T.C
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİSİ

Emre TUNCA
1208206102

TEZ DANIŞMANI

Dr. Öğr. Üyesi Levent ÖZKAN

EDİRNE 2023

Tezin Adı: Türkiye’de Lojistik Sektörünün Dış Ticaret Üzerine Etkisi

Hazırlayan: Emre Tunca

ÖZET

Lojistik sektörü, ürünlerin tedarik zinciri boyunca hareket etmesini sağlayan önemli bir sektördür. Türkiye gibi ihracata dayalı bir ekonomide, lojistik sektörünün etkisi oldukça büyüktür. Bu çalışmada, Türkiye'deki lojistik sektörünün dış ticarete etkisine odaklanılmaktadır. Türkiye'deki lojistik sektör, kara, hava ve denizyolu taşımacılığı dahil olmak üzere çeşitli faaliyetler sunmaktadır. Ayrıca, depolama, dağıtım, gümrükleme ve diğer lojistik hizmetleri de sunmaktadır. Lojistik sektörü, yüksek kaliteli hizmetler ve çeşitli lojistik faaliyetler sağlayarak, Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırmaktadır. Lojistik faaliyetler, Türkiye'deki yabancı yatırımların artmasına ve ihracatın artmasıyla birlikte istihdamın da artmasına neden olmaktadır. Türkiye'nin dış ticaret hacmini artırarak milli gelire katkı sağlamaktadır. İhracat ürünlerinin tedarik zincirindeki hareketi sırasında lojistik faaliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesi, ürünlerin müşterilere zamanında teslim edilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önemlidir. Türkiye, coğrafi konumu nedeniyle dünya ticaretinde stratejik bir konuma sahiptir. Lojistik sektörü, Türkiye'nin dış ticaret hacminin artmasına ve rekabet gücünün artmasına yardımcı olmaktadır. Bu sektör, yüksek kaliteli hizmetler ve çeşitli lojistik faaliyetler sağlayarak, Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırmaktadır. Ancak, lojistik sektörünün gelişimi Türkiye'de bazı zorluklarla karşı karşıyadır. Yüksek taşıma maliyetleri, altyapı eksikliği ve lojistik faaliyetlerin verimliliğinin düşük olması gibi sorunlar, sektörün büyümesini sınırlayabilir. Sonuç olarak, Türkiye'deki lojistik sektörü dış ticaret üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak, sektörün daha da gelişmesi için altyapının iyileştirilmesi, maliyetlerin düşürülmesi ve verimliliğin artırılması gerekmektedir. Bu çözümler sayesinde Türkiye'nin lojistik sektörü, dış ticaret hacminin artmasına ve ekonominin daha da güçlenmesine katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Dış ticaret, ihracat, ithalat, lojistik, milli gelir.

Name of Thesis: The Impact of the Logistics Industry on Foreign Trade in Turkey

Prepared by: Emre Tunca

ABSTRACT

The logistics sector is an important industry that enables the movement of products along the supply chain. In an export-based economy like Turkey, the impact of the logistics sector is significant. This study focuses on the impact of Turkey's logistics sector on foreign trade. Turkey's logistics sector offers various activities, including land, air, and sea transportation. It also provides storage, distribution, customs clearance, and other logistics services. The logistics sector increases Turkey's export potential by providing high-quality services and various logistics activities. Logistics activities increase foreign investment in Turkey and increase employment as exports increase. It contributes to national income by increasing Turkey's foreign trade volume. Effective management of logistics activities during the movement of export products along the supply chain is important for timely delivery of products to customers and ensuring customer satisfaction. Turkey has a strategic position in world trade due to its geographical location. The logistics sector helps increase Turkey's foreign trade volume and competitiveness. However, the development of the logistics sector in Turkey faces some challenges. High transportation costs, lack of infrastructure, and low efficiency of logistics activities can limit the growth of the sector. In conclusion, Turkey's logistics sector has a significant impact on foreign trade. However, for further development of the sector, infrastructure must be improved, costs must be reduced, and efficiency must be increased. These solutions can contribute to the increase of Turkey's foreign trade volume and the strengthening of its economy through its logistics sector.

Keywords: Foreign trade, export, import, logistics, national income.

ÖN SÖZ

Bu yüksek lisans tez çalışmasında, Türkiye'de lojistik sektörünün dış ticaret üzerine etkisini inceleyeceğiz. Bu çalışma, Dr. Öğr. Üyesi Levent ÖZKAN danışmanlığında gerçekleştirilmiştir. Sayın hocama destekleri için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lojistik sektörü, ülkelerin ekonomik büyümesinde önemli bir rol oynamaktadır. Dış ticaretin gelişmesi için lojistik hizmetlerinin kalitesi ve verimliliği büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, bu tezde Türkiye'de lojistik sektörünün dış ticaret üzerine etkisini araştırmak istedik. Zorlu tez sürecinde benden desteğini bir an için bile esirgemeyen değerli arkadaşım Gülşah ELDEMİR' e ve tüm eğitim hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen her zaman yanımda olan sevgili aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Emre
TUNCA

