



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ULUSLARARASI TİCARETTE LOJİSTİK PERFORMANSIN İHRACAT
PERFORMANSINA VE FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: KONYA İLİ
ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Damla BALTA

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA
Ocak 2022**

ULUSLARARASI TİCARETTE LOJİSTİK PERFORMANSIN İHRACAT
PERFORMANSINA VE FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: KONYA İLİ
ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Damla BALTA

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı
Uluslararası Ticaret Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA

Konya
Ocak 2022

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans/Doktora tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 1 ay ertelenmiştir.²

Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁴

20 Ocak 2022

Damla BALTA

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ay aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA danışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

20 Ocak 2022

Damla BALTA

TEŞEKKÜR

Tezimin konusunun belirlenmesinde, araştırmamın her aşamasında ve sonrasında bana yol gsteren, desteğini esirgemeyen değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA' ya sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Ocak 2022

Damla BALTA

ÖZET

Uluslararası Ticarete Lojistik Performansın İhracat Performansına ve Firma Performansına Etkisi: Konya İli Üzerine Bir Uygulama

Yüksek Lisans Tezi

Konya, 2022

Son yıllarda küreselleşen dünya şartları nedeniyle sınırların tamamen yok olması ve oluşan yoğun rekabet, ürün ve hizmetlerin daha düşük bütçe ile taşınması gerekliliğini beraberinde getirmiştir. Bundan dolayı da firmaların lojistik faaliyetlerini rakip firmalara göre daha etkin ve verimli yönetmeleri onlara avantaj sağlayacaktır. Lojistik sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler, lojistiğin dış ticaretin gelişmesinde önemli bir rol üstlenmesine sebep olmuştur. Bu çalışmada, Konya ilinde faaliyet gösteren 122 ihracatçı firmadan anket yöntemi ile veriler toplanmış ve yapılan analizler sonucu firmaların lojistik performansı, ihracat performansı ve ekonomik büyümesi arasında doğru orantılı bir ilişki saptanmıştır. Ayrıca Lojistik performans endeksi detaylandırılmış ve ülkelerin lojistik performansları değerlendirilip birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Lojistik, Performans, Uluslararası Ticaret, Rekabet, Küreselleşme

ABSTRACT

Damla BALTA

The Effect of Logistics Performance on Export Performance and Company Performance
in International Trade: An Application on Konya Province

Master's Thesis

Konya, 2022

In recent years, due to the conditions of a globalized world, borders have completely disappeared and the intense competition that has occurred has led to the need to transport products and services with a lower budget. Therefore, it will be advantageous for companies to manage their logistics activities more effectively and efficiently than competing companies. Positive developments in the logistics sector have led to the fact that logistics plays an important role in the development of foreign trade. In this study, data were collected from 122 exporting companies operating in Konya province by survey method and as a result of the analyses, a decisively proportional relationship was found between the logistics performance, export performance and economic growth of the companies. In addition, the Logistics performance index has been detailed and the logistics performance of the countries has been evaluated and a number of recommendations have been presented.

Keywords: Export, Logistics, Performance, International Trade, Competition, Globalization

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM.....	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar DİZİNİ.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. LOJİSTİK KAVRAMI VE İÇERİĞİ.....	2
2.1. Lojistik Kavramının Tarihsel Gelişimi	5
2.2. Temel Lojistik Faaliyetler.....	6
2.2.1. Müşteri Hizmetleri.....	7
2.2.2. Talep Tahmini.....	7
2.2.3. Tesis Yeri Seçimi.....	7
2.2.4. Envanter Yönetimi.....	8
2.2.5. Sipariş Yönetimi	9
2.2.6. Satın Alma	9
2.2.7. Ulaştırma Yönetimi	9
2.2.8. Uluslararası Lojistik.....	9
2.2.9. Malzeme Yönetimi	10
2.2.10. Paketleme.....	10
2.2.11. Tersine lojistik	10
2.2.12. Depo Yönetimi.....	10
3. LOJİSTİK SİSTEMİNİN TEMEL ELEMANLARI.....	14
3.1. Lojistik Faaliyetlere Aracılık Eden Kuruluşlar (FORWARDERS).....	14
3.1.1. Freight Forwarder	14
3.2. Profesyonel Lojistik Kurumları	15
3.3. Lojistik Performans Endeksi (LPI)	17
3.4. Lojistik Performans Endeksi Boyutları.....	17
3.5. Türkiye Lojistik Durumu	21
3.5.1. Konya Lojistik Durumu	24

3.6. Literatür Taraması.....	25
3.7. İhracat	31
3.8. İhracat Performansı.....	38
3.8.1. İhracat Performansını Etkileyen Faktörler.....	38
3.9. Konya Değerlendirmesi	40
3.9.1. Konya 2021 Yılı İhracat Performansı Analizi.....	42
4. METODOLOJİ.....	44
4.1. Araştırma Amacı	44
4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	44
4.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi	44
4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları.....	45
4.5. Verilerin Analizi.....	46
5. BULGULAR	47
5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Firmaya İlişkin Bulgular.....	47
5.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Bulguları.....	54
5.3. Ölçeklere İlişkin Ortalama ve Korelasyon Bulguları	54
5.4. Farklılık Analiz Bulguları	55
5.5. Regresyon Analizlerine İlişkin Bulgular	61
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	64
KAYNAKLAR.....	67
EKLER	71
ÖZGEÇMİŞ.....	74
ETİK KURUL SURETİ	75

TABLolar DİZİNİ

Tablo 1. Ülkelere Göre Lojistik Performans Endeksi Boyutları	20
Tablo 2. Türkiye Lojistik Performans Endeksi Sıralaması 2007-2018	23
Tablo 3. Yıllara Göre Dış Türkiye Dış Ticaret Verileri	24
Tablo 4. İhracat Performansı Ölçütleri	39
Tablo 5. Son 5 Yılın Türkiye ve Konya İhracat Rakamları (1000 \$)	41
Tablo 6. 2020 Yılı Konya En Çok İhracat Yapılan 10 Ülke	42
Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Firmaya İlişkin Bulgular	47
Tablo 8. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (1. Sıra)	48
Tablo 9. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (2. Sıra)	50
Tablo 10. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (3. Sıra)	52
Tablo 11. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Bulguları	54
Tablo 12. Ölçeklere İlişkin Ortalama ve Korelasyon Bulguları	55
Tablo 13. Firmaların Çalışan Sayısına Göre Farklılık Analiz Bulguları	55
Tablo 14. Firmaların Faaliyet Yılına Göre Farklılık Analiz Bulguları	56
Tablo 15. Firmaların Toplam İhracatının Yıllık Cirodaki Yüzdesine Göre Farklılık Analiz Bulguları	57
Tablo 16. Firmaların İhracat Yaptıkları Ülke Sayılarına Göre Farklılık Analiz Bulguları	58
Tablo 17. Firmalardaki Görev/Pozisyonlara Göre Farklılık Analiz Bulguları	59
Tablo 18. Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları	60
Tablo 19. Firmaların İhracat Yılına Göre Farklılık Analiz Bulguları	61
Tablo 20. Lojistik Performansın Firma Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları	62
Tablo 21. Lojistik Performansın İhracat Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları	62
Tablo 22. Firma Performansının İhracat Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları	63
Tablo 23. Araştırma Hipotezleri Ret/Kabul Tablosu	63

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Rekabet Edebilir Bir Fiyat İçin Lojistiğin Önemi	5
Şekil 2. Türkiye’de Faaliyette Olan Lojistik Merkezler.....	21
Şekil 3. Türkiye Geneli En Fazla İhracat Yapılan İlk 10 Şehir.....	40
Şekil 4. Konya 2021 Yılı İhracat Performansı Analizi.....	42
Şekil 5. 2021 yılı Konya İçin Aylık Değerlendirilecek Olursa	43
Şekil 6. Konya 2021 Yılı En Yüksek İhracat Rakamları.....	43
Şekil 7. Araştırma Modeli	45

KISALTMALAR DİZİNİ

KISALTMA	AÇIKLAMA
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
APICS	Amerikan Üretim Envanter Kontrol Derneği
AST&L	Amerikan Ulaştırma ve Lojistik Derneği
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
CIM	Rail Consignment Note
CILTUK	Birleşik Krallık'ta Yetkili Lojistikçiler ve Nakliyeciler Kurumu
CMR	Convention Merchandise Routier
CSCMP	Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi
DAB	Döviz Alım Belgesi
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
İBBS	Konya İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması
KDV	Katma Değer Vergisi
KSO	Konya Sanayi Odası
KTO	Konya Ticaret Odası
LPI	Lojistik Performans Endeksi
MENA	Middle East and North Africa
SOLE	Uluslararası Lojistik Derneği
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TDK	Türk Dil Kurumu
TİM	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TZYPK	Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi
WERC	Depolama Eğitimi ve Araştırması Konseyi

1. GİRİŞ

Bu çalışmada uluslararası ticaret, ihracat, ihracat performansı, lojistik, lojistik performans, lojistik performans endeksi kavramları açıklanacaktır. Lojistik performansın firma performansıyla ilişkisi incelenecek ayrıca firmaların lojistik performansı analiz edilecektir. Konunun seçilmesindeki amaç; günümüzde lojistik kavramının firmalar ve ülkeler için öneminin artmasıyla birlikte bu kavramın ne derecede bilindiğinin tespit edilmesi ve lojistik performansın ihracat performansına etkisini değerlendirmektir. Çalışmada belirtilen kavramlar açıklandıktan sonra belirlenen firmalarla anket çalışması yapıp lojistik performans ve ihracat performansı arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılacaktır. Küreselleşme ile artan rekabet ortamında işletmeler ve ülkeler gelişmek için lojistik faaliyetleri ön plana çıkarmaktadırlar. Lojistik kavramı ilk olarak yalnızca askeri bir terim olarak kullanılırken günümüzde bütün sektörlerin içinde olduğu bir kavram haline gelmiştir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri lojistik performansları ile doğru orantılı olarak artmaktadır. Lojistik performans 2000’li yıllarda Dünya Bankası tarafından düzenlenen lojistik performans endeksi (LPI) ile ölçülmeye başlanmıştır. Bu gelişmeden sonra ülkeler rekabet üstünlüğü için lojistik performanslarını artırmaya yönelmişlerdir. Türkiye sahip olduğu coğrafi konum açısından lojistik faaliyet konusunda şanslı durumdadır. Sahip olduklarını iyi değerlendirip lojistik performansı ile ön plana çıkması gerekmektedir. 160 ülke arasından Türkiye ortalama bir değer söylemek gerekecek olursa 30. ve 40. Sıralarda gidip gelmektedir. Çalışmanın amacı, genel olarak uluslararası ticarete önemi giderek artan lojistik kavramının ve lojistik performansın firmaların ihracat performansı ile ilişkisini incelemek ve lojistik performansın firmalardaki performans uygulamaların ve ihracat performansını ne yönde etkilediği ve firmaların ihracat hacimlerinin nasıl etkileyebileceğini göstermektir. Çalışmada ulaşılmak istenen hedef, lojistik performansın öneminin firmalarda bilinirliğini artırmak ve firmaların ihracat performansı ile ilişkisini analiz etmektir.

2. LOJİSTİK KAVRAMI VE İÇERİĞİ

Ülkeler arasında rekabet üstünlüğü sağlamanın en önemli kalemlerinden biri lojistik kavramıdır. Lojistik kavramının önemi günden güne artmaktadır.

Dünya tarihinde ilk ticaret “prehistorik” dönemlerinde bireylerin birbirine vermiş olduğu hizmet ve mal alıp vermesiyle başlayarak uzak mesafeli ticaretin de yaklaşık 150 bin sene önce başlamış olduğu tahmin edilmiştir. Özalp (2021) yapmış olduğu araştırmasında tarihte ilk defa uzak ticaretin M.Ö. 3000’li senelerde Mezopotamya’da yerleşik Sümerlilerin “İndüs Vadisindeki Harrapa” medeniyetiyle ilk yaptıklarını öne sürmüştür. Ayrıca Mısır’ın Aşağı Mezopotamya’sında ve Çin’in de benzeri ticaret faaliyetlerinin yapmış olduğu ileri sürmüştür.

Örgütlerin ve bireylerin gereksinim duydukları her malı kendilerinin ürettiği de kendisini tüketmeleri olanaksızdır. Böylece üretim firmaları potansiyel ve mevcut müşteriler, çevreyi ve toplumu dikkate alarak, nerede, nasıl, neyi ve nasıl üreteceklerine karar verdiklerinden sonra, ürünlerin tüketicilere ulaşmasına da odaklanmaları gerekmektedir. Bu kapsamda üretilmiş olan ürünlerin tüketicilere ulaşması noktasında, lojistik ve dağıtım kavramları gündeme gelmektedir (Canitez, 2011: 35).

Geçmişten günümüze kadar lojistik kavramı, literatürde birçok araştırmada tanımlanmıştır. Yapılan çalışmalarda lojistik kavramına yönelik yapılan tanımların bazıları aşağıda yer almaktadır. Bunun asıl nedeniyse, lojistik kavramının çok kapsamlı bir araştırma alanının olmasıdır. Lojistik kavramının bu özelliğinin kavrama bakış açısında birbirlerinden çeşitli açıklamaların yapılmasına neden olmaktadır (Orhan, 2003: 7).

Lojistik (logistics) kelimesi aslında Latince kökenli olup, logic (mantık) ve statics (istatistik) kelimelerinin bütünleştirilmesiyle türemiştir. (Canitez, 2011: 37) Lojistik kelimesini kısa olarak tanımlamak gerekirse mantıklı hesaplama olarak tanımlamak mümkündür (Clemente, 1992: 186).

Uluslararası alanda lojistik kavramını pazarlamaya yönelik kullandığımızda; belli bir bedel karşılığında ihtiyaçların ve istekleri karşılayabilmek için, nihai bir ürün ihracatçı devletin üretin alanında, ithalatçıların devletin tüketim alanlarına ulaştırılmasında, tüm etkinliklerin ve faaliyetlerin bütünü olarak tanımlanabilir (Razzaque, 1996: 20).

Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi (TZYPK) tarafından lojistiğin tanımı şu şekilde yapılmıştır; *“Lojistik yönetimi, müşterinin ihtiyacını karşılar iken ilk orijinal çıkış noktalarında son tüketim noktasına kadar olan hizmetlerin, ürünlerin ve ilgili bilgi*

akışlarının etkin ve verimli olarak ileriye ya da geriye akış ve stoklanmasını uygulayan, planlayan ve kontrol eden tedarik zincir yönetimlerinin birer parçasıdır.” Bu tanım ayrıca lojistiğin “ürünlerin, hizmetlerin ve ilgili bilginin” akışı ve depolanmasını da belirtmektedir.

İlk kez lojistik kavramı ticari ve askeri alanda kullanılmıştır. Lojistik kavramının yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamasıysa, 18’nci yy.’de “Baron Jomi”nin lojistik tanımlaması ile olmuştur. Baron Jomi, lojistik kavramını “*malzeme tedariki ile orduları hareket ettirebilmenin pratik sanatı*” olarak tanımlamaktadır. Yöneylem araştırmaları disiplini kapsamında, lojistik kullanım alanı genişletilmiştir. Bu dönemde, 2’nci dünya savaşından sonrasına denk gelmiştir (Paksoy ve Altıparmak, 2003).

Lojistik kavramı genel olarak doğru bir şekilde algılanmamaktadır. Faaliyet ve tanım alanı tam olarak belirlenmemiştir. Bu sebeple, lojistik denildiği ilk kez akla gelen depolamadan ve taşımacılıktan söz edilmektedir. Depolama ve taşımacılık unsurları olarak lojistik kavramının kendisi değil, lojistiği oluşturan halkadan yalnızca birkaçını temsil etmiştir. Lojistik kavramı daha kapsamlı bir sistem olarak, bu sistemlerin doğru işleyebildiği için yalnızca depolama ve taşıma unsuru olarak yeterli olmamasıyla ve sistemlerinin bütün olarak ele alınıp uygulanmış olması gerekmektedir (Göze, 2014: 8).

Son senelerde yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmelere baktığımızda paralel olarak lojistiğin tanımlanmasında, kapsamını da gelişim ve değişim yaşanmaktadır. Herhangi bir kurum veya işletmede lojistiğin var olmasıyla yalnızca taşıma ve depolama faaliyetlerinin olması yeterli olmamıştır. Bu unsurlar ilaveten minimum faaliyetler daha fazla olmalıdır ki, lojistik faaliyetlerin varlıklarından bahsedilebilmektedir. Lojistik çerçevesinde; Pazarlama, müşteri hizmeti, taşıma, depolama, sigorta, satış vb. faaliyetlerin birbirlerinden ayrı işlemler bulunmaktadır. Buradan da anladığımız gibi, lojistiğin kapsamış olduğu alan oldukça geniş olup global dünya da yaşanan değişimleri göz önünde bulundurduğumuzda, bu kapsam daha da genişleyeceği öngörülmüştür. Sürdürülmekte olan lojistik faaliyetlerinin kapsamı ne olur ise olsun amaç, sunulmuş lojistik hizmetlerinde kalitenin yakalanması olmalıdır. Fakat, bu biçimde lojistik hizmetinin verimliliği ve etkinlik artmaktadır (Dinçel, 2014: 4).

Lojistik, üretim alanlarından tüketim noktalarına kadar geçen süreçlerin içinde her türlü ürünlerle ilgili para ve bilgi akışlarına yönelmesine yardımcı olan faaliyetlerinin bütünüdür (Lambert vd., 1998:2).

The Council of Management kuruluşunun tanımında lojistik; müşterinin ihtiyacının karşılanması üstüne her tür servis hizmeti, bilgi ve ürün akışının başlangıç noktalarının, tüketim noktalarına kadar olan tedarik zinciri içindeki hareketlerinin verimli ve etkin bir şekilde uygulanması, planlanması, taşınması, kontrol ve depolanması altında tutulma hizmetleridir (Canitez, 2011: 37).

Uluslararası ticaretlerin ana unsurlarından biri olan lojistik; depolama, kargolama, ulaşım, kargo konsolidasyonu, sınır kontrollünden ülke içindeki dağıtım ve ödeme sistemine kadar uzanan farklı özel ve kamu sektör kurumlarını içeren ana faaliyetleri kapsamaktadırlar (Köksal, 2012).

Lojistik; tüketim ve üretim noktalarına kadar, bütün süreçlerinde geçen, bilgi, para ve ürün akışlarının yönlendirilmesine kadar yardımcı olan faaliyetlerinin bütünüdür (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015: 96).

Geçmişten günümüze kadar taşımacılık kavramları belli bir düzeyde gelişmiş ifadeler olan lojistik kavramı, ürünlerin üretilmiş olduğu noktalardan kullanılarak depolarda tutulmasıyla, stoklanmasıyla, ürünlerde istenilmiş olan yere ve istenilen biçimde teslim edilmesiyle ve tüm bu işlerin planlı, eh hızlı ve en verimli biçimde yapılmış olmasıdır (Çevik ve Kaya, 2010: 23).

Lojistik: İşletmelerin karını maksimize edebilmek amacıyla, herhangi bir ürün ve hizmet stratejik bir biçimde depolayan, belli bir plan dahilinde akışlarını sağlayarak kontrol edebilen yönetsel bir sorumluluk oluşturma yönelik bir sistemdir. Başka bir deyişle lojistik; dünyanın herhangi bir bölgesinde var olan belli bir müşteriye mevcut rakipten daha hızlı bir biçimde ve efektif bir biçimde ulaşabilmek, yeni rekabetlerin anahtarlarıdır (Demir, 2008: 5). “*Lojistik = Tedarik + Malzeme Yönetimi + Dağıtım (Rushton vd. 2006: 4).*”

Lojistik kavramı yalnızca söz konusu malın veya iktisadi değerın taşınması anlamına gelmemektedir.

Detaylı bir şekilde lojistik kavramı açıklanacak olursa (Razzaque,1996: 20, Aktaran; Canitez):

- *“Kontrol ve bilgi*
- *Depolamalar,*
- *Fiziki taşımacılık,*

- *Fiziki taşımacılık değişkenlerinin planlanmış olması,*
- *Gözetim ve kalite kontrol,*
- *Müşteri hizmetlerinin yönetilmesi,*
- *Boşaltma, yükleme ve paketleme,*
- *Siparişlerin karşılanma süreçlerinin yönetilmiş olması,*
- *Talep tahmininin gerçekleştirilmesi”*

Üç temel lojistik kavramından bahsetmek mümkündür;

1. Üretim lojistiği
2. Tüketim lojistiği
3. İşbirliği lojistiği



Şekil 1. Rekabet Edebilir Bir Fiyat İçin Lojistiğin Önemi

Kaynak: İgame, 2005: 18.

2.1. Lojistik Kavramının Tarihsel Gelişimi

Lojistik kavramı ilk olarak askeri bir terim olarak ortaya çıkmıştır. İlk ortaya çıktığı zamandan günümüze kadar oldukça gelişmiş ve hayatımızın her alanına etki eden bir terim haline gelmiştir. Küreselleşme ile lojistik kavramı önem kazanmıştır. Bunun yanında ekonomik ve teknolojik gelişmeler de lojistiğin önemini artırmıştır.

