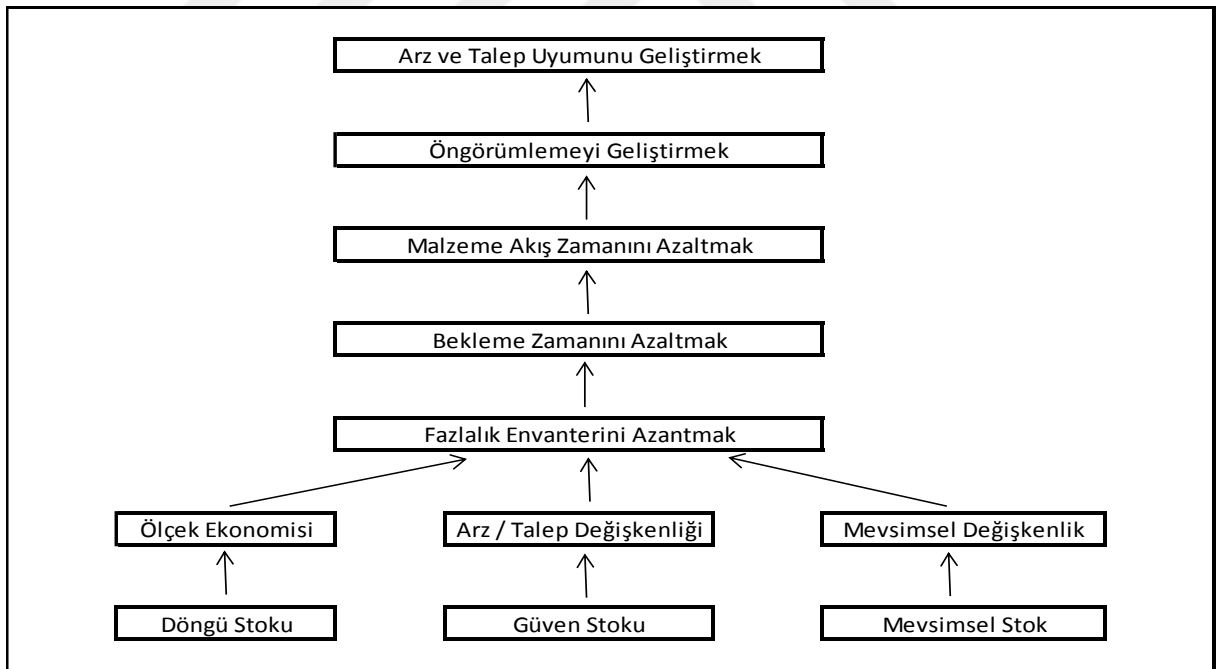
Kimi şirketler “merkezi envanter yönetimi” ni kimi şirketler ise “dağıtılmış envanter yönetimi”ni benimsemiştir. Depoların merkezileşmesi, envanter ihtiyacını azaltmakta ancak teslimat süresini arttırmaktadır. Şirketler kimi zaman “proaktif”

kimi zaman “reaktif” envanter yönetimi yapmaktadır ancak istenilen “proaktif” olunmasıdır. Envanter yönetimi fiziksel bir varlık yönetimine ek olarak aynı zamanda bilgi yönetimidir. Artan ürün çeşitliliği, talep ve ürüne ilişkin faktörlerdeki belirsizlikler sebebi ile envanter belirli bir düzeyde tutulmalıdır (Çakırlar, 2009). Firmalar için envantere bağlamış oldukları finansal meblağ çok önemlidir ve envanter; üretim; tedarik ve satış arasında denge oluşturmalıdır (Tek ve Karaduman,2012, s 141).

Envanter yönetiminin amaçları; işletmelerin kararlılığını yükseltmek, yönetim politikasındaki değişikliklerin envanter düzeyine etkisini tahmin etmek, maliyeti düşürücü şekilde envanteri planlamaktır (Tek ve Karaduman, 2012 , s 149).

Tablo 9 ‘da envanter yönetimine ilişkin süreç detaylandırılmıştır;

Tablo 9: Envanter Yönetiminin Amaçları



Kaynak: Tek ve Karaduman, 2012, s 143

Envanter ya da stok yönetimi, lojistik kararlarının odak noktasını oluşturmaktadır. Envanterden kaynaklı maliyetlerin, lojistik maliyetleri içindeki kısmı oldukça yüksektir (Tek ve Karaduman, 2012, s 140).

2.4.3. MÜŞTERİ HİZMETLERİ

Globalleşen Dünya’da rekabet her geçen gün artıyor ; ürünlerin pazara girme süreleri kısalıyor ve kar marjlarının düştüğü gözlemlenmektedir. Bu koşullar altında müşteri memnuniyeti, müşterilerin ihtiyaçlarını anlama ve hizmeti talebe uygun şekillendirebilmek hayati önem taşımaktadır. Servis destek hizmetleri, müşterilerin şikayetlerinin değerlendirilmesi lojistik iş akışında destek hizmetler olarak nitelendirilmektedir (Çakırlar, 2009).

Müşteri, son tüketici, ata kullanıcı veya kurumsal müşteri olabilmektedir. Müşteri hizmetleri, lojistik yönetiminin faaliyetlerini birbiri ile ilişkilendirerek bütün haline getirmektedir. Müşteri hizmetleri, lojistik faaliyetlerin çıktısı konumundadır ve müşteri tatmini etkileyen faaliyettir (Tek ve Karaduman, 2012, s 21).

2.4.4. SİPARİŞ İŞLEME

Lojistik faaliyetlerde, müşterilerin siparişlerini doğru ve eksiksiz olarak kayıt almak sürecin hatasız işlemesi , kayıpların oluşmaması ve müşteri memnuniyetinin yaratılması için büyük önem taşımaktadır. Doğru bilgi yönetimi sayesinde talebe uygun üretimin doğru zamanda gerçekleşmesi, teslimatın organize edilmesi, etkin tedarik zinciri yönetiminin sağlanması mümkün olmaktadır (Çakırlar, 2009).

Firmaların siparişi aldığı andan siparişi hazırlamak üzere depoya ilettiği ana kadar olan faaliyetlere “sipariş yönetimi” adı verilmektedir. Hammadde siparişlerinin verilmesi; müşteri siparişlerinin alınması; kayıtlarının yapılması; kontrol edilmesi; yüklenmesinin sağlanması; irsaliye; proforma fatura; ödeme ve tahsilatla ilgili iletişim ve doküman, evrak işleminin tamamlanması işlemlerini de kapsamaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 410).

Lojistik bilgi sistemi bir nevi “siparişin yönetimi” dir. Satış sonrası lojistik döngünün tamamlanmasını sağlamaktadır. Bu işlevin doğru şekilde yürütülmesi stok yönetimini de pozitif etkilediğinden şirketlerin karlılığına da etki etmektedir (Çakırlar,2009).

Sipariş işleme süreçlerinin ana amacı, minimum bir hata ile maksimum hız sağlamaktır. Yapılan araştırmalarda Türkiye’de toplam lojistik faaliyetlerin içerisindeki sipariş yönetimi maliyetlerinin payı % 12,26 olarak saptanmıştır (Tek ve Karaduman, 2012, s 410-417).

2.4.5. DEPOLAMA

Depolar, lojistik veya dağıtım merkezleri olarak adlandırılmaktadır. Hammadde, yarı mamul, üretimi tamamlanmış ürünler işletmelerin içindeki depolarda bulunmaktadır. Depolama faaliyeti ise konu malların saklandığı, kayıt altında tutulduğu eylemdir (Çakırlar, 2009).

Depolama maliyetlerinin, lojistik faaliyet maliyetlerinin içinde önemli bir paydaya sahip olduğu yapılan araştırmalar sonucu saptanmıştır. Modern lojistik anlayışında depolar için “ lojistik sistemin hızının sıfırlandığı noktalar” ifadesi kullanılmaktadır ancak depolama faaliyetleri gerek lojistik faaliyetlerinin etkinliği gerekse maliyetler bakımından önem taşımaktadır. (Tek ve Karaduman, 2012, s 194).

Depo kavramı ile yakın alınan “antrepo” ise 4458 sayılı Gümrük Kanunu ile gümrük yönetmeliğinin ilgili maddelerinde belirtilen özellikleri taşıyan, mal ve eşyanın saklandığı gümrüklü sahalardır. Depolama, taşıma ve envanter kontrolü birbirine çok yakın olan lojistik faaliyetlerdir (Çakırlar, 2009).

Depolama, tedarik zinciri üzerindeki ürün hareketinin değişik hedeflerle durdurulduğu alandır. Depolar sebebi ile bir maliyet oluşsa da tedarik zincirindeki önceki ve sonraki faaliyetlerdeki ekonomik katkıları ve verimlilik avantajı, hacim ve zaman yönetimi sağlaması sebebi ile faydası daha büyüktür. (Yıldıztekin, 2011), Depolama, hızı sıfır olan taşımacılıktır (<http://www.lojistikdunyasi.net>, 18.06.2017). Depolama faaliyetleri, etkinliğe ve ekonomikliğe uygun olarak gerçekleştirilmelidir (Özcan,2008) .

2.4.6. ELLEÇLEME

Elleçleme faaliyeti, “Malzeme Aktarımı” kavramı Türkçe kaynaklarda olarak

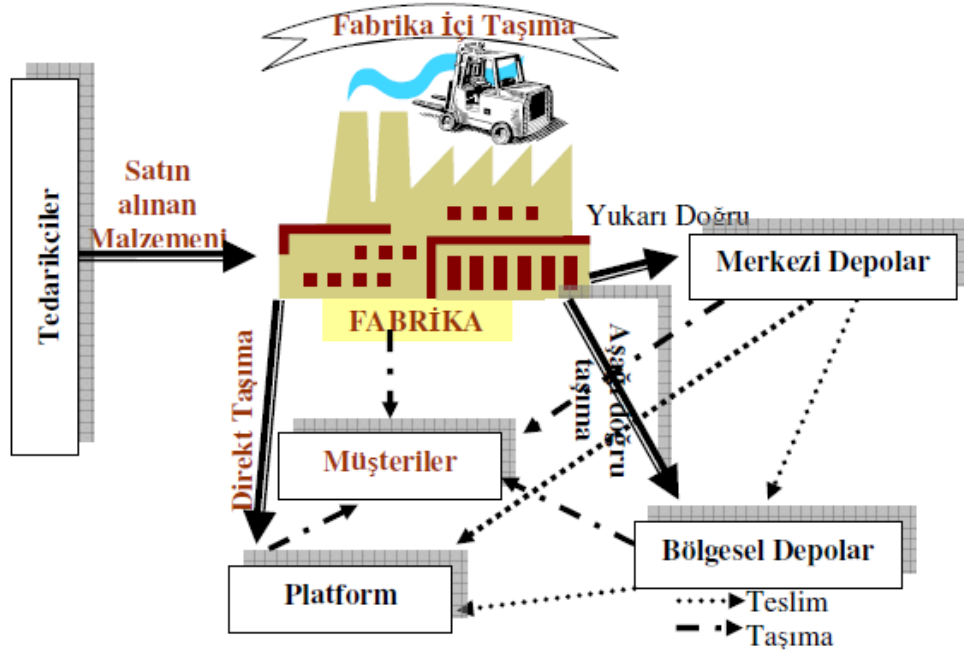
“elleçleme” ; “manipölasyon”, İngilizce kaynaklarda ise “material handling” şeklinde isimlendirilmektedir. Elleçleme, envanterin fiziksel olarak bir yerden başka bir yere aktarımıdır. Lojistik faaliyetlerde, envanterin aktarımı genellikle depolama faaliyetleri ve etrafında gerçekleşmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 417). Elleçleme faaliyeti, kapların tamiri veya sağlamlaştırılması; kapların yenilenmesi; eşyanın havalandırılması; kalburlama; büyük kaplardan küçük kaplara boşaltma veya kapların birleştirilmesi; karıştırma; yeni kap çeşitleri yapma ve kaplardan örnek veya numune alma işlemlerini kapsamaktadır. Elleçleme faaliyeti ürünlere katma değer katar ancak hatalı bir işlem yapılması halinde ürünün değerini de düşürebilir (Çakırlar, 2009).

Elleçleme faaliyetinin amaçları; depoların verimliliğini arttırmak, iş güvenliğini arttırmak, çalışma koşullarını düzeltmek, lojistik hizmeti geliştirmek şeklinde açıklanabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 366).

2.4.7. TAŞIMA

Taşıma, talep edilen miktarda ürünün istenilen miktarda ve uygun maliyet ile nakledilmesidir. Daha geniş bir şekilde “ Eşya ve/veya insanın ihtiyaçları karşılamak için yer değiştirmesi için verilen hizmet” şeklinde tanımlanabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 240).

Şekil 6’da taşıma faaliyetinin tedarik zincirindeki aktiviteleri belirtilmiştir. Görüldüğü üzere taşıma faaliyeti, tedarikçilerden ürün ve hammaddelerin alınmasından son mamulün müşterilere veya çeşitli depolara teslim edilmesine kadar sürmektedir.



Şekil 6: Taşıma Faaliyeti

Kaynak: Özcan, 2008

Taşıma faaliyetinin üretimi ve kullanımı aynı anda olmalıdır, stoklanması mümkün değildir. Bu sebeple taşıma kapasitesi zaman aralığına göre belirlenmeli ve talep çok iyi saptanmalıdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 242).

Taşıma faaliyeti, şirketlerin maliyet yapılarına ve müşteri ilişkilerine etkilerinden dolayı, lojistiğin en kritik faaliyetidir. (Çakırlar, 2009).

Nakliye sektöründe, toplam maliyetler içinde sabit maliyetin payı fazla olduğu için işletmeler kapasitelerinin tamamını kullanmayı hedeflemektedirler. Kapasite kullanımı arttığında ortalama maliyetler düşmektedir ancak nakliye hizmeti arzı, fiyat düşüşünden etkilenmemektedir. Bu sebepten, nakliye fiyatlarında yaşanabilecek düşme sebebiyle firmalar hizmet üretimlerini azaltamamaktadırlar (Tek ve Karaduman, 2012, s 242).

Ulaştırma faaliyetlerindeki gelişmeler sayesinde maliyetler azalabilir, nakliye hızı artabilir ve böylece hizmetin kalitesi artabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 241).

2.5. LOJİSTİĞİ DESTEKLEYİCİ FAALİYETLER

Literatürde Lojistiği destekleyici faaliyetler olarak sınıflandırıldığı saptanan ambalajlama, üretim, planlama, tesis ve depo yeri seçimi ve satın alma takip eden kısımlarda açıklanmaktadır. Ayrıca kimi kaynaklarda , tedarik faaliyetleri, montaj,paketleme ve etiketleme faaliyetleri, tersine lojistik faaliyetler, hurda ve atıkların düzenlenmesi, gümrükleme faaliyetleri, filo yönetimi gibi faaliyetler de lojistiği destekleyici faaliyetler olarak belirtilmektedir.

2.5.1.AMBALAJLAMA

Ürünlerin kapatıldığı, saklandığı kaba, zarfa veya kasaya “ambalaj” adı verilir. Ambalaj, ürünlerin korunmasını; depolanmasını; taşınmasını sağlayan işlevi bittiğinde kısmen veya tamamen atılabilmektedir. Ambalajların birincil ambalaj; birim ambalaj; ana karton; konteyner; dış ambalaj; bütünleşik ürün ve ambalaj sistemi gibi çeşitleri bulunmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 326).

Ambalajlamanın pazarlama ve diğer ilgili sistemlerle ilişkili üç fonksiyonu bulunmaktadır. Bu fonksiyonlar; pazarlama iletişimi (motivasyon, güdüleme) , kolaylık ve koruma olarak açıklanmaktadır (Tek ve Karaduman,2012, s 326).

Üretilen malların pazarlanmasında ambalajlama önemli bir ekonomik faaliyettir. Ambalajlama maliyeti azaltır ve elleçlemeyi kolaylaştırır. Kitlesel pazarlama, kitlesele dağıtıma dayanır. Kitlesele dağıtım ise kitlesele ambalajlamayla olanaklı olabilir. Kitlesele (tüketici, parakendeci vb.) ambalajlama ise koruyucu ambalajlamayı gerektirir. Ayrıca ambalajlama lojistikte altı ayrı fonksiyonu yerine getirir; bu fonksiyonlar; kaplama fonksiyonu, koruma fonksiyonu, porsiyonlama fonksiyonu, üniteleştirme fonksiyonu, kolaylık fonksiyonu, iletişim fonksiyonudur(Tek ve, Karaduman, 2012, s 326).

Ambalajlama faaliyetinin ülke ve ekonomi için faydaları; nın ülkeye ve ekonomiye sağladığı yararlar; dağıtım, depolama ve stoklama faaliyetlerini kolaylaştırması; toplum sağlığını koruması; üretici, toptancı ve parakendeci için satış, kullanım, saklama kolaylığı sağlanması; yeni pazarlar geliştirmesi olarak

sıralanabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 326).

2.5.2.ÜRETİM

Gelişen teknoloji ile birlikte, üretim süreleri kısalmış ve üretim modelleri esnekleşmiştir. Lojistik de buna paralel olarak hızlı sistemler ve stoksuz çalışma , Just in Time-JIT, gibi üretim sistemleri oluşmaya başlamıştır (Tek ve Karaduman, 2012, s 80). Toyota, JIT sistemini oluşturarak maliyetlerini en az seviyeye indirmeyi ve karlılığını arttırabilmek için müşteri odaklı bir yaklaşım ı benimsemiştir. Toyota bu sistem ile “6 0’lı bir anayasa” belirlemiştir. Bu 0lar; 0 stok, 0 sıfır hata, 0 çelişki, 0 ölü zaman, 0 müşteri bekleme ve 0 kâğıt (bürokrasi) işlemidir (Kaya, 2017, Toyota Ruhu, [http://www.lojistikdunyasi.net/-](http://www.lojistikdunyasi.net/) 18.06.2017).

Lojistik ve üretim faaliyetleri arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar bulunmaktadır. İki fonksiyon da gerçek faaliyete odaklıdır; operasyonel düzeydedir; finansal ve bilgisel akışa yol açan faaliyetler vardır ayrıca iki fonksiyonun temelini de ürünlerin hareketi, depolanması ve taşınmasını düzenlemek bulunmaktadır. Üretim faaliyeti, ürüne farklı alanlarda katma değer katmasına karşın lojistik faaliyeti yer ve zaman değeri katar. Üretim faaliyeti , malı ortaya çıkarmaya odaklanmışken; lojistik faaliyeti müşteriye ulaştırılmasına odaklanmıştır. Üretim kaliteye konsantre olmuşken lojistik maliyet ve fiyat ile ilgilenmektedir. Üretim alt fonksiyonları organizasyonun içine yönelmiş; lojistik alt fonksiyonları firmanın dışına yayılmıştır. Üretim ve lojistik arasındaki bağlantı üretim çeviri zamanının uzunluğu ile de ilgilidir. Çevrim zamanı uzun olduğunda stok gerekliliği doğacaktır. Özetle üretim maliyetlerinin istenilen düzeyde olabilmesi için, üretim ve lojistik faaliyetleri bir arada çalışmalıdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 80,81).

2.5.3.PLANLAMA

Planlama fonksiyonu, yönetim fonksiyonlarının arasında en temel ve en önemli fonksiyonudur. Bunun sebebi planlamanın neyin, niçin, nasıl, ne zaman, kim tarafından ve hangi kaynak ve maliyetler ile yapılacağını planlamanın belirlemesi ve ancak planlama doğru yapılırsa diğer fonksiyonların başarılı olmasının mümkün olmasıdır (Tekve Karaduman, 2012, s 59).

Lojistik, malzemelerin ihtiyaç duyulan zaman ve yerde hazır olması ile ilgilenir. Bunun için malzemelerin hareketinin ve bilgilerin doğru planlanması gerekmektedir (Lojistik Planlama Nedir?, 2015, <http://www.optimumplanlama.com/>, 18.06.2017).

Lojistik planlama faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için planların net ve amaca uygun olması gerekmektedir. Firmaların farklı departmanlarında yer alan alanında uzman kişiler birbirleri ile koordineli olarak ve çevre koşullarını da değerlendirerek planlamayı gerçekleştirmelidir (Tek ve Karaduman, 2012, s 59).

2.5.4.TESİS (FABRİKA, MAĞAZA) VE DEPO KONUM YERİ SEÇİMİ

Tesislerin ve depoların seçimi, firmaların üretim yapacağı yerleri, depolarını, mağazaları kuracağı yerleri belirlemektir. Ayrıca müşterilere verilen hizmet düzeyine de yakından etki sağlamaktadır. Tesis ve depoların yeri firmaların lojistik maliyetlerini etkilemektedir çünkü seçilen yerler fabrika-depo; fabrika-fabrika; fabrika/depo-müşteri taşımalarını etkilemektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 59).

2.5.5.SATIN ALMA

Globalleşen Dünya’da artan rekabet koşullarına uyum sağlayabilmek için işletmeler, tedarik maliyetlerine oldukça önem vermektedirler. Bu sebeptendir ki satın alma departmanı, şirketlerde genel müdür yardımcılığı pozisyonuna dek yükselmiştir. Satın alma departmanlarının yöneticileri, hammadde tedariklerinden son mamulün müşteriye ulaşmasına kadar kesintisiz bir tedarik zinciri yönetimini hedeflemektedirler. Çok uluslu şirketlerde satın alma departmanları, “küresel tedarik ve iş ortaklığı” yetkilerine de sahip olan “stratejik tedarik” departmanları kurmuşlardır. Global firmalardan biri olan Caterpillar’de ise satın alma, stok kontrol, üretim programlama ve trafik bölümleri bir departman altındadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 442).

Pazarlamacıların kurumsal satın alma süreçlerini biliyor olması çok önemlidir. Satın alma departmanları farklı türlerde ürünler alabilir ve satın alma süreci ürüne göre değişebilmektedir. Dört tür satın alma süreci bulunmaktadır. Bu süreçler (Tek ve Karaduman, 2012, s 443) ;

-Rutin ürünler; ofis malzemeleri gibi maliyeti düşük; riski az ürünlerdir.

-Kaldıraç ürünler; motor pistonları gibi müşteri için maliyeti yüksek ancak çok fazla firma tarafından üretildiği için riski az olan ürünlerdir.

-Stratejik ürünler; hem değeri hem de riski fazla olan ürünlerdir. Müşteriler bu tür ürünler için yüksek meblağalar ödemeyi, stratejik iş birlikleri oluşturmayı düşünebilmektedir.

-Darboğaz ürünler; yedek parçalar gibi değeri ve maliyeti düşük ancak riski ve önemi büyük ürünlerdir.

2.6. TAŞIMA SİSTEMLERİ

Taşımacılık sektörü ile insanlık gelişmiş Dünya ekonomisine ulaşmaktadır. Ayrıca ticaretin ve teknolojinin gelişmesinde de taşımacılık sektörünün katkısı büyüktür. Bir başka deyişle, taşımacılık ekonomi ve insan ilişkilerinin anahtarıdır (Çakırlar, 2009).

Taşımacılık sektörünün, Türkiye’de milli gelirdeki payı % 10 - 15 aralığındadır; bununla birlikte son 20 yılda sektör istihdamın % 4 - 5 payını oluşturmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 239).

Ülkelerin, ekonomilerinin ve sosyokültürel aktivitelerinin canlı olabilmesi için ulaştırma çok önemli bir araçtır. Düzenli ulaştırma ağları bulunması halinde, doğal kaynaklar verimli olarak kullanılabilir; ürünler hızlı olarak dağıtılabilir ve gerek ulusal gerekse uluslararası taşımacılık gelişebilir (Akgüngör ve Demirel, 2003, s 424). Ülkelerin kalkınmasında iyi tasarlanmış ulaştırma sistemleri kritik rol oynamaktadır (<http://www1.gantep.edu.tr/>- 05.03.2017).

Ulaştırma sektörü, mal üreten tarım veya sanayi sektörlerinden farklıdır ancak diğer sektörlerin üretkenliği için önemli bir etkiye sahiptir. Çünkü ulaştırma temel olarak eşya ve insanları yararlı olacakları inanılan bir amaç için yer değiştirmeleridir ve hizmet sektörü kapsamında olduğundan depolanamaz

(Akgüngör ve Demirel, 2003, s 424).

Taşıyıcı firmaların taleplerine ilişkin tüzük ve yönetmelikler genellikle “Uluslararası Havayolu Taşımacıları Birliği (LATA)” ve “Uluslararası Denizcilik Danışma Örgütü (IMCO)” gibi Uluslararası Kuruluşlar, ilgili ulusal kuruluşlar tarafından hazırlanmıştır (Ambalajlamayla İlgili Yasa Ve Tüzükler, <https://lojistikpaketlenme.tr.gg> , 18.06.2017).

Her bir taşımacılık türü, birbirlerinden bağımsız olarak taşımacılık yapabilmektedir ancak kimi zaman iki veya ikiden fazla taşımacılık türü bir arada kullanılabilir. Buna “Kombine Taşımacılık” veya “Aktarmalı Taşımacılık” adı verilir (Çakırlar, 2009).

Türkiye, Cumhuriyetin ilk yıllarında demiryolu taşımacılığına çok önem vermiş ve zorlu ekonomik koşullara rağmen yılda 240 km yol yapmıştır ancak 1950li yıllardan sonra bu rakam yılda 39 km’ye dek gerilemiştir. Türkiye gerek deniz gerekse hava yolu taşımacılığında da gerekli gelişmeyi sağlayamamıştır ancak son yıllarda özel sektörün havayolu taşımacılığında gösterdiği faaliyet sayesinde havayolu taşımacılığında gelişme gözlemlenmiştir. Türkiye’de taşımacılık ağırlıklı karayolu taşımacılığı ile gerçekleşmektedir ancak yolların yeterli kapasiteye sahip olmaması sebebi ile çokça trafik kazası yaşanmaktadır (<http://ww4.ticaret.edu.tr/ulastirma>, 05.03.2017).

Ülkelerin ekonomik, coğrafi yapısına ve taşıma alt sistemlerine bağlı olarak ekonomik kalkınma süreçlerinde hangi taşımacılık türlerine önem verilmesi gerektiğine, ulaşım aracının kitle taşımacılığına uygunluğu; ulaşım ağı kurmada uygunluğu; düzenlilik; hız; ekonomik etkinlik; sıklık; enerji tüketimi; rahatlık, konfor ve yatırım- işletme maliyetleri değerlendirilerek karar verilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 250).

Tüketiciler, taşıma sistemlerinden hizmet veya performans almaktadırlar. Ülkelerin “hareket kapasitesi” ni ulaştırma sistemleri oluşturmada olup tesisler, işgücü, kaynaklar ve araçlardan bir birleşiminden oluşmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 239).

Taşıma şekli, faydalanılacak olan taşımanın türünü belirtmektedir (Çakırlar, 2009). Ulaştırma, kara ulaştırması, su ulaştırması, hava ulaştırması ve boru hattı olarak sınıflandırılabilir. Kara ulaştırması kendi içinde demiryolu ulaştırması; karayolu taşımacılığı ve su yolu ulaştırması gene kendi içinde denizyolu taşımacılığı ve iç su yolu taşımacılığı olarak sınıflandırılabilir (http://www1.gantep.edu.tr/-05.03.2017). Ayrıca boru hattı taşımacılığı ve Intermodal taşımacılık da diğer taşıma türleridir.

2.6.1.DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞI

Demiryolu taşımacılığı, raylar üzerinde araç ve vagonların hareket etmesi ile gerçekleşen taşımacılık şekline verilen addır. Özellikle şehir ve ülkeler arasında uzun mesafelerde kullanılmaktadır. Bilhassa hacimli yükte ağır ancak pahada hafif yüklerde tercih edilir (Tek ve Karaduman, 2012, s 253,254).

Demiryolu taşımacılığı, çevre dostu bir taşımacılık şekli olup daha az enerji gerektirmektedir. Karayolu taşımacılığından kaynaklı problemleri azaltmak için alternatif taşıma sistemi olarak görülmektedir (Çavusoğlu ve Deveci,2013, s 93). Demiryolu taşımacılığına yapılan yatırımlar, yüksek maliyet oluşturmaktadır (Tek ve Karaduman,2012, s 253,254).

Demiryolu taşımacılığında, taşıyıcıların sayısı karayolu taşımacılarına göre çok azdır. Bu durumun sebebi ise demiryolunda kullanılan araçlar ve terminallerin büyük yatırımlar gerektirmesidir (Çakırlar, 2009).

Demiryolu taşımacılığında iki tür yöntem vardır. Bu yöntemlerden ilki “Tam (dolu) vagon taşıma”; ikincisi ise “Perakende taşıma” dır. Tam dolu vagon taşımada vagonun tümü bir kişi/işletmenin malları ile doldurulmaktadır. Parakende taşımada ise farklı kişi/işletmelerin aynı vagona bir arada taşınmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 254).

2.6.2. KARAYOLU TAŞIMACILIĞI

Karayolu taşımacılığı, malların karayolunda tır ve kamyonlarla taşınmasıdır.

Karayolu taşımacılığı yüklerin kapıdan kapıya taşınmasına olanak sağladığı için zamanında ve güvenli ulaştırma sağlamaktadır. Satıcı ve alıcı firmalar mallarını daha rahat kontrol edebilmektedir (Çakırlar, 2009).

Karayolu taşımacılığı, kurye; yoldu ve kargo taşımacılığı olarak üç sınıfta açıklanabilmektedir. Ek olarak uluslararası, şehirlerarası ve şehir içi karayolu taşımacılığı olarak üç sınıfta da incelenebilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 252).

Karayolu taşımacılığında kısa mesafe ve uzun yol araçları olarak iki grup ekipman bulunmaktadır. Kısa mesafe araçları, terminal ile müşteri arasındaki taşımayı gerçekleştirmektedir. Uzun yol araçları ise treyler, kamyon, likit kimyasal gaz benzin tankları ve otomobil taşımak için özel araçlar olarak sıralanabilmektedir (Çakırlar, 2009).

Teknoloji, şebekeler, uluslararası ve yerel kurallar ve düzenlemeler, enformasyon, iletişim ve lojistik uygulamaları karayolu taşımacılık sistemini oluşturan öğelerdir. Ayrıca bu öğeler, lojistik firmaları, iç ve dış müşteriler, ekonomik - sosyal faktörler ve yasalar ile etkileşim halindedir (Çakırlar, 2009).

Karayolu taşımacılığı, kapıdan kapıya aktarmasız taşımacılık yapabilme avantajına sahiptir ve terminal gereksinimi olmadığından istenilen ulaşım ağı kolaylıkla kurulabilmektedir. Kısa mesafelerde daha verimli ve ekonomik olduğu görülmektedir. kısa mesafelerde nispeten daha verimli ve ekonomiktir. Karayolu taşımacılığının dezavantajları ise, bir seferde taşınabilecek mal miktarının diğer taşıma türlerine kıyasla az olması; çok uzak mesafelerde maliyet avantajını yitirmesi; hava koşullarından etkilenmesi ve enerji tüketiminin fazla olmasıdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 253).

Farklı taşıma sistemlerinin, ülkeler içerisinde dengeli ve birbirlerini tamamlayacak şekilde planlanması gerekmektedir. Karayolu taşımacılığı, gerek Türkiye’de en çok kullanılan taşıma şeklidir (<http://www1.gantep.edu.tr/-05.03.2017>). Karayolu taşımacılığının Türkiye’deki payı % 90 ’dır. Bununla birlikte ABD’de taşımacılığın yalnızca 27% sinin karayolu ile gerçekleştiği, % 38

demiryolu, % 24 denizyolu, % 10 havayolu ile gerçekleşmektedir. Bir diğer gelişmiş ülke olan , Almanya'da ise taşımacılığın % 58 kısmının karayolu ile, % 22 demiryolu, % 12 denizyolu, % 7 havayolu ile gerçekleşmektedir (<http://ww4.ticaret.edu.tr/-05.03.2017>).

2.6.3. DENİZYOLU TAŞIMACILIĞI

Denizyolu taşımacılığı, su yollarında; göllerde; okyanus kıyılarında ve uluslararası denizlerde gerçekleşen ulaştırma şeklidir. En eski taşıma şekli olarak bilinmektedir ve günümüzde de Dünya ticaretine egemendir. Uzun mesafelerde ve büyük hacim/tonajlarda en ekonomik taşımacılık şekli olarak görülmektedir. Denizyolu hava durumundan çokça etkilenmekte olmasına karşın karayoluna göre riski daha düşüktür (Çakırlar, 2009). Genellikle zincirleme taşımacılığa ihtiyaç duyulmaktadır . Hava kirliliği yaratmadığı için çevreyle barışık bir taşıma şekli olduğu söylenebilmektedir. Denizyolu taşımacılığının zayıf yönleri ise yavaş ve liman, iskele gibi yüksek maliyetli tesislere ihtiyaç duymasındır (Tek ve Karaduman, 2012, s 256).

Denizyolu taşımacılığının Ton/km maliyeti düşüktür (Tek ve Karaduman, 2012, s 256). Denizyolu ile genellikle mal değeri düşük ancak hacmen büyük ürünler taşınmaktadır. Sıkça taşınan mal cinsleri; kimyevi maddeler muhtelif yağlar, metal döküntüler, kereste, borular, taşımaları kendi tekerleğiyle hareket edebilen veya çekilebilen bütün araçlar, konteynır taşımaları, canlı hayvan, soğuk (frigorifik) malzeme, su yolu taşımacılığı, büyük hacimli, düşük değerli ve kum, kömür, buğday, yağ ve maden cevherleri olarak sıralanabilmektedir (Çakırlar,2009).

Türkiye'nin dış ticaretinin % 80'den fazla kısmı denizyolu ile taşınmaktadır. Limanlar, bulundukları bölgelere sosyo-ekonomik ve stratejik katkı sağlamaktadır ve limanlar ülkelerin dış dünyaya açılan kapısı niteliğindedirler (Çakırlar,2009).

2.6.4. HAVAYOLU TAŞIMACILIĞI

Nakliye süresinin kısa olması gereken ve maliyet faktörünün nispeten daha az önemli olduğu durumlarda havayolu taşımacılığı kullanılmaktadır. Yükten daha çok yolcu taşımacılığında tercih edilmektedir. Yük olarak ise taze meyve ve kesilmiş

Çiçekler gibi hızlı bozulabilen mallar taşınmaktadır. Mesafelerin uzaması gene hava yolu taşımacılığının tercih edilmesine katkı sağlamaktadır (akırlar,2009).

Havayolu taşımacılığı, firmaların minimum stok ile çalışmasını ve üretim planlamasını sağlamaktadır. Havayolu taşımacılığı yüksek yatırım ve işletme maliyetine sahiptir. Havayolu taşımacılığının avantajları ise ticari riskinin az ve güvenilir olmasıdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 258).

2.6.5. BORU HATTI TAŞIMACILIĞI

Sıvı ve sıvıyla karıştırılmış parçacıkların taşınmasında kullanılan ulaştırma sistemine boru hattı taşımacılığı adı verilir. Boru hattı ile genellikle petrol, gaz, su, boraks, fosfat, kimyasal ve toz haline getirilmiş kömür taşınmaktadır. En ucuz taşımacılık yöntemi olmasına karşın saatte 10 km'den daha az bir hız ile taşıma gerçekleştirdiğı için önemli bir dezavantaja sahiptir. Boru yolundaki tesisler, borular, pompalama istasyonları, depolama tankları ve arazilerden oluşan alt yapı oldukça yüksek yatırım maliyeti gerektirmektedir (akırlar, 2009).

Boru hattının diğ er taşımacılık türlerine göre en büyük avantajı ucuz, sürekli oluşu ve enerji tüketiminin az olmasıdır. Ayrıca hava şartlarından da etkilenmemektedir. Boru hattı taşımacılığı, korunma sorunu yaratabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 259).

2.6.6. İ SU YOLU TAŞIMACILIĞI

İ su yolu taşımacılığı, akarsu, göl ve baraj göllerinde gerçekleştirilen yük ve yolcu taşımacılığıdır. Suyun derinliğine göre seçilen özel taşıma araçları kullanılmaktadır (Lojistikte Taşıma Modları ve Entegre Taşımacılık , <http://www.ekodialog.com/>- 04.07.2017)

Çin, Güney Asya ve Avrupa en çok nehir taşımacılığı kullanılan bölgelerdir. 27 Avrupa Birliği ülkesi iç inden 20 ülkede; 37000 km'lik ağı üzerinde nehir taşımacılığı yapılmaktadır ve Avrupa Birliği Komisyonu tarafından desteklenmekte; diğ er taşımacılık türlerine entegre edilmesi için ülkeler özendirilmektedir. Polonya'da 3.898 km , Hollanda'da 4.387 km , Fransa'da 8.568 km iç su yolu taşımacılığı

yapılmaktadır (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Sakarya Nehri'nin Ulaşım Ve Taşıma Amaçlı Kullanılabilirliği Raporu, <http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/>- 04.07.2017).

Nehir taşımacılığı, çevresel, trafik sıkışıklığı, güvenlik, emisyon ve kapasite sorunları bakımından diğer ulaştırma tiplerine kıyasla avantajı bulunmaktadır. Gereken enerji, km-ton başına yaklaşık demiryolunun yarısı, karayolunun ise % 17'si kadardır. Avrupa'da 100 ton ağırlığındaki bir yüklemenin taşıma bedeli, karayolunda 2.81 USD, demiryolunda 0.65 USD, iç su yolu taşımacılığı 0.20 USD olmaktadır. Ek olarak kaza, sıkışıklık, ses ve hava kirliliği gibi maliyetlerde de diğer taşıma modlarına göre avantajlı konumdadır. dışsal maliyetler düşünüldüğünde de nehir taşımacılığı avantajlıdır (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Sakarya Nehri'nin Ulaşım Ve Taşıma Amaçlı Kullanılabilirliği Raporu, <http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/>- 04.07.2017).

Türkiye'deki akarsuların coğrafi sebeplerden dolayı taşıma yapılabilecek yeterliliğe sahip olmaması ve debisinin yüksek olmasından ötürü iç su yolu taşımacılığı aktif olarak kullanılamamaktadır (Lojistikte Taşıma Modları ve Entegre Taşımacılık, <http://www.ekodialog.com/>-04.07.2017).

2.6.7. INTERMODAL TAŞIMACILIK

Taşımacılık faaliyetlerinde artan/değişen talepler ile birlikte pek çok olumsuz etki ortaya çıkmıştır. Bu negatif etkileri ortadan kaldırmak için birden fazla taşımacılık sistemi birlikte kullanılmaya başlanmış bu geliştirilen taşımacılık sistemine de “Intermodal taşımacılık” denilmiştir (Çavusoğlu ve Deveci, 2013, s 93-94). Başka bir deyişle malların taşıma üniteleri ile, en uygun taşıma sistemlerini kullanarak kapıdan kapıya taşınmasıdır (Çakırlar, 2009).

Intermodal taşımacılık ile birlikte işletmeler , lojistik faaliyetleri uzman lojistik firmalarına devredebilmei ve kendi uzmanlık alanlarına yoğunlaşmışlardır. Bu taşımacılık türü sayesinde, farklı taşıma türlerinin avantajlarından tek bir taşımada faydalanılabilmektedir. (Çakırlar,2009).

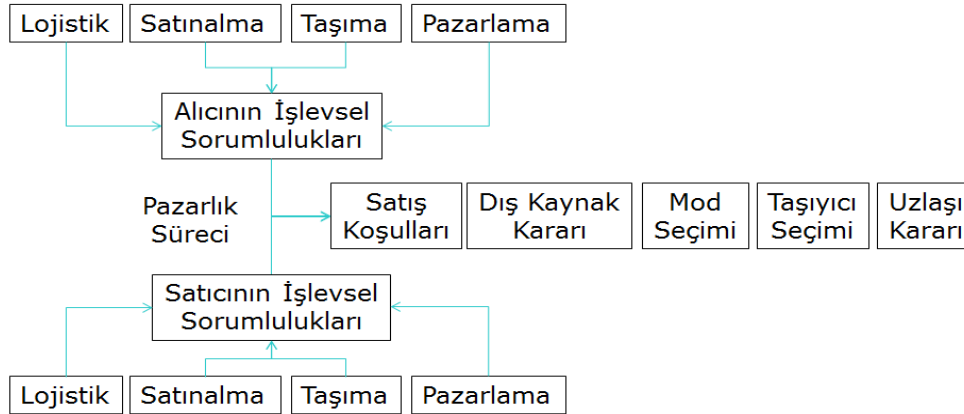
Intermodal taşımacılığın son yıllarda başta Avrupa ve Amerika’da gelişmesinde; konteyner kullanımı ve ilişkili teknolojik gelişmeler, globalleşen Dünya’nın rekabet koşullarına uyum sağlanabilmesi için maliyetin azaltılması ve ulaşımın hızlanması gerekliliği, çevreye duyarlılığın artması ve karayollarındaki trafik yoğunluğunun azaltılması ihtiyacı etkilidir (Çavusoğlu ve Deveci, 2013, s 94).

Kombine taşımacılığın başlıca güçlükleri ; taşıyıcı firmaların birliği ile ilgili istekli olmaması ve malların taşıma türleri arasında aktarılması esnasında vakit kaybı olması veya maliyet oluşmasıdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 289).

2.6.8. TAŞIMA SİSTEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

II. Dünya Savaşı öncesinde, en çok deniz yolları ile demir yolları kullanılıp bu iki taşıma türü arasında rekabet varken son 20 yılda konu iki tür arasındaki rekabete hava yolu taşımacılığı da dahil olmuştur. Taşıma türü tercih edilirken bir sistem üzerinde durulur ancak her bir taşıma türünün farklı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 250).

Şekil 7’de taşıma yönteminin planlama aşamaları gösterilmektedir.



Şekil 7: Taşıma Yöntemi Planlama Aşamaları

Kaynak: Altuntas ve Karagülle, <http://www.gultekinaltuntas.com/>- 04.07.2017

Taşıma sisteminin seçiminde ürünün doğası (boyut, dayanıklılık, değer), ürünün değeri ve taşıma karakteristiği (boyut, rota, hız) büyük önem taşımaktadır (Altuntas ve Karagülle, <http://www.gultekinaltuntas.com/>-04.07.2017).

Tablo 10: Ulaştırma Alt Sistemlerinin Makro Özellikleri

Ulaştırma Sistemleri \ Özellikler	Hız	Kitle Taşıma Kapasitesi	Güvenlik	Enerji Tüketimi	Ulaşım Ağı Kurma	Maliyet	
						İlk Yatırım	İşletme
Demiryolu	Orta-Yüksek	Yüksek	Yüksek	Az	Doğal Koşullarla Sınırlı	Yüksek	Orta
Karayolu	Orta	Düşük	Düşük	Çok	Çok Fazla	Az-Orta	Az
Denizyolu	Düşük	Yüksek	Yüksek	Az	Sınırlı	Yüksek	Orta-Az
Havayolu	Çok Yüksek	Orta-Yüksek	Yüksek	Çok	Doğal Koşullarla Sınırlı	Yüksek	Çok Yüksek
Boru Hattı	Çok Düşük	Orta-Yüksek	Çok Yüksek	Az	Az	Yüksek	Az

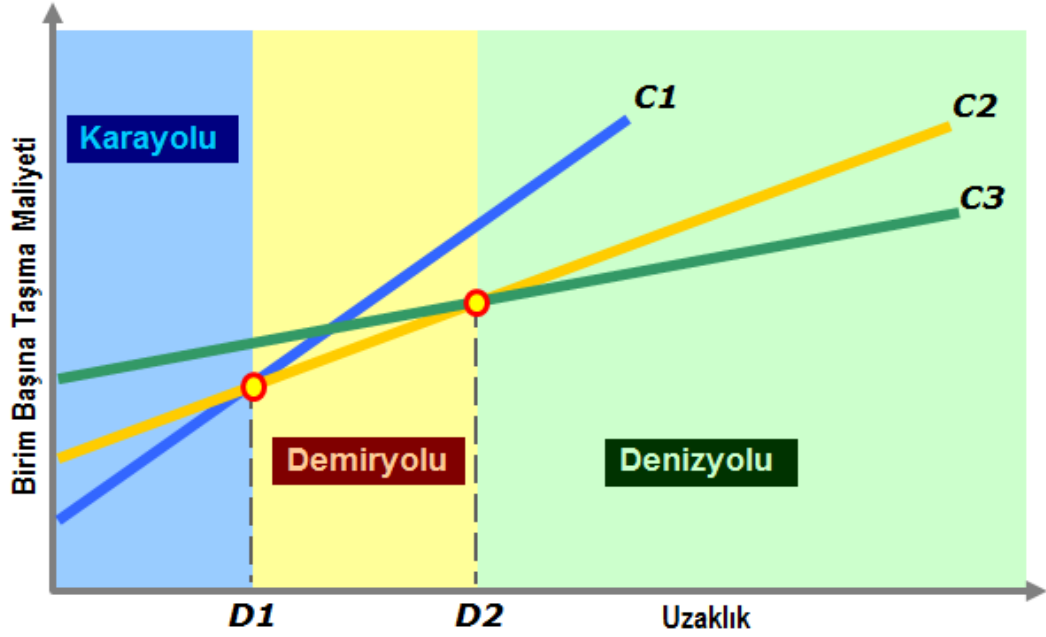
Kaynak: Tek ve Karaduman,,2012, s 251

Taşıma altı sistemleri arasında kıyaslama yapılırken, taşıma alt sistemleri; hız, bulunabilirlik, güvenilirlik, kapasite ve sıklık bakış açılarına göre karşılaştırılmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 252). Tablo 11’de operasyonel özelliklere göre taşıma modlarının karşılaştırması gösterilmektedir.

Tablo 11: Ulaştırma Modlarının Operasyonel Özellikleri

Operasyonel Karakteristikler	Ulaştırma Modu				
	Demiryolu	Karayolu	Suyolu	Havayolu	Boru Hattı
Hız	3	2	4	1	5
Bulunabilirlik	2	1	4	3	5
Güvenilirlik	3	2	4	5	1
Kapasite	2	3	1	4	5
Sıklık	4	2	5	3	1

Kaynak: Tek ve Karaduman, 2012, s 252



Şekil 8: Uzaklık, Mod Türü, Taşıma Maliyetleri İlişkisi

Kaynak: Altuntas ve Karagülle , <http://www.gultekinaltuntas.com/-04.07.2017>

Taşıma modlarında taşıyıcı seçiminde, transit süre güvenilirliği; uzlaşılabilir fiyat; sevkiyatı birkaç taşıyıcı arasında konsolide edebilme; finansal güç; satış temsilcisi ve özel donanım bulunmasına dikkat edilmektedir (Altuntas ve Karagülle, <http://www.gultekinaltuntas.com/-04.07.2017>).

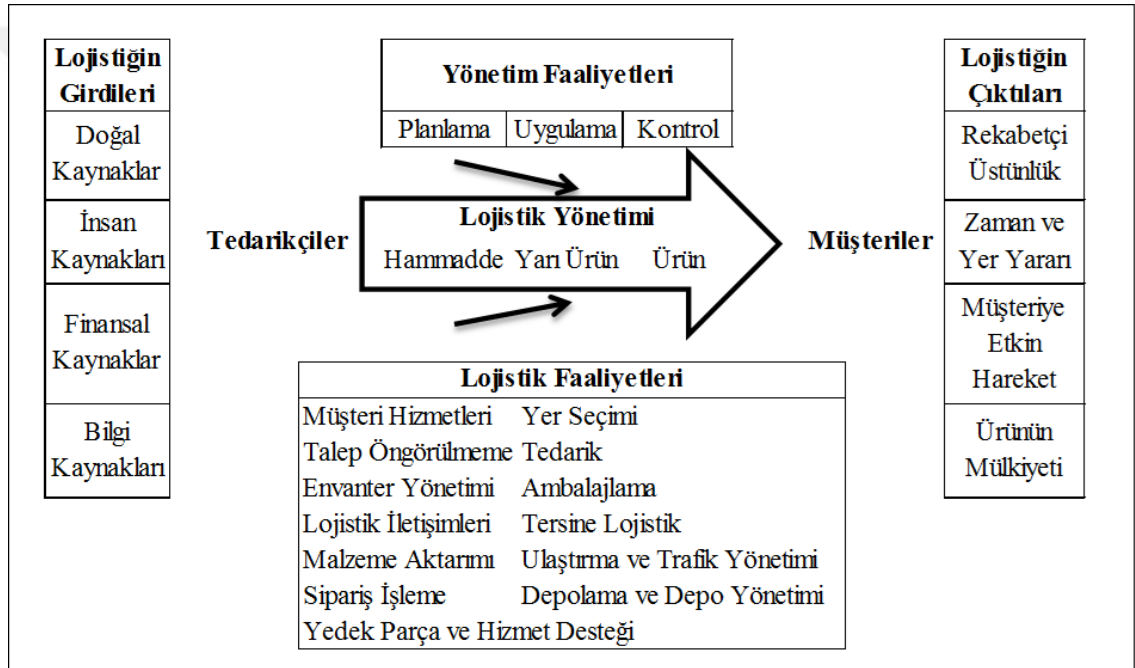
2.7. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Tedarik zinciri yönetimi profesyonelleri konseyi (Council of supply chain management professionals (CSCMP)), müşteri ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile üretim ve tüketim merkezleri arasında hizmet, ürün ve bilginin ileri ve geri yöndeki akışlarını, depolanmalarını organize eden tedarik zinciri aşamasını lojistik yönetimi olarak açıklamıştır (Lojistik Yönetimi ,2011, s 7).

İşletmeler, artan rekabete uyum sağlayabilmek için hizmet kalitelerini arttırmaya ve böylece müşteri memnuniyetini arttırmaya odaklanmıştır. Müşteri memnuniyetini arttırabilmek için yüksek kaliteli, mukayesece düşük fiyatlı ürünleri planlanan zamanda, planlanan yerde ; eksiksiz ve hasarsız olarak teslim etmelidir. Lojistik yönetimi değer yaratıcı bir faaliyet konumunda olduğundan müşteri memnuniyetine önem veren firmalar lojistik yönetiminde başarılı olmalıdır.

1950lerden sonraki dönemde, birim maliyeti düşürmek amacı güden firmalar, kitle üretimi ile ilgili çalışmalar yapmışlarken 1990lardan sonra ise firmalar, müşteri memnuniyeti üzerine yoğunlaşmıştır. Müşteri memnuniyeti yaratabilmek amacı ile de bulundukları değer zincirindeki üyeler ile işbirliklerini geliştirmeyi hedeflemişler; bu sürece de “Tedarik Zinciri Yönetimi” adı verilmiştir (Özdemir, 2004, s 87).

Lojistiğin oluşturan faaliyetler, bütünleşik bir anlayış ile planlanmalı ve yürütülmelidir. Lojistik yönetimi, hammaddenin çıkış yaptığı yerden son tüketiciye kadarki süreci kapsamaktadır. Lojistik yönetiminin öğeleri Şekil 9’da görülmektedir (Tek ve Karaduman, 2012, s 7).



Şekil 9: Lojistik Yönetiminin Öğeleri

Kaynak: Tek ve Karaduman 2012, s 8

İşletme yönetiminde lojistiğin önem kazanmasının sebepleri; uluslararası çalışan firmaların artması, ürün çeşitliliğinin artması, tüketici taleplerinin hızla artması, maliyetlerin düşürülebilmesi için lojistik maliyetlerin de düşürülmesi ihtiyacı, stok kontrolünde tedarik ve kanban gibi sistemlerin yaygın olarak kullanılması ve çevreyi korumak amacı ile malzemelerin yeniden kullanılması ihtiyacı olarak sıralanabilmektedir (Özcan, 2008). Günümüzde ürünlerin uzak pazarlara sunulabilmesi, bir malın hasarsız olması, istenilen kalitede olması, ucuz olması kadar önemlidir ve rekabetin önemli bir parçasını oluşturmaktadır (Çakırlar,

2009).

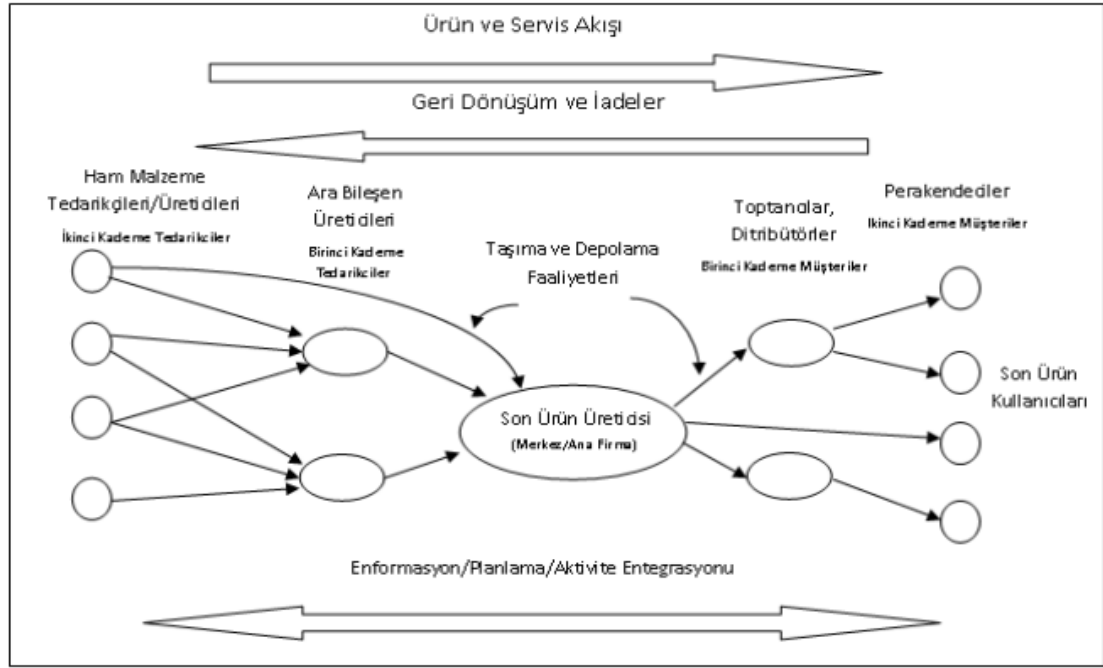
Ürün ve hizmet üreten işletmelerde üretimin gerçekleşebilmesi için gerekli olan girdilerin üretilen ürün ve hizmet türüne göre ilgili tesise ulaştırılması , oluşan çıktının tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Üretimin planlanan zamanda ve planlanan kalitede yapılabilmesi için ihtiyaç duyulan ürünlerin tam zamanında ve eksiksiz olarak üretim tesisinde olması gerekmektedir. Üretim sonrasında ise aynı şekilde ürünlerin müşterilere tam zamanında, eksiksiz ve hasarsız olarak ulaştırılması gerekmektedir. Firmaların rekabet gücünün maliyetlerinin düşüklüğü ile doğru orantılı olmasından ötürü konu maliyetlerinin minimum düzeyde olması gerekmektedir. Bu sebepten firmalar satın alma faaliyetleri kapsamında tedarik zinciri faaliyetlerine büyük önem vermektedir.

Tarih öncesi çağlardan beri, tedarik zinciri içindeki hizmetler kullanılmaktadır. İnsanoğlu yerleşik düzene geçmeden önce de toplanan meyvelerin, avlanan hayvanların taşınması; depolanmasına ihtiyaç duymuşlardır (Gümüş,2009 s 98). Tedarik zinciri yönetiminin kökeni 1950li yıllardaki stok kullanımına ilişkin yapılan araştırmalara dayanmaktadır. 1980li yıllarda ise Chrysler firması hammaddeden son mamule dek malzeme akışını tedarik zinciri kavramı ile açıklamıştır (Çakırlar, 2009).

Malzeme, ürün, bilgi ve finansal akışların bir arada yönetilmesi sonucunda firmaların verimlilik ve karlılıkları artmakta ve faaliyetler güvenilir bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir (Aydınlı, Laptalı Oral ve Samalı, 2015, s 18).

Tedarik zinciri, “Temel Tedarik Zinciri”, “Genişletilmiş Tedarik Zinciri” ve “Üst Seviye Tedarik Zinciri” olarak adlandırılan üç alt başlık altında incelenebilmektedir (Çakırlar, 2009).

Tedarik zinciri yönetimi, firmaların rekabet güçlerini arttırmayı, sektörlerindeki pazar paylarını arttırmayı ve ürün-hizmet gelişimi ile müşteri memnuniyeti yaratmayı hedefleyen modern yönetim anlayışıdır. Şekil 10’da bir tedarik zincirinin yapısı bulunmaktadır (Baynal ve Yüzügüllü, 2013);



Şekil 10: Tedarik Zincirinin Genel Yapısı

Kaynak: Baynalve Yüzügüllü, 2013

Malzeme akışının doğru bir şekilde takip edilebilmesi ve başarılı sonuçlar alınabilmesi için bilgi akışının eksiksiz olması gerekmektedir. Günümüzde internet çok kolay ulaşılan, maliyeti düşük ve hızlı bir araç olduğundan tedarik zinciri yönetiminde de internet üzerinden çalışan, bir çok farklı tarafın aynı anda güncel veriye ulaşabildiği e-iş uygulamaları kullanılmaktadır.

Tedarik zinciri yönetiminin temel amaçları, müşteri tatminini artırmak; çevrim zamanını azaltmak; stok maliyetlerini azaltmak; ürünlerde oluşabilecek hatalarını azaltmak ve faaliyet maliyetini azaltmaktır (Özdemir, 2004).

Global Tedarik Zinciri Forumu (The Global Supply Chain Forum) üyeleri tedarik zincirine ilişkin; müşteri ilişkileri yönetimi , müşteri hizmet yönetimi; talep yönetimi sipariş işleme; imalat akış yönetimi; satın alma; ürün geliştirme ve ticarileştirme ve iade olarak açıklanan 8 süreci benimsemişlerdir (Özdemir, 2004).

Küresel satın alma, tedarik zinciri yönetimi kapsamında pek çok firma için daha kullanabilir bir hal almıştır. İşletmeler, “tam zamanında yaklaşımı” nı ve

“faaliyet geliştirme stratejileri” ni uygulamaya koyarken dış kaynak kullanımının önemi daha iyi anlaşılmıştır. Dış kaynak kullanım stratejileri, tedarik ve tedarikçi işletmelerin politikalarına zemin yaratmak, ürün - hizmet akışını düzenlemek; imalatçı ve tedarikçi firmaların maliyetlerini azaltmak, kalite ve müşteri hizmet performansını geliştirmek ve uzun dönemli müşteri ilişkilerinin oluşmasını hedeflemektedir (Gülen, 2007).

2.8.LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE TEKNOLOJİ KULLANIMI

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler işletmeler üzerinde büyük etkiye sahiptir. Bilişim teknolojileri, verilerin toplanıp işlenmesi, saklanması, iletilmesi ve erişilmesini sağlayan teknolojilerdir (Tekin, Zerenler ve Bilge, 2005).

Daha fazla bilgi ve hizmetin sunulduğu, geleneksel lojistik süreçlerinde internet teknolojisinden faydalanılan, gelişmiş lojistik şekline “e-lojistik” adı verilmektedir.. Elektronik ticaretin artması ile birlikte lojistik ihtiyaç değişmiş ve çok hızlı; çevik bir lojistik gereksinimi oluşmuştur. Geleneksel lojistik ile e-lojistik arasındaki en önemli fark, lojistik görüşünder. Geleneksel lojistik ve e-lojistik Tablo 12’de karşılaştırılmaktadır (Gülenç ve Karagöz , 2008);

Tablo 12: E-Lojistik İle Geleneksel Lojistiğin Karşılaştırılması

	Geleneksel Lojistik	E-Lojistik
Yükleme tipi	Dökme Yükleme	Parça Yükleme
Müşteri	Stratejik	Bilinmiyor
Talep Türü	İtme Sistemi	Çekme Sistemi
Stok/Sipariş Akışı	Tek Yönlü	İki Yönlü
Ortalama Sipariş Miktarı	1000\$’dan Çok	100\$’dan Az
Varış	Toplu	Çok Dağılımlı
Talep	Sabit	Mevsimsel, Parçalı
Mali Sorumluluk	Zincirin Bir Halkasında	Tedarik Zinciri Boyunca

Kaynak: Gülenç ve Karagöz, 2008

Lojistik sektöründe; kurumsal kaynak planlama, depo yönetim sistemleri,

nakliye yönetim sistemleri, ileri planlama sistemleri, uydu araç takip sistemleri, sipariş sistemleri, veri tabanı yönetimi, elektronik veri değişimi, Intranet ve ekstranet, POS takip sistemleri, web tabanlı kataloglar ve operasyonel bilişim sistemlerinin kullanımı her geçen gün artmaktadır (Tekin, Zerenler ve Bilge, 2005).