Tarihsel gelişim sürecinde lojistiğin gelişmesine baktığımızda, İlk kez olarak ABD olduğu görülmüştür. ABD’yi modern yönetimlerinin ve bunların doğal uzantılarıyla olan lojistik kavramının ana vatanı olarak belirtilmek mümkündür (Doğan, 1999). 2’nci dünya savaşının ardından bütün dünya pazarı haline getirilmesinden dolayı ABD’de

Üretim arttırılmıştır. Deniz aşırı belli bir pazara hizmet götürüldüğü için taşıma önem kazanmıştır ve ham madde girişlerinde artış gözlemlenmiştir. Böylelikle daha büyük gemiler, daha uzun trenler, daha büyük uçaklar ve daha güçlü motorların yapıldığı görülmektedir. Taşıma maliyetleri ucuzlatılmıştır ve üretim maliyetleri düşürülmüştür. Böylece küresel rekabette maliyet avantajları sağlanmaktadır. Artan üretimlerin gerektirmiş olduğu kaynak yatırımları maliyet kuruluşlarından sağlanmasıyla da stoklama maliyetlerinin hatta bütün tedarik zincirlerinin içinde finans ve stok yükleri görünür hale getirilmiştir. Böylelikle 20'nci yüz yılın son çeyreğinde, geçmiş olduğumuz 20 ile 25 sene içinde lojistik hizmetlerini veren ve kontrollerini yapan kuruluşların öncelikle ABD'de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yıldıztekin, 2001).

Zamanla gelişen teknoloji ve değişen tüketiciler davranışları lojistiğin öneminin artmasında büyük bir paya sahiptir.

Lojistik kavramının ön plana çıkması çok eski tarihlere dayanmamaktadır. Lojistiğin nemi bazı nedenlerden dolayı artmıştır. Bunlar;

- Global dünya ticaret ortamı ile depo ve ürün akışındaki artış
- Rekabet avantajı sağlamak amacı ile doğru yerde doğru zamanda doğru miktarda ürün bulundurma isteği
- Artan maliyetlere çözüm bulma isteği
- Müşteri istek ve ihtiyaçlarını en uygun şekilde karşılama isteği
- Müşteri memnuniyeti

2.2. Temel Lojistik Faaliyetler

- *“Müşteri hizmetleri*
- *Tesis yeri kararları*
- *Envanter yönetimi*
- *Sipariş yönetimi*
- *Satın alma*
- *Ulaştırma yönetimi*
- *Talep tahmini*
- *Uluslararası lojistik*
- *Malzeme yönetimi*
- *Paketleme*
- *Tersine lojistik*
- *Depo yönetimi”*

2.2.1. Müşteri Hizmetleri

Günümüz artan rekabet ortamında firmalar için müşteri memnuniyeti ön plandadır. Mevcut müşterileri memnun etmek ve yeni müşterilere cazip gelmek firma ömrünün uzun soluklu olmasında kilit rol oynamaktadır. Potansiyel müşteriyi elinde tutmak için çabalamak yerine yeni müşteri arayışına giren firmalar 5 kat fazla maliyeti göz önünde bulundurmaldırlar. Dolayısıyla firmalar için mevcut müşterilerini ellerinde tutmak yeni müşteri kazanmaktan daha kolaydır. Rakiplerden üstünlük sağlamada müşteri hizmetleri bir avantaja çevrilebilir. Temel lojistik faaliyetlerin geneli diğer firmalarla benzerlik gösterebilir ya da taklit edilebilir fakat iyi bir müşteri hizmetleri stratejisi ile diğerlerinden üstün ve farklı olunabilir. Taklit edilmesi diğer lojistik faaliyetlere göre daha zordur (Murphy ve Knemeyer, 2015). Firmalar ve bireyler gelişen teknoloji ortamında yüksek müşteri memnuniyeti arayışındadırlar. Müşteri beklentileri zamanla artmaktadır. Ayrıca günümüz gelişen teknolojisinde firma-müşteri arası iletişim giderek makineleşmektedir ve bu durumun müşterileri pek de memnun ettiği söylenemez.

2.2.2. Talep Tahmini

Talep tahminini anlatabilmek için öncelikle talep yönetimi tanımlanmalıdır. Talep yönetimi; tedarik zincirine bağlı olarak tüm pazarlarda oluşan talep akışının entegre biçimde yönetilmesidir. Talep tahmini, ilerleyen günlerde hangi ürün ve hizmete nasıl bir talep olacağını ve hangi müşterinin hangi oranda ne talep edeceğini öngörülüp planlanması olarak tanımlanabilir (Murphy ve Knemeyer, 2015). Talep tahmini üretim planlamasında kilit rol oynamaktadır.

2.2.3. Tesis Yeri Seçimi

Tesis yerinin seçimi dağıtım merkezlerinin, depoların ve üretim tesislerinin seçimi anlamına gelir ve lojistik faaliyetler açısından büyük öneme sahiptir. Tesis yeri seçiminde ana kriter bölgedir. Firmanın yerel mi yoksa uluslararası mı olmasına bağlı olarak bölge seçimindeki tercihler değişmektedir. Bölge seçimi yapıldıktan sonra o bölgenin özellikleri detaylı olarak analiz edilir. Bölgenin fiziksel incelemesinin yanı sıra yasal konular da analiz edilmektedir. Örneğin bir market açılacakken seçilen yerin yakınında başka bir market olup olmaması ve diğer marketin yasal olarak belli bir mesafe yakınına aynı türden bir market açılışını engelleyici yasal düzenlemeler olabilir.

Bu yüzden tesis yeri seçiminde yasal düzenlemeleri iyi öğrenip analiz etmek gerekir. Lojistik sürekli olarak değişen ve gelişen bir kavram olduğu için geleceğe dönük olarak verimlilik planı yapılmalıdır. Tesis yeri seçiminde büyük öneme sahip olan ölçütlerden biri de maliyet kavramıdır. Geçmişteki ekonomik krizlerden sonra üreticiler tüketicilerin yalnızca düşük fiyatlarda alışveriş yaptığını gözlemlemişler ve maliyetleri düşürüp müşteri isteklerini karşılamaya çalışmışlardır. Maliyeti düşürmenin yolu ucuz iş gücü kullanmak ve dağıtım faktörünü olabildiğince minimum maliyetle yapmak olarak düşünüp tesis yeri seçimini buna göre planlamışlardır. Bu ölçütler firmaları ucuz insan gücü olan ülkelerde tesis yeri açmaya yöneltmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti uzun yıllar boyunca ucuz iş gücü sayesinde üretim için ilk tercih edilen yer olmuştur. Petrol fiyatlarındaki artışa kadar bu yöntem devam etmiştir. Petrol fiyatlarındaki artışla birlikte ulaşım maliyetlerindeki artış üreticileri tesis yerlerini yeniden planlamaya yöneltmiştir. Tesis yeri belirlendikten sonra tesis sayısına da karar verilmelidir. Aslında firmalar tesisi nereye yerleştirelim konusunu düşünürken tesis sayılarını da planlayıp ona göre karar vermelidirler. Tesis yeri seçiminde doğal kaynaklara yakınlık da önemli bir yere sahiptir. Örneğin bir üretim çiftliğinin şehir merkezinde olması ya da balıkçılık yapan bir firmanın suya yakın bölgelerde olmaması beklenemez. Nüfus yoğunluğu ile de tesis yeri seçimi doğru orantılıdır. Nüfus yoğun olan bölgeler hem iş gücü için hem de potansiyel pazar için önemlidir. Vergilendirme ve teşvikler de tesis yeri seçimi için oldukça önemlidir. Vergi her birey için önemli bir konudur fakat lojistik ve tedarik zinciri yöneticileri için ayrıca önemlidir. Firmalar tahakkuk dönemlerinde mümkün olduğunca az stok bulundurmamak için ürünleri indirimli fiyatlarla pazara sunmaktadır. Firmalardan alınan vergiye karşılık firmaların aldığı hizmet yarı yarıyadır denilebilir. Bu yüzden firmalar ihtiyaç duydukları hizmetler için ek harcama yapmaktadırlar. Örneğin güvenlik önlemlerinin yetersizliği firmanın kendi güvenliği için ayrıca istihdam sağlamasına yol açabilir. Ulaşım faktörü de tesis yeri seçiminde kilit rol oynamaktadır. Özellikle karayolu ulaşımı maliyet ve dağıtım süresinin en uygun seviyede tutulması açısından tercih edilmekte ve karayolu ulaşımı en verimli tesis yeri seçilmeye çalışılmaktadır. (Murphy ve Knemeyer, 2015)

2.2.4. Envanter Yönetimi

Envanter kavramı sözcük olarak tanımlanacak olursa belirli amaçlar için tutulan mal ve malzeme stokları demektir. Envanterin kapsamlı tanımı ve kısaca APICS olarak bilinen Amerikan Üretim Envanter Kontrol Derneği tarafından 1984 yılında hammadde, parça

ve ara mallara ayrıca satışa hazır bitmiş ürünlere ve ek olarak devan iş süreçlerine yatırılan toplam fon olarak yapılmıştır (Alsaid, 2009). Envanter yönetimi, envanteri saklamak ve sürdürmek, bu envanterden talep edilen ve kullanılan malzemeleri veya bölümler veya birimler için öngörülen miktar ve niteliklere göre stok ve depolama envanteri için gerekli prosedürleri planlamak, düzenlemek ve yürütmekle ilgilenmektedir. Ürünlerin saklanması için çaba sarf etmek yerine, kullanım zamanına kadar bu maddelerin tutulması üzerine çalışılan bölümdür (Altendorfer, 2010). Üretim ve satış süreçlerinde, envanter sisteme zararı en aza indirecek şekilde hizmet vererek önceden tedarik edilmiş bir talep modeline tekrardan ulaşmayı sağlamaktadır. Envanter, talebi karşılamak için bulundurulmaktadır ve dört şekilde sınıflandırılır. Bunlar;

- Ana stok
- Tampon stok
- Yoldaki stok
- Spekülatif stok

2.2.5. Sipariş Yönetimi

Lojistik faaliyetlerin hepsiyle ilişkili bir kavram olup her süreçte yer alır. Firmanın müşteri gözündeki itibarın doğrudan sipariş yönetimi ile ilgilidir. Bu sebeple sipariş yönetimi faaliyetinin en doğru yöntemle uygulanması gerekmektedir. (Murphy ve Knemeyer, 2015).

2.2.6. Satın Alma

Firmalar için stratejik önem taşıyan bir faaliyet olup sürdürülebilir kar maksimizasyonu sağlamak için de kilit rol oynamaktadır. Üretime girecek hammaddeden çıkan ürün stoklarına kadar tüm aşamalarda satın alma aktiftir (Murphy ve Knemeyer, 2015).

2.2.7. Ulaştırma Yönetimi

Üretilen mal veya hizmetin bir yerden bir yere fiziksel olarak taşınmasında rol oynayan lojistik faaliyettir. Firmaların lojistik faaliyet maliyetlerinin çoğunluğunu taşıma oluşturmaktadır (Öztürk ve Çatay, 2013).

2.2.8. Uluslararası Lojistik

Bir ülkenin ulusal sınırları dışındaki diğer ülkelerle arasındaki mal alışverişi ile ilgili lojistik faaliyetlere uluslararası lojistik denir. (Murphy ve Knemeyer, 2002) Üretilen

malın ihraç edilmesi, hammadde ithalatı, monte edilmek üzere nakli gibi durumlar uluslararası lojistiğe konu olan durumlardır.

2.2.9. Malzeme Yönetimi

Firma içinde malzemelerin yer değiştirilmesinde rol oynayan lojistik faaliyetlere verilen isimdir. (Murphy ve Knemeyer, 2015)

2.2.10. Paketleme

Malların üreticiden nihai tüketiciye ulaşmaya kadar geçen sürede zarar görmemesi açısından ambalajlanması paketleme olarak adlandırılır (Canitez, 2017).

2.2.11. Tersine lojistik

Kavram olarak tersine lojistiği ilk Lambert ve Stock 1981 yılında tanımlamıştır. 1980'li yıllarda tersine lojistik tek yönlü yolda yanlış yönde gitmek olarak tanımlanmış olup üreticiden tüketiciye olan yönün aksine tüketiciden üreticiye mal-hizmet akışı olarak açıklanmıştır. Mal ya da hizmet kalitesinde bir eksiklik, kusur ya da ekonomik ömrünü tamamlamış olan mallar lojistik faaliyetler içinde ters yöne akış sağlamaktadır. Geri dönüşüm, bakım onarım, imha ve yeniden üretim tersine lojistiğe örnek verilebilir.

2.2.12. Depo Yönetimi

Lojistik fonksiyonlarının en alt faaliyet elemanlarını oluşturan bu işlemler; tedarik edilmeyen hammadde, tamamlanmış olan mamul, yarı mamul, parçalar ve malzemelere uygun şartlarda saklanılmaması ve korunabilme işlemlerini içermektedirler. Depolar tedarik edilmeyen olan üretim girdisinin üretimlerine çıkana kadar konulduğu alanları ifade etmektedirler. Depolama işlemlerinde; üretimlerin kesintisiz bir biçimde saklayarak, müşteri memnuniyetlerini sağlayan fonksiyonları oluşturmaktadırlar (Şen, 2014: 89).

Lojistik faaliyetlerin başarı ile uygulandığı firmalarda zamanında teslimat sağlanmış, envanter azalmış, ciro artmış, lojistik ekstra maliyet azalmış ve kümülatif dönüşüm zamanı azalmış ve kayıplar minimum olmuştur.

Lojistik faaliyetlerin uyum ve düzen içinde işlemesi için bazı lojistik ilkeler mevcuttur. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

Ekonomiklik: finansmanın ana kural kaynaklarının kıt ve ihtiyacının sonsuz olması gerekmektedir. Bu kapsamda finansal prensip; oluşabilecek minimum maliyeti verecek olan lojistik hizmetlerinin etkin olmasıdır (Keskin, 2006: 34).

Uyum: Lojistik faaliyetini planlayan uygulamacılar ile nihai müşterilerin arasında doğru bir iletişim, organizasyon ve bilgi akışının sağlanmış olması gerekmektedir. Aksi halde doğru bir bilgi akışının olmadığı belli bir organizasyonda kaosların ve karmaşaların yaşanması olası bir ihtimal olarak gözükmemektedir (Koban ve Keser, 2008: 44).

Standartlara uygunluk: Müşterilere sunulmuş olan lojistik faaliyetleri ve hizmetlerin globalleşme boyutunda bütün lojistik işletmeleri için standartlarının olması gerekmektedir. Özellikle konteyner gibi ekipmanlar ana lojistik unsurunda standartlarının yakalanmasına son derecede büyük bir önem teşkil eden bir durumdur (Keskin, 2006: 34).

Sadelik: Birden fazla işletmenin var olan lojistik faaliyetlerinin kompleks bir yapıda yerini alan sade ve yalın bir yapı kullanıyor ise, hem kaynaklarının hem zamanlarının etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Bu sebeple kullanılmış olan sistemlerin anlaşılır ve basit olması gerekmektedir (Karaman, 2014: 12).

Esneklik: Lojistik faaliyetlerinin ve operasyonlarının sürekli olarak değişim gösteren ihtiyaç, talep, koşullara uygun olarak farklılaşan ve çözüm yaratılan unsurlara sahip olmaları, uyumlarının sağlanmış olmaları gerekmektedir (Koban ve Keser, 2008: 44).

İzlenebilirlik: Lojistik faaliyetlerinin yapılan operasyonlara yönelik miktar, zaman, durum ve yer vb. unsurların elektronik alt yapıları ve bilgi işlem teknolojileri sayesinde takibinin yapılmasıyla ve olası bir problemten öncesinde önlem alınması gerekmektedir. Lojistik faaliyetler uluslararası pazarlamayı konu olan malları fiziki hareketliliklerine ek olarak, bütünleşen bir yaklaşım ile çeşitli eylem ve özellikleri de kapsamış olması gerekmektedir. Bu kapsamda lojistik faaliyetleri aşağıda yer alan hizmetleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu hizmetler sırası ile şu şekildedir (Özkoç, 2002; Aktaran: Canitez, 2011: 51):

- Elleçleme işlemlerinin gerçekleştirilmiş olması,
- Güzergahların üstündeki araçların haberleşme ve uydu teknolojileriyle takip edilmiş olması,
- İlgili otomasyonların yazılımlarından yararlanılmış olması,

- İlgili teknolojiden yararlanarak, denetim, gözetim ve sigorta hizmetinin gerçekleştirilmiş olması,
- Global pazara konu olan malların fabrikalardan ya da depolardan teslimlerinin alınmış olması,
- Global pazarı konu olan yükler gerekiyor ise alıcıların istedikleri koşullarda ve yerlerde kendilerine teslimlerinin sağlanmış olması.
- Uygun ortam ve koşulda etiketleme, paketlemenin yapılması.
- Varış yerlerinde incek yüklerin bilgisayar entegre sisteminin yardımı ile boşaltım işlemlerinin tamamlanmış olması.
- Web tabanlı elektronik çevrimiçi sistemin yardımı ile gümrüklerin yapılması.
- Yüklerin toplam lojistiklerinin planlanmış olmasıyla güzergahlara sokulmaları.

Tüm lojistik hizmetleri tek bir firma yapabileceği gibi birden çok firma da yapabilir. İlgili firmanın lojistik entegrasyonu burada önemlidir.

Lojistik faaliyetlerin işletmelere birçok faydası bulunmaktadır. Bunlardan bazıları;

- Hedef pazara ulaşmada kolaylık
- Müşteri memnuniyeti
- Üstün rekabet gücü

Firma İçi Lojistik İlişkileri

Lojistik faaliyetler bir firmanın her birimini kapsar niteliktedir. Bu birimlerden bazıları;

- Finans
- Üretim
- Pazarlama

Finans: Finans kavramı para yönetimi anlamına gelmektedir. Şahin (2018) finansı ihtiyacından fazla parası olanın parasını ihtiyacı olana bir süre için vermesi olarak tanımlamıştır.

Üretim: Ünüsan (2015) üretimi firmanın sahip olduğu hammadde ve iş gücü ile insan istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yaptığı çalışmalar bütünü olarak tanımlamıştır.

Pazarlama: Kişisel ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi için yapılan mübadeleler bütünü pazarlama olarak adlandırılır. Değişimin olduğu her yerde pazarlamadan söz

edilmesi mümkündür. Amerikan Pazarlama Birliğine göre pazarlama; bireysel ve örgüt amacına ulaşılmasını sağlayan mübadeleleri gerçekleştirebilmek üstüne hizmetlerin, malların ve fikirlerin üretilmiş olması, dağıtılması, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılması eylemlerini içeren bir uygulama ve planlama sürecidir (Canitez, 2011: 5). Pazarlamanın sağladığı dört fayda vardır. Bunlar;

- Mülk faydası
- Zaman faydası
- Yer faydası
- Şekil faydası

Pazarlamada ilk olarak insan istek ve ihtiyaçları belirlenir, uygun mal veya hizmet geliştirilir, makul şekilde fiyatlandırılır ve dağıtım gerçekleştirilir. Bütün bu aşamalar tutundurma ile desteklenir.

Pazar: Alıcının satıcı ile serbest bir biçimde karşılaşmış olduğu kar amacında veya kar amaçsız hizmet ya da malların değişimlerinin yapılmış oldukları yerlerdir. (Ünüsün, 2016)

3. LOJİSTİK SİSTEMİNİN TEMEL ELEMANLARI

Lojistik sistemi ulusal iç çevre ve ulusal dış çevre elemanlarından oluşur. Küreselleşen dünya şartlarında lojistik alanındaki en önemli gelişme tüm lojistik faaliyetlerin bütünleştirilmesidir. Lojistik faaliyetlerin tümünü tek bir lojistik firma yapabileceği gibi birden fazla lojistik firma da yapabilir. Lojistik sistemindeki temel ekonomik birimler; (Canitez, 2011: 51):

- “Depolara, antrepo ve sundurma,
- Aracı olan kurum ve kuruluşlar,
- Gümrük müşavirlik hizmetleri sunmuş olan firmalar,
- Serbest aracı olan bölgeler,
- Taşıyıcılığı olan firmalar,
- Global gözetleme firmaları,
- Global lojistik ile ilgili sigorta işletmeleri”

3.1. Lojistik Faaliyetlere Aracılık Eden Kuruluşlar (FORWARDERS)

3.1.1. Freight Forwarder

Uluslararası pazarlamada Taşıma İşleri Komisyoncusu yerine, yaygın olarak Freight Forwarder kavramı kullanılmaktadır. (Canitez, 2011: 52) Freight Forwarderlar, yük sahipleri adına taşıma faaliyetini organize etmeleri karşılığında belli bir komisyon almaları gerekmektedir. Uluslararası literatüre baktığımızda “Freight Forwarder” olarak isimlendirilmiş olan bu kavram, Türkçe yazımızda taşıma işlemleri komisyoncularına ek olarak “nakliye müteahhidi, nakliye yüklenicisi ve taşıma işleri organizatörü” olarak çeşitli isimlerle anılmıştır. Yapılmış olan sözleşmelerde de “Freight Forwarder kavramı taşıma işleri komisyoncusu” olarak belirtilmektedir (Sevgili ve Nas, 2017: 157).

Taşıyıcı İşletmeler (Nakliye Firmaları): Bir yerden bir yere aktarılması gereken malların yük araçları ile taşınması nakliye olarak adlandırılır (Canitez, 2015). Nakliyenin depolama ve fiziki hareket olmak üzere iki temel bileşeni vardır.

Antrepo, Sundurma ve Depolar: İhracat ve ithalatı daha serbest bir ortamda gerçekleştirmek için antrepo ve sundurma hizmeti veren firmalar bulunmaktadır. Antrepo kelimesi Fransızca kökenlidir ve TDK’ya göre ‘gümrüklere gelen malların konulduğu, korunduğu yer’ anlamına gelmektedir. Sundurma ise gümrükte malların depolandığı üstü kapalı, yanları açık bir çeşit büyük ambar anlamına gelmektedir.

Sundurma yalnızca ticarete kullanılacak ürünler için değil kişilerin ithal ettiği kişisel eşyalarını depolamak için de açılabilir (Canitez, 2016).