Lojistik sektörü, bilişim teknolojilerinden en fazla yararlanan sektörler arasındadır. Lojistik firmaları, gelişmiş bilişim teknolojilerine sahip olduklarında hem maliyetleri düşmekte hem de müşteri memnuniyetleri artmaktadır. Bu sayede performans artışı ve sektörlerinde rekabet güçleri artmaktadır (Lojistiğe Yön Veren Yeni Teknolojiler, <http://www.turkishtimedergi.com/>, 05.07.2017).



3.BÖLÜM

DIŞ KAYNAK KULLANIMI (OUTSOURCING) VE LOJİSTİK FAALİYETLERDE UYGULAMASI

Globalleşen Dünya’da işletmeler her geçen gün birincil faaliyetlerine daha çok önem gösterebilmek, vakit harcayabilmek ve maliyetlerini azaltmak amacı ile dış kaynak kullanımına daha çok önem vermektedir. Hammadde/yarı mamul tedariki ve üretilen ürünlerin son kullanıcıya ulaştırılması gibi işletmenin temel ihtiyaçları başta olmak üzere lojistik, başlı başına bir önemli faaliyettir. Her ne kadar temel faaliyet olmasa da temel faaliyet ile doğrudan ilişkili olan ve uzmanlık gereksinimi yüksek düzeyde olan lojistik faaliyetinde pek çok işletme dış kaynak kullanımına girmiştir.

3.1.DIŞ KAYNAK KULLANIMININ TANIMI VE KAPSAMI

Dış kaynak kullanımı tanım olarak , uzmanlık gerektiren bazı hizmetlerin , farklı bir firmadan tedarik edilmesidir. Böylece işletmeler temel yeteneklerine konsantre olabilir ve diğer faaliyetlerini başka işletmelerden tedarik edebilmektedir (Bayındır, 2007, s 246).

Dış kaynak kullanımı ilk kez 1979’da “ Oxford English Dictionary” de yer almaktadır. Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)” sözü ilk kez bir makalede ise 1981 yılında Business Week’de yer almıştır. Oxford English Dictionary, Dış Kaynak Kullanımı’nı “Ürün veya hizmetleri bir sözleşme kapsamında organizasyonun dışındaki bir kaynaktan sağlama” şeklinde açıklamaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 831).

Dış kaynak kullanımı, “İşletmelerin bazı faaliyetlerini işletme

alışmalarından işletme çalışanı olmayan bir gruba devretmesi” şeklinde açıklanmaktadır (Bayındır, 2007, s 246).

Dış kaynak kullanımı; işletmelerin finansal kaynaklarından etkin bir şekilde yararlanmasını sağlar, uzun vadeli çözümler üretir, firmaların en iyi yaptığı iş üzerine yoğunlaşmasını sağlar. Ancak kesinlikle iş kaybı anlamına gelmemektedir (Özbay, 2004, s 18-19).

Uzunca süre dış kaynak kullanımı kavramı, taşeronluk ile eş anlamlı olarak kullanılmış ancak 1970lerde bu iki kavram ayrılmış, taşeronluk kavramı üretim ile sınırlandırılmıştır. 1990larda ise dış kaynak kullanımının uygulama alanı genişletilmiştir (Yıldız ve Turan, 2015, s 82). Dış kaynak kullanımı ile “Taşeronluk” birbirinden farklı kavramlardır ve karıştırılmamalıdır. Taşeronluk, “işletmenin Ana Faaliyet Alanı’ndaki bir işi başka bir işletmeye devrederek yaptırmayı” olarak açıklanmaktadır. Oysa ki dış kaynak kullanımında, dışarıdan alınan hizmet firmanın ana faaliyetlerinden kesinlikle olmamaktadır. Zira firmalar dış kaynak kullanımını ana faaliyetlerine odaklanabilmek için kullanmaktadırlar (Tek ve Karaduman, 2012, s 833).

Dış kaynak kullanımına örnek olarak gıda üreten firmaların dağıtım, broşür veya reklam organizasyonlarını bu konulara yoğunlaşmış firmalara vermesi gösterilebilir. Bir diğer örnek ise Nike firmasının üretiminin tamamını dış kaynak kullanarak gerçekleştirmesi ve asıl olarak ar-ge ve pazarlama faaliyetlerine yoğunlaşmasıdır (Özbay, 2004, s 6-10).

Günümüzde artan gereksinimler ve rekabet sebebi ile firmalar tüm ihtiyaçlara yanıt verebilmekte zorlanmış ve dış kaynak kullanımını benimsemişlerdir (Bayındır, 2007, s 246).

İşletmelerin dış kaynak kullanmasının sebepleri arasında; maliyet, organizasyonel faktörler, finansal nedenler, insan kaynakları, teknoloji, kaliteyi artırma ihtiyacı bulunmaktadır (Bayındır, 2007, s 246-247).

Dış kaynak kullanımı fikri ilk kez Adam Smith’in “Ulusların Zenginliği”

kitabında bulunmaktadır. 1776'da kitap yayınlandıktan sonra özellikle Kuzey Amerika'da 1980'lerde tekrar gündeme gelmiştir. Outsourcing trendi, 1992 yılında NAFTA'nın (North American Free Trade Agreement) imzalanmasıyla ivme kazanmıştır. WTO'nun (The World Trade Organization) 1995'te kurulmasından sonra global bir outsourcing sistemi oturmuş ve hız kazanmıştır. Böyle bir sistemin var olması veya tekrar gündeme gelerek kullanılmasının en önemli nedeni 1990'lü yıllarda özellikle ABD ekonomisinde meydana gelen küçülme ve yavaşlamadır. Bu yavaşlama diğer ülkeleri de etkilemiştir. 2000'li yılların başlarında ekonomide yaşanan darboğazlar nedeniyle dış kaynak kullanımı göze çarpan bir şekilde artış göstermiştir. İlk dış kaynak kullanımı uygulamaları, Amerikan otomotiv endüstrisinde, yedek parça üretiminde kullanılmıştır (Ünalır, 2007).

1971 yılında Arkansas'da Frederick W. Simith isimli bir girişimci, gecelik teslimatı hedefleyen hava taşımacılık şirketini kurmuştur. 1973 yılında ise Federal Express, 389 personel ve 14 uçağıyla uluslararası hava limanında faaliyete başlamıştır, 2000'li yıllarda Dünya'nın çeşitli yerlerinde olmak üzere, 150 bin personel, 648 uçak ve 64 bin araçtan oluşan filoaya ulaşmıştır (Akyıldız, 2004).

1990lı yıllara kadar, firmalar, tüm faaliyetleri kendi bünyelerinde gerçekleştirmeyi güç simgesi olarak gördükleri için dış kaynak kullanmamışlardır. 1990lı yıllarda ise firmaların görüşleri değişmiş, "temel yetenek" ve "dış kaynak kullanımı" ifadeleri kullanılmaya başlanmış ve zamanla da yaygınlaşmıştır (Özbay, 2004, s 7).

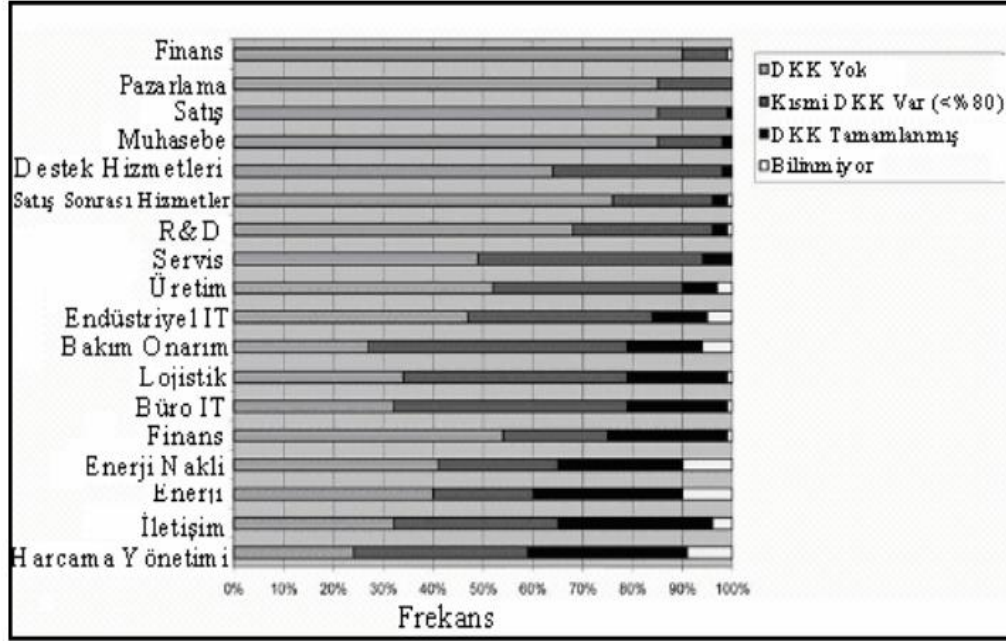
Dış kaynak kullanımının ilk zamanlarında yalnızca temizlik, yemek, ulaşım gibi faaliyetlerde dış kaynak kullanılmış ancak kapsam her geçen gün artmıştır (Çakırlar, 2009). Günümüze gelindiğinde ise işletmeler, faaliyetlerinin % 60 bölümünü dış kaynaklardan karşılamaktadır (Bayındır, 2007, s 246).

Dış kaynak kullanımı, hızlı değişime, düşük maliyetler ve teknolojik gelişmelere uyum sağlama ihtiyacı ve artan rekabet koşulları sebebi ile hızla artmıştır (Bayındır, 2007, s 246).

İnsan kaynakları, bilgi teknolojileri, müşteri hizmetleri, muhasebe-finance, lojistik, idari işler, yönetim, yemek, personel taşımacılığı, emlak, yönetim, temizlik

konularından ötürü dış kaynak kullanımı gittikçe artmaktadır (Özbay, 2004, s 8-9).

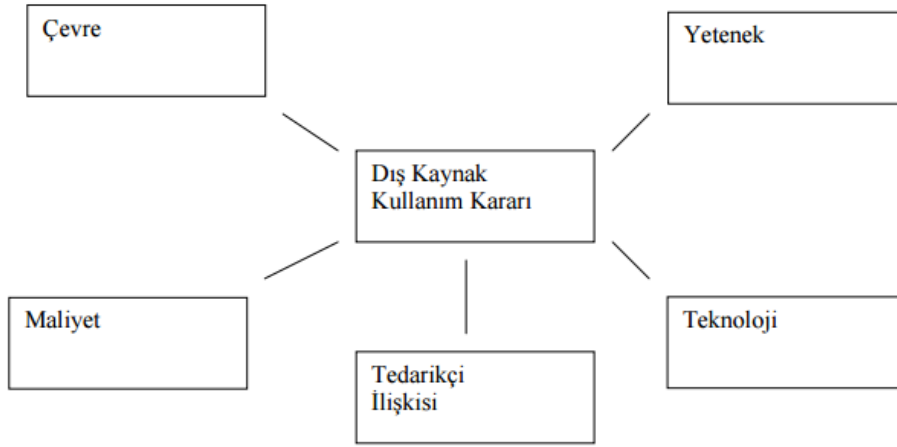
Şekil 11’de Avrupa’daki üretim sektöründe çalışan 180 tane firma üstünde yapılmış araştırmanın sonuçları görülmektedir. 18 tane iş kolu incelenmiştir. Şekilden de görüldüğü üzere işletmelerin temel yeteneklere daha yakın olan iş kollarındaki dış kaynak kullanımı daha az olmaktadır.



Şekil 11: Dış Kaynak Kullanımının Sektörlere Göre Dağılımı

Kaynak: Ünalır, 2007

Firmaların dışa kaynak kullanacağı faaliyetlerin seçilmesi çok önemli bir karar olup stratejik seviyede karar verilmelidir. Karar, satın almak ve üretim ile ilişkilidir (Tek ve Karaduman, 2012, s 838). Şekil 12 deki dış kaynak kullanım kararı alınmasında göz önünde bulundurulması gereken kriterler görülmektedir. Her kriter çok iyi bir şekilde incelenmelidir (Ünalır, 2007).



Şekil 12: Dış Kaynak Kullanım Kararını Değerlendirme

Kaynak: Ünalır, 2007

Yararlanılan dış kaynağın çeşidine göre dış kaynak kullanımı çeşitleri başıca; geleneksel dış kaynak kullanımı; danışmanlık işletmeleri, bağımsız çalışanlardan yararlanma, işgören kiralama (Özbay, 2004, s 19-20).

Dış kaynak kullanımı ile geleneksel hizmet alımı arasındaki temel farklılıklar; stratejiklik, özelleştirilebilirlik, sonuç odaklılıktır. Stratejiklik kavramı, dış kaynak kullanımının daha uzun vadede ve daha kapsamlı olmasından ileri gelmektedir. Özelleştirilebilirlik kavramı, dış kaynak sağlayan firmaların, hizmet verdikleri firmalar özelinde çözümler yaratmasıdır. Son olarak da dış kaynak tedarikçileri, işin nasıl yapılacağından ziyade sonucuna odaklanmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 837-838).

Globalleşen Dünya’da rekabet her geçen gün artmış ve buna bağlı olarak firmalar da teknolojilerini geliştirmiş, hammaddelerini en ucuz yerlerden almaya başlamış , üretimlerini iş gücünün ucuz olduğu ülkelerde yapmaya başlamışlar ve hammaddeden son tüketiciye kadar olan süreci en verimli şekle getirmek için çalışmalar yapmışlardır. “Dış kaynak kullanımı (Outsourcing)” bu çalışmalar sebebi ile ortaya çıkmış ve gitgide kullanımı artmıştır (Bayındır, 2007, s 246).

3.2.DIŞ KAYNAK KULLANIMININ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

Lacity, dış kaynak kullanımının global pazarlara yeni yöntem kazandırdığını; ekonomik rejyonalizmi kırmaya fayda sağladığını; pazarlarda denge sağlanmasına katkıda bulunduğunu; teknolojik gelişmelere uyum sağlanmasına faydalı olduğunu; geleceğe ilişkin endişelere direnç sağladığını; zamanın etkin kullanımı; yetenek ve performans için itici güç olduğunu iddaa etmektedir (Ünalır, 2007).

Dış kaynak kullanımı ile birlikte, işletmeler stratejik önemi olan alanlara daha iyi konsantre olabilmişler; pazar temelli iş tanımından temel yetenek temelli iş tanımına geçilmiştir. Bu anlayışa örnek olarak Nike firmasının spor ayakkabı üretiminden ziyade dizayn ve pazarlamaya odaklanması ve Honda firmasının motor üretimine odaklanması gösterilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012 , s 835).

Dikey bütünleşmeye giden firmalara kıyasla dış kaynak kullanan firmalar maliyet avantajına sahip olurlar. Ayrıca dış kaynak sağlayan firmalar, kendi alanlarında hizmet alan firmalara göre daha deneyimlidirler. Bu bakımdan da hizmet sağladıkları firmalara rekabet avantajı sağlayabilirler (Tek ve Karaduman, 2012 , s 835-836).

İşletmelerin faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı ile elde edebilecekleri başlıca yararlar; işletme içindeki kimi bölümlerin daralması veya ortadan kalkması ile organizasyon yapısında oluşacak küçülme, eğitim maliyetlerinin düşmesi, etkinliğin artması, üretim maliyetlerinin düşmesi, envanterin azalması, mal çevrim süresinin kısılması, ek kaynak gerektirmeksizin kapasite artışı, sermaye bağımlılığının azalması, ticari riskin azalması, coğrafi uzaklıklardan ötürü oluşabilecek negatif etkileri azaltma, değişken müşteri talepleri ve pazardaki dalgalanmalara uyum sağlayabilme olarak sıralanabilmektedir (Tanyeri ve Fırat, 2005, s 276).

Dış kaynak kullanımının en büyük dezavantajına bakıldığında ise , firmaların dış kaynak kullandıkları faaliyetlerde kontrollerini kaybedebilmeleri görülmektedir (Tek ve Karaduman, 2012 , s 837).

Oluşabilecek diğer başlıca sakıncalar ise; esnekliğin kaybedilmesi, riskin tek taraflı çıkarlara yönelmesi, kısa vadeli ekonomik amaçlara odaklanılması, personelin dış kaynak kullanılan faaliyetlerde etkinliğinin azalması ve sözleşme sonrasında öngörülmeven maliyetlerin ortaya çıkması olarak özetlenebilmektedir (Tanyeri ve Fırat, 2005, s 276).

Dış kaynak kullanımından beklenen yararların alınamamasına neden olan hatalar; tedarikçi seçiminde yapılan hatalar, yanlış faaliyetlerde dış kaynak kullanımına gidilmesi, sözleşmenin yetersiz olması, personele gerekli önemin verilmemesi, dış kaynak kullanılan faaliyet üzerinde kontrol kaybı yaşanması, dış kaynak kullanımında oluşabilecek görünmeyen maliyetleri hesaba katmamak ve çıkış stratejisi oluşturulmaması olarak açıklanabilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012 , s 837).

3.3.LOJİSTİK SÜREÇLERDE DİŞ KAYNAK KULLANIMI (3PL LOJİSTİK)

Uluslararası piyasalardaki rekabet ortamı sebebi ile işletmeler, ana faaliyet alanlarının dışında kalan faaliyetler için bu konularda uzman firmalardan hizmet almaktadırlar. İşletmelerin, lojistik ihtiyaçlarını uzman lojistik firmalarından karşılamalarına “Üçüncü Parti Lojistik (3PL)” adı verilmektedir (Cancı ve Erdal (2003), s 41-43). Lojistik faaliyetler için işletmelere hizmet veren firmalara “3PL-Third Party Logistics Provider” adı verilmektedir. Pek çok firma üçüncü parti lojistik firmalarından hizmet almayı daha ekonomik ve kaliteli bulmaktadır (Sevim , Akdemir ve Vatansever, 2008 , s 6).

3PL kavramının literatürde pek çok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlar konsolide edildiğinde firmaların uzmanlık alanı dışında kalan lojistik faaliyetleri konularında uzman üçüncü parti lojistik firmalardan hizmet alması olarak açıklanabilmektedir (Sevim, Akdemir ve Vatansever , 2008, s 7).

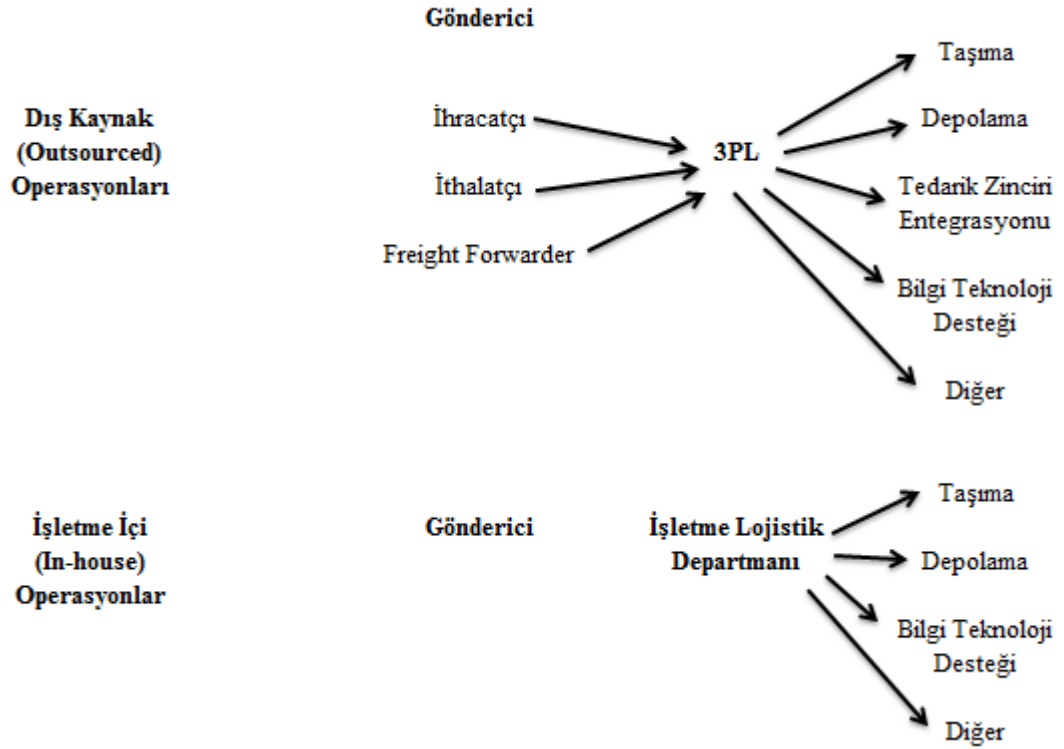
3PL kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için birinci parti, ikinci parti ve dördüncü parti kavramlarının da açıklanması gerekmektedir. Kısaca birinci parti tedarikçi işletme; ikinci parti birinci partinin müşterisi olan işletme olarak açıklanmaktadır. Dördüncü parti lojistik ise üçüncü partiye kıyasla çok daha az

kullanılmakla birlikte lojistik bilgi ve ürün akışını düzenleyen ve entegre eden işletmelerdir (Yıldız ve Turan, 2015, s 81).

Üçüncü parti lojistik, müşterisi için değer yaratan bağımsız ekonomik bir varlıktır (Yıldız, Turan, 2015, s 81). Firmalar ile 3PL firmaları arasındaki ilişki, uzun araştırma ve incelemeler sonucu olduğundan uzun vadelidir (Sevim, Akdemir ve Vatansever, 2008, s 7).

3PL işletmelerinin temel özellikleri; uzun dönemli işbirliğine yatkın olmaları, alanlarında uzman olmaları, süreç yönetimi odaklı olmaları, riski paylaşmaları ve müşteri odaklı özel çözümler yaratmalarıdır (Oda, 2008).

Tedarik zincirinde iki taraf bulunmaktadır. Bu taraflar satıcı ve alıcıdır. 3PL firmaları, alım satım işleminin dışında olup aynı zamanda da her iki taraf ile birebir ilişki içerisindedir (Tek ve Karaduman, 2012 , s 845). Şekil 13’de dış kaynak kullanılan bir işlem ile dış kaynak kullanılmayan bir işlemde tarafların gerçekleştirdiği faaliyetler gösterilmektedir.



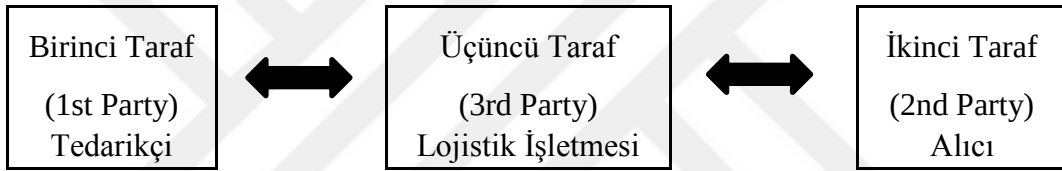
Şekil 13: Üçüncü Parti Lojistik

Kaynak: Erdal ve Cancı, 2003, s 44

Dış kaynak kullanımı, firmaların giriş lojistiklerinde işletme içi faaliyetlerinde ve çıkış lojistiğinde de kullanılmaktadır. İşletme içinde stok yönetimi; dağıtım planlama; sipariş hazırlama; saha, hammadde, ekipman yönetimi ve katma değerli hizmetlerde dış kaynak kullanıldığında buna “Müşteri Lokasyonunda Lojistik” denilmektedir (Tek ve Karaduman, 2012 , s 833).

İşletmeler , yalnızca bir çeşit lojistik hizmet sağlayabiliyorsa dış kaynak hizmeti verdiği söylenemez. 3PL firmaları, birden çok lojistik faaliyeti bütünleşik olarak sağlamalıdır. (Tek ve Karaduman, 2012 , s 845).

Şekil 14’de gösterildiği üzere üçüncü taraf lojistik firmaları, birinci taraf kabul edilen tedarikçi firmalar ile ikinci taraf kabul edilen alıcı firmalar arasında ilişki kurmaktadır.



Şekil 14: Üçüncü Taraf Lojistik

Kaynak: Tek ve Karaduman, 2012 , s 846

Firmalar iş birliği yapacakları 3PL firmayı seçerken aşağıdaki faktörleri kullanmaktadırlar (Tek ve Karaduman, 2012, s 848);

Tablo 13: Üçüncü Taraf Lojistik İşletmelerinin Seçiminde Sıkça Kullanılan Faktörler

Veriler
İş Düzenlemeleri
İş Başarısı ve Gelişimi
İş Deneyimi ve Kalitesi
Yetenek ve Kapasiteler
Teknolojik Yeterlilik
Finansal Güç ve İstikrar
Standartlar
Yer / Kapsama Alanı
Yönetim Yapısı
Uzun Vadeli Sözleşmeler Yapabilme Fırsatları
Fiyat

Güvenilirlik
İtibar
Hizmet Kalitesi
Hız
Tedarikçi Sertifikasyonu
Destek Hizmetleri
Sistemin Esnekliği ve Kapasitesi

Kaynak: Tek,Ö.B.;Karaduman,İ.(2012), s 848

Tennessee Üniversitesi'nin yaptığı bir araştırmaya göre 3PL firmaları; çıkış taşıma faaliyetlerinde % 75, taşıma ödeme kontrollerinde ve depolama faaliyetlerinde % 68, giriş taşıma faaliyetlerinde % 61, yük konsolidasyonunda 50%, büyük hacimli malların depoya girmeksizin bölünerek sevkiyatı % 38, imalat faaliyetleri % 33, işaretleme ambalajlama faaliyetlerinde % 29, ürün iade onarım işlemlerinde % 22, trafik filo; ürün montajı; bilişim teknolojisi; envanter yönetimi; sipariş girişi süreci ve gerçekleştirme; müşteri hizmetlerinde % 20 ' nin altında kullanılmaktadır (Erdal ve Cancı, 2003) ,s 44-45);

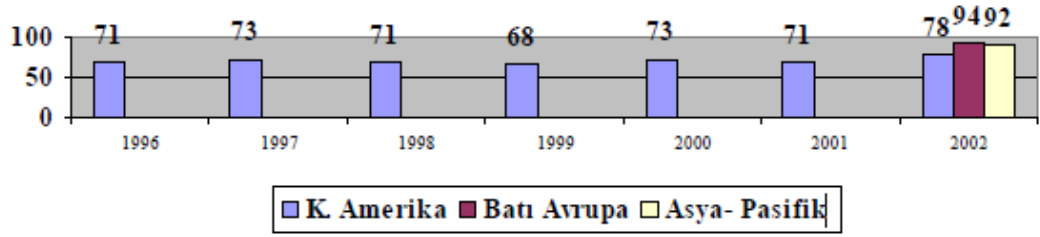
3PL işletmeleri, işletmelere coğrafi olarak ve müşteri hizmetlerinde esneklik sağlamaktadır. İşletmeler, 3PL hizmet aldıklarında riski 3PL sağlayıcı firma ile paylaşmaktadırlar (Tek ve Karaduman, 2012, s 836). Uluslararası rekabet ortamı sebebi ile firmalar, uzmanlıkları dışındaki faaliyetleri konusunda uzman firmalara devretmek zorunda bırakmıştır (Yıldız ve Turan, 2015, s 81).

3PL işletmeleri asıl uzmanlık alanları, müşterileri ile kurduğu ortaklık düzeyi, tasarım ve yönetim şekilleri, kişiselleştirilmiş hizmet sunabilme dereceleri gibi çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Coyle, Bardi ve Langley tarafından “Uzmanlık Alanına Göre” ve Hertz ve Alfredson tarafından “Bütünleşme ve Problem Çözme Derecesine Göre” yapılmıştır (Tek ve Karaduman, 2012, s 849).

Taşımacılık, depolama ve stok yönetimi , endüstriyel işletmelerin en çok yararlandığı 3PL faaliyetleridir. 3PL firmaları üç dalgada gelişim göstermiştir. İl dalganın 1980li yıllarda, ikinci dalganın ise 1990lı yılların başında gerçekleştiği düşünülmektedir. Birinci dalgada geleneksel taşımacılıktan 3PL taşımacılık sistemine geçilirken ikinci dalgada TNT, DHL ve FedEx firmalar ortaya çıkmıştır. Üçüncü dalgada ise Anderson Consulting, GE capital, i2 ve Manugistics gibi

danışmanlık, finans ve/veya bilişim teknolojisi (BT) yönetim işletmeleri 3PL faaliyetleri arasına girmişlerdir (Gülen, 2007, s 32).

Şekil 15’de K. Amerika, Batı Avrupa ve Asya Pasifik ülkelerinde lojistik dış kaynak kullanım (LDKK) düzeyleri gösterilmektedir. Batı Avrupa ülkelerinde % 94 ile en fazla dış kaynak kullanılmaktadır. Batı Avrupa ülkelerini % 92 ile Asya Pasifik ülkeleri ve % 78 ile Kuzey Amerika ülkeleri izlemektedir (Akyıldız, 2004).



Şekil 15: K. Amerika, Batı Avrupa ve Asya Pasifik Ülkelerindeki Lojistik Dış Kaynak Kullanım (LDKK) düzeyleri

Kaynak: Akyıldız, 2004

3PL firmaları uzmanlık alanına göre; ulaştırma temelli, depolama/dağıtım temelli, taşıyıcı temelli, gönderici/yönetim temelli, finans temelli ve bilgi temelli işletmeler şeklinde sınıflandırılabilir. Türkiye’de genellikle ulaştırma temelli işletmelerden faydalanılmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012 , s 849).