Gümrük Müşavirlik Hizmetleri Sunan İşletmeler: 90'lı yıllarda gümrük komisyonculuğu denilen gümrük müşavirliği uluslararası ticareti söz konusu olan malların bir ülkeden diğer ülkeye giriş ve çıkış işlemlerini gerçekleştirmek için yetkili kişilere verilen isimdir. Firmalar bir gümrük müşaviri ya da gümrük müşavirlik işletmeleri ile çalışmak zorunda değildir fakat gerçekleştirecekleri işlemlerin sağlıklı ve hızlı yürütülmesi için gerekli görmektedirler.

Serbest Bölgeler: Serbest bölge, bir devletin egemenlik sınırının içerisinde bulunmasıyla beraber; o devletin gümrük sınırlarının içerisinde bulunan, değişik amaçlar ile kurulan ve bu amaçlar ile hizmet eden sinai ve ticari faaliyetler yönünden devletin diğer bölgelerinde daha fazla teşvik gören, sınırlar belirlenen ve sıkı bir biçimde korunmuş olan bölgelerdir (Ebiri, 2000: 45).

Uluslararası Lojistikle İlgili Sigorta Firmaları: Uluslararası ticarete konu olan malın başına gelebilecek zararlara yönelik yapılan sigortadan sorumlu firmalardır (Canitez, 2015). Firmalar riski en aza indirmek için bu sigortalara başvururlar.

Uluslararası Gözetim Şirketleri: Uluslararası ticarete konu olan ürün ve hizmetlerden istenilen yerlerde, istenilen zamanlarda ve miktarlarda hazır bulundurulmasını denetleyen kuruluşlardır (Canitez, 2014: 196). İhracatçı ve/veya ithalatçı, dış ticarete konu olan ürünler ile ilgili olarak üstünde anlaştığı hususları yerine getirildiğinden emin olabilmek için uluslararası gözetim firmalarında başvurumaktadırlar. Global gözetim firmaları ürünlerin özelliklerini, miktarını, fiyatını, kalitesini vb. hususlarda analizler ve ölçümler yaparak bir rapor düzenlemektedirler. Dış ticaret bu gözetim raporundaki verilere güvenerek gerçekleştirilebilmektedir. Bu çerçevede, "Ticaret Bakanlığı" tarafından global gözetim firmaları statüsü verilmesi ile, gözetim firmalarının uzman altyapı ve personel gibi asgari koşullar ile sahip olduğu hususlar, devlet tarafından onaylanmış olmaları gerekmektedir.

3.2. Profesyonel Lojistik Kurumları

- 1. APICS – Üretim Yönetimi Derneği:** Üç farklı sertifikasyon imkanı sağlamaktadır. Üretim yönetimi ve tedarik zinciri konuları üzerinde yoğunlaşmış bir lojistik kurumudur.

2. **Amerikan Ulaştırma ve Lojistik Derneği (AST&L):** Dört farklı sertifikasyon imkanı sağlamaktadır. Lojistik ve ulaştırma alanlarında küresel imkanlar üzerinde durup profesyonel sertifikalara aracı bir kuruluştur.
3. **Depolama Eğitimi ve Araştırması Konseyi (WERC):** Depolama ve dağıtım konularında eğitim veren bir lojistik kurumdur.
4. **Uluslararası Lojistik Derneği (SOLE):** Dört farklı sertifikasyon imkanı sağlamaktadır. Önceki zamanlarda lojistik mühendisleri olarak bilinmekteydi.
5. **Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi (CSCMP):** Üç aşamalı SCPro sertifikasyon imkanı sağlamaktadır.
6. **Birleşik Krallık'ta Yetkili Lojistikçiler ve Nakliyeciler Kurumu – CILT (UK):** Nakliye ve tedarik zinciri konularını içermektedir. Bağımsız bir profesyonel kurum olmakla birlikte yetkin üyelik imkanı sağlayan bir lojistik kurumudur.

Ülkelerin lojistik performanslarını ölçmek adına çeşitli endeksler oluşturulmuştur. Bunlar;

- *“Lojistik Performans Endeksi*
- *Yeni Gelişen Pazarlar Lojistik Endeksi*
- *Baltık Kuru Yük Endeksi*
- *Küresel Lojistik Rehberi*
- *Düzenli Hat Taşımacılığı ve Bağlanabilirlik Endeksi”*

Yeni Gelişen Pazarlar Lojistik Endeksi: Gelişmekte olan ülkelerden seçilen 41 ülke şartlarının lojistik verimliliğini ölçmek için “Yeni Gelişen Pazarlar Lojistik Endeksi” geliştirilmiştir. Bu endeks sayesinde gelişmekte olan ülkelerin lojistik performansı birbirleri ile karşılaştırılarak değerlendirilmektedir. Endeks üç değişkenden oluşmaktadır. Bunlar (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015);

- Pazar büyüklüğü
- Piyasa uyumluluğu
- Bağlantılılık

Küresel Lojistik Rehberi: Yılda bir kez Inbound Logistics Dergisi tarafından hesaplanır ve ülkelerin lojistik performanslarının birbiriyle karşılaştırılması yapılır. Üç temel bileşeni vardır. Bunlar; (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015)

- Ulaştırma Altyapısı
- Bilgi ve İletişim Teknolojileri Yeteneği
- İş Kültürü

Üç temel bileşen puanlaması ayrı ayrı yapıldıktan sonra ülkelerin puanları belirlenir ve birbirleriyle karşılaştırılır. Ulaştırma altyapısı puanı 1-4 puan arasında, bilgi ve iletişim teknolojileri yeteneği 1-3 puan arası ve iş kültürü 1-3 arası puanlanır. Ortaya çıkan toplam puan ülkelerin lojistik yetkinliğini ortaya koyar.

Düzenli Hat Taşımacılığı: 2004 yılından itibaren kullanılmaya başlanmış olan bu endeks Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı tarafından oluşturulmuştur. Endeks puanının yüksek olması doğrudan denizyolu taşımacılığının gelişmişliği ile alakalıdır. Ülkelerin, gemi sayılarını, gemilerin konteyner taşıma kapasitelerini, hizmet büyüklüğünü ve ülkelerin limanlarına uğrayan en büyük geminin boyutları öğrenilerek ülkelerin denizyolu taşımacılığına uyum düzeyini belirlemek hedeflenir (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015).

3.3. Lojistik Performans Endeksi (LPI)

Lojistik faaliyetler global ortamda ülkelerin ön plana çıkmasına yardımcı olur. Ülkelerin lojistik performansını ölçmek için Dünya Bankası bir ölçek kullanmaktadır. Lojistik Performans Endeksi (LPI) ülkelerin lojistik performanslarını ölçmeye yarar. Ülkelerin küresel pazarlarda yer edinmesi için ihracatın önemi ve dolayısıyla lojistik performansın önemi büyüktür. Küresel lojistik performans endeksi ilk olarak 2007 yılında kullanılmıştır. Sonraki ölçümler 2010, 2012, 2014, 2016 ve 2018 yıllarında Dünya Bankası tarafından yapılmıştır (Yapraklı ve Ünal, 2017). LPE 2018 160 ülke arasında karşılaştırma yapmaya olanak sağlamıştır. Lojistik performans endeksi sayesinde ülkelerin detaylı bilgilerini ve ticaret yaptıkları ülkeleri öğrenmek mümkündür. Lojistik performans ölçmeye yarayan boyutlar vardır ve bu boyutlar kullanılarak ülkelere 1'den 5'e kadar puanlama yapıp lojistik performansları değerlendirilir. Ülkeler her boyuta göre farklı sıralamada olabilirler. Ülkelerin lojistik performans endeksi ölçümünde belirleyici olan çeşitli alt başlıklar mevcuttur (Ofluoğlu vd., 2018).

3.4. Lojistik Performans Endeksi Boyutları

- *“Gümrük*
- *Altyapı*
- *Lojistik Yetkinlik*

- *Zamanlama*
- *Uluslararası Sevkiyatlar*
- *Takip ve izleme”*

Ülkeler LPE puanları dağılımına göre dört grup altında değerlendirilmektedir. Bunlar;

“LPE 1: Lojistikte kötü olan ülkeler,

LPE 2: Lojistikte kısmen iyi performans gösteren ülkeler,

LPE 3: Lojistikte istikrarlı performans gösteren ülkeler ve

LPE 4: Lojistik dostu ülkelerdir (Bayat ve Özdemir, 2016:2).”

Yıllara göre LPI ilk 10 ülke listesi aşağıda verilmiştir. Sırasıyla;

“2007: Singapur, Hollanda, Almanya, İsveç, Avusturya, Japonya, İsviçre, Hong Kong, İngiltere, Kanada.

2010: Almanya, Singapur, İsveç, Hollanda, Lüksemburg, İsviçre, Japonya, İngiltere, Belçika, Norveç.

2012: Singapur, Hong Kong, Finlandiya, Almanya, Hollanda, Danimarka, Belçika, Japonya, ABD, İngiltere.

2014: Almanya, Hollanda, Belçika, İngiltere, Singapur, İsveç, Norveç, Lüksemburg, ABD, Japonya.

2016: Almanya, Lüksemburg, İsveç, Hollanda, Singapur, Belçika, Avusturya, İngiltere, Hong Kong, Amerika.

2018: Almanya, İsveç, Belçika, Avusturya, Japonya, Hollanda, Singapur, Danimarka, Birleşik Krallık, Finlandiya”

Lojistik faaliyetleri sebebiyle ortaya çıkmış olan maliyetler lojistik maliyetinin çerçevesine girmektedir. Lojistik maliyetlerin, anketlerin, istatistiksel yöntemlerin ya da vaka araştırmaları yardımı ile hesaplanmaları gerekmektedir (Rantasila ve Ojala, 2012: 10). Ana lojistik faaliyeti ilgili yapılan sınıflandırmalara dayandırılan lojistik maliyetinin bileşimlerinin aşağıdaki gibi sıralandığı görülmektedir (Lambert ve diğ., 1998: 17):

- *“Taşıma maliyeti,*
- *Depolama maliyeti,*
- *Envanter maliyeti,*

- *Sipariş işleme maliyeti,*
- *Tedarik, elleçleme, dağıtım ve elden çıkarma giderleri,*
- *Müşteri hizmetleri giderleri”*

Türkiye’de lojistik faaliyetler 1990 yılında önem kazanmıştır. Türkiye’nin üç tarafının denizlerle çevrili olması lojistik anlamda önemli bir avantajdır ve daha birçok avantajı bulunmaktadır. Bunlardan bazıları;

- Türkiye; Asya, Avrupa, Kuzey Afrika ve Orta Asya ülkeleri arasında stratejik bir alanda yer alan lojistik üs konumuna sahip bir transit geçiş ülkesidir.
- Ulaştırma altyapısının kuvvetli olması, kombine taşımacılık imkanlarını genişletmektedir.
- Kamyon filosuyla karayolu taşımacılığında yeterli sermaye birikimi sağlanarak, Avrupa ile rekabet edebilirliğini güçlendirmektedir.
- Genç ve dinamik bir nüfusa sahip olan Türkiye’de lojistik sektörüne düşük maliyetli, ucuz işçilik sağlayabilecek fırsat vardır.

Türkiye’de lojistik sektörünün geliştirmek için yalnızca o sektöre yatırımlar değil diğer sektörlerde de yatırımlar yapılmalıdır. Lojistik konusunda rekabet üstünlüğü elde etmek için;

- Doğru kararlar verilmeli ve doğru stratejide ilerlenmeli
- Ulaştırma altyapısı güçlendirilmeli
- Gümrük işlemleri geliştirilmeli
- Araştırma geliştirme çalışmalarına önem verilmeli
- Yeniliklere her zaman açık olunmalı

Dünya lojistik merkezlerinden bazıları;

- Rotterdam
- Singapur
- Parma
- Alliantexas
- GVZ Nürnberg

Lojistik performans verileri incelendiğinde puanı en yüksek ülkeler yüksek gelire sahip ülkelerken, en düşük puanlı ülkeler ise en fakir ülkeler olarak gözlemlenmiştir. Gelir seviyesi ile lojistik performansı doğru orantılıdır.

Tablo 1. Ülkelere Göre Lojistik Performans Endeksi Boyutları

ÜLKE	LPI PUANI	LPI SIRALAMASI
Almanya	4.19	1
Hollanda	4.07	2
İsveç	4.07	3
Belçika	4.05	4
Singapur	4.05	5
Birleşik Krallık	4.01	6
Japonya	3.99	7
Avusturya	3.99	8
Çin, Hong Kong	3.96	9
ABD	3.92	10
Danimarka	3.92	11
Finlandiya	3.92	12
İsviçre	3.91	13
BAE	3.89	14
Fransa	3.86	15
Lüksemburg	3.84	16
Kanada	3.81	17
İspanya	3.78	18
Avustralya	3.77	19
Norveç	3.74	20
İtalya	3.73	21
Yeni Zelanda	3.68	22
Kore	3.65	23
Tayvan	3.65	24
İrlanda	3.63	25
Çek cumhuriyeti	3.62	26
Çin	3.60	27
Portekiz	3.56	28
Güney Afrika	3.51	29
Katar	3.50	30
Polonya	3.50	31
Macaristan	3.41	32
İsrail	3.39	33
Tayland	3.36	34
Malezya	3.34	35
Estonya	3.30	36
Türkiye	3.29	37

Kaynak: Dünya Bankası, Lojistik Performans Endeksi, 2018

Türkiye ilk olarak 2006 yılında lojistik merkez çalışmalarına başlamıştır.



Şekil 2. Türkiye’de Faaliyette Olan Lojistik Merkezler

Kaynak: tcdd.gov

12 adet hali hazırda faaliyette olan lojistik merkez bulunmaktadır. Bunlar; “Halkalı/İstanbul, Köseköy/İzmit, Gelemen/Samsun, Gökçöy/Balıkesir, Hasanbey/Eskişehir, Uşak, Kalkık/Denizli, Kayacık/Konya, Türkoğlu/Kahramanmaraş, Palandöken/Erzurum, Kars, Yenice/Mersin.”

Şu an yapımı devam eden 3 adet lojistik merkez bulunmaktadır. Bunlar; “Kemalpaşa/İzmir, İyidere/Rize ve Sivas.”

Projesi tamamlanan 3 adet lojistik merkez bulunmaktadır. Bunlar; “Çerkezköy/Tekirdağ, Bozüyük/Bilecik ve Boğazköprü/Kayseri.”

Son olarak 5 adet etüt ve planlama aşamasında olan lojistik merkez vardır. Bunlar; “Mardin, Habur, Çandarlı/İzmir, Yeşilbayır/İstanbul ve Filyos/Zonguldak.”

3.5. Türkiye Lojistik Durumu

Ülkemiz bir lojistik üssü olacaktır mesajlarını veren Türkiye, Avrupayla Orta Doğu ve Orta Asya arasında transit bir devlet konumunda olması, “demir yolları, kara, deniz, boru hattı ve hava taşımacılığı” projeleriyle alt yapıların güçlenmesi gerekmektedir. Ayrıca, TCDD’nin vermiş olduğu desteklerin ve limanların özelleştirilmesiyle intermodal taşımaya dönük yatırımlara hız verilmesi gerekmektedir (Yıldıztekin, 2018).

Küreselleşme ile dünya çapında yaşanan gelişmeler ulaşım da yansımış olup lojistik faaliyetler hız kazanmıştır. Petrol rezervlerinin çoğunu içinde bulunduran “Ortadoğu ve Orta Asya ülkeleri” arasında köprü konumunda olması Türkiye’nin lojistik önemini gözler önüne sermektedir.

Son 10 yıl verilerine bakıldığında Türkiye lojistik performansının tüm alt bileşenlerinde olumlu yönde ilerleme gözükmemektedir. Tüm yıllar ve verilere bakıldığında Türkiye açısından en iyi performans 2012 yılında gerçekleşmiştir. Türkiye’nin iyi coğrafi konumunda olması, 783 bin 542 kilometre kare yüzölçümü, yoğun bir nüfusu olması, tecrübeli bir devlet olması, etraflarının denizler ile çevrilmiş olması, limanların alt yapısının verilmiş olmasıyla, genç dinamik nüfusları, önemli insan kaynaklarına sahiplikleri, devletlerin arasında köprü devlet vazifelerini görmeleri gibi, kriterleri dikkate alındığında ülkemizin dünya lojistik sektörünün bir üssü olma potansiyeli taşıdığını söylememiz gerekmektedir.

Türkiye’nin içerisinde yer aldığı gümrük birliği anlaşmaları lojistik performansının artmasına etkindir.

2016 LPI verilerine göre Türkiye 160 rakip arasında 3.42 puan ile 34. sıradadır. Rusya krizi, Irak ve Suriye’deki siyasi karışıklıklardan dolayı, Orta doğuya giden kara ulaşımlarında yaşanmış olan aksaklıkların ve 15 Temmuz darbe girişimden sonra yatırımın genel anlamında beklemeye alınması sebebiyle AB’nin sınır geçişlerini zorlaştırmaları, devletimizin lojistik sektörünü negatif yönde etkilemiştir.

Ortadoğu’ya giden kara ulaşımında yaşanan aksaklıklar ve 15 Temmuz darbe girişimi sonrası yatırımların genel anlamda beklemeye alınması nedeniyle AB’nin sınır geçişlerini zorlaştırması, ülkemiz lojistik sektörünü olumsuz etkilediği görülmektedir. Lojistik, ülkelerin büyüme rakamlarını doğrudan etkilemektedir. GSYİH tablosunda lojistik sektörü %10 ile %20 arasındadır. Teknolojik gelişmeler, globalleşme, gümrük mevzuatındaki değişimler, değişen pazar ve müşteri beklentileri ülkeler arası rekabeti artırmaktadır.

2016 yılında LPI sıralamasında 34. Sırada yer alan Türkiye lojistik performansı %75,1 ve ilk sıradaki Almanya’nın lojistik performansı %100 olarak açıklanmıştır.

Türkiye 2017-2018 yılları lojistik performans değişimleri ve puanları ile incelendiğinde inceleme bulguları olarak Türkiye lojistik performans endeksi verilerinin yıllara göre istikrarlı bir şekilde ilerlemediği gözlemlenmiştir. Türkiye’nin avantajları

değerlendirmesi, dezavantajları da avantaja çevirmesi, rekabet üstünlüğü sağlamaya çabalaması gerektiği anlaşılmıştır. Türkiye coğrafi konum açısından şanslıdır. Fakat coğrafi konum şansı tek başına yeterli değildir ki bu da üst basamaklarda yer almaması ile kanıtlanabilir. Lojistik üretimden tüketim dağıtım dahil bütün aşamaları kapsadığı için üretim ne kadar iyi olursa lojistik performans o kadar artar. Türkiye lojistik performans endeksine bakıldığında genelleme yapacak olursak 30. Sıradan aşağı düşmediğini görüyoruz. Türkiye özellikle 2018 yılında lojistik performans endeksinde kayda değer bir düşüş yaşamıştır. Elektronik ticaretin önemli derecede arttığı, lojistiğin ticaretin ana faktörlerinden biri olduğu dünyada, Türkiye'nin lojistik performansının düşüş göstermesi ve gerekli düzenlemelerin yapılmaması, önlemler alınmaması Türkiye'de henüz lojistik farkındalığın oluşmadığını göstermektedir.

2020 yılında ortaya çıkan küresel salgın nedeniyle lojistik faaliyetler durma noktasına gelmiş ve tüm dünya bu salgından ekonomik ve sosyal olarak etkilenmiştir. 2021 yılı lojistik anlamında kısmen de olsa toparlanma süreci olmuştur. Bu süreçte Türkiye ihracatı artarken ithalatın azaldığı görülmüştür.

Tablo 2. Türkiye Lojistik Performans Endeksi Sıralaması 2007-2018

Yıllar	LPI Sıra	LPI Puan	Gümrükleme	Altyapı	Uluslararası Sevkiyatlar	Lojistik Yetkinlik	Takip ve İzleme	Zamanlama
2007	34	3,15	3	2,94	3,07	3,29	3,27	3,38
2010	39	3,22	2,82	3,08	3,15	3,23	3,09	3,94
2012	27	3,51	3,16	3,62	3,38	3,52	3,54	3,87
2014	30	3,50	3,23	3,53	3,18	3,64	3,77	3,68
2016	34	3,42	3,18	3,49	3,41	3,31	3,39	3,75
2018	47	3,15	2,71	3,21	3,06	3,05	3,23	3,63
Ortalama	37	3,29	2,94	3,36	3,19	3,23	3,37	3,68

Kaynak: World Bank, 2018.

Tablo 3. Yıllara Göre Dış Türkiye Dış Ticaret Verileri

		Değer: Bin ABD \$						
		İhracat		İthalat		Dış ticaret dengesi	Dış ticaret hacmi	İhracatın ithalatı karşılama oranı
Yıllar	Değer	Değişim	Değer	Değişim	Değer	Değer		
Years		(%)		(%)			(%)	
2013	161 480 915		260 822 803		-99 341 888	422 303 718	61,9	
2014	166 504 862	3,1	251 142 429	-3,7	-84 637 567	417 647 291	66,3	
2015	150 982 114	-9,3	213 619 211	-14,9	-62 637 098	364 601 325	70,7	
2016	149 246 999	-1,1	202 189 242	-5,4	-52 942 243	351 436 241	73,8	
2017	164 494 619	10,2	238 715 128	18,1	-74 220 509	403 209 747	68,9	
2018	177 168 756	7,7	231 152 483	-3,2	-53 983 726	408 321 239	76,6	
2019	180 832 722	2,1	210 345 203	-9,0	-29 512 481	391 177 924	86,0	
2020	169 637 755	-6,2	219 516 807	4,4	-49 879 052	389 154 562	77,3	
2021	225 291 385	32,8	271 424 473	23,6	-46 133 088	496 715 859	83,0	

Kaynak: Tük

3.5.1. Konya Lojistik Durumu

Tarihin her döneminde ticaret yollarının geçiş noktası olması ve ipek yolu üzerinde olması sebebiyle Anadolu'nun en kıymetli yerleşim yerlerinden biri olan Konya ili coğrafi konumu dolayısıyla lojistik merkez olma potansiyelindedir. “*Karayolları ile 3 saatte 10 milyon kişiye, 6 saatte Türkiye nüfusunun %80'ine erişim Konya için mümkündür. Demiryolu ulaşımı ile Konya'dan Eskişehir ve Ankara'ya 1 saat 50 dakikada ve İstanbul'a 4 saat 15 dakikada ulaşılmaktadır.*” Demiryolu ve karayolu bağlantı noktası olması, geniş üretim ağı, yeni kurulan lojistik merkezi ve doğal kaynaklara ulaşım kolaylığı gibi sebepler Konya ilinin lojistik performansını olumlu yönde etkilemektedir. 2000 yılında faaliyete geçen Konya Havalimanı 2014 yılında yeni terminale geçiş yapmış olup 23 bin 640 metrekare kapalı alana sahiptir. Kargo taşımacılığı yapılan havaalanları arasında Konya Havaalanı da yer almaktadır.