3PL firmaları başarılı olabilmek için birçok müşterinin ihtiyaçlarını uyum içinde karşılayabilmeli ve çözüm yaratabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Bu özellikler Şekil 16’daki gibi iki farklı boyut olarak incelendiğinde ortaya bir matris çıkmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 849);

Müşteriye Uyum Yeteneği

		Düşük	Yüksek
Genel Problem Çözme Yeteneği	Yüksek	Bütünleştiriciler	1
		DHL, FedEx, TNT vb	2
	Düşük		3
		Standart Nakliye Firmaları	4

Şekil 16: Müşteriye Uyum ve Problem Çözme Derecesi

Kaynak: Tek ve Karaduman, 2012, s 850

3. parti lojistik (3PL), Lojistik Derneği tarafından tedarik zinciri içindeki temel lojistik faaliyetlerin söz konusu faaliyetlerde uzman olan lojistik şirketleri tarafından üstlenilmesi olarak tanımlanmıştır. 3PL sayesinde firmalar uzman olmadıkları faaliyetlerden kaynaklanabilecek riskleri ve zaman kaybını engellemektedirler (Adıgüzel,G,2011).

3PL firmaları, sözlü veya yazılı sözleşmeler çerçevesinde lojistik faaliyetleri yönetmektedirler (Gülen, 2007, s 31). İşletmeler ile 3PL firmaları arasındaki stratejik ortaklık kalite açısından önem taşımaktadır (Gülen, 2007, s 31).

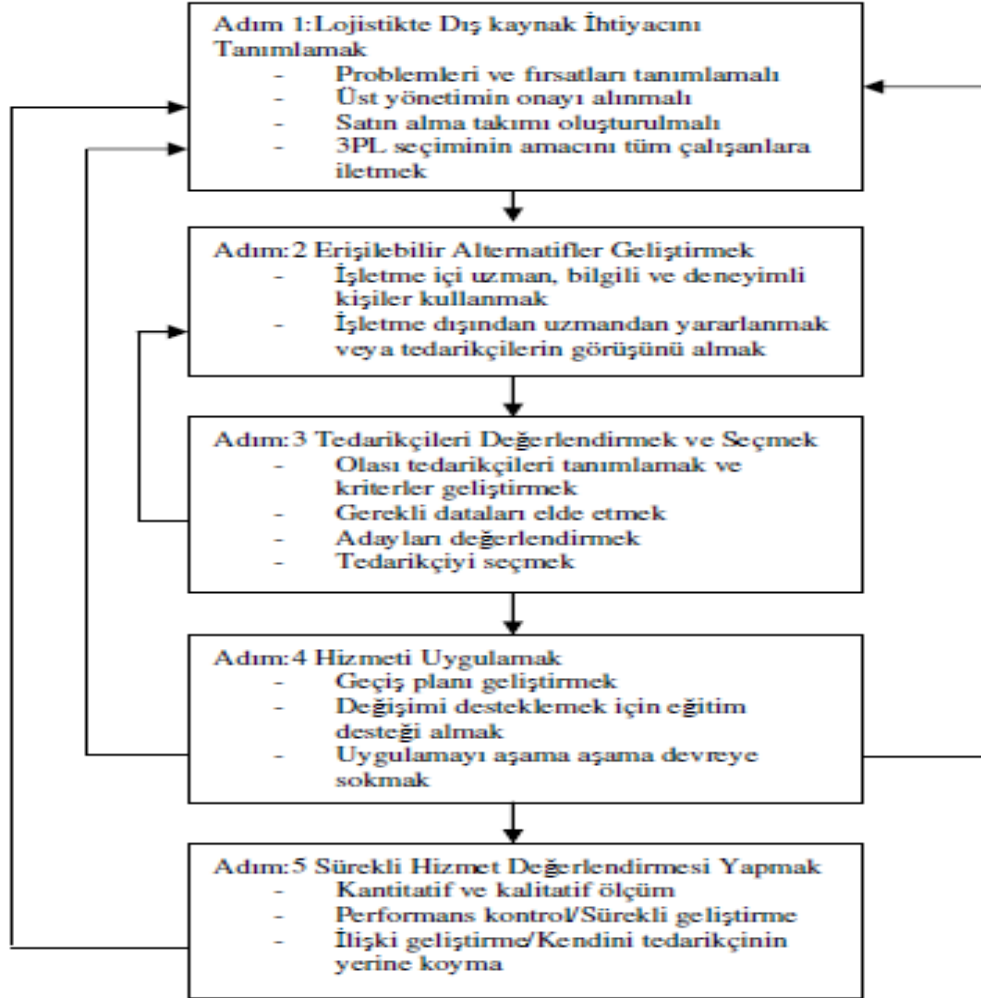
3PL firmaları, taşıma fiyatlarının kararı alınırken ürün ve piyasa koşullarını dikkate almaktadır (Göze, 2014).

3PL firmaları sağladıkları hizmetin niteliğine göre standart 3PL firmalar hizmet geliştirici olarak 3PL tedarikçisi, müşteri uyarlayıcı 3PL tedarikçisi ve müşteri geliştirici 3PL tedarikçisi olarak sınıflandırılabilir (Gülen ,2007, s 33-34).

3PL firmaları uzmanlık alanlarına göre forwarder tabanlı; taşıma tabanlı; depolama tabanlı; finansal tabanlı ; bilgi ve iletişim tabanlı 3PL firmaları olarak faaliyet göstermektedir. Ayrıca varlığa dayalı ve varlığa dayalı olmayan olarak da

sınıflandırılmaktadır (Oda, 2008).

Şekil 17’de 3PL tedarikçi seçimi adımları detaylandırılmaktadır;



Şekil 17: Üçüncü Parti Lojistik Satın Alma Süreci

Kaynak: Gülen, 2005

İşletmeler ile 3PL tedarikçileri arasındaki işletmeler uzun vadelidir (Gülen, 2005, s 37).

Forrester Research’un bir araştırmasına göre Fortune 500 şirketlerinin % 78 taşıma hizmetlerini, % 54 dağıtım hizmetlerini, % 46’sı ise üretimde dış kaynak kullanımından faydalanmaktadır. 3PL endüstrisi Dünya genelinde 50 milyar USD seviyesine ulaşmıştır (Oda, 2008).

3.3.1.GELENEKSEL NAKLİYE YAKLAŞIMI VE DIŞ KAYNAK KULLANIMININ KARŞILAŞTIRILMASI

Geleneksel nakliye yaklaşımına göre dış kaynak kullanımı daha uzun vadeli ve kapsamlıdır. Ayrıca dış kaynak sağlayıcı firmalar, müşterileri için özel çözümler yaratmaktadırlar. Tablo 14’de geleneksel nakliye yaklaşımı ile dış kaynak kullanımı karşılaştırılmaktadır (Çakırlar, 2009);

Tablo 14: Geleneksel Nakliye Yaklaşımı İle Dış Kaynak Kullanımının Karşılaştırması

Geleneksel Yaklaşım	Dış Kaynak Kullanımı
Her müşteriye standart iş	Müşteriye Özel
Genellikle tek boyutludur, örneğin taşıma ya da depolama	Çok boyutludur, bağlantılı taşıma, depolama, envanter yönetimi, sistemler
Taşıma masraflarının düşürülmesi amaçlanır	Daha esnek ve daha iyi hizmet sağlayarak toplam maliyetlerin azaltılması amaçlanır
Bir veya iki yıllık sözleşmeler	Üst yönetim seviyesinde görüşülen daha uzun süreli sözleşmeler
Daha kısıtlı bir alanda uzmanlık gereksinimi	Daha geniş kapsamlı lojistik uzmanlığı ve analitik yetenekler gereksinimi
Sözleşme görüşmeleri kısa sürer	Sözleşme görüşmeleri uzun sürer
Firmalar arasında basit sözleşmeler vardır, anlaşmayı iptal etmek kolay ve düşük maliyetli	Firmalar arasında güçlü anlaşmalar vardır, vazgeçmek zor ve maliyetlidir

Kaynak: Çakırlar, 2009

Geleneksel nakliye anlayışında nakliye firmaları belli hizmetler için çözümler yaratmakta iken dış kaynak hizmeti sağlayan firmalar oldukça kapsamlı bir hizmet sunmaktadır. Diğer bir deyişle dış kaynak kullanımı “terzi işi “ hizmet sunmaktadır. Dış kaynak kullanılabilmesi için kararlar üst düzeyde alınmaktadır (Çakırlar,2009).

3.3.2.LOJİSTİKTE DIŞ KAYNAK KULLANIMININ GELİŞİM SÜRECİ

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynağın ilk kullanımı ortaçağa dayanmaktadır. 14.yüzyılda Venedik’de ilk ticari depo binası açılmış; tüccarlar depolama ve dağıtım için kullanmışlardır. 1930lu yıllarda ise ABD’li Al Capone isimli bir kaçakçı,

Kanada-Chicago arasında likör taşıırken dış kaynak kullanmıştır. 1950-1960lı ve 1970li yıllarda, dış kaynak kullanımı daha kısa kullanımdan daha uzun kullanıma geçmiştir. 1971 yılında Arkansas’da Frederick W. Smith isimli bir girişimci hava taşımacılığı ile gecelik teslimat yapan bir şirket kurmuştur. 1973’de Federal Express, 389 personel ve 14 uçağıyla uluslararası hava limanında faaliyetlerine başlamış, 2000’li yıllarda dünyanın çeşitli yerlerinde olmak üzere, 150 000 personel, 648 uçak ve 64 000 araçtan oluşan filoya ulaşmıştır. 1980li yıllarda ise hizmet yelpazesi genişleyerek paketlenme, stok yönetimi gibi faaliyetler için de hizmet sağlanmaya başlanmıştır (Akyıldız, 2004).

1980li Intermodal taşıma faaliyetleri ortaya çıkmış; 1990lı yıllarda ise işletmeler ana faaliyetleri dışında kalan alanlarda daha aktif olmaya başlamışlardır (Çakırlar,2009).

Türkiye’de 1980ler ile 1990lı yıllar arasında Intermodal taşımacılık için altyapı çalışmaları yapılmış ve 1990lı yıllarda atılıma geçilmiştir. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye de hizmetlerini genişletmiş ve uzmanlaşma sağlanmıştır. 2000li yılların başında ulusal ve uluslararası firmalar ile işbirliği yapılarak lojistik dinamik bir hal almıştır (Türkiye’de Forwarding ve Lojistik Sektörü ,<http://www.utikad.org.tr>- 06.07.2017).

Günümüze gelindiğinde ise lojistik faaliyetlerinin hemen hemen her alanında dış kaynak kullanımı aktif bir şekilde kullanılmaktadır.

3.3.3.FREIGHT FORWARDER KAVRAMI

Tüm taşımacılık tiplerinde ve çeşitli lojistik faaliyetlerinde hizmet sağlayan, yükün satıcıdan alıcıya ulaştırılmasında rol oynayan kuruluşa “freight forwarder” adı verilir (Erdal ve Cancı, 2003,s 3). Diğer bir deyişle, işletmelerin uzmanlık alanına girmeyen konularda işletmelere birden fazla iş süreci için lojistik hizmet sunan firmalara freight forwarder denmektedir (Adıgüzel, 2011).

Freight forwarder Almanya yasalarında “spediteur” ; Fransa Ticaret Yasası’nda “commissionnaire de transport – taşıma işleri komisyoncusu” ; ABD hukukunda

taşıma organizatörlüğü ile ilgili mevzuat çerçevesinde açıklanmaktadır. Türk yasal mevzuatında ise Ticaret Kanunu'nda taşıma faaliyetleri çerçevesinde düzenlenmektedir. İlgili yasa, Freight Forwarder terimini “taşıma işleri komisyoncusu” olarak tanımlanmakta ve TTK'nun 808-815 maddelerinde düzenlemektedir. Bu tanıma göre Freight Forwarder “Taşıma İşleri Komisyoncusu”, ücret karşılığında kendi adına ve bir müvekkil hesabına eşya taşımayı meslek edinmiş olan kuruluşlardır(Madde 808) 10 Temmuz 2003 tarih ve 4925 sayılı Karayolu Taşıma Kanunu'nda da Taşıma İşleri Komisyoncusu yine aynı şekilde tanımlanmıştır. Türk Ticaret Kanunu'nda belirtilen özel hükümler saklı kalmak kaydıyla taşıma sözleşmesi hakkında Freight Forwarder'a taşıma sözleşmesi hükümleri gereğince müşterisinin çıkarlarını koruma mecburiyeti; taşıma senedinin ikinci nüshasını kendi adına imza edip müvekkiline geri vermiş veya kendi adına taşıma ilmühaberi tanzim ederek müvekkiline vermiş veyahut da kendisiyle müvekkili arasında taşıma ücreti ve bütün masraflara karşılık olarak kesin bir para tayin edilmiş olma ve kendisi veya bir başkasına kendi adına taşıması(Md 814) hükümleri uygulanır (Erdal ve Cancı, 2003,s 4).

Freight forwarder faaliyet alanları; taşımacılık, gümrükleme, taşıma türünün belirlenmesi, taşıma yöntemi ve taşıyıcı seçimi, taşıma sözleşmesi yapımı, pazarlama, vergi mevzuatı işlemleri, banka işlemleri, bilişim teknolojileri, elleçleme, pazarlama, ambalajlama, taşıma belgelerinin hazırlanması, uluslararası mevzuatlar ile ilgili danışmanlık hizmeti, operasyon, maliyet planlaması, bilişim ve sigortalama faaliyetlerinden birini veya birkaçını içermektedir (Türkiye’de Forwarding ve Lojistik Sektörü ,<http://www.utikad.org.tr>- 06.07.2017).

Freight forwarderlar dış ticaret açısından önem taşımakta ve lojistiğin hemen hemen her alanın da hizmet vermektedir. Ayrıca dış ticarete ülkeler arası iletişimin çok önemlidir ve freight forwarderlar ülkelerarası bilgi alış verişini yöneterek lojistik hizmetlerin etkin olmasını ve dış ticaret faaliyetlerinde aksaklık yaşanmamasını sağlamaktadırlar. Ayrıca taşınan eşya ya da ürüne özel lojistik hizmetler sunulması imkanı da sağlayarak dış ticarete müşteri memnuniyetinin sağlanmasında etkili olmaktadır. Böylece freight forwarderlar dış ticarete rekabet edebilirlik ve dış ticaret maliyetleri üzerinde de etkili olmaktadır. Freight forwarderlar ile lojistik faaliyetlerde sürecin daha kısa hale gelmesi ile zaman faydası da sağlanmaktadır

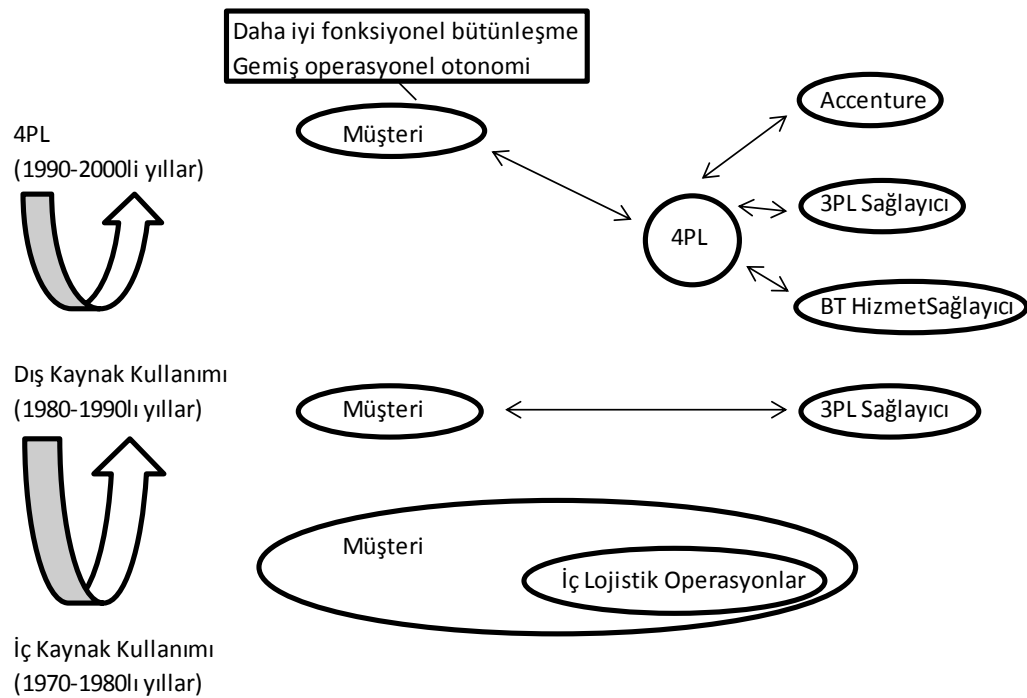
(Adıgüzel, 2011).

3.3.4.4PL LOJİSTİK

Dördüncü parti (4PL) lojistik kavramı 1990'lı yıllarda 3. parti lojistik firmalarının yetersiz kalması üzerine ortaya çıkmıştır ve lojistik sektöründe bilgi ve ürün akışı ile ilgili danışmanlık hizmeti veren firmaların oluşturduğu bir lojistik hizmet alanıdır. 3PL firmalarının yoğunlaştığı hizmet alanlarının yanı sıra stratejik ve teknolojik destekli konulara da yoğunlaşmaktadırlar (Adıgüzel, 2011).

3PL faaliyetleri, kapsamlı lojistik ihtiyaçlarını karşılayamadıkları noktada tedarikçiler ve işletmeler arasındaki ilişkiyi içeren “Dördüncü Parti Lojistik” faaliyeti ortaya çıkmıştır. 4PL, kavramsal olarak yeni olsa da içerik olarak eskidir (Altaş, Dördüncü Parti Lojistik, <http://www.biymed.com/-07.05.2017>).

4PL işletmeleri, kendisinin ve diğer işletmelerin kapasite, yetenek ve teknolojilerini bir araya getirerek kapsamlı bir hizmet sağlamaktadırlar. 4PL kavramı “Accenture” şirketince tescil ettirilmiş ve işletmeye ait bir kavramdır (Tek ve Karaduman, 2012, s 853).



Şekil 18: Dördüncü Taraf Lojistik Hizmet Saylayıcılar

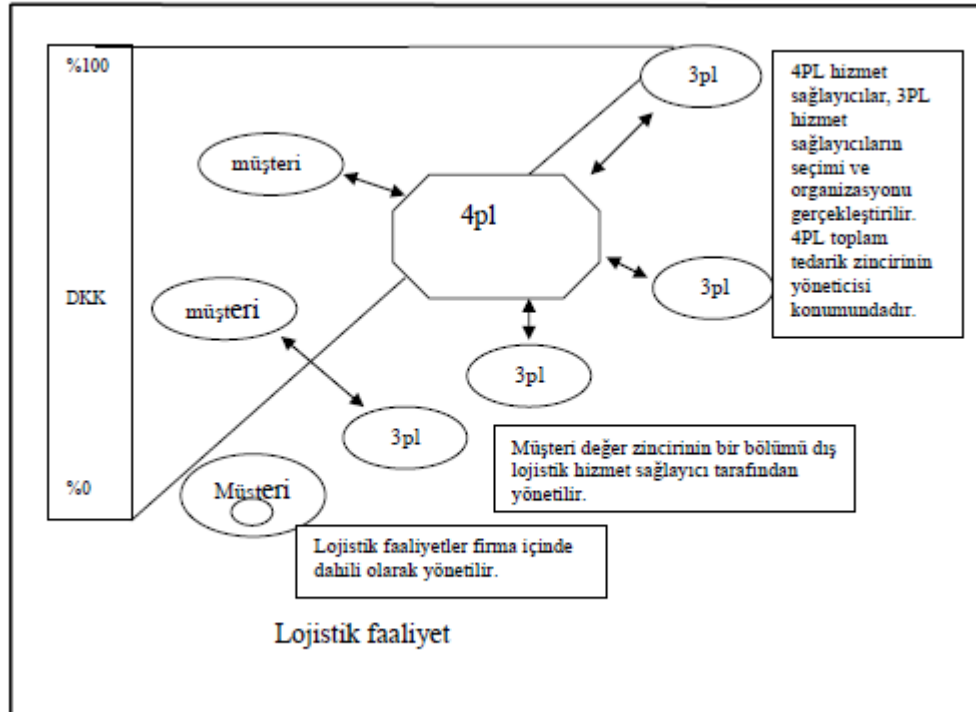
Kaynak: Tek ve Karaduman, 2012, s 853

Şekil 18’de 3PL firmaları, BT hizmet sağlayıcıları, işletmelerinin 4PL firmalarının nasıl bir araya getirdiği gösterilmiştir. Bu şekilde data etkin bir hizmet verilmesi planlanmaktadır (Tek ve Karaduman, 2012, s 853).

Bütüncül bir 4PL arz zinciri çözümü yeniden keşfetme, dönüştürme, uygulama ve yürütme şeklinde sıralanabilen 4 farklı fazı içermektedir (Altaş, Dördüncü Parti Lojistik, <http://www.biyumed.com/-07.05.2017>).

4PL lojistik işletmeleri, çeşitli lojistik faaliyetleri entegre olarak sağlayabilmektedir. Teknolojik altyapı sayesinde tedarik zincirinin başarılı işlemlerini sağlamaktadır (Erdal ve Cancı, 2003 ,s 48-49).

4PL firmaları tedarik zinciri analizi ; lojistik değer yaratma; insan kaynakları, iş süreçleri yönetimi ve çoklu 3PL yönetebilme yeteneğine sahip oldukları takdirde başarılı bir aktivite ortaya koyabilmektedirler (Tek ve Karaduman, 2012, s 852).



Şekil 19: Dış Kaynak Kullanımının Geçirdiği Evrim

Kaynak: Oda, 2008

Şekil 19’da dış kaynak kullanımının geçirdiği evrim gösterilmektedir.

Lojistik iş birliğinde başarı elde edilebilmesi için servis sağlayıcı ve müşteri anlaşması, tarafların iyi bağlantılar seçmesi, takvime ve düzgün raporlamalara bağlı çalışılması gerekmektedir (Oda, 2008).

3.4. DÜNYA'DA DIŞ KAYNAK KULLANIMI

Globalleşen dünyada artan rekabet koşulları firmaları ana faaliyet alanlarına yoğunlaşmaya itmiştir. Bu şekilde firmalar hem özellikli ürün ve hizmet sağlayabilmiş hem de ana faaliyet alanları dışındaki alanlara yatırım yapmalarına gerek olmadığından rekabet avantajı sağlayabilmektedirler. Lojistik faaliyetler firmaların zorunlu bir gereksinimi olmakla birlikte kendi içerisinde ciddi anlamda uzmanlık ve yatırım gerektiren bir konudur.

Literatür incelemelerinde lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımına ilişkin gerçekleştirilmiş pek çok çalışma görülmüştür. Bu çalışmalar genellikle çeşitli mal cinsleri, çeşitli bölgeler, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Literatürde incelenen tüm çalışmalar, dış kaynak kullanımının işletmeler için avantaj yarattığı sonucuna varmıştır.

Tablo 15: Literatürde Lojistikte Dış Kaynak ve Firmalar Üzerine Etkiler İle İlgili Çalışmalar

Yazar	Yıl	Ülke	Konu
Jordan Schwartz, Jose Luis Guasch, Gordon Wilmsmeier, Aiga Stokenberga	2009	LAC (Latin America and Caribbean)	Logistics, Transport and Food Prices in LAC
Emrah Aker	2011	Türkiye-Efes Pilsen Örnekleme	İşletmelerde Lojistik Faaliyetler ve Örnek Bir Olay
Durdice Stojanovic	2016	Çin, Shanghai	Road freight transport outsourcing trend in Europe
Taner ÖZORAK	2009	Türkiye, İzmir	Büyük Ölçekli Firmaların Dış Ticaret İşlemlerinde Dış Kaynak Kullanımının Yeri ve Önemi

Erhan Işık	2009	Türkiye, Aydın	Türkiye'de Lojistik Hizmetlerinin Gelişiminin İhracat Odaklı Büyümeye Etkileri
Eda Özovacı	2016	Türkiye	The New Logistics Methods
Kannan Govindan, Rooallah Khodaverdi, Amin Vafadarnikjoo	2016	Developing Countries	A grey Dematel approach to develop third-party logisticsprovider selection criteria
Patrick Lydon, Ticky Raubenheimer, Michelle Arnot Krueger, Michel Zaffran	2015	Güney Afrika	Vaccine supply chain and logistics systems for developing countries.
Martin Wright, Gary Forster, John Beale	2017	USA	Improving ISC Performance Through Outsourcing - Considerations For Using Third-Party Service Providers to Increase Innovation, Capacity and Efficiency
Priya Agrawal, Lain Barton, Roberto Dal Bianco, Dana Hovig, David Sarley, Prashant Yadav	2016	Senegal and Other Developing Countries	Moving Medicine, Moving Minds: Helping DevelopingCountries Overcome Barriers to Outsourcing Health Commodity Distribution to Boost Supply Chain Performance and Strengthen Health Systems
Xs Xiao	2012	China	Business Logistics Outsourcing Risk and Management in Developed Countries and China
Hüseyin Çakırlar	2009	Türkiye, Trakya Bölgesi	İşletmelerin Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Trakya Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerinde Bir İnceleme
Mert Alkusal	2006	Türkiye, İzmir	Dondurulmuş Gıda Sektöründe Bütünleşik İlişkilerin Lojistik Hizmet Kalitesine ve Performansına Etkisi

Emel Aktas, Fusun Ülengin	2005	Türkiye, Istanbul	Outsourcing Logistics Activity in Turkey-Top 500 Turkish Firms
Emah Patrick Etokodoh, Mehraz Boolakry, Mridula Gungaphul	2017	Nigeria	Third Party Logistics Outsourcing : An Exploratory Study of the Oil and Gas Industry in Nigeria
Xiaofeng Zhao, Qi Tang	2009	China	Analysis and Strategy at the Chinese Logistics Cost Reduction
Murat Akyıldız	2004	Türkiye	Lojistik Dış Kaynak Kullanımının Gelişimi ve Türkiye'deki Kullanım Biçimleri
Meltem Onay, Sibel Kara	2009	Türkiye	Lojistik Dış Kaynak Kullanımının Örgüt Performansı Üzerine Etkileri
Abdullah Şağban	2011	Türkiye, Çorum	Lojistik Hizmetlerde Dış Kaynaklardan Yararlanmanın İşletme Başarısına Etkisi
Ali Erhan Zalluhoğlu, Ayla Özhan Dedeoğlu	2011	Türkiye	Tedarik Zinciri Yönetiminde Dış Kaynak Kullanımı: Otomotiv Sektörü Üzerine Alan Araştırması
Robert C Lieb, Robert A Millen, Luk N.Van Wassenhove	1993	Amerika ve Avrupa	Third Party Logistics Services: A Comparison of Experienced American and Europe Manufactures
Carl Marcus Wallenburg, David L Cahill, A.Michael Knemeyer, Thomas J. Goldsby	2011	Almanya ve USA	Differences in loyalty formation within logistics outsourcing relationships between Germany and the United States.
M. Sadiq Sohail, Rohit Bhatnagar, Amrik S. Sohal	2006	Singapur ve Malezya	A comparative Study On the Use of Third Party Logistic Services by Singaporan and Malaysian firms
Kwong Yeung, Honggeng Zhou, Andy C Yeung, T.C.E Cheng	2012	Hong Kong ve Çin	The Impact of Third Party Logistics Providers' Capabilities on Exporters' Performance

Schwartz,J; Guasch,J.G; Wilmsmeier,G; Stokenberga,A (2009) “Logistics, Transport and Food Prices in LAC” isimli çalışmada LAC’de lojistik ve nakliyenin

gıda ürünlerinin fiyatları üzerine etkisi incelenmiştir.

Aker,E (2011) “İşletmelerde Lojistik Faaliyetler ve Örnek Bir Olay” isimli çalışmada Efes Pilsen firması üzerinden yapılan incelemede dış kaynak kullanımının Efes Pilsen firmasının hangi faaliyetlerinde kullanıldığı, ticari faaliyetlerindeki yeri ve önemi incelenmiştir.

Stojanovic,D (2016) “Road Freight Transport Outsourcing Trend in Europe” isimli çalışmada Avrupa’da demiryolu taşımacılığında dış kaynak kullanılmasının firmalar üzerine etkileri incelenmiştir.

Özorak,T (2009) “Büyük Ölçekli Firmaların Dış Ticaret İşlemlerinde Dış Kaynak Kullanımının Yeri ve Önemi” isimli çalışmada yapılan araştırmalar sonucunda büyük ölçekli olarak kabul edilen firmaların dış kaynak kullanımları incelenmiştir.

Işık, E (2009) “Türkiye’de Lojistik Hizmetlerinin Gelişiminin İhracat Odaklı Büyümeye Etkileri” isimli çalışmada lojistik hizmetlerin ihracata etkileri , Türkiye örneği üzerinden incelenmiştir.

Özovacı,E (2016) “The New Logistics Methods” isimli çalışmasında firmaların lojistik sektöründe yeni trendlere başvurduğu kendi alanlarına odaklanmak ve dünya piyasalarında rekabet edebilmek için lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının getirdiği avantajlar incelenmiştir.

Govindan, K ; Khodaverdi, R ; Vafadarnikjoo, A (2016) “A Grey Dematel Approach to Develop Third-Party Logistics Provider Selection Criteria” isimli çalışmada gelişmekte olan ülkelerde özellikle otomotiv sektörlerinde lojistik faaliyet kullanımının firmalara getirdiği rekabet avantajları ve dış kaynak tedarikçilerinin seçiminde önemli olan etkenler incelenmiştir.

İlaç ve aşı sektörlerinde ürünlerin hayati öneme sahip olması, mal bedelinin yüksek olması ve aktif kullanım süresinin pek çok ürüne kıyasla çok kısa olması sebebi ile lojistik kritik bir öneme sahiptir. Lydon, P ; Raubenheimer, T ; Arnot-

Kruger, M; Zaffran, M (2015) “Outsourcing Vaccine Logistics to The Private Sector” Güney Afrika’da ve gelişmekte olan ülkelerde aşılarda lojistiğinde dış kaynak kullanımının tedarik zincirinde performans artmasına etkileri incelenmiştir.

Wright, M ; Forster, G ; Beale, J (2017) “Improving Isc Performance Through Outsourcing - Considerations For Using Third-Party Service Providers to Increase Innovation, Capacity and Efficiency” isimli çalışmada aşı ve ilaçların lojistiğinde geçmişte geleneksel nakliye yöntemlerinin kullanıldığı ancak yetersiz bulunması sebebi ile pek çok ülkenin lojistikte dış kaynak kullanımına başvurmaya başlaması incelenmiştir. Agrawal, P ; Barton, I ; Dal Bianco, R ; Hovig, D; Sarley, D ; Yadav, P (2016) “Moving Medicine, Moving Minds” isimli çalışmada Senegal ve gelişmekte olan ülkelerde sağlık sektöründe tedarik zincirinde dış kaynak kullanımı incelenmiştir.