İl bazında değerlendirme yapıldığında Konya sanayisi ve tarımsal faaliyetleri, bankacılık ve finans sektörlerinin gelişmişliği, organize sanayi bölgelerinin yeterliliği ile diğer illerin ortalamasından yüksektir. Bu özellikleri ile Konya ülke ekonomisine oldukça fazla katkı sağlamaktadır. Fakat tüm bunların yanında mesleki eğitim yetersizliği, dünya standartlarını yakalayamama, risk almaktan korkan üreticiler, su

kaynaklarının yetersizliği ve yeniliklere açık olamama gibi konular Konya lojistik performansı için sorun yaratmaktadır.

2020 yılının Ekim ayında faaliyete geöen ‘Kayacık Lojistik Merkezi’ ile Konya ilinin transit geöişin önemli bir noktası haline getirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca bu lojistik merkezin Türkiye’nin uluslararası taşımacılık alanındaki payını da artırarak yaklaşık 1 trilyon dolar ihracatı desteklemesi hedeflenmiştir. Kayacık Lojistik Merkezi 1 milyon metrekaare alanı ile 1,7 milyon ton taşıma kapasitesine sahiptir. Havaalanına çok yakın olması sayesinde havayolu taşımacılığına fayda sağlayan bu merkez ayrıca Mersin demiryolu hattı sayesinde de limana ulaşımı kolaylaştırıp denizyolu taşımacılığını da olumlu yönde etkilemiştir. Bu sayede Konya ve Türkiye’nin uluslararası rekabet gücü artacaktır. Kayacık Lojistik Merkezinin sağladığı hizmetler;

- Intermodal taşımacılık
- Depolama ve ambarlama
- Gümrük alanı
- Yükleme-boşaltma-elleöleme-tartı
- Tır park hizmetleri
- Akaryakıt transfer hizmetleri

Bunlara ek olarak bakım-onarım, toplantı ve konferans salonları, yemek ve sosyal tesisler, güvenlik, ofis imkanı, sergileme alanları gibi yardımcı hizmetler de sunulacaktır.

3.6. Literatür Taraması

Yapraklı ve Ünalın (2017) yapmış oldukları araştırmaların ölkemizin son on sene içindeki lojistik performanslarını ele almışlardır. Ölkemizin iyi coğrafi konumda olmasıyla, yoğun nüfusunun olması, lojistik faaliyetlerinde tecrübeli bir devlet olması, etraflarının denizler ile çevrili olmasıyla ve limanların verimli olmasıyla, genç dinamik nüfusuna sahip olması, önemli bir insan kaynağının olması, devletler arasında köprü vazifesi görmesi vb. kriterleri dikkate aldığımızda, ölkemizin dünya lojistik sektöründe birer üs olma potansiyeli taşımış olduğu vurgulanmaktadır.

Aksungur ve Bekmezci (2020) çalışmalarında uluslararası ticaretin olmazsa olmazı olan alt dalı lojistik faaliyetlerin Türkiye 2017-2018 yılları lojistik performans değişimleri ve puanlarını incelemiştir. Araştırma bulguları olarak Türkiye lojistik performans endeksi verilerinin yıllara göre istikrarlı bir şekilde ilerlemediği gözlemlenmiştir. Türkiye’nin

avantajları değerlendirmesi, dezavantajları da avantaja çevirmesi, rekabet üstünlüğü sağlamaya çabalaması gerektiğini vurgulamışlardır. Türkiye özellikle 2018 yılında lojistik performans endeksinde kayda değer bir düşüş yaşamıştır. Elektronik ticaretin önemli derecede arttığı, lojistiğin ticaretin ana faktörlerinden biri olduğu dünyada, Türkiye'nin lojistik performansının düşüş göstermesi ve gerekli düzenlemelerin yapılmaması, önlemler alınmaması Türkiye'de henüz lojistik farkındalığın oluşmadığını göstermektedir sonucuna ulaşılmıştır.

Emirkadı ve Balcı (2018) çalışmalarında globalleşme dolayısıyla lojistik sektöründe artan rekabetçi ortam ve lojistiğin ülkeler için önemini anlatmıştır. Ülke ekonomisinin büyümesine lojistik faaliyetlerin üstünlüğünün fayda sağladığını vurgulamıştır. Çalışmanın asıl amacı gelişen teknoloji, artan rekabet ve gelişen lojistik sektörü ışığında Türkiye dış ticaretini incelemektir. Çalışma sonucu olarak Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi konumu ele alındığında bir ulaşım politikası oluşturulması gerektiğini ortaya konmuştur.

Kaynak ve Satılmış (2016) çalışmalarında globalleşen dünya ile artan rekabet ortamında ülkelerin ve işletmelerin artan sorumluluklarıyla beraber yetkili mecralara karşı hesap verilebilir davranışlarının lojistik performansla ilişkisini ele almıştır. Veri toplama yöntemlerinden anket kullanılmış ve anketler bire-bir görüşme ile yapılmıştır. Beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Liman işletmelerinin gemi acentelerine hesap verebilirliği araştırılmıştır. Marmara bölgesi limanlarından hizmet alan 80 tane gemi acentesi belirlenmiş ve 80 acenteden 15'i transit gemilere hizmet verdiği için listeden çıkmıştır. Kalan 65 acente ile çalışma sürdürülmüştür. Korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılarak analizler elde edilmiş, bu analizler ile elde edilen bulgular sonucunda çevresel yönden hesap verilebilirliğin liman lojistik performanslarını pozitif yönde etkiledikleri görülmektedir. Liman firmalarının çevremize duyarlı olmaları gerektiği ve sürekli olarak dikkatli bir şekilde davranmaları gerektiğini sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir sonuca göre ise, şeffaflıklarının liman lojistik performanslarını pozitif yönde etkilediğidir. Ticari limanlar lojistik performanslarına hesap verilebilir boyutları ile arttırılabilir olduğunu ortaya koymaktadırlar. Özellikle de çevresel yönden hesap verilebilir ve şeffaflık ticari limanların lojistik performanslarına en fazla etki eden hesap verilebilir türlerin olduğuna vurgu yapmışlardır.

Bayraktutan ve Özbilgin (2015) çalışmalarında lojistik performans üzerinde etkili olan konuları ele almıştır. Ülkeler ve işletmeler açısından rekabet avantajı sağlamanın en

önemli konularından birinin lojistik üstünlük sağlamak olduğunu vurgulamışlardır. Temel bileşenler analizi tekniği ile 155 ülke için lojistik performans skorları, ağırlıklı ortalama alınmasıyla elde edilmiştir. Bulunan değer, endeks değeri olarak ülkenin lojistik performansını yansıtmaktadır. Sonuç olarak lojistik dünya ekonomisine en çok katkı sağlayan sektörlerin başında lojistik yer almaktadır. Tüm sektörlerle ilişkili bir sektör olduğu için tüm olumlu olumsuz olaylardan direk etkilenme potansiyeline sahiptir. İşletmeler ve ülkeler, rekabet üstünlüğü sağlamak için, üstün stratejik lojistik kararlar alıp ilerlemelidir.

Kılınç vd. (2019) çalışmalarında Dünya Bankasının 2007 yılında başlattığı Lojistik Performans Endeksi (LPI) ile Türkiye, Çin ve Rusya Federasyonu'nun lojistik performansları karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Bu üç ülkenin lojistik performansları 6 temel fonksiyon ışığında hesaplanmıştır. Çalışmada Türkiye lojistik performansı incelemesi sonucunda ülkenin diğer bazı ülkeler arasında köprü konumda olması avantajı göz önünde bulundurulmuş fakat bu avantajı iyi değerlendiremediği ortaya konmuştur. Sonuç olarak Çin ve Rusya puan ve sıralamaya bakıldığında yükselen ivme göstermektedir, Türkiye ise puan ve sıralama bazında gerilemektedir.

Diğer bir çalışmada, Daşkan (2016) Dünya'da ve Türkiye'de lojistik kavramının gelişimini ele almış ve dış ticaret çerçevesinde incelemiştir. Aynı zamanda Türkiye'nin lojistik sektör analizi yapılarak güçlü, zayıf, fırsat ve tehdit unsurlarını ortaya koymuştur. Sonuç olarak lojistik faaliyetlerin dış ticareti direk olarak etkilediği ve Türkiye'nin büyümesinde çok önemli rol oynadığını belirtmiştir.

İmamoğlu (2018) çalışmasında TRA 1 Düzey 2 Bölgesindeki ihracatçı işletmelerin lojistik performans, işletme performansı ve ihracat performansı incelemiştir. İşletmelerin amaçlarına ulaşma doğrultusunda lojistikten nasıl faydalanacakları konusunu işlemiştir. Çalışmada amaçlanan; lojistik performansın işletme performansını ve ihracat performansını nasıl etkilediği ve ihracatın nasıl etkileneceğini göstermektir.

Araştırmanın sonucunda firmaların lojistik performanslarının işletme performansına ve ihracat performansına pozitif olarak etki ettiği ortaya sürülmektedir. İhracatçıların lojistik performansını firma performansına ve ihracat performansına aynı zamanda işletme performanslarına etki ettiği sonucuna varılmaktadır. Bu sonuçlara göre, firmaların rekabet üstünlükleri elde edebilmek suretiyle ve Pazar payını arttırmak için, lojistiğe vermiş olduğu önemi arttırmaları gerektiği vurgulanmaktadır.

Öztürk vd. (2018) çalışmalarında lojistik performans gelişmelerinin Avrupa Birliği ve MENA ülkelerinin uluslararası ticareti üzerindeki etkilerini çekim modeli kullanarak analiz etmiştir. Çalışmanın amacı lojistik performans endeksinin ülkeler üzerindeki etkisini araştırmak ve AB ve MENA ülkelerinin ihracatına yönelik etkilerini ortaya koymaktır. Bu araştırma için yatay-kesit analiz yöntemi kullanılmıştır. Çeşitli ülkelerin 2014 yılı lojistik performans endeks sıralamaları listelenmiştir. Çalışma 2007 ve 2014 yıllarında AB (12) ve MENA ülkelerinde lojistik performans endeksinin ve alt bileşenlerinin ihracat üzerindeki etkilerini çekim modelini kullanarak analiz etmektedir. Ayrı bir grafikte ülkelerin lojistik performansları değerlendirilmiştir ve en iyi lojistik performansa sahip bölgeler Doğu Asya & Pasifik ve Avrupa & Merkezi Asya iken, en kötü performansa sahip bölgeler Sahra Altı Afrika ve MENA'dır. Ülkelere ve yıllara göre yatay kesit analizi kullanılmıştır. Çalışmanın ana konusu olan lojistik performans endeksi ve alt bileşenlerinin AB (12) ülkeleri arasındaki ikili ticaret üzerindeki etkisi çoğu zaman pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Çalışma sonucu olarak lojistik performansın ülkelerin gelişmesi için çok önemli bir faktör olduğu ve ülkenin gelişmişlik düzeyinin anlaşılmasına yardımcı olduğu ortaya konmuştur. Ülkeler ve işletmeler büyümek istiyorsa lojistik performanslarını olumlu yönde revize edecek çalışmalar yapmalıdırlar kanısına varılmıştır.

Türkmen ve Sarıcan (2017) çalışmalarında Türkiye lojistik faaliyetler çerçevesinde elektronik ortamda yürütülen işlemleri incelemiştir. Bu çalışma özellikle Türkiye'de olan e-lojistik faaliyetlerine yönelik yürütülmüştür. Araştırmada yöntem olarak anket formu kullanılmıştır. 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. 414 işletmeye e-posta ile ulaşılmış ve 100 işletme ile anket gerçekleştirilebilmiştir. Analiz sonuçlarının doğruluğunu tespit etmek için Cronbach Alfa katsayısından yararlanılmıştır. Çalışmada daha sonra önümüzdeki yıllar için e-lojistik uygulamaları değerlendirilmiştir. E-lojistiğin işletmelere ve ülkelere olumlu yansımalarına değinilmiştir. E-lojistiğin önündeki engeller anlatılmıştır. Engellere örnek olarak teknoloji yeteneğinin eksikliği, öğrenme zorluğu, parasal sorunlar, uyum süreci, risk, belirsiz ortam gibi kavramlar gösterilmiştir. Sonuç olarak teknoloji alanında gözle görülür derecede ilerlemelerin lojistiğin öneminin anlaşılmasına ve lojistik faaliyetleri kolaylaştırmaya yardımcı olduğu ortaya konmuştur ve artan rekabet sonucu işletmelerin ayakta kalabilmek adına ve rakiplerinden ön plana çıkma istekleriyle lojistik faaliyetlere önem verdikleri görülmüştür.

Oğuz (2020) çalışmasında lojistiğin yalnızca askeri bir terim olarak kullanıldığı zamanlardan günümüze lojistik kavramı ve Türkiye ekonomisindeki yerini incelemiştir.

Türkiye'nin coğrafi konum olarak lojistik avantajlarını değerlendirmesi gerektiği ve yeni yaptırımlar uygulaması gerektiği konusunu eleştirel bir dille işlemiştir. Lojistikte taşımacılığın önemine değinilmiş ve taşımacılık türlerini açıklamıştır. Lojistik eğitimlerin artması gerektiği, yeterli bütçe ayrılması gerektiği, yeni ve doğru lojistik köyler kurulması gerektiği, yeni liman yerleri seçilmesi gerektiği, altyapı eksiklerinin tamamlanması gerektiği, gümrük işlemlerinin hızının artırılması gerektiği ve tüm bunlar ve daha niceleri eşliğinde Türkiye'nin uluslararası lojistik merkez haline gelebileceğini işlemiştir. Sonuç olarak küreselleşme ile ivme kazanan lojistik faaliyetlerin her alanda karşımıza çıktığını belirtmiş ve rekabet üstünlüğü kazanmak için lojistik faaliyetlere önem verilmeli, Türkiye var olan avantajlarını iyi kullanmalı ve dezavantajlarını da avantaja çevirecek adımlar atmalıdır kanısına varmıştır.

Emirkadı (2015) çalışmasında küreselleşme ile boyut atlayan lojistik kavramının Türkiye dış ticaretine olan etkilerini araştırmış, lojistik faaliyetlerin ekonomiye ve sosyal yaşantıya katkılarına değinmiştir. Türkiye ekonomisini lojistik uygulamalar çerçevesinde ele almıştır. Genel anlamda Türkiye'nin lojistik faaliyetlerini değerlendirmiş, sonuç olarak ise Türkiye'nin büyüme yöntemi olarak ihracat ve dolayısıyla lojistik sektörü olduğunu, ulaşım ve altyapı çalışmalarının hızlanması gerektiğini, lojistik anlamda eğitimler gerektiğini vurgulamıştır.

Şimşek ve Yiğit (2019) çalışmalarında ilk olarak ulaşım ve haberleşmenin bir ülkenin stratejik sektörleri olduğuna değinmiş, bu alandaki her türlü gelişmenin bu alanda oluşacak maliyeti düşürdüğü ve bu sebeple de yatırım yapacak yabancı yatırımcının ilgisini çekeceğini belirtmiştir. Ülkede yabancı yatırımcının artması ticari hacmi ve dolayısıyla istihdam sağlanması bu sayede de ekonomik büyüme ve kalkınmanın yaşanacağından bahsedilmiştir. Ayrıca bu artış ile ülkede uygulanan bazı ticari engelleri de kaldırabileceği söylenmiştir. Lojistik hizmetlerinin itici bir güç olduğundan bahsedilmiştir. Bu çalışmanın en büyük amacı "Orta-Doğu Avrupa ülkeleri ve Türkiye için ihracatın ekonomik büyüme üzerinde lojistiğin etkisini"nin araştırılmasıdır. Araştırmanın analizinden elde edilmiş olan bulgular lojistik performanslarının ve ihracatları tarafından belirtilen devletlerdeki finansal büyümelerin üstünde istatistiksel olarak pozitif bir etkiye sahip olduğu belirtilmektedir. Sonuç olarak günümüzdeki finansal genişlemenin düzenli bir yükselen bir ihracatın artışıyla ilgili mümkün olacaklarına, ihracatta yaşanılmış olan artış rekabetini getirmektedir ve artan rekabet ile ilgili kaynakların etkin bir biçimde kullanımına olanak sağlayacağı ileri sürülmektedir.

Yıldız ve Wolff (2018) çalışmalarında lojistiğin globalleşme ile artan önemi, dünyada ve Türkiye’de yaşanan lojistik faaliyet gelişmeleri incelemiştir. Bu çalışmanın ana hedefi lojistiğin artan önemini vurgulamaktır. Lojistik kavramının yalnızca tedarik ya da dağıtım olmadığı, ürünün üretimden tüketime kadar olan tüm aşamaları kapsadığı tanımlanmıştır. Lojistik performans endeksi anlatılmış ve Türkiye’nin lojistik performansı değerlendirilmiştir. Türkiye’nin lojistik performansını artırıp uluslararası alanda lojistik üs olma hedefinden bahsedilmiştir. Türkiye’nin Dünya Bankası tarafından yapılan endeks raporunda 160 ülke arasında hangi sıralarda olduğu tablo yardımı ile gösterilmiştir. Daha sonra Türkiye lojistik sektörü SWOT analizi ile değerlendirilmiştir. Güçlü ve zayıf yönleri, fırsatlar ve tehditleri açıklanmıştır. Sonuç olarak ise Türkiye büyüme hedeflerine ulaşmak için lojistik faaliyetlerde ön plana çıkmaya çalışmalı ve rekabetçi ortamda üstünlük sağlamalıdır kanısına varılmıştır.

Başar ve Bozma (2017) çalışmalarında “2007-2014 yılları arası 71 ülke için Havuzlanmış Panel Veri analizi kullanılarak Lojistik Performans Endeksinin (LPI) makroekonomik ve politik belirleyicilerini” açıklamıştır. Tedarik zincirinde lojistik yönetiminin önemi örneklerle anlatılmış, globalleşen dünyada rekabet ortamının lojistik faaliyetler ile arttığına değinilmiştir. Alt bileşenler ışığında lojistik performans hesaplamaları anlatılmış ve nasıl puanlandığı açıklanmıştır. Lojistik performans endeksinin belirleyici güçlerini anlamak için 71 ülke için 2007-2014 yılları ele alınmıştır. Makroekonomik etkilerin ölçülebilmesi için çeşitli veriler kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen veriler sonucunda ülkelerin lojistik performansları ile gelişmişlik düzeyleri arasında doğru orantı olduğu tespit edilmiş, ekonomik ve politik anlamda gelişmenin lojistik performansı artıracağı vurgulanmıştır.

Kaynak ve Zeybek (2007) çalışmalarında globalleşmeyle beraber artan istek ve ihtiyaçların lojistik sektörünü geliştirdiği ve dolayısıyla bu sektörün ekonomiye ve çevreye etkisini işlemiştir. İntermodal taşımacılık ve intermodal terminaller tanımlanmıştır. Çalışmanın ana hedefi ulaşımın olmazsa olmazı intermodal taşımacılığın ve intermodal terminallerin önemini vurgulamaktır. Globalleşme ile intermodal taşımacılık ilişkisine değinilmiştir. Daha sonra intermodal terminallerin gelişimi anlatılmıştır. Ulaşım sektörünün gelişmesiyle ve küreselleşmeyle beraber işletmeler ve ülkeler lojistik faaliyetlere daha çok önem verdiği, tedarik zincirinin ana unsuru olarak terminaller görüldüğü öne sürülmüştür. Çalışmanın yapıldığı yıllarda Türkiye artan ihracat oranıyla lojistik faaliyetlere oldukça önem vermektedir. Yıkıcı rekabet ortamında işletmeler ve ülkeler ayakta kalabilmek adına farklı lojistik stratejiler

geliştirmektedir. Sonuç olarak intermodal taşımacılığın gelişmesi gerektiği ve lojistik köylere önem verilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır.

Bakırcı vd. (2017) yapmış oldukları çalışmada Türkiye'nin lojistik faaliyetleri, dış ticaret politikaları ve gelecek yıllar için hedefleri ele alınmıştır. Küreselleşen dünya ortamında ülkelerin lojistik faaliyetlerini geliştirerek geliştiği ve Türkiye'nin lojistik anlamda coğrafi konumu dolayısıyla şanslı gözüktüğü vurgulanmıştır. Ülkenin lojistik sektöründeki gelişmeler doğrudan o ülkenin ekonomisiyle ilişkilidir ve bu yüzden ekonomik kalkınma hedefleyen ülkeler lojistik faaliyetlere önem vermelidirler sonucuna ulaşılmıştır.

Akçay (2019) yapmış olduğu çalışmada ülkelerin gelişmişlik düzeyini artırmak için lojistik faaliyetlerden nasıl faydalandığı, var olan ve yapılacak olan lojistik merkezler ve uluslararası ticaret konularını işlemiştir. Lojistik kavramının tarihsel gelişimini incelemiş ve lojistiğin alt bileşenlerini incelemiştir. Lojistik merkezlerinin yer seçimini etkileyen faktörleri anlatmış ve listelemiştir. Lojistik merkez seçerken öncelikli olarak coğrafi konuma, alanın yapısına, toprak elverişine, çevresel ve sosyal faktörlere, tarihsel çevreye ve kültüre, nüfusa ve şehirleşmeye dikkat edilmelidir sonucuna varmıştır. Lojistik merkezler ülke kalkınması açısından kilit rol oynamaktadır ve bu yüzden büyümeyi hedefleyen ülkelerin lojistik faaliyetlerini artırmakta fayda bulacaklarını vurgulamıştır.

Dilek ve Kesgingöz (2017) tarafından yapılan diğer bir çalışmada Türkiye'nin coğrafi konum olarak şanslı olmasının lojistik performansına etkisi ve uluslararası rekabet ortamında avantajlarını nasıl değerlendirdiği işlenmiştir. Küreselleşen dünya ortamında giderek ivme kazanan lojistik faaliyetlerin ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile doğru orantılı olduğu vurgulanmıştır. Bu çalışmada Dünya Bankası'nın Lojistik Performans Endeksi (LPI) baz alınarak yorumlamalar yapılmış ve kabul edilmiş uluslararası endekste Türkiye'nin konumu incelenmiştir. Türkiye'nin rekabet avantajı sağlamak amacıyla lojistik performans endeksi tablosunda ilk 10 sıralamada yer almayı hedeflediği ve yeterli önem verilip dikkatli çalışmalar yürütülürse önümüzdeki yıllarda lojistik merkez olma potansiyele sahiptir düşüncesi bu çalışmanın sonucunda öne çıkmıştır.

3.7. İhracat

İhracat: Belli bir mal veya finansal değerlerin yürürlükteki gümrük mevzuatlarını ve ihracat yönetmeliklerine uygun bir biçimde fiili ihracatların yapılmasını, bedelsiz bir biçimde ihracat haricinde konu olan bedelin yürürlükte bulunan kambiyo mevzuatı

kapsamında yurda getirilmesiyle, ülkemizin gümrük bölgesinin dışında, serbest bölgeye ya da finansal bakanlıkça ihracat kabul edilebilen yerlere çıkılmasıdır. İhracatın 3 ana özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Canitez, 2017: 40);

- “Yapılan işlemin ihracat mevzuatına uygun olması
- Fiili ihracatın gerçekleşmesi
- İhracattan kaynaklanan kambiyo taahhütlerinin kapatılması”

Fiili İhracat (İntaç): İhracata konu olan malın gümrük sınırını terk ettiği an fiili ihracat gerçekleşmiş olur. Serbest bölgeler, konsolosluklar ve siyasi sınır gümrük sınırı dışı kabul edildiğinden bu alanlara çıkan mal gümrük sınırını terk etmiş olur. İç uygulamada ise gümrüklemenin yapıldığı gümrük idaresince gümrük çıkış beyannamesinin kapatıldığı tarih intaç tarihi olarak geçer.

Serbest Bölge: Bir ülkenin milli sınırları içinde olmakla birlikte gümrük sınırı dışı sayılan ve o bölgede geçerli mali, idari ve hukuki birtakım düzenlemelerden kısmen yahut tamamen muaf tutulan ve o ülkenin normal yerlerinden fiziki birtakım bariyerlerle ayrılmış özellikli bölgedir.

Gümrük Sınırı: Siyasi sınır + serbest bölge + diplomatik alan

İhracat Süreci: İhracat performansı kavramını inceleyebilmek için öncelikle ihracat sürecinin üzerinde durulması ve anlaşılması gerekmektedir. İhracat kavramının 11 temel süreci vardır. Bunlar;

- “İhracatçı sıfatının kazanılması
- Pazar ve müşteri bulunması
- Müşteri ile detayların görüşülmesi
- Müşteri ile anlaşma sağlanması
- Akreditifin tarafımıza bildirilmesi
- Malların hazırlanması
- Belgelerin hazırlanması
- Gümrükleme
- Malların sevk aracına teslimi
- Sonuç işlemleri
- Kambiyo taahhütlerinin kapatılması” (Canitez,2017).

İhracat süreçleri de kendi aralarında aktif ve pasif olarak ikiye ayrılır;

Aktif olanlar: Pazar ve müşteri bulunması, müşteri ile detayların görüşülmesi, müşteri ile anlaşma sağlanması ve akreditifin tarafımıza bildirilmesi.

Pasif olanlar: İhracatçı sıfatının kazanılması, akreditifin tarafımıza bildirilmesi, malların hazırlanması, belgelerin hazırlanması, gümrükleme, malların sevk aracına teslimi, sonuç işlemleri ve kambiyo taahhütlerinin kapatılması.

İhracatçı sıfatının kazanılması: Firmaların ihracat yapabilmesi için öncelikle bazı şartları sağlaması gerekmektedir. Bunlardan ilki ihracatçı sıfatının kazanılmasıdır. İhracatçı sıfatı kazanmak için firmanın tacir sıfatını kazanması ve ilgili ihracatçı birliğine üye olması yeterlidir. İhracatçı birlikleri;

- *“Akdeniz İhracatçı Birlikleri*
- *Batı Akdeniz İhracatçılar Birliği*
- *Denizli İhracatçılar Birliği*
- *Doğu Anadolu İhracatçılar Birliği*
- *Doğu Karadeniz İhracatçı Birlikleri*
- *Ege İhracatçı Birlikleri*
- *Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri*
- *Hizmet İhracatçıları Birliği*
- *İstanbul İhracatçı Birlikleri*
- *İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri*
- *İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri*
- *Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri*
- *Uludağ İhracatçı Birlikleri*
- *Karadeniz İhracatçı Birlikleri” (Tim,2022).*

Bu tezde yürütülen çalışma Konya ilini kapsadığı için ilgili firmalar Orta Anadolu İhracatçı Birliklerine üyedir.

Pazar ve müşteri bulunması: Pazar ve müşteri bulunması firmaların dış ticaret bölümünün verimli bir pazar araştırması yapması ile gerçekleşebilir. Ancak etkin bir pazar araştırması çoğu zaman maliyetli olmaktadır. Bu maliyeti düşürmek adına firmalar bazı devlet destekleri almaktadırlar. Bu destekler sayesinde firmalar çoğu zaman doğru pazarları düşük maliyetle bulma fırsatı yakalarlar. Diğer işletme ve bireyler, internet ve çeşitli veri tabanları, ticari organizasyonlar ve fuarlar pazar ve müşteri bulma yöntemlerinden bazılarıdır.

Müşteri ile detayların görüşülmesi: Bir önceki aşamada hedeflenen müşterilere ulaşıldıktan sonra e-posta veya telefon yolu ile ihracata konu olan mal veya hizmetle ilgili detaylar müşteri ile görüşülür. Bu aşamada görüşmeyi yapacak uluslararası pazarlama elemanının yabancı dil yetkinliğinin kuvvetli olması gerekir. Ayrıca söz konusu mal veya hizmetin detaylarına da hakim olması ve iletişim yeteneğinin kuvvetli olması gerekir. Müşteri ile görüşülecek detaylar malın miktarı, fiyatı, kalitesi, ambalajlaması, teslim şekli ve yeri, teslim süresi, ödeme şartları, gerekli belgeler ve raporlar, satış sonrası hizmet, anlaşmazlık durumunda yapılacaklar ve diğer küçük detaylardır. Görüşmeler olumsuz sonuçlanırsa bir önceki aşama olan pazar ve müşteri bulunması aşamasına geri dönlür. Eğer tüm detaylarda anlaşılırsa ihracat sürecinin bir sonraki adımı olan müşteri ile anlaşma sağlanması aşamasına geçilir.

Müşteri ile anlaşma sağlanması: Bir önceki adımda karşılıklı konuşulanlar kabul edilmişse bir anlaşma yapılır. Bu anlaşma yazılı olmalıdır. Bu yazılı anlaşma ihracat sözleşmesi olabileceği gibi proforma fatura da olabilir. Her iki yazılı metin de mutlaka ıslak imzalı ve kaşeli olmalıdır ki geçerliliği konusunda şüphe olmasın. Bu yazılı anlaşmalar sayesinde ilerleyen zamanlarda ortaya çıkabilecek anlaşmazlıkların önüne geçilir.

Akreditifin tarafımıza bildirilmesi: Yapılan ticarete ödeme yöntemi akreditifliyse ihracatçı karşı tarafın akreditif açmasını ve kendine bildirmesini bekler. Ödeme akreditifli olabildiği gibi bazı diğer ödeme yöntemleriyle de gerçekleştirilebilir. Bunlar (Canitez, 2017);

- *“Peşin Ödeme*
- *Mal Mukabili*
- *Vesaik Mukabili*
- *Kabul kredili*
- *İthalatçı Firma Prefinansmanı ile Ödeme”*

Malların hazırlanması: Ticarete konu olan malların hazırlanması aşamasında müşteriyle senkronize hareket ederek isteğe uygun şekilde ve uygun zamanda hazır bulundurulması ihracatçının sorumluluğundadır.

Belgelerin hazırlanması: Bu aşamada iki tür belge vardır. Birincisi Türkiye’de işlem gören belgeler, ikincisi ise ithalatçı firma ülkesinde işlem gören belgelerdir.

Türkiye’de işlem gören belgeler;

- “Gümrük Beyannamesi
- Türkçe Fatura
- Türkçe Çeki Listesi
- A-TR Dolaşım Belgesi
- EUR-1 Dolaşım Belgesi
- Diğer”

İthalatçı ülkede işlem gören belgeler:

- “Taşıma Senetleri
- İngilizce Fatura
- İngilizce Çeki Listesi
- A-TR Dolaşım Belgesi
- EUR-1 Dolaşım Belgesi
- Menşei Şehadetnamesi
- Sigorta Poliçesi
- Diğer”

Gümrükleme: Bu aşama ilgili Gümrük Mevzuatı çerçevesinde gerçekleşir. İhracata konu olan mal gümrüklenirken ihracatçı bu işlemleri kendi yapabileceği gibi temsil yolu ile de yaptırabilir. Kendi yaptığı yönetime doğrudan temsil denir. Gümrük müşavirine yaptırması durumunda ise dolaylı temsil yolu ile yaptırabilir.

Malların sevk aracına teslimi: Gümrükleme işlemleri tamamlandıktan sonra malların sevk aracına teslimi aşamasına geçilir. Bu aşamada nakliye firmasının malları teslim aldığını ve taşıyıcı araca yüklediğini kabul ettiğini gösteren bir belge imzalanması gerekir. Bu belgeye taşıma senedi adı verilir. Taşıma senedi imzalandıktan sonra sorumluluğun tamamı ihracatçıdan taşıyıcıya geçer.

Taşıma Senetleri;

- “Denizyolu Konşimentosu
- Havayolu Konşimentosu
- CIM (Rail Consignment Note)
- CMR (Convention Merchandise Routier)”

İhracata konu olan mal denizyolu taşımacılığı kullanılarak teslim edilecekse Denizyolu Konşimentosu, havayolu tercih edilecekse Havayolu Konşimentosu, demiryolu tercih edilecekse CIM ve karayolu taşımacılığı tercih edilecekse CMR kullanılır.

Sonuç işlemleri: İhracatın son aşaması sonuç işlemleri ve kambiyo taahhütlerinin kapatılmasıdır. Sonuç işlemleri;

- *“KDV iadelerinin alınması*
- *Dahilde İşleme İzin Belgesi ile ilgili taahhütlerin kapatılması*
- *Hariçte İşleme İzin Belgesi ile ilgili taahhütlerin kapatılması*
- *Eximbank ile ilgili Taahhütlerin kapatılması”*

Olarak dört başlık altında toplanabilir.

Kambiyo taahhütlerinin kapatılması: Kambiyo taahhütlerinin kapatılması Türk Parasının Kıymetini Koruma Mevzuatı kapsamında gerçekleşir. İhracatçının yapmış olduğu ticaret sonucu elde ettiği kazanç bedelini ülkesine getirmesi ve Döviz Alım Belgesi (DAB) ile Türk Lirasına çevirmesi gereklidir. Ancak yapılan son düzenlemelere göre kambiyo takipleri kaldırılmıştır.

İhracat Çeşitleri:

- *“Özellik Arz Etmeyen İhracat*
- *Kayda Bağlı İhracat*
- *Konsinye İhracat*
- *Yurtdışı Fuar Ve Sergilere Katılım*
- *İthal Malların İhracatı*
- *Serbest Bölgelere İhracat*
- *Bağlı Muamele Ve Takas*
- *Transit Ticaret*
- *Ticari Kiralama*
- *Bedelsiz İhracat*
- *Yurtdışı Müteahhitlik Ve Müşavirlik Hizmetleri*
- *Ön İzne Bağlı İhracat*
- *Sınır Ticareti*
- *Kredili İhracat”*

Özellik Arz Etmeyen İhracat: Söz konusu malın ihracatını gerçekleştirmek için izin almayı gerektirmeyen ve herhangi bir özellik arz etmeyen ihracattır.

Kayda Bağlı İhracat: İlgili Müsteşarlıkça yayınlanan tebliğ ile belirlenen ihracatı kayda bağlı ürünleri ihraç etmek için firmalar üye oldukları ihracatçı birliklerine ürün kaydı yaptırıp gümrük beyannamesi onaylatır.

Konsinye İhracat: Söz konusu malın kesin satışının daha sonra yapılmak şartıyla dış alıcılara, komisyonculara ve temsilcilere gönderilmesidir.

Yurtdışı Fuar ve Sergilere Katılım: Ülke sınırları dışında ürünleri tanıtmak amaçlı gerçekleştirilen faaliyetlere katılım göstermek için gerçekleştirilen ihracat çeşididir.

İthal Malların İhracatı: İlgili rejim çerçevesinde daha önce ithal edilmiş malların ihracatı söz konusu olduğunda gündeme gelir, ihracat teşviklerinden yararlanılmaz ve KDV iadesi alınmaz.

Serbest Bölgelere İhracat: Bir ülkenin siyasi sınırı içinde yer almasına rağmen gümrük sınırı dışı kabul edilen ve o ülkede geçerli mali, hukuki ve idari yaptırımlardan kısmen veya tamamen muaf tutulan yerler serbest bölge olarak adlandırılır. Dolayısıyla bu bölgelere yapılan mal çıkışı yurtiçi ticaret olarak değil ihracat olarak gerçekleştirilir.

Bağlı Muamele Ve Takas: İhracata konu olan mala karşılık bedelin tamamının parasal olarak değil mal ile ödendiği veya kısmi olarak mal ile ödendiği ihracat çeşididir. Bu ihracat çeşidi finansal olarak zor durumda olan ülkeler için uygulanmaya başlamıştır.

Transit Ticaret: Serbest bölgelerden veya yurtdışından temin edilen malın ülke üzerinden doğrudan veya transit olarak geçişi transit ticaret olarak adlandırılır. İthalata ve ihracata ilişkin vergi, resim, harç ve fon tahsil edilmez.

Ticari Kiralama: Gümrük mevzuatı çerçevesinde yapılan ve söz konusu malın belirli bir süre kullanılmak şartıyla geçici ihraç edildiği bir sözleşmedir. Ticari kiralama süresi üç yılı aşamaz.

Bedelsiz İhracat: İhracata konu olan mal bedelinin yurda getirilmesi zorunlu olmayan ihracat çeşididir. Örnek olarak promosyon hediyeleri, numune örnekleri, garanti kapsamında yenileme, insani yardım malzemeleri gösterilebilir. Bedelsiz ihracatta ihracat desteklerinden bahsedilemez.

Yurtdışı Müteahhitlik ve Müşavirlik Hizmetleri: Yurtdışında inşaat, tesisat ve montaj işleri alan ve aynı iş için yurtdışına mal ihraç etmesi gereken müteahhitler için geçerli olan ihracat çeşididir.

Ön İzne Bağlı İhracat: İhracata konu olan malın ihraç edilebilmesi için yetkili kurumlardan izin alınmasını gerektiren ihracat çeşididir. Ön izin alındıktan sonra ihracat gerçekleştirilebilir. Bazı malların ise ihracatı kesinlikle yasaktır. İhracı yasak olan bazı mallar; tarihi eserler, hint keneviri, tütün tohumu ve fidesi, yaban hayvanları, odun, salep, yarış atları, veteriner ilaçları vb.

Sınır Ticareti: Siyasi sınırlarımıza komşu olan ülkelere yapılan ihracat çeşididir.

Kredili İhracat: İhracata konu olan döviz bedelinin Kambiyo Mevzuatı çerçevesinde belirlenen sürede ödenmesini gerektiren sözleşmedir. Türk Parasının Kıymetinin Korunması Kanunu üzerinde yapılan ve ihracattan kaynaklanana kambiyo taahhütlerinin kapatılması ile ilgili süre sınırının kaldırılmasıyla birlikte kredili ihracat kavramı tarihe karışmıştır.

3.8. İhracat Performansı

Kavram olarak ihracat performansı, ihracat pazarlaması araştırmalarında önemli bir etken olarak yer almaktadır. Birçok çalışmada ihracat performansı üzerinde etkisi bulunabileceği düşünülen kurumsal ve yönetsel nedenler araştırılmış ve bu nedenlerin ihracat performansı üzerindeki etkisi hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur. Ancak, yapılan çalışmalarda ihracat performansı kavramı üzerinde bir birlik sağlanamamıştır (Shoham, 1998: 59; Aktaran: Cura, 2017: 19).

3.8.1. İhracat Performansını Etkileyen Faktörler

- İşletme özellikleri
- Ürün özellikleri
- Endüstri özellikleri
- İhracat pazarı özellikleri (Cura, 2017: 21).

Zou ve Stan (1998) tarafından yapılan çalışmada ihracat performansını etkileyen faktörler kontrol edilebilir ve kontrol edilemez olarak ayrılmış ve bu faktörler firma içinde bulunan ve firma dışında bulunan olarak ayrıca sınıflandırılmıştır. Firma içinde; kontrol edilebilen:

- İhracat pazarlama stratejisi

- Yönetimin algı ve tutumları

Firma içinde; kontrol edilemeyen:

- Yönetim özellikleri
- İşletme özellikleri ve yetkinlikleri

Firma dışında; kontrol edilemeyen:

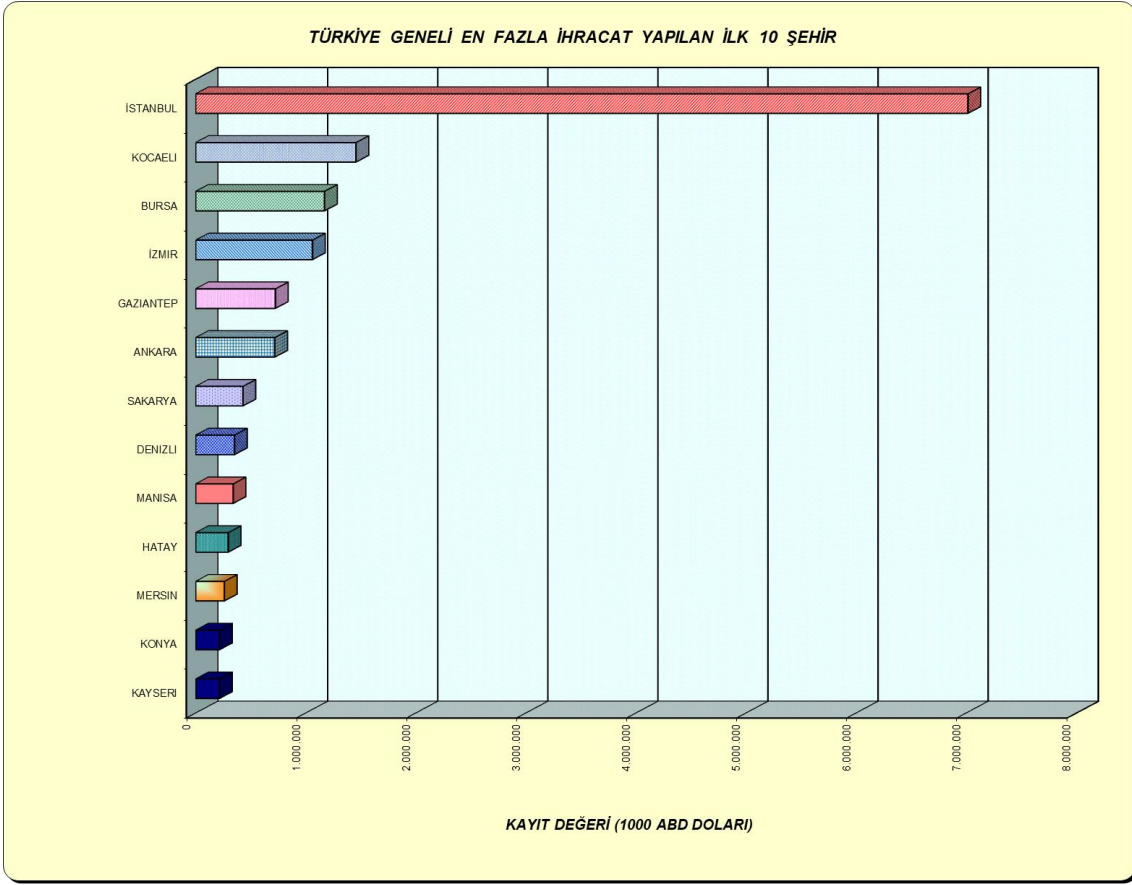
- Endüstri özellikleri
- Dış pazar özellikleri
- Yerel Pazar özellikleri (Zou ve Stan, 1998: 342, Aktaran: Cura ve Zerenler, 2017: 40).

Firma dışında gerçekleşen faaliyetlerden kontrol edilebilen özellik yoktur.