Xiao,X (2012) “Business Logistics Outsourcing Risk and Management in Developed Countries and China” gelişmiş ülkelerde ve Çin’de lojistikte dış kaynak kullanımının firmalar için önemi incelenmiştir.

Çakırlar,H (2009) “İşletmelerin Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Trakya Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerinde Bir İnceleme” isimli çalışmada Trakya bölgesinde faaliyet gösteren firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanım seçimleri ve firmalara etkileri incelenmiştir.

Alkusal,M (2006) “Dondurulmuş Gıda Sektöründe Bütünleşik İlişkilerin Lojistik Hizmet Kalitesine ve Performansına Etkisi” isimli çalışmada dondurulmuş gıda sektöründe ürünün yüksek bozulma riski sebebi ile lojistiğin firmanın ticareti için önemi incelenmiştir.

Aktas,E ve Ülengin,F (2005) "Outsourcing Logistics Activity in Turkey" isimli çalışmada İstanbul Ticaret Odası’nın en büyük 500 firma olarak belirlediği firmalar üzerinde araştırma yapılmış ve lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımı incelenmiştir.

Etokodoh,EP; Boolakry,M; Gungaphul,M (2017) “Third Party Logistics Outsourcing : An Exploratory Study of the Oil and Gas Industry in Nigeria” isimli

çalışmada Nijerya’da petrol sektöründe lojistik faaliyetler, lojistik faaliyetlerde yaşanan zorluklar ve dış kaynak kullanımının firmalara getirdiği avantajlar incelenmiştir.

Zhao, X ; Tang,Q (2009) “Analysis and Strategy at the Chinese Logistics Cost Reduction” isimli çalışmada lojistik maliyetlerin düşürülebilmesi ve dolayısı ile de firmaların rekabet gücünün dış kaynak kullanımı ile artışı incelenmiştir.

Akyıldız,M (2004) “Lojistik Dış Kaynak Kullanımının Gelişimi ve Türkiye'deki Kullanım Biçimleri” isimli çalışmada lojistik faaliyetlerin işletmeler için önemi ve lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanıldığı takdirde firmalara kazandırdığı avantajlar K.Amerika, Batı Avrupa, Asya, Pasifik’deki gelişmiş ülkeler üzerinden incelenmiştir.

Onay,M; Kara,S (2009) “Lojistik Dış Kaynak Kullanımının Örgüt Performansı Üzerine Etkileri” isimli çalışmada lojistikte dış kaynak kullanımının ekonomi ve firmaların performansları üzerine etkileri incelenmiştir.

Şağban,A (2011) “Lojistik Hizmetlerde Dış Kaynaklardan Yararlanmanın İşletme Başarısına Etkisi: Çorum Organize Sanayi Bölgesi Örneği” isimli çalışmada yüksek rekabet koşulları içerisinde işletmelerin başarılı olabilmesinde lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının önemi Çorum Organize Sanayi Bölgesi örnekleme üzerinden incelenmiştir.

Zalluhoglu, AE; Özhan Dedeoğlu,A (2011) “Tedarik Zinciri Yönetiminde Dış Kaynak Kullanımı: Otomotiv Sektörü Üzerine Alan Araştırması” isimli çalışmada tedarik zinciri yönetiminde dış kaynak kullanımı otomotiv sektörü üzerinden gerçekleştirilen çalışma ile incelenmiştir.

Lieb,RC; Millen,RA; Wassenhove,LN (1993) “Third Party Logistics Services: A Comparison of Experienced American and Europe Manufactures” isimli çalışmada Amerika ve Avrupa’daki üretici firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımları incelenmiştir.

Wallenburg,CM; Cahill,DL; Knemeyer,AM; Goldsby,TC (2011) “Differences in loyalty formation within logistics outsourcing relationships between Germany and the United States” isimli çalışmada Almanya ve USA ‘de lojistik dış kaynak kullanımları ve lojistik dış kaynak sağlayıcılar ile firmalar arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

M. Sadiq Sohail, Rohit Bhatnagar, Amrik S. Sohal (2006) “A comparative Study On the Use of Third Party Logistic Services by Singaporan and Maleysian Firms” isimli çalışmada Singapur ve Malezya’daki firmaların dış kaynak kullanımları karşılaştırılarak incelenmiştir.

Yeung,K; Zhou,H; Yeung,AC; Cheng, T.C.E (2012) “The Impact of Third Party Logistics Providers' Capabilities on Exporters' Performance” isimli çalışmada Hong Kong ve Çin’in belirli bölgelerinde ihracatçı firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı incelenmiştir.

Görüldüğü üzere literatürde lojistik uygulamalarda dış kaynak kullanımına ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Ancak Türkiye’deki buğday unu ihracatçısı olan firmalar özelinde yapılmış bir araştırma bulunmamaktadır. Konu çalışma Dünya buğday unu ticareti üzerinde önemli bir yole sahip olan Türkiye’nin tüm literatürde faydalı olduğu belirtilen lojistikte dış kaynak kullanımı faaliyeti ile ilişkisini incelemektedir.

3.5. TÜRKİYE’DE BUĞDAY UNU İHRACATÇILARININ LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DİŞ KAYNAK KULLANIMI

Hububat grubu ürünler, ilk çağlardan beri üretilen Dünya’da önemli stratejik yere sahip besin gurubudur. Buğday, mısır, pirinç, arpa, yulaf, çavdar ve darılar hububat gurubundaki besinlerdir (Hububat , 2017).

Buğday, en çok üretilen tahıl ürünüdür. Buğday unu üretilirken öncelikle buğdayın yabancı maddelerden ayrılması; tavlama; valsler arasında öğütme; eleklenme ile buğdayın endosperminin kepekten ayrılması işlemleri uygulanmaktadır. Küçük işletmelerde halen değirmencilik sistemi uygulanırken, gelişmiş fabrikalarda

öğütme valslerle yapılmaktadır. Un imal edilirken depolama, temizleme, kalite ve standart büyük önem taşımaktadır (Değirmencilik Ürünleri Sektör Raporu ,2010).

Dünya çapında, un fiyatları değişkenlik gösterdiğinden rekabet avantajları göz önünde tutularak ihtiyaç fazlası ürünler, ihtiyaç duyulan bölgelere ihraç edilebilmektedir. Yükleme ve elleçleme masrafları da dahil olarak oluşan transfer ücretleri karar verilmesinde önemli bir faktördür. Transfer masrafı sayesinde, un fiyatlarının düşük olduğu bir piyasadaki ürün, un fiyatlarının daha yüksek olduğu bir piyasaya satılabilmektedir (Hough,1994).

Türkiye tarımsal üretimde dünyanın 9. en büyük üretim kapasitesine sahip olup 62.188 milyon Dolar üretim ile Dünya’da % 2,1 paya sahiptir. Dünya tarımsal üretiminde ilk sırada % 27,4 pay ile Çin yer almakta olup Çin’i sırası ile Hindistan, Amerika Birleşik Devletleri, Endonezya, Brezilya, Nijerya, Japonya ve Rusya izlemektedir. Dünya Tarımsal İhracatında ilk sırayı % 10,4 pay ile Amerika Birleşik Devletleri almakta iken Türkiye 27.sırada ve 15.671 milyon Dolar ihracat ile Dünya’da % 0,9 paya sahiptir (Rakamlarla Dünya Tarımı , 2014) . Beslenme ile doğrudan ilişkili olduğu için hububatlar, Dünya’nın en stratejik ürün grubunu oluşturan hububatlar, Türkiye’nin dış ticaretinde de büyük önem taşımaktadır. Dünyada hububattan üretilen mamul maddelere ilişkin alıcı ülkelerin tercih ve talepleri doğrultusunda ise, ülkemiz “Dahilde İşleme Rejimi” marifetiyle buğday, mısır ve çeltik ithalatı yapabilmektedir (Hububat, 2017). Türkiye, dünya tarımsal ithalatında en çok ithalat yapan 25. ülke konumunda olup 16.370 milyon Dolar ithalat ile Dünya’da % 0,9 paya sahiptir (Rakamlarla Dünya Tarımı , 2014).

Türkiye’de 16,5 milyon hektar tarla alanına ekim yapılmakta olup bu alanın 12 milyon hektarında (%72,8) tahıl yetiştirilmektedir (Değirmencilik Ürünleri Sektör Raporu ,2010)).

Türkiye, buğdayın ilk genetik izlerine rastlanan ülkedir. Bilhassa Karacadağı, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde önemli kalıntılara rastlanmıştır (Buğday Unu İhracatı, <http://www.disticaret.biz.tr/>- 10.12.2017) .

Türkiye, 2015 yılında 22.600.000 ton buğday üretmiş ve 1.103.420.000 USD

tutarında ve 4.349.819 ton buğday ithal etmiştir . Konu ithalatın % 62 kısmı Rusya Federasyonu’ndan tedarik edilmiş olup geri kalan miktar daha küçük yüzdelerle toplamda 36 ülkeden tedarik edilmiştir (Hububat , 2017).

Dünya buğday unu ticareti, iklim koşulları; üründe oluşabilecek hastalıklar ve dış ticaret politikalarına göre değişiklik göstermektedir (Değirmencilik Ürünleri Sektör Raporu , 2010).

Dünya buğday unu sektöründe, Türkiye lider konumdadır. Türkiye'nin farklı şehirlere dağılmış durumda 1.200 buğday unu fabrikası ve yaklaşık 30 milyon ton üretim kapasitesini bulunmaktadır. Konya, buğday unu fabrikası sayısı açısından Türkiye'nin en önde gelen şehridir. Yıllık Dünya buğday unu ticareti yaklaşık 10,4 milyon tondur (Türkiye Buğday Unu Sanayi, <http://tfyi.gov.tr/-24.07.2017>).

Birleşmiş Milletler verilerine göre Türkiye 2005, 2006 ve 2007 yıllarında değer ve miktar bazında dünya genelinde birinci ve 2008 yılında ise ikinci sırada yer almış, 2009 yılında değer bazında birinci olurken, 2010 ve 2011 yıllarında miktar ve değer bazında birinci sırada yer alarak yaklaşık 2 milyon ton ve 892 milyon USD ihracat gerçekleştirilmiştir. 2012 yılında değer bazında 841 milyon USD buğday unu ihracatı ile birinciliğini korumaktadır. 2013 yılında ise Türkiye dünya geneli buğday unu ihracatında miktar bazında 2,2 milyon ton ve değer bazında 946,6 milyon USD ihracat ile birinci sırada yer almıştır (Türkiye Buğday Unu Sanayi, <http://tfyi.gov.tr/-24.07.2017>).

Türkiye, 2014 yılında 932 milyon 593 bin dolarlık ihracat ile dünya çapında en çok un ihracatı yapan ülke olmuştur (Türkiye Buğday İthalatı, <http://www.disticaret.biz.tr/-10.12.2017>).

Türkiye 2015 yılında dünya un ticaretinin % 20,25'ini gerçekleştirerek un ihracatında Dünya’da birinci sırada yer almaktadır (Türkiye Un İhracatında Dünya Rekoru Kırdı, <http://www.hurriyet.com.tr/> , 24.07.2017).

2016 yılında Türkiye’nin un ihracatı 5 milyon ton olup bu rakam 1 milyar 70 milyon dolarlık ihracata denk gelmektedir. Türkiye bu rakamlar ile Dünya

şampiyonu olarak kabul edilmektedir (Türkiye Un İhracatında Dünya Lideri, <https://www.sabah.com.tr/-10.12.2017>).

Türkiye toplam 112 ülkeye ihracat gerçekleştirmişken ihracatının % 40 bölümünü Irak'a gerçekleştirmiştir. Irak'ı Sudan ve Suriye izlemekte olup bu üç ülkenin toplam ihracatı Türkiye'nin toplam ihracatının 2/3'lik kısmını oluşturmaktadır (2007 Un Sanayisinin İhracatta Altın Yılı Olacak, <http://www.dunyagida.com.tr/-10.12.2017>) Türkiye'nin en çok ihracat gerçekleştirdiği diğer ülkeler, Angola, Filipinler, Madagaskar, Endonezya, Benin, İsrail ve Gana olarak sıralanmaktadır (Türkiye Un İhracatında Dünya Lideri, <https://www.sabah.com.tr/-10.12.2017>).

Türkiye'nin un ihracatı yapabilmesi için en uygun pazarlar Libya, Tunus, Fas, Cezayir ve Mısır gibi Kuzey Afrika ülkeleri, Irak, Suriye, Yemen ve Ürdün gibi Orta Doğu ülkeleri, Bağımsız Devletler Topluluğu ve Uzak Doğu ülkeleridir (Değirmencilik Ürünleri Sektör Raporu , 2010).

Türkiye, buğday unu ihracatında kullanılan buğdayın bir kısmını başta Ukrayna ve Rusya gibi ülkelere ithal etmektedir. Türkiye'deki buğday unu ihracatçıları dahilde işleme rejiminin sağlamış olduğu gümrüksel avantajlar sayesinde gümrük vergisi muafiyeti ile ithal ettiği buğdayı işleyerek buğday unu olarak ihraç etmektedir. İthal oranları, Türkiye'deki dönemsel hasat seviyeleri ve Dünya piyasalarındaki buğday fiyatları ile ilişkilidir. Lojistik faaliyetlerin maliyetleri de Türkiye'nin hammadde ithalatını dolayısı ile de üretim maliyetini etkilediği için ihracata da dolaylı olarak etkisi bulunmaktadır.

Gıda ürünleri ihracatçıdan ithalatçıya ulaşıncaya dek gümrük masrafları, lojistik maliyetleri, vergiler gibi pek çok masraf oluşmaktadır. Bu masraflar, ürün maliyetinde ciddi bir artışa sebep olmaktadır. Lojistik maliyetleri, lojistik piyasalarındaki rekabet ile ters orantılıdır. Bu sebepten rekabetin yüksek olması dış ticaret firmaları için avantaj teşkil etmektedir (Schwartz, Guasch, Wilmsmeier ve Stokenberga ,2009).

Karayollarının yeterli olması, gümrük prosedürlerinin kolay ve hızlı

ilerlemesi, limanların yeterli sayıda ve kapasitede olması, depo ve antrepoların bölgede yeterli kapasite olması, havalimanlarının ve kargo uçaklarının ihtiyacı karşılayacak kapasitede olması, gemilerin büyüklüğü ihracat maliyetlerini düşüren ve bu şekilde dış ticaret firmalarının uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğünü arttıran faktörlerdir.

Türk buğday ununun 1 tonu ortalama 422 USD'den alıcı bulmaktadır. Buna karşın Türkiye'nin rakiplerinden İtalya'nın buğday unu ton başına 721 USD'den alıcı bulmaktadır (Buğday Unu İhracatı, <http://www.disticaret.biz.tr/> - 10.12.2017) . Globalleşen Dünya'da lojistik maliyetlerinin önemi bu noktada öne çıkmaktadır. Lojistik maliyetlerin düşmesi Türk buğday ununun Dünya'nın farklı noktalara ulaşabilmesini ve satış fiyatlarında yaratılan marjlar ile imalatçıların gelirinin artması sağlanabilmektedir. Kazancı artan üreticiler yapabilecekleri yatırımlar ile kapasite arttırımına giderek hem birim başına maliyetlerini arttırabilir hem de bölgelerinde istihdam yaratabilmektedir.

4.BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ BUĞDAY UNU İHRACATÇILARININ LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Araştırmada Türkiye’de buğday unu ihracatı gerçekleştiren işletmelerin lojistik faaliyetleri uygulayış biçimleri ve lojistik dış kaynak kullanımı kararı almalarında etkili olan faktörler kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Lojistikte dış kaynak kullanımına ilişkin literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmaları halinde firmalarına pozitif etkileri olduğu görülmüştür.

Türkiye, buğday unu ihracatında dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almış olup 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 ve 2016 yıllarında dünyanın en fazla buğday unu ihracatı gerçekleştiren ülke olmuştur. Bu durum, geçmiş yıllardaki başarılı performanslar da dikkate alındığında Türkiye’nin buğday unu ihracatında istikrarlı bir başarı görülmektedir.

Literatürde Türkiye ve dünyada buğday unu ihracatı gerçekleştiren firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımına ilişkin bir çalışmaya rastlanmamıştır. Türkiye’deki buğday unu ihracatçılarının lojistik alanındaki dinamiklerinin analiz edebilmesi amacı ile konu araştırmanın yapılmasına karar verilmiştir.

Bu kapsamda oluşturulan araştırma soruları şu şekildedir;

-Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanım oranı ne kadardır?

-Türkiye’deki buğday unu ihracatçısı firmaların demografik yapıları ile dış kaynak kullanımları arasında ilişki var mıdır?

- Türkiye’deki buğday unu ihracatçıları eğer lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmıyor ise bu kararlarının sebepleri nelerdir?

- Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa hangi faaliyetlerde kullanılmaktadırlar?

- Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa tedarikçi firmalar ile ilişkileri nasıldır?

- Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa tedarikçi firmalar ile sözleşme yapıyorlar mı?

- Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa kullanımlarına etki eden faktörler nelerdir?

-Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa, dış kaynak kullanımlarına ilişkin değerlendirmeleri nasıldır?

4.2.ARAŞTIRMANIN EVRENİ

Araştırmanın evrenini Türkiye’de buğday unu üretimi ve ihracatı gerçekleştiren işletmeler oluşturmaktadır. Konu işletmelerin listesine 19.11.2016 tarihinde Ekonomi Bakanlığı’nın internet sitesi www.ekonomi.gov.tr ulaşılmıştır. İnternet sitesindeki verilere göre 56 firma görünmekte olup detaylı inceleme sonrasında günümüzde buğday unu ihracatçısı olmadığı, aktif faaliyet göstermediği ve mükerrer firmalar çıkartıldıktan sonra kalan 44 firma araştırmanın evreni olarak

belirlenmiştir.

4.3.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımına yaklaşımları hakkında anlamlı sonuçlar elde edebilmek amacı ile derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır.

Dikkatli bir şekilde yazılarak belirli bir sıraya sokulmuş yapılandırılmış soru formu, telefon ile ulaşılan ve çalışmaya katılmayı kabul eden 25 firma yetkilisine uygulanmıştır.

Araştırma yöntemi olarak nitel analizin seçilme sebebi, nitel araştırmanın birden fazla görüşmecinin bulunduğu durumlarda etkin bir biçimde kullanılabilmesi ve nicel araştırmaya kıyasla esneklik, veri kaynaklarının teyit edilmesi, ortam üzerindeki kontrol ve derinlemesine bilgi olarak sıralanabilmektedir (Şimşek ve Yıldırım, 2008, s 123)

Kullanılan yapılandırılmış soru formu 2 bölüm ve 28 sorudan oluşmaktadır. Soru formunun birinci bölümünde firmaların genel özelliklerine ilişkin, ikinci bölümünde ise lojistik faaliyetlerine ilişkin sorular yer almaktadır. Soru formunun birinci bölümünde açık uçlu ve çok seçenekli , ikinci bölümünde ise çok seçenekli ve Likert ölçekli sorular yer almaktadır. Soru formunun 13.sorusunda firmanın lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıp kullanmadığını öğrenmeye yönelik bir soru sorulmuş, firma dış kaynak kullanmıyorsa kullanmama sebepleri hakkında bilgi almak amacı ile firmalara Likert ölçekli son bir soru yöneltilmiştir. Firma dış kaynak kullanıyorsa 14. soruyu atlaması ve devamındaki, lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımına ilişkin alınan lojistik hizmetlerden duyulan memnuniyet düzeyi, kullanım sebepleri, alınan hizmetin kapsamı ve lojistik firmalarıyla yaşanan sorunların neler olduğu gibi konularda yöneticilerin görüşlerini belirlemeye yönelik detayları içeren açık uçlu, Likert ölçekli ve çoktan seçmeli soruları yanıtlaması beklenmiştir.

Araştırmanın evreni olarak kabul edilen firmaların iletişim detaylarına internetten ulaşılmış, Nisan-Aralık 2017 telefon ile ulaşılmış, ilgili departmandaki kişiler ile görüşülmüştür. Kimi firmalar yönetim prensibi gereği soruları yanıtlamayacaklarını, kimi firmalar ise yoğunluk sebebi ile vakit ayıramayacaklarını iletmışlerdir. Toplam 25 firmadan soru formuna ilişkin yanıtlar alınmıştır.

Çalışmanın evreninin 44 firma olduğu dikkate alındığında bilgi alınabilen firma oranının % 57 olduğu görülmektedir.

Analizler SPSS 24.0 istatistik paket programı ve nitel analiz yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

4.4.ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmada Türkiye'nin çeşitli illerinde (Adana, Ankara, Balıkesir, Batman, Bilecik, Çankırı, Gaziantep, İstanbul, İzmir, Kırklareli, Konya, Malatya, Mardin, Mersin, Samsun, Tekirdağ) faaliyet gösteren toplam 25 firma ile görüşülmüştür.

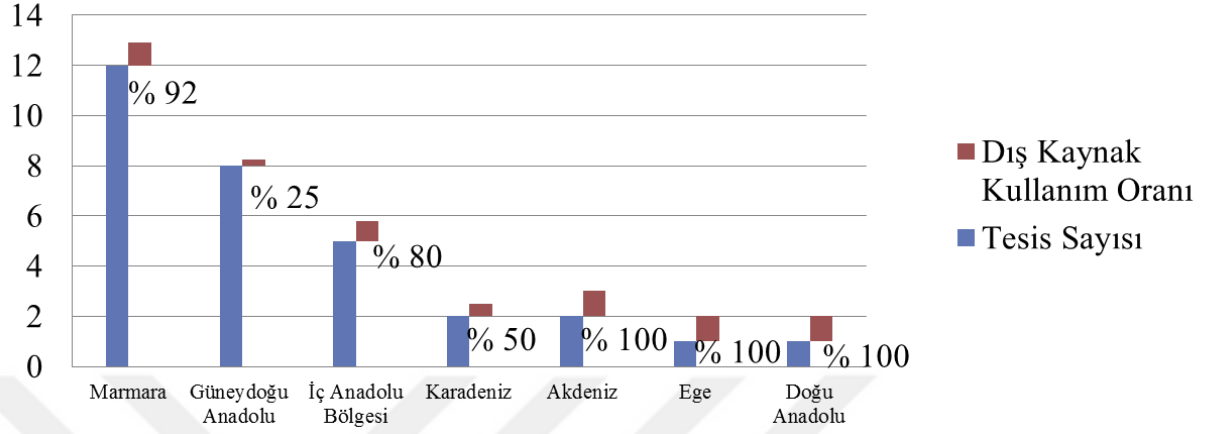
Araştırma yapılan firmaların sorulara vermiş oldukları yanıtlar sonucunda ulaşılan bulguların frekans yüzde dağılımları ve nitel analiz takip eden bölümlerde verilmektedir. Görüşülen firmaların yapılandırılmış soru formunda yer alan soruların tamamına yanıt vermek istemediği görülmüştür. Bu sebepten ötürü bazı analizler yalnızca soruya yanıt veren firmaların ilettiği bilgiler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

4.4.1.ARAŞTIRMAYA KATILAN FİRMALARIN GENEL PROFİLİ

Faaliyet gösterdikleri il bakımından incelendiğinde araştırmaya katılan 25 firmanın 19 'unun tek bir ilde kalan 6 firmanın ise aynı anda 2 ilde faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Mardin ve İstanbul'da 5'er; Samsun, Kırklareli, Konya ve Gaziantep' de 2'şer ve Çorlu, Mersin, Malatya, Lüleburgaz, Ankara, İzmir, Tekirdağ, Çankırı, Bilecik, Batman, Ankara ve Adana'da yerleşik birer tesisi bulunan firmalar ile görüşülmüştür. Bu durumda ilgili tesislerin % 39' sinin Marmara bölgesinde; % 26'

sının Güneydoğu Anadolu bölgesinde; % 16 İç Anadolu bölgesinde; % 6 Akdeniz bölgesinde; % 6 Karadeniz bölgesinde; % 3 Ege bölgesinde ve % 3 Doğu Anadolu bölgesinde olduğu söylenebilmektedir.

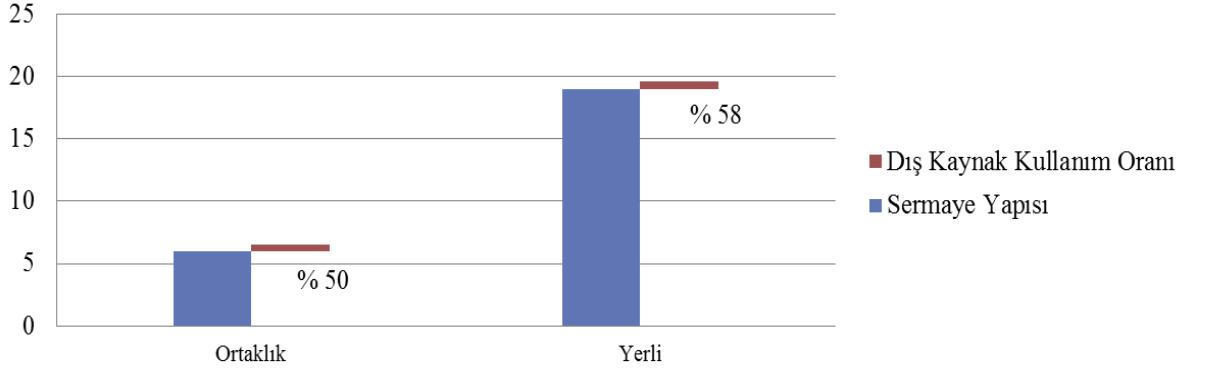


Şekil 20: Firmaların Faaliyet Gösterdikleri Bölgeye Göre Dış Kaynak Kullanımları

Şekil 20’de de gösterildiği üzere Marmara bölgesinde faaliyet gösteren 12 tesisten 11 tesisin dış kaynak kullandığı belirlenmiştir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde görüşülen 8 tesisin yalnızca 2 tesisinde dış kaynak kullanıldığı tespit edilmiştir. Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine kıyasla daha az görüşme yapılabilen diğer bölgelerin dış kaynak kullanımlarına bakıldığında; Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren 2 tesisten yalnızca birinin dış kaynak kullandığı; İç Anadolu bölgesindeki 5 tesisten 4’ünde dış kaynak kullanıldığı, Akdeniz bölgesindeki iki tesisin ikisinde de dış kaynak kullanıldığı, Ege ve Doğu Anadolu bölgelerindeki birer tesiste de dış kaynak kullanıldığı görülmektedir. Daha önceki bölümlerde belirtildiği üzere Türkiye’nin buğday unu ihracatının % 40 kısmı Irak’a gerçekleşmektedir. Türkiye ve Irak arasındaki dış ticaretin coğrafi koşullar gereği karayolu ile gerçekleştiği bilinmektedir. Yapılan görüşmelerde firmalara lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımları sorulduğunda ağırlıklı olarak Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve İç Anadolu bölgelerindeki firma yetkililerinin, dış kaynak kullanımını karayolu nakliye araçlarının kendilerine ait olması veya nakliye firmalarından araç kiralama ihtiyaçlarına göre değerlendirdikleri ve lojistik kavramını direkt olarak taşıma faaliyeti ile bağdaştırdıkları gözlemlenmiştir.

Sermaye bakımından firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların büyük

çoğunluğunu yerli sermayeli firmaların (n=19, % 76) oluştuğu, geriye kalan firmaların sermaye yapılarının ortalıktan (n=6, % 24) oluştuğu saptanmıştır.



Şekil 21: Firmaların Sermaye Yapılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları

Şekil 21’de gösterildiği üzere sermaye yapısının ortaklık olduğunu belirten firmaların %50’si lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirtmişlerdir. Yerli sermayeye sahip olduğunu belirten firmaların ise dış kaynak kullanım oranı % 58 olarak saptanmıştır. Başka bir bakış açısı ile incelendiğinde ise lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n= 11 % 78,5 kısmının sermaye yapısı olarak yerli sermayeye sahip olduğu saptanmıştır. Sermaye yapısının ortaklık olduğunu belirten firmaların ise n=3 % 50 kısmının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığı saptanmıştır.

Görüşülen firmaların hiç birinin yabancı sermaye olmadığı; ortaklık yapıları bakımından ise yalnızca firmaların % 24 kısmının yabancı ortaklı olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan görüşmelerde Türk sermayesinin, Türkiye’deki buğday unu ihracatında Türk yatırımcıların söz sahibi olduğu gözlemlenmiştir.

Faaliyet gösterdiği sektörde geçirdiği yıl deneyimine göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların büyük çoğunluğunun (% 62,5) sektörde 25 yılı aşkın süredir faaliyet gösterdiği saptanmıştır. Tablo 16’da firmaların faaliyet gösterdiği sektördeki deneyimin yıllara dağılımı gösterilmiştir;

Tablo 16: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektördeki Deneyimin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Firma	
	n	%
0-5	-	-
6-10	3	12,5
11-15	3	12,5
16-20	-	-
21-25	3	12,5
25 yıl ve üzeri	15	62,5
Toplam	24	100,0

Yıllık ihracat hacmine göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların yarısından fazlasının (% 52,2) ihracat hacminin 15,000,001 USD ve üzerinde olduğu saptanmıştır.

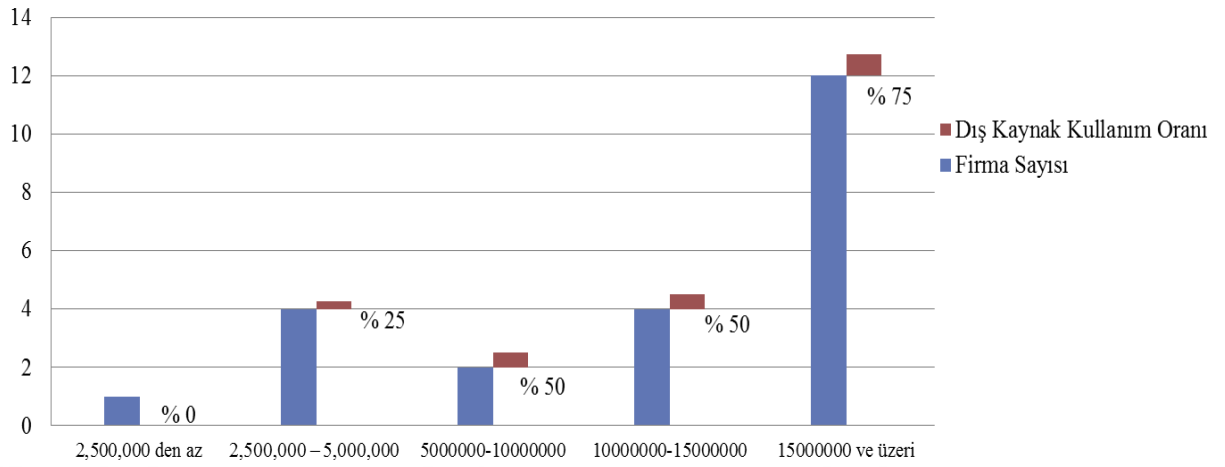
Tablo 17’de firmaların yıllık ihracat hacimlerine göre dağılımı gösterilmiştir;

Tablo 17: Firmaların Yıllık İhracat Hacimlerine Göre Dağılımı

Yıllık İhracat Hacmi (USD)	Firma	
	n	%
< 2,500,000	1	4,3
2,500,000 – 5,000,000	4	17,4
5,000,001 – 10,000,000	2	8,7
10,000,001 – 15,000,000	4	17,4
15,000,001≥	12	52,2
Toplam	23	100,0

Şekil 22’de gösterildiği üzere yapılan görüşmelerde ihracat hacminin 15.000.001 USD ve üzerinde olduğunu belirten firmalardan 9 firmanın dış kaynak kullandığı belirlenmiştir. Bununla birlikte ihracat hacmi 2.500.000 USD ve altı olan firmalar ile yapılan görüşmelerde, bu firmaların dış kaynak kullanmadığı

belirlenmiştir.



Şekil 22: Firmaların Yıllık İhracat Hacimlerine Göre Dış Kaynak Kullanımları

Çalışan kişi sayısına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların yarısından fazlasının (% 54,2) küçük işletmeler (10-49 kişinin çalıştığı işletmeler) olduğu saptanmıştır.

Tablo 18’de firmaların çalışan sayısına göre dağılımı gösterilmiştir;

Tablo 18: Firmaların Çalışan Sayılarına Göre Dağılımı

Çalışan Sayısı	Firma	
	n	%
Mikro işletmeler (1-9 kişi)	-	-
Küçük işletmeler (10-49 kişi)	13	54,2
Orta büyüklükteki işletmeler (50-249 kişi)	8	33,3
Büyük işletmeler (250+ kişi)	3	12,5
Toplam	24	100,0

Şekil 23’de gösterildiği üzere lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanan firmalar ile gerçekleştirilen görüşmelerde 7 firmanın çalışan sayısının 50-249 arasında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte dış kaynak kullanmayan firmalar ile yapılan görüşmelerde , konu firmalar içerisinde 10 firmanın çalışan sayısının 1-9

Firma Sayısı	Dış Kaynak Kullanım Oranı
0	% 0
13	% 23
8	% 88
3	% 100

Çalışan kişilerin ağırlıklı öğrenim durumlarına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların büyük çoğunluğu (% 76,1) ağırlıklı olarak lise/meslek lisesi mezunu çalışanlardan oluşan firmaların oluşturduğu saptanmıştır.

Tablo 19: Firmaların Çalışan Kişilerin Ağırlıklı Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Dış ticaret departmanında çalışan kişi sayısına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların büyük çoğunluğunun birbirine eşit yüzde ile (n=9 %

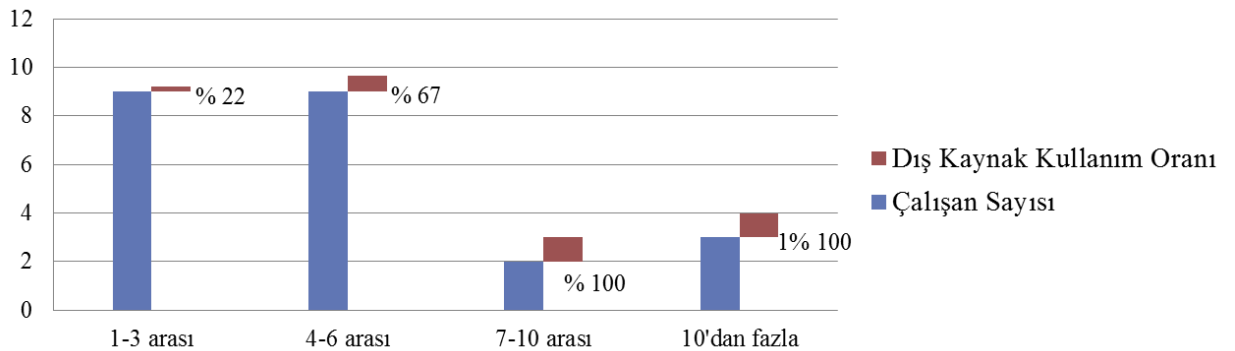
39,1) 1-3 ile 4-6 kişiden oluşan firmalardan oluştuğu saptanmıştır.

Tablo 20’de firmaların dış ticaret departmanında çalışan kişi sayılarına göre dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 20: Firmaların Dış Ticaret Departmanında Çalışan Kişi Sayılarına Göre Dağılımı

Dış Ticaret Departmanında Çalışan Kişi Sayı	Firma	
	n	%
1-3 arası	9	39,1
4-6 arası	9	39,1
7-10 arası	2	8,7
10'dan fazla	3	13,1
Toplam	23	100,0

Şekil 24’de gösterildiği üzere yapılan görüşmelerde lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=2 % 15,4’unun dış ticaret departmanındaki çalışan sayısının 1-3 arasında değiştiği; n=6 % 46,2’sinin dış ticaret departmanındaki çalışan sayısının 4-6 arasında değiştiği; n=2 % 15,4’unun dış ticaret departmanındaki çalışan sayısının 7-10 arasında değiştiği ve n=3 % 23,1’inin dış ticaret departmanındaki çalışan sayısının 10’dan fazla olduğu belirlenmiştir. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığını belirten firmaların n=7 % 70,0 ‘inin dış ticaret departmanlarındaki çalışan sayısının 1-3 arasında değiştiği, n=3 % 30,0’unun dış ticaret departmanlarındaki çalışan sayısının 4-6 arasında değiştiği belirlenmiştir.



Şekil 24: Firmaların Dış Ticaret Departmanlarındaki Çalışan Sayılarına Göre

Dış Kaynak Kullanımları

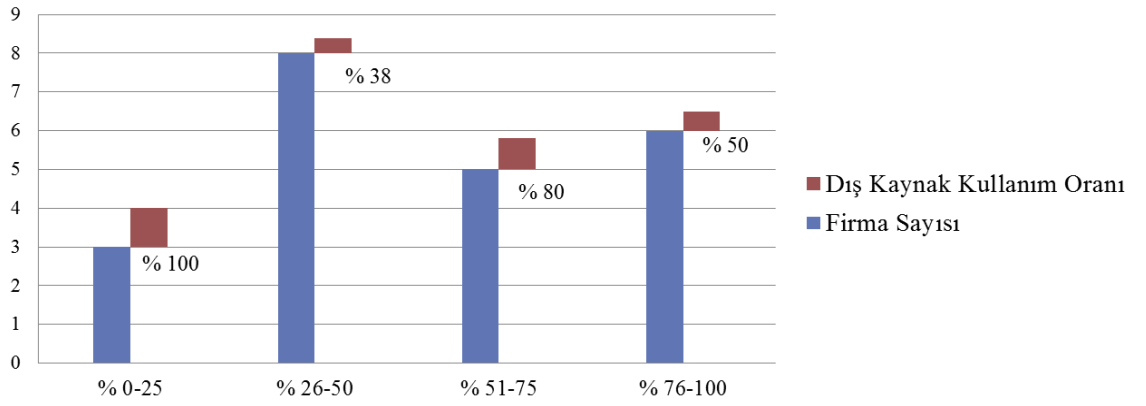
Yıllık satışları içinde tahmini ihracat oranlarına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmanın satışının % 36,4 'lık kısmının yıllık satışları içinde tahmini ihracat oranının % 26-50 olduğu saptanmıştır.

Tablo 21’de firmaların yıllık satışları içinde tahmini ihracat oranlarına göre dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 21: Firmaların Yıllık Satışları İçinde Tahmini İhracat Oranlarına Göre Dağılımı

Yıllık Satışlar İçinde Tahmini İhracat Oranları (%)	Firma	
	n	%
0-25	3	13,6
26-50	8	36,4
51-75	5	22,7
76-100	6	27,3
Toplam	22	100,0

Şekil 25’de gösterildiği üzere yapılan görüşmelerde lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=4 % 30,8’inin yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 51-75 arasında değiştiği, n=3 % 23,1’inin yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 0-25 arasında değiştiği, n=3 % 23,1’inin yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 26-50 arasında değiştiği, n=3 % 23,1’inin yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 76-100 arasında değiştiği saptanmıştır. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmayan firmaların ise n=5 % 55,6 ‘sının yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 25-50 arasında değiştiği, n=3 % 33,3’ünün yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 76-100 arasında değiştiği ve 1 firmanın da yıllık satışlar içerisinde ihracat oranlarının % 51,75 arasında değiştiği gözlemlenmiştir.



Şekil 25: Firmaların Yıllık Satışları İçerisinde İhracat Oranlarına Göre Dış Kaynak Kullanımları

Firmalara, ihracatlarında teslim şeklini hangi tarafın belirlediği sorulduğunda, % 52,2 'sinin (n=12) “satıcı”nın, % 34,8 'i (n=8) “alıcı”nın belirlediğini bildirirken diğerleri (n=3, % 13,0) bunun değişeceğini ya da fikrinin olmadığını bildirmiştir.

Teslim şekillerinin ağırlıklı olarak buğday unu ihracatçılarınca belirleniyor olması, ihracat faaliyetinin lojistik ayağında dış kaynak kullanım kararının da ağırlıklı olarak buğday unu ihracatçıları tarafından verilmekte olduğunu göstermektedir.

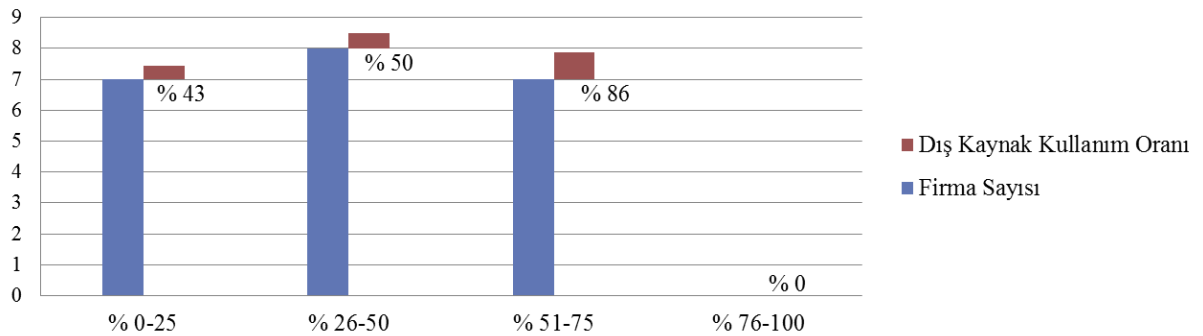
Yıllık satın alımları içinde tahmini ithalat oranlarına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, firmaların büyük çoğunluğunun birbirine eşit yüzde ile (n=7 % 31,8) tahmini ithalat oranlarının 0-25 % ile % 51-75 olduğu firmalardan oluştuğu saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde Türkiye'deki yıllık buğday üretimi, sezonsal buğday stokları ve fiyatlarına bağlı olarak firmaların özellikle Ukrayna ve Rusya'dan dökme gemiler ile buğday ve kepek ithal ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 22'de firmaların yıllık satın alımları içinde tahmini ithalat oranlarına göre dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 22: Firmaların Yıllık Satın Alımları İçinde Tahmini İthalat Oranlarına Göre Dağılımı

Yıllık Satın Alımlar içinde Tahmini İthalat Oranları (%)	Firma	
	n	%
0-25	7	31,8
26-50	8	36,4
51-75	7	31,8
76-100	-	-
Toplam	22	100,0

Şekil 26’da gösterildiği üzere yıllık satışları içerisinde ithalat oranlarının % 0-25 arasında değiştiğini belirten firmaların % 43 ’ ü dış kaynak kullandığını, yıllık satışları içerisinde ithalat oranlarının % 26-50 arasında değiştiğini belirten firmaların % 50 ’ si dış kaynak kullandığını, yıllık satışları içerisinde ithalat oranlarının % 51-76 arasında değiştiğini belirten firmaların % 86 ’ sı dış kaynak kullandığını belirtmişlerdir.



Şekil 26: Firmaların Yıllık Satışları İçerisinde İthalat Oranlarına Göre Dış Kaynak Kullanımları

Firmalara, ithalatlarında teslim şeklini hangi tarafın belirlediği sorulduğunda, % 56,5 ’ i (n=13) “alıcı” nın, % 34,8’i (n=8) “satıcı” nın belirlediğini

bildirirken diğeri (n=2, % 8,7) bunun değışeceğini ya da fikrinin olmadığını bildirmiştir.

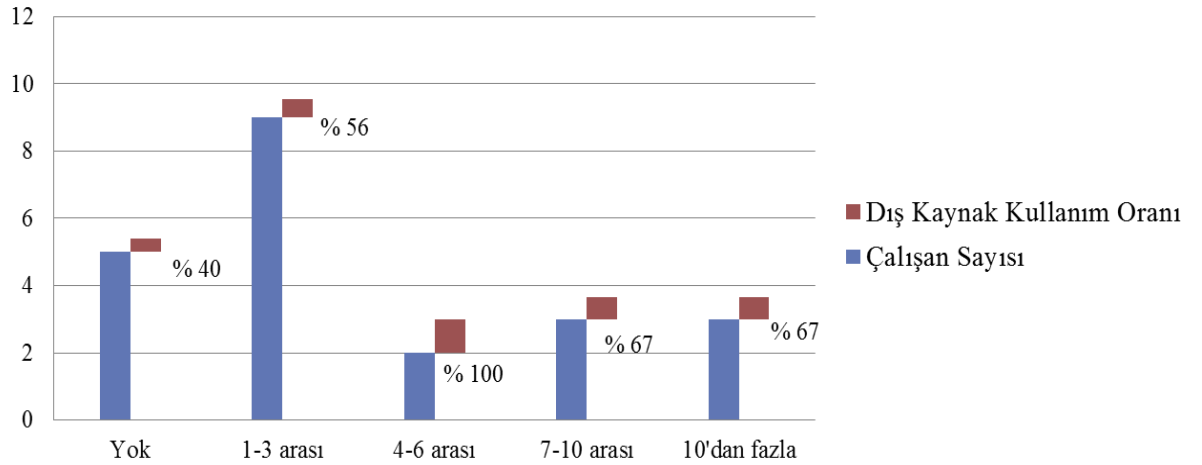
Teslim şekillerinin ağırlıklı olarak buğday unu ihraç eden firmalarca belirleniyor olması, ithalat faaliyetinin lojistik ayağında dış kaynak kullanım kararının da ağırlıklı olarak buğday unu ihracatçıları tarafından verilmekte olduğunu göstermektedir.

Lojistik departmanında çalışan kişi sayısına göre firmaların dağılımı değerlendirildiğinde, büyük çoğunluğunun (n=9 % 40,9) lojistik departmanlarında 1-3 kişi bulunduğu saptanmıştır.

Tablo 23’de firmaların lojistik departmanında çalışan kişi sayılarına göre dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 23: Firmaların Lojistik Departmanında Çalışan Kişi Sayılarına Göre Dağılımı

Lojistik Departmanında Çalışan Kişi Sayı	Firma	
	n	%
Yok	5	22,7
1-3 arası	9	40,9
4-6 arası	2	9,2
7-10 arası	3	13,6
10'dan fazla	3	13,6
Toplam	22	100,0



Şekil 27: Firmaların Lojistik Departmanlarındaki Çalışan Sayılarına Göre Dış Kaynak Kullanımları

Şekil 27’de lojistik departmanlarında çalışan sayılarına göre firmaların dış kaynak kullanım oranları gösterilmektedir. Yapılan görüşmelerde lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=5 % 38,5 kısmının lojistik departmanında 1-3 kişi bulunduğu; n=2 % 15,3 kısmının lojistik departmanında 4-6 kişi bulunduğu; n=2 % 15,3 kısmının lojistik departmanında 7-10 kişi bulunduğu, n=2 % 15,3 kısmının lojistik departmanında 10 kişiden fazla kişi bulunduğu, n=2 % 15,3 kısmının lojistik departmanında çalışan bulunmadığı saptanmıştır. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığını belirten Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların n=4 % 44,4 kısmının lojistik departmanında 1-3 kişi bulunduğu; n=1 % 11,1 kısmının lojistik departmanında 7-10 kişi bulunduğu, n=1 % 11,1 kısmının lojistik departmanında 10 kişiden fazla kişi bulunduğu, n=3 % 33,3 kısmının lojistik departmanında çalışan bulunmadığı saptanmıştır.

4.4.2.FİRMALARIN LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN TERCİHLERİ

Firmalara, lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet alıp almama durumları sorulduğunda, firmaların % 56 ’si (n=14) lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullandığını , geriye kalan % 44 (n=11) kısmı ise dış kaynak kullanmadığını bildirmiştir. Bu soru göstermiştir ki firmaların büyük çoğunluğu lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmış olsa da literatürün aksine lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımı genele yayılmış bir uygulama henüz Türkiye’deki

buğday unu ihracatçıları üzerinde yaygınlaşmamıştır.

Tesislerin coğrafi bölgelere göre dış kaynak kullanımı incelendiğinde Marmara bölgesindeki tesislerin % 92 ; Karadeniz bölgesindeki tesislerin % 50; İç Anadolu bölgesindeki tesislerin % 40, Güneydoğu Anadolu bölgesindeki tesislerin % 25; Ege, Doğu Anadolu ve Akdeniz bölgesindeki tesislerin ise tamamının dış kaynak kullandığı saptanmıştır.

4.4.3.FİRMALARIN LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANMAMA SEBEPLERİ

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığını bildiren 11 buğday unu ihracatçısı ile yapılan görüşmelerde firmalara dış kaynak kullanmama sebepleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Tablo 24’de detaylandırıldığı üzere firmalar kendi içlerinde yeterli etkinliğe sahip olduklarını % 54,5 çoğunlukla belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde dış kaynak kullanılmamasının en önemli sebebinin bu faktör olduğu saptanmıştır. Kontrol kaybı yaşanacağı endişesi, hizmet taahhütlerinin karşılanmaması, maliyetlerin düşmeyeceği düşüncesi, lojistikte dış kaynak kullanımının çok karışık olması, sektörün dış kaynak kullanımına uygun olmaması firmaların büyük çoğunluğu tarafınca etkisiz görülmüştür. Firmaların % 54,5 (n=6) ‘sı lojistik kaynak kullanımının firma yapısına ve büyüklüğüne uygun olmamasını tamamen etkisiz görmekle birlikte % 36 (n=4)’sı bu faktörü dış kaynak kullanımında tamamen etkili olarak görmüştür.

Tablo 24: Firmaların Lojistik Süreçlerinde Dış Kaynak Kullanmama Sebeplerine İlişkin İstatistikler

Faktörler	Tamamen etkisiz	Etkisiz	Kararsızım	Etkili	Tamamen etkili
	n, %				
Kontrol kaybı yaşanacağı endişesi	9 81,8	-	-	1 9,1	1 9,1
Hizmet taahhütlerinin karşılanmaması	9 81,8	-	-	2 18,2	-
Maliyetlerin	8	-	1	2	-

düşmeyeceği düşüncesi	72,7		9,1	18,2	
Firma içerisinde yeterli uzmanlığa sahip olunması	5 45,5	-	-	-	6 54,5
Lojistik dış kaynak kullanımının çok karışık olması	9 81,8	-	-	-	2 18,2
Sektörün dış kaynak kullanımına uygun olmaması	10 90,9	-	-	-	1 9,1
Lojistik dış kaynak kullanımının firma yapısına ve büyüklüğüne uygun olmaması	6 54,5	-	-	1 9,1	4 36,4

4.4.4.LOJİSTİK FAALİYETLERİNDE DIŞ KAYNAK KULLANAN FİRMALARIN TEDARİKÇİ FİRMALAR İLE İLİŞKİLERİ

Lojistik süreçlerinde dış kaynak kullandığını bildiren firmalar ile yapılan görüşmelerde, firmaların % 81,6 (n=11) 'lık kısmının 6 yıldan uzun süredir profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığı, geriye kalan 1 firmanın 4-6 yıldan bu yana dış kaynak kullandığı ve 1 firmanın da 1 yıldan kısa süredir dış kaynak kullandığı saptanmıştır.

Lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığını bildiren firmalar ile yapılan görüşmelerde lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı hizmetinden nasıl haberdar oldukları araştırıldığında, firmaların ağırlıklı olarak “dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının satış temsilcileri ile yapılan görüşmeler” olduğu n=10 % 58,8 'lik çoğunluk ile saptanmıştır. Geriye kalan firmalar ise diğer profesyoneller ile yaptıkları görüşmelerden (n=3 % 17,6), tedarikçi firmaların ilettiği oldukları e-maillerden (n=2 % 11,8) ve 1 firma ise tüm bu faaliyetlerin, dış kaynak tedarikçileri seçiminde etkili olduğu saptanmıştır.

Tablo 25’de firmaların lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından haberdar olma yolları gösterilmektedir;

Tablo 25: Firmaların Lojistik Süreçlerinde Profesyonel Lojistik Firmalarından Haberdar Olma Yolları

Profesyonel Lojistik Firmalarından Haberdar Olma Şekilleri	Cevap	
	n	%
Dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının satış temsilcileri ile yapılan görüşmeler	10	58,8
Diğer lojistik profesyonelleri ile yapılan görüşmeler/fikir alışverişleri	3	17,6
Profesyonel yayınlardaki reklamlar	1	5,9
Dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının direkt mail yoluyla yaptığı tanıtımlar	2	11,8
Bir lojistik konferansındaki satış temaları (bağlantıları)	1	5,9
Toplam	17	100,0

Lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığını bildiren firmaların kaç farklı lojistik firmasından destek aldığı sorgulandığında, ilk sırada % 38,5 oran ile “2-4” arasında lojistik firmasının yer aldığı saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde firmaların yalnızca birinin tek bir tedarikçiye bağlı olarak çalışmayı tercih ettiği, diğer firmaların farklı tedarikçiler ile çalışmayı seçtiği saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde firmalar, farklı firmalardan hizmet almalarının sebepleri olarak her bir siparişte farklı firmalardan fiyat almanın ve farklı firmalar ile çalışmanın firmalar arasında rekabet oluşmasına sebep olduğunu ve bu durumun kendileri için hem fiyat hem de hizmet kalitesi alanlarında pozitif etki yarattığını belirtmişlerdir.

Tablo 26’da firmaların destek aldığı lojistik firması sayıları gösterilmektedir;

Tablo 26: Firmaların Destek Aldığı Lojistik Firması Sayıları

Destek Alınan Lojistik Firması Sayısı	Firma	
	n	%
1	1	7,7
2-4	5	38,5
5-8	3	23,1
8≥	4	30,7
Toplam	13	100,0

Lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığını bildiren firmaların lojistik firmalarıyla iletişim kurma biçimleri sorgulandığında, ilk sırada n=11 % 64,7 oran ile “e-mail”in yer aldığı saptanmıştır. Firmalar ile yapılan görüşmelerde e-mail yolu ile iletişim kurulduğunda maillerin kalıcı olduğunu, ileriki dönemlerde ilgili kişilerde değişiklik veya tedarikçi firma ile herhangi bir anlaşmazlık yaşanması durumunda konunun hızlı bir şekilde açıklığa kavuşmasında faydalı olduğunu belirtilmiştir. Tablo 27’de firmaların profesyonel lojistik firmalarıyla iletişim kurma biçimleri gösterilmektedir;

Tablo 27: Firmaların Profesyonel Lojistik Firmalarıyla İletişim Kurma Biçimleri

Profesyonel Lojistik Firmalarıyla İletişim Kurma Biçimleri	Cevap	
	n	%
Telefon ve faks	6	35,3
E-mail	11	64,7
İnternet üzerinden kullanılan ortak bir program	-	-
Toplam	17	100,0

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanan firmalar ile yapılan görüşmelerde, işbirliğinde bulundukları lojistik firmaya ödedikleri miktarın, genel lojistik harcamalarının yüzde kaçlık kısmına tekabül ettiği sorulduğunda firmaların n=5 % 41,7 oran ile lojistik faaliyetlerin % 1-10 ’unu oluşturduğu ve n=4 % 33,4 oran ile lojistik maliyetlerin % 11-30’ lık kısmını oluşturduğu belirtmişlerdir. Bu durumda firmaların =9 % 75,0’ının firmaların lojistik harcamalarının % 1-30’luk kısmını dış

ticaret tedarikçilerine ödedikleri belirlenmiştir.

Tablo 28’de firmaların tüm lojistik harcamaları içerisinde hizmet alınan lojistik firmasına ödediği miktarın % dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 28: Firmaların Tüm Lojistik Harcamaları İçerisinde Hizmet Alınan Lojistik Firmasına Ödediği Miktarın % Dağılımı

Tüm Lojistik Harcamaları İçerisinde Hizmet Alınan Lojistik Firmasına Ödenen Miktarın Payı (%)	Firma	
	n	%
0-10	5	41,7
11-30	4	33,4
31-50	1	8,3
51-70	1	8,3
71-90	1	8,3
91-100	-	-
Toplam	12	100,0

Firmaların lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanım düzeyinin gelecekte nasıl olacağı sorgulandığında, firmaların büyük çoğunluğu (% 69,2) gelecekte dış kaynak kullanımının değişmeyeceğini bildirirken, % 30,8 ’i gelecekte dış kaynak kullanımının artacağını bildirmiştir.

4.4.5.FİRMALARIN DIŞ KAYNAK KULLANDIKLARI LOJİSTİK FAALİYETLER

Lojistik faaliyetler, çalışmanın 2. Bölümü’nde detaylı açıklandığı üzere çok çeşitli başlıklar altında incelenebilmektedir. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten buğday unu ihracatçılarının hangi faaliyetlerinde dış kaynak kullandıkları Tablo 29’da gösterilmektedir.

Firmalar ile yapılan görüşmelerde, lojistik faaliyetinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=11 % 84,6'sinin taşımacılık faaliyetinde çeşitli oranlarla dış kaynak kullandığı saptanmıştır. Aynı şekilde lojistik faaliyetinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=11 % 84,6'sinin gümrükleme işlemlerinde de dış kaynak kullandığı saptanmıştır. Buna göre firmalar, talep tahmini ve envanter yönetimi faaliyetlerinde dış kaynak kullanmıyor ve gelecekte kullanmayı düşünmüyorlardır. Yapılan çalışma açık olarak göstermektedir ki firmaların lojistik faaliyetlerde en çok kullandığı alanlar “taşımacılık” ve “gümrükleme”dir. Taşımacılık faaliyetini kıyaslanamaz düzeyde düşük oranlar ile filo yönetimi, depolama, tedarik faaliyetleri, montaj ve paketleme faaliyetleri ve hurda ve atıkların temizlenmesi izlemektedir.

Firmalar ile yapılan görüşmelerde, firmaların neredeyse tamamının talep tahmini, müşteri hizmetleri, sipariş işleme, tersine lojistik faaliyetleri, envanter yönetimi, planlama ve yer seçimi faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığı belirlenmiştir. Yapılan gözlemlerde firmaların bir çoğunun belirtilen faaliyetlerin lojistik faaliyetler kapsamında olduğu ve bu faaliyetlerde dış kaynak kullanımının mümkün olabileceğini düşünmedikleri ve bu sebepten de gelecekte kullanmayı düşünmedikleri saptanmıştır.

Tablo 29: Firmaların Lojistik Faaliyetlerini Dış Kaynaklardan Sağlama Durumları

	Kullanmıyoruz	Küçük Ölçüde % 1-30	Orta Ölçüde % 31-60	Büyük Ölçüde % 61-100	Gelecekte Kullanmayı Düşünüyoruz
	n, %				
Talep tahmini	13 100,0	-	-	-	-
Müşteri hizmetleri	12 92,3	-	-	1 7,7	-
Sipariş alma/işleme	11 84,6	1 7,7	-	1 7,7	-
Tedarik faaliyetleri	9 69,2	3 23,1	-	1 7,7	-
Montaj-Paketleme-Etiketleme	10 76,9	1 7,7	2 15,4	-	-

Tersine lojistik faaliyetleri	12 92,3	1 7,7	-	-	-
Envanter yönetimi	13 100,0	-	-	-	-
Hurda ve atıkların düzenlenmesi	10 76,9	3 23,1	-	-	-
Taşımacılık	2 15,4	2 15,4	1 7,7	8 61,5	-
Üretim	10 76,9	1 7,7	1 7,7	1 7,7	-
Depolama	10 76,9	2 15,4	-	1 7,7	-
Planlama	12 92,3	-	-	1 7,7	-
Gümrükleme	2 15,4	1 7,7	2 15,4	8 61,5	-
Yer seçimi	11 84,6	1 7,7	-	1 7,7	-
Filo yönetimi	10 76,9	1 7,7	-	2 15,4	-

4.4.6. DIŞ KAYNAK HİZMETİ SAĞLAYAN TEDARİKÇİ FİRMALARIN SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara, firma seçiminde etkili olan faktörler sorulmuştur. Hizmet kalitesi, fiyat ve güvenilirlik faktörlerinin en etkili faktörler olarak görüldüğü saptanmıştır. İşletmelere özel sorun çözme becerileri, operasyonel esneklik, teknolojik altyapı, yaygın hizmet ağı, yönetim/çalışan uzmanlığı ve etkinliği, firma yöneticilerine kolaylıkla ulaşabilme, marka tanınırlığı ve sağladıkları ödeme koşulları diğer etkili olduğu saptanan faktörlerdir.