Tablo 4. İhracat Performansı Ölçütleri

Kategori No:	İhracat Performansı Ölçümünde Kullanılan Ölçütler
Finansal (objektif) Ölçütler	
1	Satış göstergeleri
2	Karlılık göstergeleri
3	Büyüme göstergeleri
Finansal Olmayan (subjektif) Ölçütler	
4	Algılanan başarı
5	Memnuniyet
6	Hedeflere ulaşma
7	Karma Ölçütler

Kaynak: Zou ve Stan 1998: 343, Aktaran; Cura 2017



Şekil 3. Türkiye Geneli En Fazla İhracat Yapılan İlk 10 Şehir

Kaynak: TİM

3.9. Konya Değerlendirmesi

Konya ili hem İç Anadolu Bölgesinin hem de Türkiye'nin üretim üssü olma potansiyeline sahip olup ülke ekonomisinde kayda değer katkıları vardır. Yüz ölçümü olarak en büyük il olduğu için gerek nüfus gerek toprak olarak üretim açısından oldukça verimlidir. Nüfus açısından baktığımızda Türkiye'nin en büyük 7. ili ve nüfusun %60,6 lık kısmı 35 yaş altı bireylerden oluşmaktadır. Bu avantaj Konya'nın iş gücü olarak önde olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin tahıl ambarı olan Konya un, şeker, tuz, süt, buğday, arpa, şeker pancarı üretiminde Türkiye birincisidir. Türkiye İhracatçılar Meclisi son verilerine göre Türkiye ihracatı son 12 ayda 220,978 milyar dolar ve yalnızca kasım ayında 21,468 milyar dolar olup Türkiye geneli ihracatçı firma sayısı 90.617 olmuştur. 2021'in ilk 11 ayında Konya'nın ihracatı 2 milyar 710 milyon dolar olarak açıklanmıştır. Bu oranla Konya, Türkiye ihracatından yüzde 1,46 pay alarak Türkiye'nin en fazla ihracat yapan 11. İli olmuştur.

Konya İstatistik Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 'na göre TR521 Bölgesinde yer almaktadır ve 2000 den fazla kayıtlı ihracatçıyla 170 ten fazla ülkeye ihracat

yapılmaktadır. Ayrıca en fazla dış ticaret fazlası veren iller arasında 6. Sırada yer almaktadır. Konya Ticaret Odası'nın istatistiklerine bakıldığında 2020 yılında Konya ihracatı 2.185 milyar dolar olup 2021 için hedef 2.500 milyar dolardır. Konya 2020 itibariyle 3,1 milyar dolar dış ticaret hacmine sahip ve 90 farklı sektörde 190 ülkeyle dış ticareti olan bir sanayi kentidir.

10 Organize Sanayi Bölgesi, 14 Özel Sanayi Sitesi, 39 küçük sanayi sitesi, Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi, Teknoloji Geliştirme Bölgesi ve Organize Hayvancılık Bölgesi ile Konya gelişmiş bir sanayi kentidir.

2020 yılı itibariyle Konya'da 57 ülkeden 385 yabancı sermayeli firma bulunmaktadır. Konya'nın Türkiye'deki payı binde 5,2'dir. Konya'da en fazla yabancı sermayeli firmaya sahip ülke 106 firma ile Suriye, 2. ülke 32 firma ile Almanya; 3. ülke ise 30 firma ile Irak'tır. Konya'da öne çıkan sektörler arasında makine imalatı, otomotiv yan sanayi, tarım makineleri, ayakkabı, mobilya, araç üstü ekipmanlar, plastik ve gıda sektörleri yer almaktadır. Konya ili Türkiye'nin otomotiv sektörü ihtiyaçlarının yüzde 30'unu karşılayacak kapasiteye sahiptir. Traktörlerde kullanılan parçaların yüzde 90'ını ve tarım makine parçalarının tamamını üretmektedir. Bu alanda Türkiye pazarının yüzde 65'ini kapsamaktadır. Otomotiv parçalarında çoğu markanın yüzde 70'ten fazla parçası Konya'da üretilmektedir. Türkiye tahıl üretiminin yüzde 10'u Konya tarafından karşılanmaktadır. Türkiye'deki metal döküm üretiminin ise yüzde 18'i Konya tarafından gerçekleştirilmektedir. Yılda yaklaşık 15 milyon çift ayakkabı üretimi ile Türkiye pazarının yüzde 15'ini Konya oluşturmaktadır. Tohum üretiminde yüzde 28'lik kısım ile Türkiye'de birincidir. 4 milyon hektar tarım arazisine sahip olup bunun 2,27 milyon hektarı aktif olarak kullanılmaktadır. Türkiye tarım arazilerinin yüzde 9,5'i Konya'dadır. Türkiye un ihtiyacının yüzde 17'sini Konya karşılamaktadır. Yıllık 1,5 milyon un üretilmektedir. 2019 yılında Konya 1 milyon 226 bin ton süt üretimi ile Türkiye'de birinci olmuş ve 3,8 milyar yumurta üretimi gerçekleştirmiştir.

Tablo 5. Son 5 Yılın Türkiye ve Konya İhracat Rakamları (1000 \$)

	2016	2017	2018	2019	2020
Konya	1.333.299	1.564.646	1.803.150	2.013.869	2.185.137
Türkiye	142.529.584	156.992.940	177.168.756	180.832.722	169.514.167

Kaynak: Konya Sanayi Odası

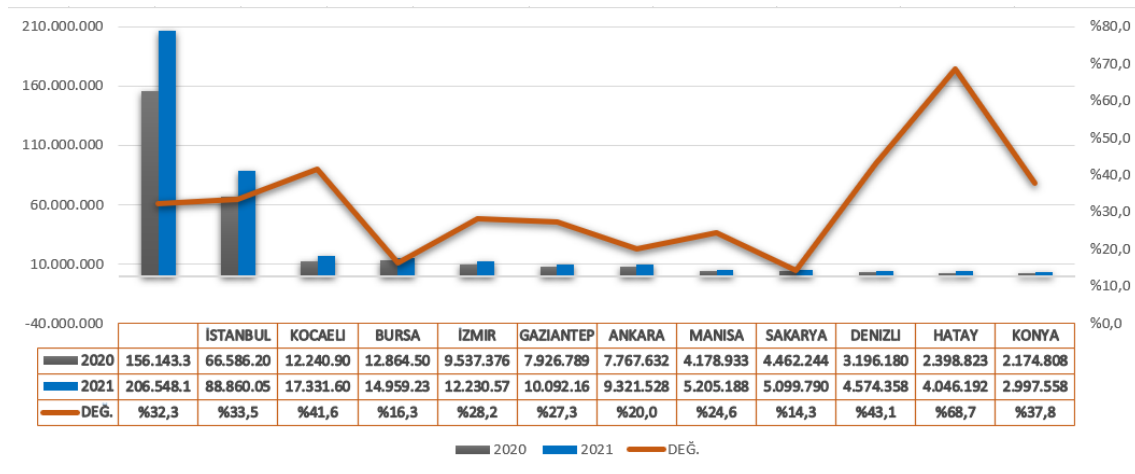
Tablo 6. 2020 Yılı Konya En Çok İhracat Yapılan 10 Ülke

Irak	264.7
ABD	181.9
Almanya	145.9
Rusya	84.7
İtalya	63.8
Suudi Arabistan	54.2
Mısır	51.4
İsrail	51.2
Polonya	50.8
İran	49.7
TOPLAM	2.185 milyar \$

Kaynak: KTO

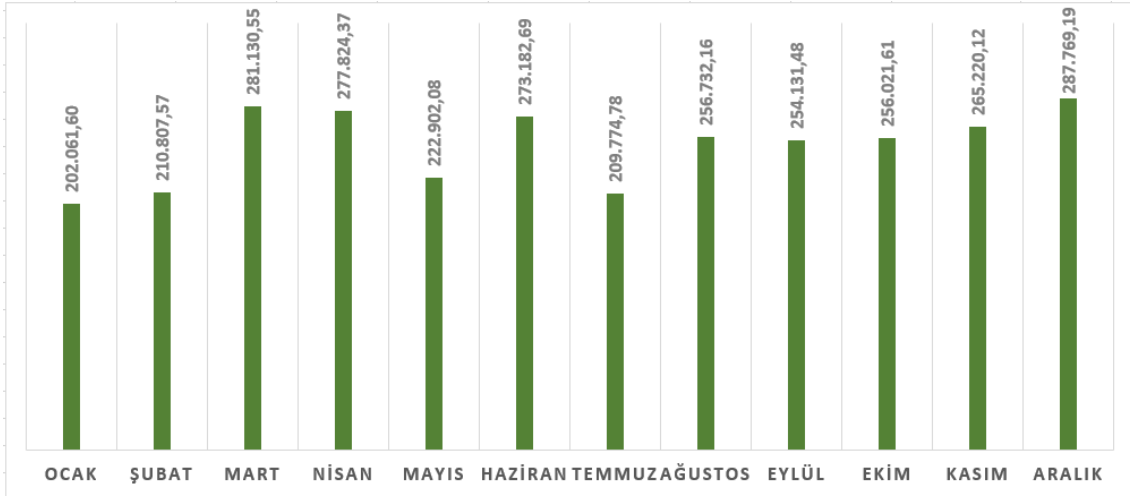
3.9.1. Konya 2021 Yılı İhracat Performansı Analizi

2021 yılında Konya ili 3 bine yakın firma ile 2,997 milyar dolar ihracat yaparak payını yüzde 37,8 artırmış ve tarihinin en yüksek yıllık ihracat rakamına ulaşmıştır. TÜİK verilerine göre 2021 sonuna kadar bu rakam 3.014.843 dolar olarak gözlemlenmiştir. 2022 Ocak ayı itibariyle aylık 216.005,66 olarak açıklanmış ve Konya iller bazında 12. Sırada yer almıştır.



Şekil 4. Konya 2021 Yılı İhracat Performansı Analizi

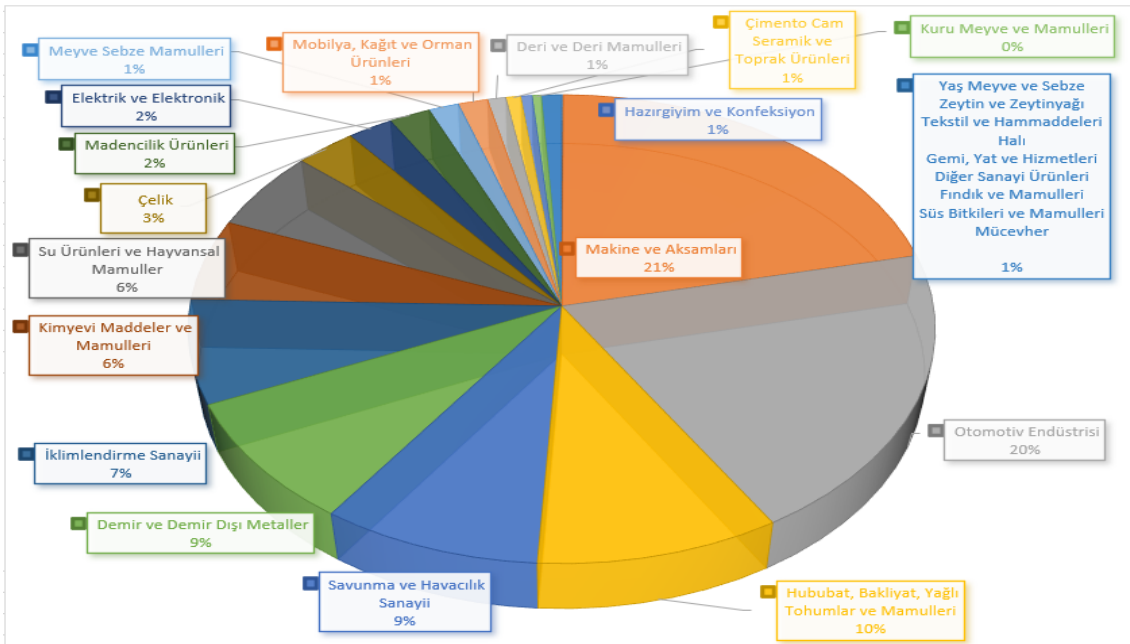
Kaynak: KTO Dış Ticaret Merkezi



Şekil 5. 2021 yılı Konya İçin Aylık Değerlendirilecek Olursa

Kaynak: KTO Dış Ticaret Merkezi

Konya 2021 yılında en yüksek ihracat rakamına Aralık ayında ulaşmıştır. En düşük ihracat rakamı ise Ocak ayında gözlemlenmiştir. Konya ihracatı 25 sektör üzerinden dağılımı incelenecek olursa 640 milyon 881 bin dolar ile %21 paya sahip 1.cil sektör Makine ve Aksamlarıdır ve Türkiye sıralamasında ilk 5'tedir. Otomotiv endüstrisi “596 milyon 69 bin dolar ile ikinci sırada yer alırken, üçüncü sırada 289 milyon 159 bin dolar ile hububat, bakliyat ve yalı tohumlar sektörü, dördüncü sırada da 260 milyon 882 bin dolar ile savunma ve havacılık sanayi sektörü gelmektedir. Ayrıca savunma ve havacılık sanayi ihracatında yüzde 70,1’lik artış gözlemlenmiştir.”



Şekil 6. Konya 2021 Yılı En Yüksek İhracat Rakamları

Kaynak: KTO Dış Ticaret Merkezi

4. METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın örneklem ve evreni, bilgi ve veri toplama teknikleri, araçlar, araştırma sorularıyla Konya ilinde faaliyet gösteren 122 işletme ile yapılmış olan anketle elde edilen verilerin analizlerinin aktarımı yapılmıştır. Elde edilen veriler test edilmesinin ardından SPSS programı uygulanarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

4.1. Araştırma Amacı

Bu araştırmanın amacı, Konya'da faaliyet göstermekte olan işletmelerin lojistik performanslarının ihracat performansını ve işletme performansını araştırıp arasındaki ilişkiyi analiz edebilmek ve lojistik performanslarının firmaların performans uygulamalarının ve ihracat performanslarını ne türlü etkilediği ve firmaların ihracat hacimlerinin nasıl etkileneceğini gösterebilmektedir.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini Konya il sınırlarında faaliyet gösteren ihracatçı firmalar oluşturmaktadır. Çalışma boyunca 800 formu anket çevrimiçi olarak ihracatçı firmalara gönderilmiş, 122 cevap alınmış ve araştırma kapsamında analiz ve değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

4.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Uygulama Konya ilinde faaliyette bulunan ihracatçı firmalarla yapılmıştır. Yapılan anket iki bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde anketleri yanıtlayan kişiler demografik özellikleri “yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, çalışma süresi” vb. çalışmış oldukları işletme ile ilgili problemlerden oluşmaktadır.

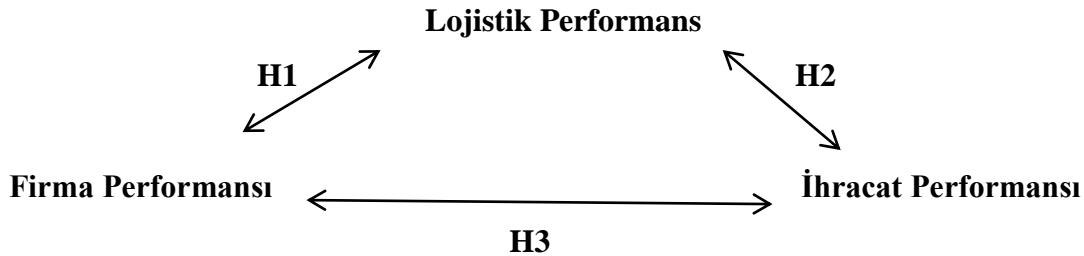
Uygulanan anketin ikinci bölümü ise araştırma değişkenlerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Uygulan anketin ikinci bölümünde lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansını ölçmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Anketin ikinci bölümünde yer alan lojistik performans ve firma performansını ölçmeye yönelik sorular 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür. İhracat

performansını ölçmeye yönelik sorular ise 5’li Likert ölçeği (1=Çok Azaldı, 2=Azaldı, 3=Değişmedi, 4=Arttı, 5=Çok Arttı) şeklinde ölçülmüştür. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programında analiz edilmiştir. Oluşturulan anket formunda, literatürde geçerliliği ve güvenilirliği onaylanmış ölçekler kullanılmıştır. Bu ölçekler şunlardır;

Lojistik Performans Ölçeği: Bu çalışmada, Liu ve Lyons’un (2011) tarafından geliştirilmiştir ve ölçeğin dilimizde geçerlilik ve güvenilirlik analizi Şekkel (2016) tarafından test edilmiştir ve on beş sorudan oluşan “Lojistik Performans” ölçeği kullanılmaktadır.

Firma Performansı Ölçeği: Bu araştırmada, Ellinger ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilmiş ve Türkçe güvenilirlikleri ve geçerlilikleri Başak (2014) tarafından test edilmiş ve on altı sorudan oluşan “Firma Performansı Ölçeği” kullanılmaktadır.

İhracat Performansı Ölçeği: Bu araştırmada ihracat performanslarını ölçebilmek için ise, Navarro ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilmiş ve dilimizdeki geçerlilikleri ve güvenilirlikleri Sürer (2012) tarafından test edilen ve 5 sorudan oluşan “İhracat Performansı Ölçeği” kullanılmaktadır.



Şekil 7. Araştırma Modeli

4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Katılımcıların, ankette yer alan soruları objektif olarak yanıtladıkları ve doğru algıladıkları varsayılmaktadır. Sosyal bilimlerde anket yöntemiyle yapılan insanların algılarının ölçüldüğü ya da bilgilerine başvuru yapılan araştırmalarda olan sınırlılıklar bu araştırma için de geçerlidir. Bu araştırma Konya ilinde faaliyette bulunan ihracatçı firmaların lojistik performansı, firma performansı ve ihracat performansını ölçmek için yapıldığı için sadece Konya ilindeki ihracatçı firmaların görüşlerini kapsamaktadır. Çalışmanın benzeri ya da aynısının farklı bir ilde faaliyette bulunan firmalar üzerinde

yapılması halinde farklı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir. Bu yüzden yapılan araştırmanın sadece belirli illerdeki ihracatçı firmalar üzerinde yapılması bir sınırlılık olarak değerlendirilebilmektedir.

4.5. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizleri Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 26.0 istatistik programı ile yapılmıştır. Tanımlayıcı bulgular sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma değerleri ile sunulmuştur. Verilerin normalliği çarpıklık ve basıklık değerleri ile incelenmiş olup bu değerlerin ± 2 aralığında olmasından dolayı normal dağıldığı belirlenmiştir (Pituch ve Stevens, 2012). Üç ve daha fazla grubun karşılaştırılmasında karşılaştırma yapılacak gruplardan en az birinin 30'un altında olması nedeniyle Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Yapılan Kruskal Wallis testinde anlamlı farklılık çıkması durumunda farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığı yapılan çoklu karşılaştırma testleri ile belirlenmiştir. Ölçekler arasında ilişkilerin belirlenmesinde Pearson korelasyon testi kullanılmıştır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkileri regresyon analizi ile değerlendirilmiştir. İstatistiksel olarak $p < 0.05$ değeri anlamlı olarak kabul edilmiştir.

5. BULGULAR

5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Firmaya İlişkin Bulgular

Katılımcıların görev/pozisyon, eğitim durumu, firmaların çalışan sayısı, faaliyet yılı, toplam ihracatın yıllık cirodaki yüzdesi, ihracat yapılan ülke sayısı ve ihracat süresine ilişkin tanımlayıcı bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Firmaya İlişkin Bulgular

Tanımlayıcı Özellikler	n	%	
Firmaların Çalışan Sayısı	0-10 kişi	16	13,2
	11-49 kişi	33	27,3
	50-250 kişi	72	59,5
Firmaların Faaliyet Yılı (Ortalama:28,00; Ss:16,67)	5 yıldan az	8	6,6
	5-10 yıl	8	6,6
	11-15 yıl	12	9,9
	16-20 yıl	20	16,5
	21 yıl ve üzeri	73	60,3
Toplam İhracatın Yıllık Cirodaki Yüzdesi (Ortalama:49,12; Ss:27,77)	%25'den az	22	18,2
	%25-50	45	37,2
	%51-75	21	17,4
	%75'ten fazla	27	22,3
İhracat Yapılan Ülke Sayısı (Ortalama:25,69; Ss:28,06)	10 Ülkeden az	36	29,8
	10-20 Ülke	41	33,9
	21-30 Ülke	12	9,9
	30 Ülkeden fazla	32	26,4
Görev/Pozisyon	Dış Ticaret Sorumlusu	46	38,0
	Genel Müdür	28	23,1
	Muhasebe-Finans	10	8,3
	Satın Alma Sorumlusu	18	14,9

	Yönetici-Firma Sahibi	17	14,0
	Sekreter	1	0,8
	İlköğretim	3	2,5
	Lise	13	10,7
Eğitim Durumu	Önlisans	10	8,3
	Lisans	75	62,0
	Lisansüstü	20	16,5
	5 yıldan az	33	27,3
İhracat Süresi	5-10 yıl	25	20,7
(Ortalama:2,74; Ss:1,44)	11-15 yıl	26	21,5
	16-20 yıl	15	12,4
	21 yıl ve üzeri	22	18,2

Tablo 7’de yer alan katılımcılara ilişkin bulgular incelendiğinde, katılımcıların %38,0’inin Dış Ticaret Sorumlusu görev/pozisyonunda çalıştığı ve %62,0’sinin lisans mezunu olduğu görülmüştür. Firmalara ilişkin bulgular incelendiğinde, firmaların %59,5’inde 50-250 kişi çalıştığı, firmaların %60,3’ünün 21 yıl ve üzerinde süredir faaliyet gösterdiği, firmaların %37,2’sinin toplam ihracatın yıllık cirodaki yüzdesinin %25-50 aralığında olduğu, %33,9’unun ihracat yaptıkları ülke sayısının 10-20 aralığında olduğu ve %27,3’ünün 5 yıldan az süredir ihracat yaptığı belirlenmiştir.