Tablo 30'da firmaların lojistik firması seçiminde etkili olan faktörler gösterilmektedir;

Tablo 30: Firmaların Lojistik Firması Seçiminde Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Tamamen etkisiz	Etkisiz	Kararsızım	Etkili	Tamamen etkili
	n, %				
Fiyat	1 7,7	1 7,7	2 15,4	1 7,7	8 61,5
Hizmet kalitesi	1 7,7	-	-	3 23,1	9 69,2
Operasyonel esneklik	1 7,7	-	2 15,4	5 38,5	5 38,5
Güvenilirlik	1 7,7	-	1 7,7	3 23,1	8 61,5
Teknolojik alt yapı	2 15,4	1 7,7	1 7,7	5 38,5	4 30,7
Yaygın hizmet ağı	2 15,4	-	2 15,4	2 15,4	7 53,8
İşletmelere özel sorun çözme becerileri	1 7,7	-	3 23,1	2 15,4	7 53,8
Yönetim/çalışan uzmanlığı ve etkinliği	2 15,4	-	3 23,1	3 23,1	5 38,5
Firma yöneticilerine kolaylıkla ulaşılma	2 15,4	-	2 15,4	3 23,1	6 46,1
Marka olarak tanınırlık	3 23,1	1 7,7	5 38,5	3 23,1	1 7,7
Firmanın referansları	3 23,1	-	5 38,5	4 30,7	1 7,7
Firmanın güçlü sermaye yapısı	2 15,4	1 7,7	4 30,7	3 23,1	3 23,1
Sertifikalar (Iso, Tse vs)	2 15,4	1 7,7	4 30,7	5 38,5	1 7,7
Şirketler arası uyum-kültür	2 15,4	-	5 38,5	4 30,7	2 15,4
Müşterinin yönlendirmesi	1 7,7	3 23,1	4 30,7	2 15,4	3 23,1
Sağladıkları ödeme koşulları	1 7,7	1 7,7	3 23,1	2 15,4	6 46,1

4.4.7.LOJİSTİK HİZMET SAĞLAYICILAR İLE YAPILAN SÖZLEŞMELER

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara sözleşme süreleri sorulduğunda, firmaların % 53,8 'inin sözleşme yapmadığı, % 38,5 'inin 6 ay ile 1 yıl arasındaki süreler ile sözleşme gerçekleştirdiği saptanmıştır.

Tablo 31'de firmaların lojistik firmalarıyla yaptıkları sözleşme sürelerinin

dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 31: Firmaların Lojistik Firmalarıyla Yaptıkları Sözleşme Sürelerinin Dağılımı

Sözleşme Süreleri	Firma	
	N	%
Sözleşme yapmıyoruz	7	53,8
6 aydan az	-	-
6 ay - 1 yıl	5	38,5
1 - 3 yıl	1	7,7
3 yıldan fazla	-	-
Toplam	13	100,0

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara lojistik firmaları ile sözleşmeleri hangi kademelerdeki yöneticilerin gerçekleştirdiği sorulduğunda bir önceki sorunun sonucu ile paralel olarak firmaların % 53,8' inin sözleşme yapmadığı saptanmıştır. Lojistik tedarikçiler ile sözleşme imzalayan % 46,2 oranındaki firmaların % 33,3'ü sözleşmelerin orta kademe yöneticiler tarafından, % 66,7 'si sözleşmelerin üst kademe yöneticiler tarafından gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

Tablo 32'de firmaların lojistik firmalarıyla yaptıkları sözleşmeleri gerçekleştiren yöneticilerin kademelerinin dağılımı gösterilmektedir;

Tablo 32: Firmaların Lojistik Firmalarıyla Yaptıkları Sözleşmeleri Gerçekleştiren Yöneticilerin Kademelerinin Dağılımı

Sözleşme Süreleri	Firma	
	N	%
Sözleşme yapmıyoruz	7	53,8
Alt kademe	-	-

Orta kademe	2	15,4
Üst kademe	4	30,8
Toplam	13	100,0

Firmaların lojistik firmaları ile yapılan sözleşmelere, şirket yapılarını ve sektörel durumlarını içine alan özel maddeler koyma durumları sorgulandığında, n=4 % 44,4 'ü “Farklı hizmetler için farklı sözleşmelerimiz mevcut, ama aşırı ayrıntıya girmiyoruz.” cevabını verirken n=3 % 33,3 'ü “Her sözleşme, uzun soluklu görüşmeler neticesinde özel şartları ayrıntılı ile ayrıntılı olarak hazırlanmaktadır.”, % 22,2 'si (n=2) “Hayır, karşılıklı yükümlülükleri belirten genel şartları belirli matbu sözleşmeler imzalıyoruz.” cevabını vermiştir.

4.4.8. FİRMALARIN LOJİSTİK DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN KARARLARINDA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandıklarını belirten firmalara, dış kaynak kullanımına yönelme sebepleri sorulduğunda lojistik maliyetleri düşürme isteğinin firmaların % 46,1'inde tamamen etkili olduğu görülmüştür. Firmalar ayrıca esnek lojistik ihtiyacı, rekabet koşulları, lojistik hizmetlerin kalitesini artırma isteği, verimlilik artırma isteği sebeplerini diğer etkili faktörler olarak belirtmişlerdir.

Tablo 33'de firmaların lojistik dış kaynak kullanımına yönelmesinde etkili olan faktörler gösterilmektedir;

Tablo 33: Firmaların Lojistik Dış Kaynak Kullanımına Yönelmesinde Etkili Olan Faktörler

Faktörler	Tamamen etkisiz	Etkisiz	Kararsızım	Etkili	Tamamen etkili
	n, %				
Lojistik maliyetleri düşürme isteği	2 15,4	1 7,7	3 23,1	1 7,7	6 46,1
Esnek lojistik ihtiyacı	2 15,4	1 7,7	1 7,7	4 30,7	5 38,5
Pazarın büyümesi	4 30,7	1 7,7	4 30,7	2 15,4	2 15,4
Rekabet koşulları	2	-	3	3	5

	15,4		23,1	23,1	38,5
Uzman lojistik firmalardan hizmet alma isteği	2 15,4	2 15,4	4 30,7	2 15,4	3 23,1
Lojistik hizmetlerin kalitesini artırma isteği	2 15,4	1 7,7	5 38,5	-	5 38,5
Müşterilerinin memnuniyetini artırma isteği	3 23,1	1 7,7	4 30,7	1 7,7	4 30,7
Temel faaliyetler dışındaki faaliyetler için yatırımlardan kaçınma isteği	3 23,1	1 7,7	7 53,8	-	2 15,4
Taşıma sürecindeki kayıplarını en aza indirme ihtiyacı	3 23,1	-	5 38,5	1 7,7	4 30,7
Teknolojik/Bilişim değişikliklerine ayak uydurma ihtiyacı	4 30,7	1 7,7	6 46,1	-	2 15,4
Yasal düzenlemeler ve çevre standartları	3 23,1	1 7,7	4 30,7	3 23,1	2 15,4
Alternatif kaynaklar ve pazar hakkındaki ek bilgiye maliyetsiz ulaşma isteği	3 23,1	1 7,7	4 30,7	4 30,7	1 7,7
Lojistik faaliyetlerin yürütülmesi sırasında, faaliyetlere özgü özel tesis, donanım ve araçlara gereksinim duyulması	2 15,4	-	4 30,7	4 30,7	3 23,1
Eğitim maliyetlerinin azaltılması ihtiyacı	4 30,7	4 30,7	3 23,1	1 7,7	1 7,7
Küçülmeye gitme gereksinimi	7 53,8	3 23,1	2 15,4	-	1 7,7
Riski azaltma isteği	3 23,1	2 15,4	5 38,5	-	3 23,1
Verimlilikte artış sağlama isteği	2 15,4	1 7,7	3 23,1	3 23,1	4 30,7

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara, dış kaynak kullanımında etkili faktörler sorulduğunda, lojistik faaliyetlerinin % 53,8 ve satış pazarlamaya ilişkin faaliyetlerin % 46,1 oran ile tamamen etkili görüldüğü ve insan kaynakları faaliyetlerinin % 46,1 ve bilgi teknolojilerinin % 46,1 ile tamamen etkisiz görüldüğü saptanmıştır.

Tablo 34 'de firmaların lojistik dış kaynak kullanımına ilişkin kararlarında etkili olan bölüm yöneticileri gösterilmektedir;

Tablo 34: Firmaların Lojistik Dış Kaynak Kullanımına İlişkin Kararlarında Etkili Olan Bölüm Yöneticileri

	Tamamen etkisiz	Etkisiz	Kararsızım	Etkili	Tamamen etkili
	n, %				
Finans	3 23,1	1 7,7	3 23,1	1 7,7	5 38,4
İnsan kaynakları	6 46,1	1 7,7	2 15,4	2 15,4	2 15,4
Bilgi teknolojileri	6 46,1	1 7,7	3 23,1	1 7,7	2 15,4
Lojistik	3 23,1	-	1 7,7	2 15,4	7 53,8
Üretim	4 30,8	1 7,6	4 30,8	-	4 30,8
Satış/Pazarlama	2 15,4	-	2 15,4	3 23,1	6 46,1

4.4.9.LOJİSTİK HİZMETLERDE DIŞ KAYNAK KULLANIMINA İLİŞKİN YARGILAR

Firmaların % 46,1'i taahhüt edilen hizmetin tamamen gerçekleştiğini; teknoloji kullanımının % 46,1'i yeterli düzeyde görmekte; maliyetlerin azalması % 38,4 'i yeterli düzeyde görmekte; dış kaynak kullanıldığında fonksiyonlar üzerinde % 30,8'i kontrol kaybı yaşanmadığı; stratejik yönetim becerilerinde % 38,4 'ü yükselme olmadığı; bilgi tabanlı süreçlerde % 46,1 ile eksiklik olmadığı; çalışmaya başladıktan sonra % 46,1 ile fiyatlarda artış olmadığı; müşteriler ile ilişkilerin % 46,1 ile zayıflama olmadığı; lojistik departmanındaki personelin işlerini kaybetme korkusunun % 69,2 ile bulunmadığı; lojistik esnekliğin % 38,4 ile etkili olduğu; müşterilerin taleplerine % 38,4 ile hızlı yanıt verilme avantajı sağlanmadığı; envanter ve depo yönetimi süreçlerinde % 38,4 ile profesyonelleşme görülmediği; çalışılan lojistik firmasının % 38,4 ile tüm lojistik faaliyetleri tek başına gerçekleştirebilecek kapasiteye sahip olmadığı; çalışılan lojistik firmalarının % 38,4 ile stratejik ortak olarak görülmediği; lojistik firmalarından % 61,5 ile danışmanlık hizmeti alınmadığı; ürünlerin zamanında ve hasarsız teslim edilmemesi ile ilgili % 61,5 ile problem yaşanmadığı; sözleşme kurallarının yerine getirilmemesinden ötürü % 61,5 ile sorun yaşanmadığı; firmaların % 30,8 ile rekabet avantajı sağlamadığı saptanmıştır.

Firmalar ile yapılan görüşmelerde, firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımında lojistik esneklik ihtiyacının ve maliyetlerin azalmasının önemli olduğu saptanmıştır. Firmalara lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımına ilişkin yargılar sorulduğunda firmaların önemli bir kısmı lojistik esneklik sağlandığını ve maliyetlerin azaldığını belirtmişlerdir. Bu sebepten ötürü firmaların ilgili hedeflerine ulaştıklarının görülmektedir.

Lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanan firmaların dış kaynak kullanımına ilişkin düşünceleri Tablo 35’de gösterilmektedir;

Tablo 35: Firmaların Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanımı İle İlgili Olarak Düşünceleri

	Tamamen etkisiz	Etkisiz	Kararsızım	Etkili	Tamamen etkili
	n, %				
Taahhüt edilen hizmet gerçekleştiriliyor	2 15,4	1 7,7	-	6 46,1	4 30,8
Teknoloji kullanımı yeterli düzeydedir	2 15,4	-	4 30,8	6 46,1	1 7,7
Lojistik için harcanan çaba ve zaman azalmıştır	3 23,1	2 15,4	5 38,4	2 15,4	1 7,7
Maliyetlerimiz azalmıştır	3 23,1	2 15,4	3 23,1	5 38,4	-
Dış kaynak kullanılan fonksiyonlar üzerinde kontrol kaybı yaşanıyor	4 30,8	3 23,1	6 46,1	-	-
Stratejik yönetim becerileri yükselmiştir	5 38,4	-	5 38,4	3 23,1	-
Bilgi tabanlı süreçlerde eksiklik vardır	3 23,1	6 46,1	3 23,1	1 7,7	-
İlişki başladıktan sonra fiyatlar artmıştır	6 46,1	2 15,4	5 38,4	-	-
Dış kaynak kullanımı hizmeti alınmaya başlandıktan sonra Lojistik performans artmıştır	4 30,8	-	5 38,4	2 15,4	2 15,4
Müşterilerimiz ile olan iletişimimiz zayıflamıştır	6 46,1	5 38,4	2 15,4	-	-
Lojistik süreçlere harcadığımız konsantrasyonu ana faaliyet konumuza yoğunlaştırdık	3 23,1	1 7,7	4 30,8	5 38,4	-
Lojistik departmanı personelimiz işlerini kaybetme korkusu taşımaktadır	9 69,2	1 7,7	3 23,1	-	-
Lojistik firma ile düzenli iş geliştirme toplantıları yapılmaktadır	4 30,8	1 7,7	6 46,1	2 15,4	-

Lojistik esnekliğimiz artmıştır	3 23,1	1 7,7	3 23,1	5 38,4	1 7,7
Müşteri siparişlerine daha hızlı yanıt vermekteyiz	5 38,4	-	4 30,8	2 15,4	2 15,4
Envanter ve depo yönetimi süreçlerinde profesyonelleşmekteyiz	5 38,4	1 7,7	5 38,4	-	2 15,4
Ürünlerin geri dönüşü ve zarara uğraması azalmıştır	4 30,8	1 7,7	4 30,8	3 23,1	1 7,7
Firma imajımıza katkısı olmuştur	4 30,8	1 7,7	6 46,1	1 7,7	1 7,7
Lojistik firmamız tüm lojistik faaliyetleri tek başına yürütebilme kabiliyetine sahiptir	5 38,4	1 7,7	5 38,4	2 15,4	-
Lojistik firmamızı stratejik ortağımız olarak görmekteyiz	5 38,4	2 15,4	4 30,8	2 15,4	-
Birlikte çalıştığımız lojistik firmanın uzmanlığına güvenerek lojistik konulardaki hizmetin yanında danışmanlık hizmeti de alıyoruz	8 61,5	2 15,4	3 23,1	-	-
Ürünlerin <u>zamanında teslim edilmemesi</u> nedeniyle müşterilerimiz ile sorunlar yaşamaktayız	8 61,5	1 7,7	2 15,4	2 15,4	-
Ürünlerin <u>hasarlı teslim edilmesi</u> nedeniyle müşterilerimiz ile sorunlar yaşamaktayız	8 61,5	1 7,7	4 30,8	-	-
Sözleşme kurallarına uyulmaması sebebi ile sorunlar yaşamaktayız	8 61,5	2 15,4	3 23,1	-	-
Rekabet avantajı kazanılmıştır	4 30,8	1 7,7	5 38,4	2 15,4	1 7,7

SONUÇ VE ÖNERİLER

Globalleşen dünyada ülkeler arasındaki sınırlar adeta kalkmış ve firmalar Dünya'nın her yerindeki ürün ve hizmetlere kolaylıkla ulaşabilmektedir. Bu durumu mümkün kılan en önemli etkenlerden biri olarak ise lojistik faaliyetleri görülmektedir.

Artan rekabet koşulları firmaları sektörlerinde başarılı olabilmeleri için ana faaliyet alanlarına odaklanmaya ve bu şekilde ürün ve hizmetlerini olabildiğince en iyi hali ile müşterilerine sunmayı zorunlu kılmıştır. Firmaların ana faaliyet alanlarına konsantre olabilmek adına dış kaynaklardan faydalanmaktadır.

Türkiye, 2010 ve 2016 yılları arasında dünyanın en fazla buğday unu ihraç eden firması olmuştur. Açıkça görülmektedir ki Türkiye buğday unu ihracatında büyük bir başarıya sahiptir. Literatürdeki tüm çalışmalar lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının firmalara fayda sağladığını göstermektedir. “Dış Ticaret Firmalarının Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı ve Türkiye’deki Buğday Unu İhracatçıları Üzerine Bir Uygulama” isimli bu çalışmada istikrarlı bir başarıya imza atan Türkiye’deki buğday unu ihracatçısı firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımları araştırılmıştır.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yapılandırılmış soru formu kullanılmış olup, soru formunda yer alan sorular ile firmaların lojistik faaliyetlerindeki dış kaynak kullanımlarına ilişkin saptamalarda bulunulmuştur. Nitel incelemeler sonucu yapılan saptamalar çalışmanın dördüncü bölümde detaylandırılmıştır.

Çalışması esnasında, araştırmanın evrenini oluşturan firmalar ile telefon ile görüşülmüştür. Bir çok firmanın ilgili kişileri ile de görüşülme imkanı bulunmuş ve çalışmanın amacı açıklanmıştır. Bu görüşmeler esnasında firmaların çok büyük

çoğunluğunun lojistikte dış kaynak kullanımı kavramına dair gerekli farkındalığa sahip olunmadığı gözlemlenmiştir. Soru formu dönüşü alınan firmaların ağırlıklı olarak taşıma ve gümrükleme faaliyetlerinde dış kaynak kullandıklarını belirtmiş olmaları bu gözlemi doğrulamaktadır.

Çalışma Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik alanındaki dinamiklerinin analiz edebilmesi amacı ile çeşitli araştırma sorularına yanıt aramıştır. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar, araştırma soruları ile birlikte aşağıda belirtilmiştir;

-Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanım oranı ne kadardır?

Çalışma sonucunda araştırmaya katılmayı kabul eden Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmaların n=14 % 56 'sının lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullandığı , geriye kalan n=11 % 44 'ünün ise lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığı saptanmıştır.

-Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmaların demografik yapıları ile dış kaynak kullanımları arasında ilişki var mıdır?

Çalışma sonucunda dış kaynak kullanım oranının en düşük % 25 ile Güneydoğu Anadolu bölgesinde olduğu saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde bu durumun ana sebebinin bu bölgedeki ihracatçıların ağırlıklı kara nakliyesi ile ihracat gerçekleştirilmesi olduğu saptanmıştır. Yıllık ihracat hacmi bakımından firmalar değerlendirildiğinde dış kaynak kullanımının en fazla olduğu firmaların ihracat hacminin 15,000,000 USD ve üzerindeki firmalarda görüldüğü saptanmıştır. Firmaların çalışan sayılarına göre dış kaynak kullanım oranları değerlendirildiğinde en fazla dış kaynak kullanımının % 88 kullanım oranı ile 50-249 kişi çalışan firmalarda ve %100 kullanım oranı ile 250 kişi ve üzerinde kişinin çalıştığı firmalarda görüldüğü saptanmıştır. Firmaların dış ticaret ve lojistik departmanlarındaki çalışan sayılarına göre dış kaynak kullanım oranları incelendiğinde dış kaynak kullanım oranlarının, konu çalışan sayılarının daha fazla olduğu firmalarda daha yüksek olduğu saptanmıştır. Belirtilen sebeplerden ötürü dış

kaynak kullanım oranı ile demografik yapının ilişkili olduğu söylenebilmektedir.

- Türkiye'deki buğday unu ihracatçıları eğer lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmıyor ise bu kararlarının sebepleri nelerdir?

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığını bildiren 11 buğday unu ihracatçısı ile yapılan görüşmelerde firmalara dış kaynak kullanmama sebepleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Firmalar, kendi içlerinde yeterli etkinliğe sahip olduklarını % 54,5 çoğunlukla belirtmişlerdir. Yapılan görüşmelerde dış kaynak kullanılmamasının en önemli sebebinin bu faktör olduğu saptanmıştır. Kontrol kaybı yaşanacağı endişesi, hizmet taahhütlerinin karşılanmaması, maliyetlerin düşmeyeceği düşüncesi, lojistikte dış kaynak kullanımının çok karışık olması, sektörün dış kaynak kullanımına uygun olmaması, firma yapısına ve büyüklüğüne uygun olmaması firmaların büyük çoğunluğu tarafınca etkisiz görülmüştür.

- Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa hangi faaliyetlerde kullanmaktadırlar?

Lojistik faaliyetinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=11 % 84,6'sinin taşımacılık faaliyetinde çeşitli oranlarla dış kaynak kullandığı saptanmıştır. Aynı şekilde lojistik faaliyetinde dış kaynak kullandığını belirten firmaların n=11 % 84,6'sinin gümrükleme işlemlerinde de dış kaynak kullandığı saptanmıştır. Buna göre firmalar, talep tahmini ve envanter yönetimi faaliyetlerinde dış kaynak kullanmıyor ve gelecekte kullanmayı düşünmüyorlardır. Yapılan çalışma açık olarak göstermektedir ki firmaların lojistik faaliyetlerde en çok kullandığı alanlar “taşımacılık” ve “gümrükleme” dir. Taşımacılık faaliyetini kıyaslanamaz düzeyde düşük oranlar ile filo yönetimi, depolama, tedarik faaliyetleri, montaj ve paketleme faaliyetleri ve hurda ve atıkların temizlenmesi izlemektedir. Firmalar ile yapılan görüşmelerde, firmaların neredeyse tamamının talep tahmini, müşteri hizmetleri, sipariş işleme, tersine lojistik faaliyetleri, envanter yönetimi, planlama ve yer seçimi faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığı belirlenmiştir. Yapılan gözlemlerde firmaların bir çoğunun belirtilen faaliyetlerin lojistik faaliyetler kapsamında olduğu ve bu faaliyetlerde dış kaynak kullanımının mümkün olabileceğini düşünmedikleri ve bu sebepten de gelecekte kullanmayı

düşünmedikleri saptanmıştır.

- Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa tedarikçi firmalar ile ilişkileri nasıldır?

Lojistik süreçlerinde dış kaynak kullandığını bildiren firmalar ile yapılan görüşmelerde; firmaların % 81,6 (n=11) 'lık kısmının 6 yıldan uzun süredir profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığı, geriye kalan 1 firmanın 4-6 yıldan bu yana dış kaynak kullandığı ve 1 firmanın da 1 yıldan kısa süredir dış kaynak kullandığı saptanmıştır. Firmaların ağırlıklı olarak (n=10 % 58,8) “dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının satış temsilcileri ile yapılan görüşmeler” ile profesyonel lojistik firmalarından haberdar oldukları saptanmıştır. Geriye kalan firmaların ise diğer profesyoneller ile yaptıkları görüşmeler (n=3 % 17,6), tedarikçi firmaların ilettiği oldukları e-mailler (n=2 % 11,8) ve 1 firma ise tüm bu faaliyetlerin, profesyonel lojistik firmalarından haberdar olmalarında etkili olduğunu belirlenmiştir. Lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığını bildiren firmaların kaç farklı lojistik firmasından destek aldığı sorgulandığında, ilk sırada % 38,5 oran ile “2-4” arasında lojistik firmasının yer aldığı saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde firmaların yalnızca birinin tek bir tedarikçiye bağlı olarak çalışmayı tercih ettiği, diğer firmaların farklı tedarikçiler ile çalışmayı seçtiği saptanmıştır. Yapılan görüşmelerde firmalar, farklı firmalardan hizmet almalarının sebepleri olarak her bir siparişte farklı firmalardan fiyat almanın ve farklı firmalar ile çalışmanın firmalar arasında rekabet oluşmasına sebep olduğunu ve bu durumun kendileri için hem fiyat hem de hizmet kalitesi alanlarında pozitif etki yarattığını belirtmişlerdir. Lojistik süreçlerinde profesyonel lojistik firmalarından hizmet aldığını bildiren firmaların lojistik firmalarıyla iletişim kurma biçimleri sorgulandığında, ilk sırada n=11 % 64,7 oran ile “e-mail”in yer aldığı saptanmıştır. Firmalar ile yapılan görüşmelerde e-mail yolu ile iletişim kurulduğunda maillerin kalıcı olduğunu, ileriki dönemlerde ilgili kişilerde değişiklik veya tedarikçi firma ile herhangi bir anlaşmazlık yaşanması durumunda konunun hızlı bir şekilde açıklığa kavuşmasında faydalı olduğunu belirtilmiştir. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanan firmalar ile yapılan görüşmelerde, işbirliğinde bulundukları lojistik firmaya ödedikleri miktarın, genel lojistik harcamalarının yüzde kaçlık kısmına tekabül ettiği sorulduğunda firmaların n=5 % 41,7 oran ile lojistik faaliyetlerin % 1-10 'unu

oluşturduğu ve n=4 % 33,4 oran ile lojistik maliyetlerin % 11-30' luk kısmını oluşturduğu belirtmişlerdir. Bu durumda firmaların n=9 % 75,0'ının firmaların lojistik harcamalarının yalnızca % 1-30'luk kısmını dış ticaret tedarikçilerine ödedikleri belirlenmiştir.

- Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa tedarikçi firmalar ile sözleşme yapıyorlar mı?

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara sözleşme süreleri sorulduğunda, firmaların % 53,8 'inin sözleşme yapmadığı, % 38,5 'inin 6 ay ile 1 yıl arasındaki süreler ile sözleşme gerçekleştirdiği saptanmıştır. Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara lojistik firmaları ile sözleşmeleri hangi kademelerdeki yöneticilerin gerçekleştirdiği sorulduğunda lojistik tedarikçiler ile sözleşme imzalayan % 46,2 oranındaki firmaların, % 66,7 'si sözleşmelerin üst kademe yöneticiler ; % 33,3'ü sözleşmelerin orta kademe yöneticiler tarafından gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Firmaların lojistik firmaları ile yapılan sözleşmelere, şirket yapılarını ve sektörel durumlarını içine alan özel maddeler koyma durumları sorgulandığında, n=4 % 44,4 'ü "Farklı hizmetler için farklı sözleşmelerimiz mevcut, ama aşırı ayrıntıya girmiyoruz." cevabını verirken, n=3 % 33,3 'ü "Her sözleşme, uzun soluklu görüşmeler neticesinde özel şartları ayrıntılı ile ayrıntılı olarak hazırlanmaktadır.", n=2 % 22,2 'si "Hayır, karşılıklı yükümlülükleri belirten genel şartları belirli matbu sözleşmeler imzalıyoruz." cevabını vermiştir.

- Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa kullarımlarına etki eden faktörler nelerdir?

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullandığını belirten firmalara, firma seçiminde etkili olan faktörlerin; hizmet kalitesi, fiyat ve güvenilirlik faktörlerinin en etkili faktörler olarak görüldüğü saptanmıştır. İşletmelere özel sorun çözme becerileri, operasyonel esneklik, teknolojik altyapı, yaygın hizmet ağı, yönetim/çalışan uzmanlığı ve etkinliği, firma yöneticilerine kolaylıkla ulaşabilme, marka tanınırlığı ve sağladıkları ödeme koşulları diğer etkili olduğu saptanan faktörlerdir.

-Türkiye’deki buğday unu ihracatçıların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanıyorlarsa, dış kaynak kullanımlarına ilişkin değerlendirmeleri nasıldır?

Firmaların % 46,1’i taahhüt edilen hizmetin tamamen gerçekleştiğini; teknoloji kullanımının % 46,1’i yeterli düzeyde görmekte; maliyetlerin azalması % 38,4 ‘i yeterli düzeyde görmekte; dış kaynak kullanıldığında fonksiyonlar üzerinde % 30,8’i kontrol kaybı yaşanmadığı; stratejik yönetim becerilerinde % 38,4 ‘ü yükselme olmadığı; bilgi tabanlı süreçlerde % 46,1 ile eksiklik olmadığı; çalışmaya başladıktan sonra % 46,1 ile fiyatlarda artış olmadığı; müşteriler ile ilişkilerin % 46,1 ile zayıflama olmadığı; lojistik departmanındaki personelin işlerini kaybetme korkusunun % 69,2 ile bulunmadığı; lojistik esnekliğin % 38,4 ile etkili olduğu; müşterilerin taleplerine % 38,4 ile hızlı yanıt verilme avantajı sağlanmadığı; envanter ve depo yönetimi süreçlerinde % 38,4 ile profesyonelleşme görülmediği; çalışılan lojistik firmasının % 38,4 ile tüm lojistik faaliyetleri tek başına gerçekleştirebilecek kapasiteye sahip olmadığı; çalışılan lojistik firmalarının % 38,4 ile stratejik ortak olarak görülmediği; lojistik firmalarından % 61,5 ile danışmanlık hizmeti alınmadığı; ürünlerin zamanında ve hasarsız teslim edilmemesi ile ilgili % 61,5 ile problem yaşanmadığı; sözleşme kurallarının yerine getirilmemesinden ötürü % 61,5 ile sorun yaşanmadığı; firmaların % 30,8 ile rekabet avantajı sağlamadığı saptanmıştır.

Türkiye’nin buğday unu ihracatının % 40’ının Irak’a gerçekleşmesi ve Irak taşımalarının genellikle kara nakliyesi ile yapılması sebebi ile Irak’a ihracat gerçekleştiren firmaların taşıma sistemlerinden yalnızca birinden faydalandığı bilinmektedir. Görüşülen pek çok firmanın lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımını kara nakliyesi araçlarının kendilerine ait olmaması olarak değerlendirmesinin bu durumun sebepleri arasında olduğuna saptanmıştır.

Lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanmadığını bildiren 11 buğday unu ihracatçısı ile yapılan görüşmelerde, firmalar, dış kaynak kullanmamalarının sebebini ağırlıklı olarak kendi içlerinde yeterli etkinliğe sahip oldukları şeklinde açıklamışlardır.

Firmalar ile yapılan görüşmelerde, firmaların lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımında lojistik esneklik ihtiyacının ve maliyetlerin önemli olduğu saptanmıştır.

Firmalara lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımına ilişkin yargılar sorulduğunda firmaların önemli bir kısmı lojistik esneklik sağlandığını ve maliyetlerin azaldığını belirtmişlerdir. Bu sebepten ötürü lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanan firmaların ilgili hedeflerine ulaştıkları görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde firmaların belirtilen faaliyetlerin lojistik faaliyetler kapsamında olduğu ve bu faaliyetlerde dış kaynak kullanımının mümkün olabileceğini düşünmedikleri ve bu sebepten de gelecekte kullanmayı düşünmedikleri saptanmıştır.