Tablo 8. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (1. Sıra)

Ülkeler	n	%
Almanya	21	17,4
Irak	13	10,7
Fas	9	7,4
Rusya	8	6,6
İsrail	7	5,8
ABD	5	4,1
Cezayir	5	4,1

İran	5	4,1
Mısır	5	4,1
İtalya	3	2,5
Japonya	3	2,5
Özbekistan	3	2,5
Amerika	2	1,7
Avrupa	2	1,7
BAE	2	1,7
Fransa	2	1,7
Hollanda	2	1,7
Katar	2	1,7
Makedonya	2	1,7
Umman	2	1,7
Yunanistan	2	1,7
Avusturya	1	0,8
Bulgaristan	1	0,8
Çin	1	0,8
Gürcistan	1	0,8
Hindistan	1	0,8
İngiltere	1	0,8
İspanya	1	0,8
Libya	1	0,8
Nijerya	1	0,8
Polonya	1	0,8
Portekiz	1	0,8
Romanya	1	0,8
Suudi Arabistan	1	0,8
Yemen	1	0,8

Firmaların en çok ihracat yaptıkları 1nci sıradaki ülkeler Tablo 8’de yer almaktadır. Bu bulgulara göre en fazla ihracat yapılan ülkelerin sırasıyla Almanya (n=21; %17,4), Irak (n=13; %10,7), Fas (n=9; %7,4), Rusya (n=8; %6,6) ve İsrail (n=7; %5,8) olduğu görülmüştür.

Tablo 9. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (2. Sıra)

Ülkeler	n	%
Cezayir	9	7,4
Mısır	6	5,0
Irak	5	4,1
İtalya	5	4,1
BAE	4	3,3
Polonya	4	3,3
Romanya	4	3,3
Sudan	4	3,3
Almanya	3	2,5
Azerbaycan	3	2,5
Fransa	3	2,5
İspanya	3	2,5
İsrail	3	2,5
Libya	3	2,5
Özbekistan	3	2,5
Fas	3	2,5
Avusturya	2	1,7
Dubai	2	1,7
Filistin	2	1,7
Hindistan	2	1,7
İran	2	1,7
Rusya	2	1,7

Avustralya	1	0,8
Bulgaristan	1	0,8
Danimarka	1	0,8
Etiyopya	1	0,8
Güney Kore	1	0,8
Hollanda	1	0,8
Kırgızistan	1	0,8
Kore	1	0,8
Latin Amerika	1	0,8
Nijerya	1	0,8
Peru	1	0,8
Singapur	1	0,8
Suriye	1	0,8
Tanzanya	1	0,8
Tunus	1	0,8
Türkmenistan	1	0,8
Umman	1	0,8

Firmaların en çok ihracat yaptıkları 2nci sıradaki ülkeler Tablo 9’de yer almaktadır. Bu bulgulara göre en fazla ihracat yapılan ülkelerin sırasıyla Cezayir (n=9; %7,4), Mısır (n=6; %5,0), Irak (n=5; %4,1 ve İtalya (n=5; %4,1) olduğu görülmüştür.

Tablo 10. En Çok İhracat Yapılan Ülkeler (3. Sıra)

Ülkeler	n	%
Irak	5	4,1
Mısır	5	4,1
Rusya	5	4,1
Cezayir	4	3,3
Fas	4	3,3
Azerbaycan	3	2,5
Bulgaristan	3	2,5
Fransa	3	2,5
İtalya	3	2,5
Sırbistan	3	2,5
Ukrayna	3	2,5
Afrika	2	1,7
Almanya	2	1,7
Dubai	2	1,7
Libya	2	1,7
Özbekistan	2	1,7
Somali	2	1,7
Sudan	2	1,7
Suudi Arabistan	2	1,7
Tunus	2	1,7
Yunanistan	2	1,7
ABD	1	0,8
Arnavutluk	1	0,8
Avustralya	1	0,8
Avusturya	1	0,8

Batı Avrupa	1	0,8
Brezilya	1	0,8
Ekvador	1	0,8
Etiyopya	1	0,8
Finlandiya	1	0,8
Gürcistan	1	0,8
Hindistan	1	0,8
İngiltere	1	0,8
İran	1	0,8
İskandinav Ülkeleri	1	0,8
İspanya	1	0,8
İsrail	1	0,8
İsveç	1	0,8
Kenya	1	0,8
Kosova	1	0,8
Makedonya	1	0,8
Nijerya	1	0,8
Polonya	1	0,8
Romanya	1	0,8
Şili	1	0,8
Umman	1	0,8
Ürdün	1	0,8
Yemen	1	0,8

Firmaların en çok ihracat yaptıkları 3ncü sıradaki ülkeler Tablo 10'da yer almaktadır. Bu bulgulara göre en fazla ihracat yapılan ülkelerin sırasıyla Irak (n=5; %4,1), Mısır (n=5; %4,1), Rusya (n=5; %4,1), Cezayir (n=4; %3,3) ve Fas (n=4; %3,3) olduğu görülmüştür.

5.2. Ölçklere İlişkin Güvenilirlik Bulguları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığı Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ile değerlendirilmiştir. Cronbach alfa katsayısı Likert yapısı ile değerlendirme yapılan ölçeklerde sıklıkla kullanılmaktadır. Ölçek verilerinin tüm ikiye ayırma kombinasyonları dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Ölçek maddelerinin bir yapıyı açıklarken bir bütünlüğe sahip olup olmadığını göstermektedir. Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısının 0,700'den daha yüksek olması istenmektedir (Alpar, 2006: Altunışık vd., 2012; Erdoğan vd., 2014).

Tablo 11. Ölçklere İlişkin Güvenilirlik Bulguları

Ölçek	Cronbach Alfa
Lojistik Performans	0,857
Firma Performansı	0,898
İhracat Performansı	0,932

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin Cronbach alfa iç tutarlılık katsayıları Tablo 5'de verilmiştir. Bu bulgulara göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçeklerinin güvenilirlik katsayılarının 0,700'den yüksek olduğu ve ölçeklerin güvenilir olduğu belirlenmiştir.

5.3. Ölçklere İlişkin Ortalama ve Korelasyon Bulguları

Araştırmada kullanılan lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçeklerinin ortalama, standart sapma bulguları ve ölçekler arasında ilişkilerin değerlendirildiği korelasyon analiz bulguları Tablo 6'da sunulmuştur. Ölçeklerin ortalamalarının değerlendirilmesinde "1-2,66" arası düşük düzey, "2,67-4,33" arası orta düzey, "4,34-5" arası ise yüksek düzeyi gösteren bir skala kullanılmıştır. Korelasyon analizlerinde $r \geq 0,70$ ise değişkenler arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu, $0,50 < r < 0,69$ durumunda değişkenler arasında orta düzeyde ilişki olduğu, $r \leq 0,49$ ise değişkenler arasında zayıf düzeyde ilişki olduğu kabul edilmektedir (Karagöz, 2016).

Tablo 12. Ölçeklere İlişkin Ortalama ve Korelasyon Bulguları

Ölçek	Ortalama	Ss	Lojistik Performansı	Firma Performansı	İhracat Performansı
Lojistik Performans	3,93	0,78	1		
Firma Performansı	3,54	0,76	0,557**	1	
İhracat Performansı	3,82	0,79	0,192*	0,350**	1

*p<0,05; **p<0,01

Tablo 12'deki bulgulara göre lojistik performans (3,93±0,78), firma performansı (3,54±0,76) ve ihracat performansı (3,82±0,79) ölçeklerinin ortalamalarının orta düzeyde olduğu görülmüştür. Korelasyon bulgularına göre ihracat performansı ile lojistik performans (r=0,192) ve firma performansı (r=0,350) arasında zayıf düzeyde ilişki olduğu, lojistik performans ile firma performansı arasında (r=0,557) orta düzeyde ilişki olduğu belirlenmiştir.

5.4. Farklılık Analiz Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların firmalardaki görev/pozisyonlarına, eğitim durumlarına göre ve firmaların çalışan sayısına, faaliyet yılına, toplam ihracatının yıllık cirodaki yüzdesine, ihracat yaptıkları ülke sayılarına ve ihracat yılına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemeye yönelik farklılık analiz bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 13. Firmaların Çalışan Sayısına Göre Farklılık Analiz Bulguları

	Çalışan Sayısı	n	Ortalama	Ss	X ²	p	Fark
Lojistik Performans	0-10 kişi ¹	16	3,86	0,78			
	11-49 kişi ²	33	4,03	0,87	1,258	0,533	-
	50-250 kişi ³	72	3,91	0,74			
Firma Performansı	0-10 kişi ¹	16	3,14	0,86			
	11-49 kişi ²	33	3,50	0,78	5,000	0,082	-
	50-250 kişi ³	72	3,65	0,71			
İhracat Performansı	0-10 kişi ¹	16	3,23	0,81			
	11-49 kişi ²	33	3,67	0,88	9,900	0,007	1<3
	50-250 kişi ³	72	4,02	0,67			

Firmaların çalışan sayısına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 13’te sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans ve firma performansı puanlarında firmaların çalışan sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken ($p>0,05$) ihracat performansı puanlarında firmaların çalışan sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için yapılan çoklu karşılaştırma testleri sonucunda ihracat performansı puanında “50-250 kişi” grubunun ortalamasının “0-10 kişi” grubunun ortalamasından daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 14. Firmaların Faaliyet Yılına Göre Farklılık Analiz Bulguları

	Faaliyet Yılı	n	Ortalama	Ss	X ²	p
Lojistik Performans	5 yıldan az	8	3,82	0,96	2,759	0,599
	5-10 yıl	8	4,12	0,74		
	11-15 yıl	12	3,93	0,62		
	16-20 yıl	20	3,79	0,84		
	21 yıl ve üzeri	73	3,97	0,78		
Firma Performansı	5 yıldan az	8	3,00	0,92	3,446	0,486
	5-10 yıl	8	3,59	0,85		
	11-15 yıl	12	3,58	0,52		
	16-20 yıl	20	3,58	0,83		
	21 yıl ve üzeri	73	3,58	0,75		
İhracat Performansı	5 yıldan az	8	3,32	0,84	3,870	0,424
	5-10 yıl	8	3,77	0,83		
	11-15 yıl	12	3,88	0,44		
	16-20 yıl	20	3,66	1,01		
	21 yıl ve üzeri	73	3,92	0,76		

Firmaların faaliyet yıllarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 14’te sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında firmaların faaliyet yıllarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 15. Firmaların Toplam İhracatının Yıllık Cirodaki Yüzdesine Göre Farklılık Analiz Bulguları

	Ciro Yüzdesi	n	Ortalama	Ss	X ²	p
Lojistik Performans	%25'den az ¹	22	4,06	0,86	3,943	0,268
	%25-50 ²	45	4,07	0,68		
	%51-75 ³	21	3,74	0,83		
	%75'ten fazla ⁴	27	3,76	0,87		
Firma Performansı	%25'den az ¹	22	3,53	0,81	0,089	0,993
	%25-50 ²	45	3,60	0,74		
	%51-75 ³	21	3,57	0,70		
	%75'ten fazla ⁴	27	3,44	0,89		
İhracat Performansı	%25'den az ¹	22	3,37	0,95	7,211	0,065
	%25-50 ²	45	4,04	0,73		
	%51-75 ³	21	3,95	0,60		
	%75'ten fazla ⁴	27	3,68	0,79		

Firmaların toplam ihracatının yıllık cirodaki yüzdesine göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 15’te sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında firmaların toplam ihracatının yıllık cirodaki yüzdesine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 16. Firmaların İhracat Yaptıkları Ülke Sayılarına Göre Farklılık Analiz Bulguları

	Ülke Sayısı	n	Ortalama	Ss	X ²	p	Fark
Lojistik Performans	10 Ülkeden az ¹	36	4,05	0,81	3,818	0,282	
	10-20 Ülke ²	41	4,00	0,69			
	21-30 Ülke ³	12	3,90	0,89			
	30 Ülkeden fazla ⁴	32	3,73	0,81			
Firma Performansı	10 Ülkeden az ¹	36	3,55	0,74	0,992	0,803	
	10-20 Ülke ²	41	3,59	0,70			
	21-30 Ülke ³	12	3,60	0,91			
	30 Ülkeden fazla ⁴	32	3,45	0,83			
İhracat Performansı	10 Ülkeden az ¹	36	3,49	0,87	8,003	0,046	1<2 1<3
	10-20 Ülke ²	41	3,95	0,71			
	21-30 Ülke ³	12	4,15	0,77			
	30 Ülkeden fazla ⁴	32	3,90	0,74			

Firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 16’da sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans ve firma performansı puanlarında firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken ($p>0,05$) ihracat performansı puanlarında firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için yapılan çoklu karşılaştırma testleri sonucunda ihracat performansı puanında “10 ülkeden az” grubunun ortalamasının “10-20 ülke” ve “21-30 ülke” gruplarının ortalamalarından daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Tablo 17. Firmalardaki Görev/Pozisyonlara Göre Farklılık Analiz Bulguları

Görev/Pozisyon		n	Ortalama	Ss	X ²	p
Lojistik Performans	Dış Sorumlusu	46	3,79	,90	2,797	0,731
	Genel Müdür	28	4,08	,71		
	Muhasebe-Finans	10	4,10	,42		
	Satın Alma Sorumlusu	18	4,13	,63		
	Yönetici-Firma Sahibi	17	3,87	,76		
	Sekreter	1	4,00	-		
Firma Performansı	Dış Sorumlusu	46	3,40	,75	7,877	0,163
	Genel Müdür	28	3,54	,89		
	Muhasebe-Finans	10	3,63	,63		
	Satın Alma Sorumlusu	18	3,98	,58		
	Yönetici-Firma Sahibi	17	3,49	,67		
	Sekreter	1	3,78	-		
İhracat Performansı	Dış Sorumlusu	46	3,98	,70	8,945	0,111
	Genel Müdür	28	3,49	,94		
	Muhasebe-Finans	10	3,60	,97		
	Satın Alma Sorumlusu	18	4,11	,85		
	Yönetici-Firma Sahibi	17	3,74	,42		
	Sekreter	1	4,00	-		

Katılımcıların firmadaki görev/pozisyonlarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını

belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 17’de sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında katılımcıların firmadaki görev/pozisyonlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 18. Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analiz Bulguları

	Eğitim Durumu	n	Ortalama	Ss	X²	p
Lojistik Performans	İlköğretim	3	4,86	0,11	6,941	0,139
	Lise	13	4,01	0,45		
	Önlisans	10	3,84	0,77		
	Lisans	75	3,92	0,84		
	Lisansüstü	20	3,84	0,73		
Firma Performansı	İlköğretim	3	4,42	0,61	5,979	0,201
	Lise	13	3,76	0,50		
	Önlisans	10	3,80	0,48		
	Lisans	75	3,44	0,85		
	Lisansüstü	20	3,51	0,57		
İhracat Performansı	İlköğretim	3	3,73	1,41	2,098	0,718
	Lise	13	3,36	1,08		
	Önlisans	10	3,96	0,61		
	Lisans	75	3,84	0,78		
	Lisansüstü	20	4,00	0,56		

Katılımcıların eğitim durumlarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 18’de sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında katılımcıların eğitim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 19. Firmaların İhracat Yılına Göre Farklılık Analiz Bulguları

	İhracat Yılı	n	Ortalama	Ss	X ²	p	Fark
Lojistik Performans	5 yıldan az ¹	33	3,95	0,70			
	5-10 yıl ²	25	3,96	0,89			
	11-15 yıl ³	26	3,87	0,96	0,193	0,996	
	16-20 yıl ⁴	15	3,88	0,83			
	21 yıl ve üzeri ⁵	22	3,99	0,49			
Firma Performansı	5 yıldan az ¹	33	3,54	0,71			
	5-10 yıl ²	25	3,50	0,89			
	11-15 yıl ³	26	3,68	0,80	2,010	0,734	
	16-20 yıl ⁴	15	3,53	0,81			
	21 yıl ve üzeri ⁵	22	3,43	0,64			
İhracat Performansı	5 yıldan az ¹	33	3,96	0,70			
	5-10 yıl ²	25	3,85	0,94			5<1
	11-15 yıl ³	26	3,93	0,81	10,890	0,028	5<2
	16-20 yıl ⁴	15	3,93	0,69			5<3
	21 yıl ve üzeri ⁵	22	3,38	0,72			5<4

Firmaların ihracat yıllarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları Tablo 19’da sunulmuştur. Bu bulgulara göre lojistik performans ve firma performansı puanlarında firmaların ihracat yıllarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken ($p>0,05$) ihracat performansı puanlarında firmaların ihracat yıllarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,05$). Farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için yapılan çoklu karşılaştırma testleri sonucunda ihracat performansı puanında “21 yıl ve üzeri” grubunun ortalamasının “5 yıldan az”, “5-10 yıl”, “11-15 yıl” ve “16-20 yıl” gruplarının ortalamalarından daha düşük olduğu belirlenmiştir.

5.5. Regresyon Analizlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde lojistik performansın firma performansı, lojistik performansın ihracat performansı ve firma performansının ihracat performansı

üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla yapılmış olan regresyon analizlerinin bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 20. Lojistik Performansın Firma Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	1,396	0,300		4,661	0,000
Lojistik Performans	0,546	0,075	0,557	7,317	0,000
R: 0,557	R ² : 0,310	F: 53,541	p: 0,000		

Bağımlı Değişken: Firma Performansı

Lojistik performansın firma performansına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analiz bulguları Tablo 20’de sunulmuştur. Regresyon modelinde firma performansı bağımlı değişken, lojistik performans bağımsız değişken olarak yer almıştır. Regresyon analiz bulgularına göre modelin anlamlı olduğu (F=53,541; p=0,000), lojistik performansın firma performansındaki toplam varyansın %31,0’ini açıkladığı, lojistik performansın firma performansı üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($\beta=0,557$; p=0,000) ve lojistik performanstaki artışın firma performansını artırdığı belirlenmiştir.

Tablo 21. Lojistik Performansın İhracat Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	3,051	0,369		8,275	0,000
Lojistik Performans	0,196	0,092	0,192	2,138	0,035
R: 0,192	R ² : 0,037	F: 4,571	p: 0,035		

Bağımlı Değişken: İhracat Performansı

Lojistik performansın ihracat performansına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analiz bulguları Tablo 21’de sunulmuştur. Regresyon modelinde ihracat performansı bağımlı değişken, lojistik performans bağımsız değişken olarak yer almıştır. Regresyon analiz bulgularına göre modelin anlamlı olduğu (F=4,571;

p=0,035), lojistik performansın ihracat performansındaki toplam varyansın %3,7'sini açıkladığı, lojistik performansın ihracat performansı üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($\beta=0,192$; p=0,035) ve lojistik performanstaki artışın ihracat performansını artırdığı belirlenmiştir.

Tablo 22. Firma Performansının İhracat Performansına Etkisine İlişkin Regresyon Analiz Bulguları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	2,534	0,325		7,805	0,000
Firma Performansı	0,364	0,089	0,350	4,070	0,000
R: 0,350	R ² : 0,122	F: 16,563	p: 0,000		

Bağımlı Değişken: İhracat Performansı

Firma performansının ihracat performansına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analiz bulguları Tablo 22'de sunulmuştur. Regresyon modelinde ihracat performansı bağımlı değişken, firma performansı bağımsız değişken olarak yer almıştır. Regresyon analiz bulgularına göre modelin anlamlı olduğu (F=16,563; p=0,000), firma performansının ihracat performansındaki toplam varyansın %12,2'sini açıkladığı, firma performansının ihracat performansı üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($\beta=0,350$; p=0,000) ve firma performanstaki artışın ihracat performansını artırdığı belirlenmiştir.

Tablo 23. Araştırma Hipotezleri Ret/Kabul Tablosu

Hipotez	Sonuç
H1. Lojistik performansı firma performansını pozitif yönde etkiler	Kabul
H2. Lojistik performansı ihracat performansını pozitif yönde etkiler	Kabul
H3. Firma performansı ihracat performansını pozitif yönde etkiler	Kabul

Araştırmada ele alınan hipotezlere ilişkin kabul/red tablosu Tablo 23'te yer almakta olup tüm araştırma hipotezleri kabul edilmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada dört temel konu üzerine yoğunluk verilmiştir. Bunlar; lojistik performans, ihracat performansı, firma performansı ve bunlar arasındaki ilişki. Bu ilişkiyi anlamak ve kavramların birbirlerine olan etkilerini araştırmak için Konya ilinde faaliyet gösteren ihracatçı firmaların lojistik performansı incelenmiştir. Konya ilindeki 122 firma ile anket uygulaması yapılmıştır. Konya ilinin seçilme sebebi ise firmalara ulaşım kolaylığı ve Konya'nın mevcut ihracat rakamı ve avantajlı lojistik konumudur. 2021 yılında Konya ili 3 bine yakın firma ile 2,997 milyar dolar ihracat yaparak payını yüzde 37,8 artırmış ve tarihinin en yüksek yıllık ihracat rakamına ulaşmıştır. Yüksek ihracat rakamı ve lojistik konum avantajlarını nasıl ve ne kadar değerlendirebildiğini görmek için bu çalışma yapılmıştır.

Küreselleşen dünya şartlarında Türkiye, var olan coğrafi konum şansını maksimum düzeyde değerlendirmeli ve dezavantajlarını avantaja çevirecek hamleler yapmalıdır. Lojistik sektöründe yaşanan gelişmeleri yakından takip etmeli ve gelişmelere ayak uydurmak için gerekli tüm çabayı sarf etmelidir. Lojistik faaliyetlerde yapılacak iyileştirmeler sayesinde rekabet gücü artacak ve böylece uluslararası pazar payını artırarak yoluna devam edecektir. Son yıllar lojistik performans endeksleri incelendiğinde Türkiye'nin avantajları değerlendiremediği ve istikrarlı tutum sergileyemediği görülmektedir. Özellikle 2018 yılı verilerinde ciddi bir düşüş gözlemlenmiştir. Bu durumdan kurtulmak için iyileştirici faaliyetlere önem verilmelidir. Lojistik sektörü ülkelerin ekonomileri ve gelişmişlik düzeyleri ile doğru orantılıdır. Bu bağlamda lojistik geliştirici faaliyetler ülke ekonomisi için oldukça önemlidir. Çin gibi Türkiye'de uluslararası ilişkilerini güçlendirerek komşu ülkelerle organize şekilde ilerlemesi gerekmektedir.

Lojistik performans endeksinin 2018 yılı raporunda Türkiye 160 ülke arasından 47. sırada yer almaktadır. Önceki yıllarla karşılaştırıldığında 2018 yılında bu zamana kadar en kötü performansı göstermiştir. Türkiye'nin 2016 yılına kıyasla 6 değişkenin hiçbirinde ilerleme kaydedemediği hatta gözle görülebilir bir gerileme yaşandığı gözlemlenmektedir. En iyi performans 3,63 puan ile zamanlama iken en kötü performans 2,71 ile gümrükleme olarak ölçülmüştür. Bunların takiben 2. Sırada 3,23 puan ile takip ve izleme, 3,21 puan ile altyapı, 3,06 puan ile uluslararası sevkiyatlar ve 3,05 ile lojistik yetkinlik gelmektedir.

Yapılan analizlerde ilk olarak anket yanıtlayan firma yetkilileri ile ilgili özellikler ile firma özellikleri incelenmiştir. İnceleme sonuçlarına göre araştırmaya katılanların %38,0'inin Dış Ticaret Sorumlusu görev/pozisyonunda çalıştığı ve %62,0'sinin lisans mezunu olduğu görülmüştür. Firmalara ilişkin bulgular incelendiğinde, firmaların %59,5'inde 50-250 kişi çalıştığı, firmaların %60,3'ünün 21 yıl ve üzerinde süredir faaliyet gösterdiği, firmaların %37,2'sinin toplam ihracatın yıllık cirodaki yüzdesinin %25-50 aralığında olduğu, %33,9'unun ihracat yaptıkları ülke sayısının 10-20 aralığında olduğu ve %27,3'ünün 5 yıldan az süredir ihracat yaptığı belirlenmiştir. Daha sonra araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığı Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı ile değerlendirilmiş ve lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçeklerinin ortalama, standart sapma bulguları ve ölçekler arasında ilişkiler incelenmiştir. Firmaların çalışan sayısına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi bulgularından yararlanılmış ve bu bulgulara göre lojistik performans ve firma performansı puanlarında firmaların çalışan sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken, ihracat performansı puanlarında firmaların çalışan sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında firmaların faaliyet yıllarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamış ve yine lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı puanlarında firmaların toplam ihracatının yıllık cirodaki yüzdesine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. Firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ölçek puanlarında farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan Kruskal Wallis testi bulgularına göre lojistik performans ve firma performansı puanlarında firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken ihracat performansı puanlarında firmaların ihracat yaptıkları ülke sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için yapılan çoklu karşılaştırma testleri sonucunda ihracat performansı puanında “10 ülkeden az” grubunun ortalamasının “10-20 ülke” ve “21-30 ülke” gruplarının ortalamalarından daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Tüm bu sonuçlar firmaların ihracat performansının ve lojistik performansının firma performansını etkilediğini göstermektedir.

Günümüz rekabetçi piyasasında, artan tüketim ve azalan kaynaklar sebebiyle firmaların sürdürülebilirlik için verimli kaynak kullanımı ile kaliteden ödün vermeden maliyeti minimuma indirerek tüketiciye doğru yerde doğru zamanda ve doğru şekilde mal veya hizmeti ulaştırması gerekmektedir. Bu hedefe ulaşmak için taşımacılık faaliyetleri önem arz etmektedir. Taşımacılık tek başına yeterli olmayacağından lojistik ön plana çıkmaktadır. Ne yazık ki ülkemizde çoğu zaman lojistik kavramı yalnızca taşımacılıktan ibaret görülmektedir.

Tüketim odaklılık yerine üretim odaklı anlayış benimsenmeli ve böylece ihracat faaliyetleri geliştirilmelidir. İhracat ve üretim devlet teşvikleri ile desteklenmelidir. Ayrıca ihracatın gelişmesi doğrudan lojistik faaliyetlerin gelişmesine bağlıdır. Etkin bir lojistik yönetimi ile firmalar ve ülkeler uluslararası pazarda rekabet avantajı sağlayabilir. Firmalar ihracat performanslarını artıracak faaliyetleri belirlemeli, bu faaliyetlere yoğunlaşmalı ve performansı için sorun teşkil eden sebepleri ortadan kaldırmak için çaba sarf etmelidir.

KAYNAKLAR

- Akçay, S. (2019). *Lojistik Merkezlerin Uluslararası Ticaretteki Rolü*. Mezuniyet Projesi, Maltepe Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Ve Lojistik Yönetimi Bölümü, İstanbul.
- Aksungur, M., & Bekmezci, M., (2020). Türkiye'nin Lojistik Performansının Değerlendirilmesi Boylamsal Bir Araştırma. *Toros Üniversitesi İisbf Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (12) , 19-40.
- Akyurt, İ. Z. (2020). *Lojistik Yönetimi*, [PowerPoint slaydı]. Erişim adresi: https://cdn-acikogretim.istanbul.edu.tr/auzefcontent/20_21_Guz/lojistik_yonetimi/1/index.html.
- Alpar, R. (2006). *Spor bilimlerinde uygulamalı istatistik* (3. ed.). Nobel Yayın Dağıtım.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (7. ed.). Sakarya Yayıncılık.
- Ateş, İ. & Işık, E. (2010). Türkiye'de Lojistik Hizmetlerinin Gelişiminin İhracattaki Büyüme Etkileri. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 99-106. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebd/issue/4855/66779>
- Bakırcı, F, & Takım, A, Tüzemen, A . (2017). Türkiye'de Dış Ticaret Ve Lojistikte Yeni Fırsatlar Ve Hedefler. *The International New Issues İn Social Sciences* , 5 (5) , 175-204.
- Başar, S.İ. Ve Bozma, G. (2017). Ülkelerin Lojistik Performanslarının Belirleyicileri. *Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 447-458.
- Battal, T. & Akan, E. (2019). Brics Ülkeleri İle Türkiye'nin Performans Ve Potansiyel Kriterleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7 (1), 1-35. DOI: 10.14514/BYK.m.26515393.2019.7/1.1-35
- Bayraktutan, Y., Tüylüoğlu, Ş. & Özbilgin, M. (2012). Lojistik Sektöründe Yoğunlaşma Analizi ve Lojistik Gelişmişlik Endeksi: Kocaeli Örneği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 61-71. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uaifd/issue/21595/231887>
- Bayraktutan, Y., & Özbilgin, M., (2015). Lojistik Maliyetler ve Lojistik Performans Ölçütleri. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, Vol.1, 95-112.
- Canitez, M. 2011. *Uluslararası Pazarlamada Lojistik ve Uygulamalar* (2. Basım). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Canitez, M. 2017. *Uygulamalı Gümrük Mevzuatı* (2. Basım). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ceran, Y. & Alagöz, A. (2007). Lojistik Maliyet Yönetimi: Lojistik Maliyetler ve Lojistik Maliyet Muhasebesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (2), 137-156. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/comuybd/issue/4113/54140>
- Cura, F., & Zerenler, M. (2017). *İşletmelerde İhracat Performansı*. Konya: Sebat Ofset Matbaacılık.

- Çetinkaya, M. Haliç Üniversitesi, *Temel Lojistik Kavramları* [PowerPoint slaydı].
Erişim adresi: <https://mustafacetinkaya.com.tr/dersler/les/tlk.pdf>.
- Daşkan, E. S. (2016) *Türkiye’de Lojistik Hizmetlerdeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Yansımaları*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi/ Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Dilek, S., & Kesgingöz, H. (2017). Uluslararası Rekabette Türkiye’nin Lojistikteki Yeri©. *The International New Issues İn Social Sciences* , 5 (5) , 533-540.
- Emirkadı, Ö. (2015). “Türkiye’de Lojistik Sektöründeki Gelişmelerin Dış Ticaret Üzerine Etkileri”. I. Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret Ve Lojistik Kongresi, 99-115.
- Emirkadı, Ö., & Balcı, H. (2018). Lojistik Sektörü Ve Türkiye Dış Ticaretine Etkileri. *Journal Of Institute Of Economic Development And Social Researches*, 4 (8) , 123-132.
- Erdoğan, S., Nahcivan, N., & Esin, M.N. (2014). *Hemşirelikte araştırma: süreç, uygulama ve kritik*. Nobel Tıp Kitabevi.
- Erkan, B. (2014). Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü. ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi, 1 (1), 44-65. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/assam/issue/32283/358468>
- Erkan, B. (2014). Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü. *Assam Uluslararası Hakemli Dergi*, 1 (1), 44-65.
- Gülenç, İ. F. & Karagöz, B. (2008). E-Lojistik ve Türkiye’de E-Lojistik Uygulamaları. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (15) , 73-91. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kosbed/issue/25705/271243>
- Gümüş, Y. (2009). Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Kârı İle Olan İlişkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (41) , 97-114. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35617/395805>
- İhracatçı Firma Rehberi (2021). Konya Ticaret Odası Web Sitesi: <https://listofcompany.com/tr>, Erişim Tarihi: 01.11.2021
- Karaçay, A. G. (2005). Tersine Lojistik: Kavram ve işleyiş. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (1), 317-332. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4371/59805>
- Karagöz, Y. (2016). *SPSS 23 ve AMOS 23 uygulamalı istatistiksel analizler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kaynak, M., & Zeybek, H. (2007). İntermodal Terminallerin Gelişiminde Lojistik Merkezler, Dağıtım Parkları Ve Türkiye’deki Durum. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2) , 39-58.
- Kaynak, R., & Satılmış, Ş . (2016). Ticari Limanlarda Hesap Verebilirliğin Lojistik Performansa Etkileri Üzerine Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 8 () , 179-196.

- Kılınç, E, & Fidan, O, & Mutlu, H . (2019). Türkiye, Çin Ve Rusya Federasyonu'nun Lojistik Performans Endeksine Göre Karşılaştırılması. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5 (2) , 17-34.
- Kıymetli Şen, İ. (2014). Lojistik Faaliyetlerin Yönetimi ve Maliyetleme Yaklaşımları. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 4 (1), 83-106. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ckuiibfd/issue/32902/365503>
- Konya Ticaret Odası. (2013). *Konya'da Lojistik Sektörü*. Erişim adresi: <http://www.kto.org.tr/d/file/konyada-lojistik-sektoru---mayis-2013.pdf>. Erişim tarihi: ...
- Lojiport. (2020). *Haber Bülteni*. Erişim adresi: <https://www.lojiport.com/konya-kayacik-lojistik-merkezi-aciliyor-108740h.htm>. Erişim tarihi: ...
- Lojistik Kavramı Ve Temel Lojistik Faaliyetleri*. (t.y.). Erişim adresi: <https://www.udybelgesi.com/lojistik.asp>. Erişim tarihi:
- Lojistik*. (t.y.). Erişim adresi: <http://www.konyadayatirim.gov.tr/sector.asp?SayfaID=11>. Erişim tarihi: 1.1.2022
- Metal Medya. (2014). *Konya Lojistik Köyü için önemli adım*. Erişim adresi: <http://www.demircelik.com.tr/-1-3362-konya-lojistik-koyu-icin-onemli-adim-.html>. Erişim tarihi: 13.10.2021
- Mevka. (2018). *Post-Der Lojistik Sektörünü Yeniden İnşa Ediyor*. Erişim adresi: <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/dsydntxzx1152019105042am.pdf>. Erişim tarihi: 12.11.2021
- Murphy, P. R. , & Knemeyer, A. M. (2015). *Contemporary Logistics*.
- Murphy, P., R., & Knemeyer, A., M. (2016). *Contemporary Logistics*.
- Nakıboğlu, G. (2007). TERSİNE LOJİSTİK: ÖNEMİ VE DÜNYADAKİ UYGULAMALARI. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9 (2) , 181-196. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziuiibfd/issue/28332/301099>
- Nesrin İmamoğlu.(2018). *Lojistik Performansının, Firma Performansı Ve İhracat Performansına Etkisi: Tra1 Düzey 2 Bölgesinde Bir Uygulama*. Yök Ulusal Tez Merkezi - Bayburt Üniversitesi.
- Oğuz, İ, & Oğuz, D. (2020). Türkiye Ekonomisinde Lojistik. *Uluslararası İşletme Ve Ekonomi Çalışmaları Dergisi* , 1 (2) , 65-74.
- Öztürk Ofluoğlu, N, & Kalaycı, C, & Artan, S, & Bal, H. (2018). Lojistik Performansındaki Gelişmelerin Uluslararası Ticaret Üzerindeki Etkileri: Ab ve Mena Ülkeleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9 (24), 92-109.
- Öztürk, S., Aslan Çetin, F., & Cengiz, S. (2018). Lojistik Faaliyetlerin Maliyetlemesi. *IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress September, 7-8 içinde* (ss. 53-68). Didim, Aydın.

- Pituch, K. A., & Stevens, J. P. (2012). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. Routledge.
- Sacar, Ö. (2018). İpek Yolu Güzergahında Yapılan Lojistik Etkinliklerin Günümüz Lojistik Faaliyetleri İle Karşılaştırılması. Yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Sürmen, Y. & Aygün, D. (2006). Türkiye’de Lojistik Faaliyetler ve Muhasebe İşlemleri – II. Muhasebe ve Finansman Dergisi , (31) , 41-47. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35600/395418>
- Tanyaş, M., & Paksoy T. (2012). *TR52 Konya-Karaman Bölgesi Lojistik Strateji Planı Önhazırlık Raporu*. Konya: MÜSİAD & Mevlana Kalkınma Ajansı.
- Tekin, M., & Zerenler, M. (2012). *Pazarlama*.(1.Basım), Konya:Günay Ofset
- TİM. (2022) İhracat Rakamları Erişim Adresi: <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> .
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü. (2021). <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Türker Şimşek, & Emre Yiğit.(2019). *Lojistik Performans Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Orta-Doğu Avrupa Ülkeleri Ve Türkiye Örneği*. Journal Of International Management, Educational And Economics Perspectives.
- Türkmen, M, & Sarıcan, M. (2017). E-Lojistikte Kritik Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye’deki E-Lojistik Uygulamaları. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26) , 278-298.
- Uluslararası, I., Asya, K. O., Ticaret, D., Kongresi, L., & International, I. (2015). *Caucasus-Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress*.
- Utikad. (2013). *Konya’nın Rotası; Lojistik ve Enerji Sektörleri Olacak*. Erişim adresi: <https://www.utikad.org.tr/SektorelHaber.aspx?DataID=11148&Baslik=%20KONYANIN%20ROTASI;%20LOJ%20C4%B0ST%20C4%B0K%20VE%20ENERJ%20C4%B0%20SEKT%20C3%96RLER%20C4%B0%20OLACAK>. Erişim tarihi: 10.1.2022
- Ünüsan, Ç., & Canitez, M. (2014). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*. (9.Basım) Ankara, Gazi Kitabevi.
- Üstün, N. Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi. *Konya Lojistik Sektörü Ve Sektöre İlişkin Sorunlar*. Erişim adresi: <http://www.kto.org.tr/d/file/konya-lojistik-sektoru-ve-sektore-iliskin-sorunlar.pdf>. Erişim tarihi: 5.4.2021
- Yapraklı, T. Ş., & Ünalın, M., (2017). Küresel Lojistik Performans Endeksi Ve Türkiye’nin Son 10 Yıllık Lojistik Performansının Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Vol.31, 589-606.
- Yıldız, D, & Wolff, R. (2018). Türkiye’de Lojistik Yönetimindeki Gelişmeler: Stratejik Bir Bakış Açısı. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7 (3) , 187-198.

EKLER

Ek – 1: Anket Formu

Sayın katılımcı,

Bu anket çalışması “Uluslararası Ticarete Lojistik Performansın İhracat Performansına ve Firma Performansına Etkisi: Konya İli Üzerine Bir Uygulama” konulu araştırma kapsamında hazırlanmış olup bilimsel bir çalışma niteliği taşımaktadır. Ankete katılım gönüllülük esasına dayanmaktadır. Verdiğiniz cevaplar bu çalışmanın haricinde kullanılmayacak, toplu halde değerlendirilecek ve verinizin gizliliği korunacaktır.

Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Araştırmacılar: Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA* Damla BALTA**

1= Hiç katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Tamamen katılıyorum

1. Lojistik Performans		1	2	3	4	5
1	Firmamızın teslimat hızı yüksektir.	1	2	3	4	5
2	Firmamızda tedarik süresi kısadır.	1	2	3	4	5
3	Firmamızda zamanında ve eksiksiz teslimat yapılır.	1	2	3	4	5
4	Firmamızda sağlanan hizmetlerde tesis/ekipman /işgücü kullanım oranları yüksektir.	1	2	3	4	5
5	Firmamız yeni ve daha iyi hizmet sağlamada yeterlidir.	1	2	3	4	5

1= Hiç katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Tamamen katılıyorum

2. Firma Performansı		1	2	3	4	5
1	Yatırımlarımızın getirisi rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
2	Çalışan başına ortalama üretkenliğimiz rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
3	Ürünü/hizmeti üretip piyasaya verme süremiz rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
4	Müşteri şikâyetlerine cevap verme süremiz rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
5	Pazar payımız rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5

6	Satışlarımız rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
7	Satılan malın maliyeti rakiplerimizden düşüktür.	1	2	3	4	5
8	Çalışanlarımızın yeni beceri öğrenme sayısı rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
9	Öz sermaye getirisi rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
10	Büyüme oranımız rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
11	Faaliyet gelirlerimiz rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
12	Ciro Kârlılığı (Kâr/Toplam Satışlar) rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5

4. Eğitim Durumunuz	<input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> I
5. Kaç yıldır ihracat	<input type="checkbox"/> 5 yıldan az <input type="checkbox"/> 5-10 yıl arası <input type="checkbox"/> 11-15 yıl arası <input type="checkbox"/> I

13	Müşteri memnuniyeti rakiplerimizden yüksektir.	1	2	3	4	5
14	Şirketimizin piyasa değeri rakiplerimizinkinden yüksektir.	1	2	3	4	5

Bundan sonraki soruları lütfen aşağıdaki ölçeğe göre cevaplayınız.

1=Çok Azaldı 2=Azaldı 3=Değişmedi 4=Arttı 5=Çok Arttı

<u>3. İhracat Performans</u>		1	2	3	4	5
1	Son üç yılda ihracat satışlarımızdaki büyüme	1	2	3	4	5
2	Son üç yılda ihraç pazarlarındaki firma imajımız ve bilinirlik düzeyimiz	1	2	3	4	5
3	Son üç yılda ihracat faaliyetlerimizin karlılığı	1	2	3	4	5
4	Son üç yılda ihracat pazarlarındaki pazar payımız	1	2	3	4	5
5	Son üç yılda uluslararası pazarlara yayılma düzeyimiz	1	2	3	4	5

yapmaktasınız?	yıl ve üzeri
----------------	--------------

6. Firmanız hangi imalat sanayi alt sektöründe faaliyet göstermektedir?

(Lütfen Belirtiniz:)

7. Firmanızın çalışan sayısı kaçtır?

<input type="checkbox"/> 1-10	<input type="checkbox"/> 11-49	<input type="checkbox"/> 50-250
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

8. Firmanız kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

.....

9. Toplam ihracatınız firmanızın yıllık cirosunun yüzde kaçını oluşturmaktadır?

%

10. Kaç ülkeye ihracat yapmaktasınız?

..... ülke

11. En çok ihracat yaptığımız üç ülke nerelerdir?

1)	2)	3)
----------	----------	----------

12. Firmadaki göreviniz/pozisyonunuz nedir?

.....
.....

Katılımınız için teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Damla BALTA

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : 2019, KTO Karatay Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret

Yüksek Lisans Öğrenimi : KTO Karatay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Tezli Yüksek Lisans

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İŞ DENEYİMİ

Stajlar : 2017, Kayahan İç ve Dış Ticaret A.Ş.

Çalıştığı Kurumlar : 2021, Satın Alma, Kayahan İç ve Dış Ticaret A.Ş.

Tarih: 20 Ocak 2022

ETİK KURUL SURETİ



T.C.
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Sayı : E-46409256-300-8029
Konu : Dr. Öğr. Üyesi Fatih Cura Hk.

29.04.2021

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA
Öğretim Üyesi

Uluslararası Ticarete Lojistik Performansın İhracat Performansına Etkisi: Konya İli Üzerine Bir Uygulama isimli ekte başvuru evrakları verilen araştırma projesi çalışmasının Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA'nın sorumluluğunda Yardımcı Araştırmacı olarak Damla BALTA'nın katılımları ile yürütülmesi ile ilgili İnsan Araştırmaları Etik Kurulumuza yapmış olduğunuz başvurunuz 29.04.2021 tarihli 2021/04/08 sayılı kararımızda değerlendirilmiştir. İlgili çalışmanızda Üniversitemizin adının geçmemesi, Covid-19 virüsü nedeniyle Ülkemizde yaşanan salgın sürecinde salgın için alınan kararlara uyararak ve araştırmanın yapılacağı kurum ve kuruluşlardan idari izin alınarak çalışmanız şartı ile kurulumuzca uygun bulunmuştur. Çalışmalarınızda başarılar diler gereğini saygılarımla rica ederim.

Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN
İnsan Araştırmaları Etik Kurul Başkanı