Literatürde yapılan incelemelerde tüm çalışmalar lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımının firmalara rekabet avantajı sağladığı belirtilirken yapılan çalışma sonucunda Türkiye'deki buğday unu ihracatçısı firmalarının ağırlıklı olarak rekabet avantajı sağlamadığı görüşünde olduğu saptanmıştır. Bu durumun lojistik faaliyetlerin çok az bir kısmında dış kaynak kullanıldığı ve lojistik faaliyetlerin tamamına yayılmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Türkiye'deki buğday unu ihracatçıları ve tedarikçi firmalar arasında sözleşme uygulamasının yaygın olmadığı saptanmıştır. Firmalarca bilinçli olarak düzenlenmiş sözleşmeler, firmaları koruyacağından Türkiye'deki buğday unu ihracatçılarının da sözleşme kullanımını arttırmasının fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan çalışmalarda, öncelikle firmalardaki ilgili birimlere eğitimler verilmeli ve devamında firmaların kendi yapılarına en uygun şekilde dış kaynak kullanım alanlarını ve kullanım miktarlarını saptamaları gerektiği tespit edilmiştir.

Türkiye'deki buğday unu üreticilerinin lojistikte dış kaynak kullanımı ve faydalarına dair farkındalığının arttırılabilmesi için ilgili devlet birimlerine ve firmaların üst düzey yöneticilerine büyük görevler düşmektedir.

Yapılan çalışmalarda, öncelikle firmalardaki ilgili birimlere eğitimler verilmeli ve devamında firmaların kendi yapılarına en uygun şekilde dış kaynak kullanım alanlarını ve kullanım miktarlarını saptamaları gerektiği tespit edilmiştir.

Bu tez, Türkiye'nin buğday unu ihracatındaki başarısının artarak devamını sağlayabilmesi için dünyanın ağırlık verdiği dış kaynak kullanımı konusuna eğilmesi gerekliliğine ilişkin bulgular içermektedir. Firmaların lojistik faaliyetler içerisinde taşıma ve gümrükleme faaliyetlerine ek olarak talep tahmini, müşteri hizmetleri, envanter yönetimi gibi faaliyetlerde de dış kaynak kullanımlarının firmalara farklı açılımlar getirebileceğine düşünülmektedir. Bu araştırmadan farklı olarak farklı sektörlerde ve farklı ülkelerde aynı sektörde lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımlarına ilişkin çalışmalar yapılarak, farklı katılımcılardan alınan bilgiler ışığında sonuçların farklılık gösterip göstermediği incelenebilir.



KAYNAKÇA

2007 Un Sanayisinin İhracatta Altın Yılı Olacak,
<http://www.dunyagida.com.tr/haber/2017-un-sanayicisinin-ihracatta-altin-yili-olacak/5903>, 10.12.2017

Adıgüzel,G (2011), Lojistiğin Dış Ticaret Üzerine Etkileri ve Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Akarpınar , R.B., (2004), Millî Folklor, Yıl 16, Sayı 64, Tarım Toplumundan Sanayi Toplumuna Geçişte Panayır – Sergi - Fuar-Festivalin Durumu ve Türkiye Örneği

Akgüngör, A.P, ve Demirel,A, (2003), Türkiye’deki Ulaştırma Sistemlerinin Analizi ve Ulaştırma Politikaları, Kırıkkale Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, İnşaat Mühendisliği Bölümü, Kırıkkale

Akyıldız, M.(2004), Lojistik Dış Kaynak Kullanımının Gelişimi ve Türkiye’deki Kullanım Biçimleri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 6, Sayı:3, İzmir

Altuntas,G. ve Karagülle,Ö. , <http://www.gultekinaltuntas.com/>, 04.07.2017

Ambalajlamayla İlgili Yasa Ve Tüzükler,
<https://lojistikpaketlenme.tr.gg/PAKETLEME-NED%26%23304%3BR.htm>,
18.06.2017

Aydınlı,S, Laptalı Oral, E, ve Samalı,E,(2015), Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 30(1), Yüklenici Firmaların Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamalarında Kritik Başarı Faktörleri

Bayındır, S. (2007), Yenilik Çalışmalarında Dış Kaynak Kullanımı. Selçuk Üniversitesi Karaman İ. İ. B. F. Dergisi, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, s 241-250

Baynal, K. Ve Yüzügüllü, E.(2013), Tedarik Zinciri Yönetiminde Analitik Ağ Süreci İle Tedarikçi Seçimi ve Bir Uygulama, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi Cilt/Vol:42, Sayı/No:1, s 77-92

Belgeler, <https://www.gumrukleme.com.tr/baslarken/belgeler-kisaca/>, 28.10.2017

Buğday Unu İhracatı, <http://www.disticaret.biz.tr/2015/12/bugday-unu-ihracati.html>, 10.12.2017

Çakırlar,H. (2009), İşletmelerin Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Trakya Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerinde Bir İnceleme, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Edirne

Cancı, M, Erdal, M, (2003), Uluslararası Taşımacılık Yönetimi, İstanbul,Erler Matbaacılık San ve Tic AS

Caner, O., İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (2012), Incoterms 2010 (ICC Rules For The Use of Domestic and International Trade Terms) Sayı 22 Güz 2012/2 s.223- 262

Çavusoğlu, D ve Deveci, D.A, Intermodal Demiryolu Taşımacılığı: Türkiye için Fırsatlar ve Tehditler, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi Cilt: 5 Sayı: 1 , 2013

Dahilde İşleme Rejimi, <http://www.moment-expo.com/dahilde-isleme-rejimi>, 11.02.2017

Değirmencilik Ürünleri Sektör Raporu (2010), Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği

Dış Ticaret İşlemlerinde Kullanılan Belgeler, [http://www.oaib.org.tr/Ihracat-Belgeleri/102/Dis-Ticaret-islemlerinde-Kullanilan-Belgeler-\(Ozet\)](http://www.oaib.org.tr/Ihracat-Belgeleri/102/Dis-Ticaret-islemlerinde-Kullanilan-Belgeler-(Ozet)), 12.02.2017

Dış Ticaret Nedir? , <http://www.nedir.com/dış-ticaret>, 21.05.2017

Dış Ticarete Kullanılan Belgeler,
Http://Www.Abigem.Org/Appmanager/Tr/Portal?_Nfpb=True&_Pagelabel=Pagekob iuluslararası&Nodename=Kobiuluslararası_02, 28.10.2017

Dış Ticarete Kullanılan Ödeme Yöntemleri,
<http://www.akreditif.biz.tr/d%C4%B1%C5%9F-ticarete-kullan%C4%B1lan-%C3%B6deme-y%C3%B6ntemleri.html>, 04.11.2017

Dış Ticarete Ödeme Şekilleri Nelerdir,
www.ito.org.tr/wps/portal!/ut/p/c4/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3iDgCBzUzcPIwP_EEM3A0-LYDc3S7cwQ5NAI_2CbEdFAJmxa6A!/-05.02.2017

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı Sakarya Nehri'nin Ulaşım Ve Taşıma Amaçlı Kullanılabilirliği Raporu,
http://www.dogumarmarabolgeplani.gov.tr/pdfs/6_ulasim_49_SakaryaNehrindeTasimacilik.pdf, 04.07.2017

Dördüncü Parti Lojistik, Yasin Altaş,
<http://www.biyomed.com/pages/makaleler/makale38.htm>, 07.05.2017

Eker, Ö, Türkiye'nin İthalatının Ödeme Şekillerine Göre Dağılımı Nasıldır?,
<http://www.disticaret.biz.tr/2015/07/turkiyenin-ithalatının-odeme-sekillerine-gore-dagilimi-nasildir.html>, 14.06.2017

Erdal,M ve Cancı,M (2003) , Lojistik Yönetimi, Erler Matbacılık San ve Tic AS, İstanbul

Feodal Toplumdan 20. Yüzyıla, <https://sosyolojik.wordpress.com/2009/05/07/feodal-toplumdan-yirminci-zyila-2/>, 16.06.2017

Göze,S (2014), Türkiye’de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Afyon

Gülen, K.G.,(2007), Journal of Aeronautics and Space Technologies, Volume 3 Number 2 (1-6), Istanbul Commerce University, İstanbul

Gülenç, İ.F. ve Karagöz, B,(2008), E-Lojistik ve Türkiye’de E-Lojistik Uygulamaları, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (15) / 1 : 73-91

Gümüş,Y, (2009), Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Kârı İle Olan İlişkisi, Dumlupınar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Hough, J.A.(1994), Logistics Of The U.S. Wheat Industry , Upper Great Plains Transportation Institute, Fargo, North Dakota

<http://ww4.ticaret.edu.tr/ulastirma>, 05.03.2017

<http://www.ekonomi.gov.tr>, İhracatçılar Rehberi, 19.11.2016

<http://www.osmaniyetso.org.tr/dis-ticaret-nedir.html>,10.03.2017

[http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4"ust_id=4](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4), 09.02.2017

[http://www1.gantep.edu.tr/~aozbay/GMINT-201/KARAYOLU%20INSAATI%20\(Bolum-1\).pdf](http://www1.gantep.edu.tr/~aozbay/GMINT-201/KARAYOLU%20INSAATI%20(Bolum-1).pdf), 05.03.2017

<https://www.ekonomi.gov.tr>, 19.11.2016

Hububat (2017), Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Sektör Raporları, İhracat Genel Müdürlüğü Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı

<http://www.mevzuat.net/fayda/dokumanlar.aspx>, 18.02.2016

Incoterms Rules, <http://www.iccwbo.org/products-and-services/trade-facilitation/incoterms-2010/the-incoterms-rules/-19.02.2017>

İstanbul Sanayi Odası Yayınları (2005), Dış Ticarete Ödeme ve Teslim Şekilleri, İstanbul

İstanbul Sanayi Odası Yayınları (2015), Dış Ticarete Ödeme ve Teslim Şekilleri, Umur Basım Sanayi ve Tic AŞ, İstanbul

Kaya, H,(2017), Toyota Ruhı, <http://www.lojistikdunyasi.net/konu/tedarik-zinciri>, 18.06.2017

Klasik Ekonomik Düşüncenin Doğuşu Ve Klasik Okulun Temsilcileri, Http://Www.Ekodialog.Com/Konular/Iktisatcilar/Klasik_Ekonomi_Dusuncesi.Html, 16.06.2017

Konşimento Uygulamaları, <http://www.utikad.org.tr/haberler/?id=13247>, 28.10.2017

Lojistiğe Yön Veren Yeni Teknolojiler, <http://www.turkishtimedergi.com/lojistik/lojistige-yon-veren-yeni-teknolojiler/>, 05.07.2017

Lojistik Açından Paketleme, <http://goztepenakliyat.com.tr/lojistik-acidan-paketleme>, 18.06.2017

Lojistik Çeşitleri, <http://umitseckin.com/tehlikeli-madde-lojistik-tanim/tehlikeli-madde-lojistik-cesitleri/-18.02.2017>

Lojistik Planlama Nedir?, (2015), http://www.optimumplanlama.com/lojistik_planlama_nedir.html, 18.06.2017

Lojistik Yönetimi (2011), T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, Ulaştırma Hizmetleri, Ankara

Lojistikte Taşıma Modları ve Entegre Taşımacılık, http://www.ekodialog.com/Makaleler/lojistik_modlari_entegre_tasimacilik_makale.html, 04.07.2017

Oda,S.(2008), Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Dış Ticaret Üzerine Etkileri, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Edirne

Özbay, T., (2004), İto Sorularla Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcİng), Yayın No: 2004-27, İstanbul

Özcan,S,(2008) Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Lojistik Yönetiminin Önemi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu; Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 5, Sayı 10

Özdemir, A.İ., (2004), Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi, Süreçleri ve Yararları, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 23

Özken, A, Yılmaz, M, Şahin,N Incoterms 2000 ve 2010’un Mukayeseli Analizi ve Türkiye Uygulamalarındaki Eksikler, Journal of Yasar University 2011 23(6) 3814-3825

Rakamlarla Dünya Tarımı (2014), İzmir Ticaret Borsası Ar-Ge Müdürlüğü, İzmir Ticaret Borsası

Schwartz,J, Guasch, J.L., Wilmsmeier,G. and Stokenberga (2009), A.,Logistics, Transport and Food Prices in LAC: Policy Guidance for Improving Efficiency and Reducing Costs, LCSSD Economics Unit, The World Bank, The Inter-American Development Bank, USA

Serbest Piyasa Ekonomisi, <http://akademikmakale.blogspot.com.tr/2013/01/serbest-piyasa-ekonomisi.html>-28.03.2017

Sevim, Ş., Akdemir, A. ve Vatansever K. (2008), Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanan İşletmelerin Aldıkları Hizmetlerin Kalitesinin Değerlendirmesine Yönelik

Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 13 (1), 1-27

Şimşek, H ve Yıldırım, A (2008), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara

Tanyeri, M. ve Fırat, A. (2005). Rekabet Değişkeni Olarak Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7 (3), s268-279

Tek,Ö.B,(2013), Marketing Function and Logistics Revisited: Revised Dual Sub-functional Model Approach, Logistics and Transport No: 2(18), s51-66

Tek,Ö.B.;Karaduman,İ.(2012) Tedarikçi Bakış Açısıyla Lojistik Yönetimi Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları. İhlas Gazetecilik A.Ş,İzmir

Tekin,M., Zerenler,M. ve , Bilge,A., (2005), Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama, İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Yıl: 4 Sayı: 8 Güz 2005/2 s 115-129

Tesbi, MA., Cumhuriyetimizin Kuruluşundan Bu Yana Dış Ticaret Politikalarımızın ve Dış Ticaretimizin Gelişimi, 15.01.2017, <http://www.tarim.gen.tr/tesbi/79>
Ticaret, <http://www.cografya.gen.tr-21.10.2017>, 21.10.2017

Tuna, O. (2001). Türkiye İçin Lojistik ve Denizcilik Stratejileri: Uluslararası ve Bölgesel Belirleyiciler. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, cilt 3, sayı 2, s 208 - 225

Türkiye Buğday İthalatı, <http://www.disticaret.biz.tr/2016/01/turkiyenin-bugday-ithalati.html>, 10.12.2017

Türkiye Buğday Unu Sanayi, <http://tfyi.gov.tr/Pages/OneCikan>, 24.07.2017

Türkiye Un İhracatında Dünya Lideri, <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2017/01/17/turkiye-un-ihracatinda-dunya-lideri>, 10.12.2017

Türkiye Un İhracatında Dünya Rekoru Kırdı, (2017),
<http://www.hurriyet.com.tr/turkiye-un-ihracatinda-dunya-rekorunu-kirdi-40337829>,
24.07.2017

Türkiye’de Forwarding ve Lojistik Sektörü,<http://Www.Utikad.Org.Tr>, 06.07.2017

Ulaştırma Hizmetleri, Diğer Belgeler (2011), TC Milli Eğitim Bakanlığı
Uluslararası Teslim Şekilleri, [http://www.orgtr.org/tr/uluslararasi-teslim-sekilleri-
wwworgtrorg-19.02.2017](http://www.orgtr.org/tr/uluslararasi-teslim-sekilleri-wwworgtrorg-19.02.2017)

Ünalır, T.(2007), Dış Kaynak Kullanımının İşletme Düzeyinde Etkileri Bir Uygulama , Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü ,Eskişehir

Utkulu,U ve Aydemir,İ (2008) *Türkiye’de Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulaması (Teoriden Pratiğe)*, İkinci Baskı, Gazi Kitabevi

Yarmalı, H.Ö., Baykara,M ve Şen,Y.S. (2013), Lojistik Sektör Raporu 2013, Müsiad, İstanbul

Yıldız, M. S. ve Turan, İ. (2015), Lojistik Dış Kaynak Kullanımı ve Lojistik Hizmet Sağlayıcılarının Rolü: Türkiye Çelik Boru Üretim İşletmelerinde Bir Arastırma. Business and Economics Research Journal, 6 (1), 79-105

Yildiztekin,A,(2011), Depolama, Hizi Sıfır Olan Taşımacılıktır, <Http://Www.Lojistikdunyasi.Net/Etiket/Ambalajlama>, 18.06.2017

Yılmaz,M, (2013), 111 Soruda Akreditif, Optimist Yayın ve Dağıtım San ve Tic Ltd Sti, İstanbul

Yılmaz,M, (2014), 111 Soruda İhracat, Optimist Yayın ve Dağıtım San ve Tic Ltd Sti, İstanbul

Yılmaz,M., Özken,A.2011,İhracat Anlamak ve Yönetmek İçin Bilmeniz Gereken Her Şey, 2.Baskı. İstanbul, Optimist Yayın Dağıtım San ve Tic Ltd Sti.

EK1



**YAŞAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BÖLÜMÜ
GÖRÜŞME FORMU**

Değerli Yetkili,

Aşağıda sorularını iletmiş olduğum görüşme formu, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü’nde Sn. Doç. Dr. Yiğit Kazançoğlu danışmanlığında yürütmekte olduğum Yüksek Lisans Tez Çalışmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Görüşme formu sonuçlarının yardımı ile “Dış Ticaret Firmalarının Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı”na ilişkin bilgilere ulaşılmak hedeflenmiştir. Bu araştırma konusunda bilginize, tecrübenize ve işletmeniz ile ilgili bilgilere, sadece bilimsel maksatla kullanılmak üzere başvurulmuş olup; şirket isimleri ve katılan kişilerin kimliği hiçbir şekilde kullanılmayacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Bu çalışmaya yapacağınız katkılar gelecekteki araştırmalara ve sektörel gelişmelere ışık tutması bakımından önem taşımaktadır.

Saygılarımla
Bilge Dalkılıç

1) Firmanız hangi şehirde/şehirlerde faaliyet göstermektedir?

.....

2) Firmanız sermaye yapısı bakımından hangi kategoriye girmektedir?

- ☐ Yerli Sermaye
- ☐ Yabancı Sermaye
- ☐ Ortaklık

3) Firmanızın faaliyet gösterdiği sektördeki deneyimi kaç yıldır?

- ☐ 0-5 yıl
- ☐ 6-10 yıl
- ☐ 11-15 yıl
- ☐ 16-20 yıl
- ☐ 21-25 yıl
- ☐ 25 yıl ve üzeri

4) Firmanızın yıllık ihracat hacmi ne kadardır?

- ☐ < 2,500,000 USD
- ☐ 2,500,000 – 5,000,000 USD
- ☐ 5,000,001 – 10,000,000 USD
- ☐ 10,000,001 – 15,000,000 USD
- ☐ 15,000,001 USD ve üzeri

5) İşletmenizde çalışan kişi sayısı kaçtır?

- ☐ (1-9 kişi) Mikro işletmeler
- ☐ (10-49 kişi) Küçük işletmeler
- ☐ (50-249 kişi) Orta büyüklükteki işletmeler
- ☐ (250+ kişi) Büyük işletmeler

6) Firmanızda çalışanların öğrenim durumları ağırlıklı olarak aşağıdakilerden hangisidir?

- ☐ Diplomasız/İlköğretim
- ☐ Lise / Meslek Lisesi
- ☐ Meslek Yüksekokulu
- ☐ Üniversite / Yüksek Lisans / Doktora

7) Firmanın dış ticaret departmanı çalışan sayısı kaçtır?

- ☐ 1-3 arası

- ☐ 4-6 arası
- ☐ 7-10 arası
- ☐ 10'dan fazla

8) Firmanızın yıllık satışları içinde ihracat oranı tahminen hangi aralıktadır?

- ☐ %0 - %25
- ☐ %26 - %50
- ☐ %51 - %75
- ☐ %76 - %100

9) Firmanızın yıllık satın alımı içinde ithalat oranı tahminen hangi aralıktadır?

- ☐ %0 - %25
- ☐ %26 - %50
- ☐ %51 - %75
- ☐ %76 - %100

10) İhracatlarınızda teslim şeklini hangi taraf belirler?

- ☐ Alıcı belirler
- ☐ Satıcı belirler
- ☐ Fikrim yok

11) İthalatlarınızda teslim şeklini hangi taraf belirler?

- ☐ Alıcı belirler
- ☐ Satıcı belirler
- ☐ Fikrim yok

Aşağıdaki sorular lojistik süreçleriniz ile ilgilidir.

12) Firmanızın lojistik departmanındaki çalışan sayısı kaçtır?

- ☐ Yok
- ☐ 1-3 arası
- ☐ 4-6 arası
- ☐ 7-10 arası
- ☐ 10'dan fazla

13) Firmanız, lojistik süreçlerinde, profesyonel lojistik firmalarından hizmet almakta mıdır (dış kaynak kullanmakta mıdır)?

- ☐ Evet ☐ Hayır

Eğer firmanız lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanıyor ise, lütfen 14. soruyu geçip son soruya dek olan soruları yanıtlayınız. Eğer firmanız lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanmıyor ise, lütfen yalnızca 14. soruyu yanıtlayınız.

14) Firmanızın lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanmamasında aşağıdaki faktörler hangi oranda etkiye sahiptir?

(1:Tamamen etkisiz 2:Etkisiz 3:Kararsızım 4:Etkili 5:Tamamen etkili)

	1	2	3	4	5
Kontrol kaybı yaşanacağı endişesi					
Hizmet taahhütlerinin karşılanmaması					
Maliyetlerin düşmeyeceği düşüncesi					
Firma içerisinde yeterli uzmanlığa sahip olunması					
Lojistik dış kaynak kullanımının çok karışık olması					
Sektörün dış kaynak kullanımına uygun olmaması					
Lojistik dış kaynak kullanımının firma yapısına ve büyüklüğüne uygun olmaması					

Diğer, lütfen belirtiniz ...

15) Firmanız lojistik süreçlerinde kaç yıldır dış kaynak kullanmaktadır?

- ☐ 1 yıldan az
- ☐ 1-3 yıl
- ☐ 4-6 yıl
- ☐ 6 yıldan fazla

16) Böyle bir hizmetin varlığından firmanızın haberdar olma şekli nedir?

- ☐ Dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının satış temsilcileri ile yapılan görüşmeler
- ☐ Diğer lojistik profesyonelleri ile yapılan görüşmeler/fikir alışverişleri
- ☐ Profesyonel yayınlardaki reklamlar
- ☐ Dış kaynak hizmeti veren lojistik firmalarının direkt mail yoluyla yaptığı tanıtımlar
- ☐ Bir lojistik konferansındaki satış temaları (bağlantıları)

17) Şu an itibariyle kaç farklı lojistik firmasından destek almaktasınız?

- ☐ Sadece 1
- ☐ 2 - 4
- ☐ 5 – 8
- ☐ 8 ve daha fazla

18) Lojistik firma ile bilgi alışverişi genellikle nasıl sağlanmaktadır?

- ☐ Telefon ve faks
- ☐ E-mail
- ☐ İnternet üzerinden ortak bir program kullanıyoruz

19) Tüm lojistik harcamalarının yaklaşık olarak yüzde kaç, lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanımı nedeni ile hizmet alınan lojistik firmasına ödenmektedir?

- ☐ % 0-10
☐ % 11-30
☐ % 31-50
☐ % 51-70
☐ % 71-90
☐ % 91-100

20) Firmanızın lojistik süreçlerinde dış kaynak kullanım düzeyi sizce gelecekte nasıl olacaktır?

- ☐ Dış kaynak kullanımımız artacak
☐ Dış kaynak kullanımımız azalacak
☐ Değişmeyecek

21) Aşağıdaki lojistik faaliyetlerini ne ölçüde dış kaynaklardan sağlıyorsunuz?

	Kullanmıyoruz	Küçük Ölçüde % 1-30	Orta Ölçüde % 31-60	Büyük Ölçüde % 61-100	Gelecekte Kullanmayı Düşünüyoruz
Talep tahmini					
Müşteri hizmetleri					
Sipariş alma/işleme					
Tedarik faaliyetleri					
Montaj-Paketleme-Etiketleme					
Tersine lojistik faaliyetleri					
Envanter yönetimi					
Hurda ve atıkların düzenlenmesi					
Taşımacılık					
Üretim					
Depolama					
Planlama					
Gümrükleme					
Yer seçimi					
Filo yönetimi					

Diğer, lütfen belirtiniz ...

22) Lojistik firması seçiminde aşağıdaki özellikler hangi oranda etkili olmaktadır?

(1:Tamamen etkisiz 2:Etkisiz 3:Kararsızım 4:Etkili 5:Tamamen etkili)

	1	2	3	4	5
Fiyat					
Hizmet kalitesi					
Operasyonel esneklik					
Güvenilirlik					
Teknolojik alt yapı					
Yaygın hizmet ağı					
İşletmelere özel sorun çözme becerileri					
Yönetim/çalışan uzmanlığı ve etkinliği					
Firma yöneticilerine kolaylıkla ulaşılma					
Marka olarak tanınırlık					
Firmanın referansları					
Firmanın güçlü sermaye yapısı					
Sertifikalar (Iso, Tse vs)					
Şirketler arası uyum-kültür					
Müşterinin yönlendirmesi					
Sağladıkları ödeme koşulları					

23) Lojistik firmaları ile yapılan sözleşmelerin süreleri ne uzunluktadır ?

- ☐ Sözleşme yapmıyoruz
- ☐ 6 aydan az
- ☐ 6 ay - 1 yıl
- ☐ 1 - 3 yıl
- ☐ 3 yıldan fazla

24) Lojistik firmaları ile yapılan sözleşmeler hangi kademe yöneticileri tarafından gerçekleştirilmektedir?

- ☐ Sözleşme yapmıyoruz
- ☐ Alt kademe
- ☐ Orta kademe
- ☐ Üst kademe

25) Lojistik firmaları ile yapılan sözleşmelere, şirket yapınızı ve sektörel durumunuzu içine alan özel maddeler koyuyor musunuz?

- ☐ Hayır, karşılıklı yükümlülükleri belirten genel şartları belirli matbu sözleşmeler imzalıyoruz
- ☐ Farklı hizmetler için farklı sözleşmelerimiz mevcut, ama aşırı ayrıntıya girmiyoruz
- ☐ Her sözleşme, uzun soluklu görüşmeler neticesinde özel şartları ayrıntılı ile ayrıntılı olarak hazırlanmaktadır

26) Aşağıdaki faktörler firmanızın lojistik dış kaynak kullanımına yönelmesinde hangi oranda etkili olmuştur?

(1:Tamamen etkisiz 2:Etkisiz 3:Kararsızım 4:Etkili 5:Tamamen etkili)

	1	2	3	4	5
Lojistik maliyetleri düşürme isteği					
Esnek lojistik ihtiyacı					
Pazarın büyümesi					
Rekabet koşulları					
Uzman lojistik firmalardan hizmet alma isteği					
Lojistik hizmetlerin kalitesini artırma isteği					
Müşterilerinin memnuniyetini artırma isteği					
Temel faaliyetler dışındaki faaliyetler için yatırımlardan kaçınma isteği					
Taşıma sürecindeki kayıplarını en aza indirme ihtiyacı					
Teknolojik/Bilişim değişikliklerine ayak uydurma ihtiyacı					
Yasal düzenlemeler ve çevre standartları					
Alternatif kaynaklar ve pazar hakkındaki ek bilgiye maliyetsiz ulaşma isteği					
Lojistik faaliyetlerin yürütülmesi sırasında, faaliyetlere özgü özel tesis, donanım ve araçlara gereksinim duyulması					
Eğitim maliyetlerinin azaltılması ihtiyacı					
Küçülmeye gitme gereksinimi					
Riski azaltma isteği					
Verimlilikte artış sağlama isteği					

27) Firmanızın bölüm yöneticileri, lojistik dış kaynak kullanımına ilişkin kararlarda hangi oranda etkili olmaktadır?

(1:Tamamen etkisiz 2:Etkisiz 3:Kararsızım 4:Etkili 5:Tamamen etkili)

	1	2	3	4	5
Finans					
İnsan kaynakları					
Bilgi teknolojileri					
Lojistik					
Üretim					
Satış/Pazarlama					

28) Lojistik faaliyetlerde, dış kaynak kullanımı ile ilgili olarak aşağıdaki yargılara ilişkin düşünceleriniz nelerdir?

(1:Tamamen etkisiz 2:Etkisiz 3:Kararsızım 4:Etkili 5:Tamamen etkili)

	1	2	3	4	5
Taahhüt edilen hizmet gerçekleştiriliyor					
Teknoloji kullanımı yeterli düzeydedir					
Lojistik için harcanan çaba ve zaman azalmıştır					
Maliyetlerimiz azalmıştır					
Dış kaynak kullanılan fonksiyonlar üzerinde kontrol kaybı yaşanıyor					
Stratejik yönetim becerileri yükselmiştir					
Bilgi tabanlı süreçlerde eksiklik vardır					
İlişki başladıktan sonra fiyatlar artmıştır					
Dış kaynak kullanımı hizmeti alınmaya başlandıktan sonra Lojistik performans artmıştır					
Müşterilerimiz ile olan iletişiminiz zayıflamıştır					
Lojistik süreçlere harcadığımız konsantrasyonu ana faaliyet konumuza yoğunlaştırdık					
Lojistik departmanı personelimiz işlerini kaybetme korkusu taşımaktadır					
Lojistik firma ile düzenli iş geliştirme toplantıları yapılmaktadır					
Lojistik esnekliğimiz artmıştır					
Müşteri siparişlerine daha hızlı yanıt vermekteyiz					
Envanter ve depo yönetimi süreçlerinde profesyonelleşmekteyiz					
Ürünlerin geri dönüşü ve zarara uğraması azalmıştır					
Firma imajımıza katkısı olmuştur					
Lojistik firmamız tüm Lojistik faaliyetleri tek başına yürütebilme kabiliyetine sahiptir					
Lojistik firmamızı stratejik ortağımız olarak görmekteyiz					
Birlikte çalıştığımız lojistik firmanın uzmanlığına güvenerek lojistik konulardaki hizmetin yanında danışmanlık hizmeti de alıyoruz					
Ürünlerin <u>zamanında teslim edilmemesi</u> nedeniyle müşterilerimiz ile sorunlar yaşamaktayız					
Ürünlerin <u>hasarlı teslim edilmesi</u> nedeniyle müşterilerimiz ile sorunlar yaşamaktayız					
Sözleşme kurallarına uyulmaması sebebi ile sorunlar yaşamaktayız					
Rekabet avantajı kazanılmıştır					