Edirne,
2023

İÇİNDEKİLER

ÖZET i
ABSTRACT ii
ÖN SÖZ iii
İÇİNDEKİLER iv
KISALTMALAR LİSTESİ vi
TABLOLAR LİSTESİ vii
ŞEKİLLER LİSTESİ viii
GİRİŞ VE AMAÇ 1
1. LOJİSTİK SEKTÖRÜ 4
1.1. Lojistik Tanımı ve Tarihsel Süreci 4
1.2. Temel Lojistik Faaliyetler ve Amaçları 7
1.3. Lojistik İlkeleri 15
1.3.1. Standartlık İlkesi 16
1.3.2. Ekonomik Olma İlkesi 17
1.3.3. Yeterli Olma İlkesi 17
1.3.4. Elastikiyet İlkesi 18
1.3.5. Sadelik İlkesi 18
1.3.6. İzlenebilirlik ve Şeffaflık İlkesi 19
1.3.7. Koordinasyon ve İş birliği İlkesi 19
1.4. Lojistik Taşımacılık Türleri 20
1.4.1. Karayolu Taşımacılığı 23
1.4.2. Denizyolu Taşımacılığı 24
1.4.3. Demiryolu Taşımacılığı 27
1.4.4. Havayolu Taşımacılığı 28
1.4.5. Boru Hattı Taşımacılığı 30
1.4.6. Kombine Taşımacılığı 31
1.5 Lojistik Performans Endeksi (LPE) 32
2. DIŞ TİCARET 35
2.1. Dış Ticaret Tanımı 35

2.1.1 İhracat Türleri 36
2.1.2. İthalat Türleri 38
2.2. Ülkeleri Dış Ticarete İten Nedenler 41
2.3. Küreselleşme ve Dış Ticaret 42
2.4. Dış Ticaret Ödeme Şekilleri 45
3.TÜRKİYE'DE LOJİSTİK SEKTÖRÜ VE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ 50
3.1. Türkiye'nin Dış Ticaret Performansı 50
3.2. Türkiye'nin Coğrafi Konumundan Dolayı Lojistik Üssü Olma Potansiyeli 56
3.3. Lojistik Sektörünün Milli Gelire Katkısı 59
SONUÇ 64
KAYNAKLAR 68

KISALTMALAR LİSTESİ

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE: Araştırma ve Geliştirme

BAE: Birleşik Arap Emirlikleri

CRM: Customer Relationship Management

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade

GPS: Global Positioning System

LPE: Lojistik Performans Endeksi

NAFTA: North American Free Trade Agreement

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

WTO: World Trade Organization

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1**:** Lojistiğin Tarihsel Süreci 5
Tablo 2**:** Türkiye'de İhracat ve İthalatta Karayolu Taşımacılığının Kullanımı 24
Tablo 3 Türkiye'de İhracat ve İthalatta Denizyolu Taşımacılığının Kullanımı..... 26
Tablo 4: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Demiryolu Taşımacılığının Kullanımı..... 28
Tablo 5: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Havayolu Taşımacılığının Kullanımı..... 29
Tablo 6**:** G8 Ülkeleri ve Türkiye LPE 2018..... 34
Tablo 7**:** Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı 20 Ülke 37
Tablo 8**:** Türkiye'nin En Çok İthalat Yaptığı 20 Ülke..... 40
Tablo 9**:** Dünya İhracatında Ülke Sıralamaları, 2021 43
Tablo 10**:** Dünya İthalatında Ülke Sıralamaları, 2021 44
Tablo 11: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İhracat..... 46
Tablo 12**:** Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İthalat 48

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Temel Lojistik Faaliyetler 8
Şekil 2: Türkiye Geneli LPE Sıralaması 33
Şekil 3: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İhracat 46
Şekil 4: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İthalat 49
Şekil 5: Türkiye'de İhracatın Sektörel Dağılımı 52
Şekil 6: Türkiye'de İthalatın Sektörel Dağılımı 53

GİRİŞ VE AMAÇ

Bu çalışmada Türkiye'de lojistik sektörünün dış ticaret üzerine etkisi kapsamında lojistik kavramı ve tarihsel süreci ile ilgili temel bilgiler verilecektir. Ardından, lojistik sektöründe gerçekleştirilen temel faaliyetler ve amaçları açıklanacak ve lojistik ilkeleri hakkında bilgi verilecektir. Lojistik taşımacılık türleri de dahil olmak üzere lojistik sektörünün diğer önemli konuları ele alınacaktır. Dış ticaret konusunda, tanımı ve ihracat-ithalat türleri hakkında bilgi verilecek ve ülkelerin dış ticaret yapmasına neden olan faktörler hakkında tartışılacaktır. Küreselleşme ve dış ticaret ilişkisi de ele alınacak ve dış ticaret ödeme şekilleri hakkında bilgi verilecektir. Son olarak, Türkiye özelinde, ülkenin dış ticaret performansı, coğrafi konumundan dolayı lojistik üssü olma potansiyeli ve lojistik sektörünün milli gelire katkısı hakkında ayrıntılı bir değerlendirme yapılacaktır.

Lojistik sektörü, tedarik zinciri boyunca mal ve hizmetlerin etkili bir şekilde yönetilmesi, depolanması ve taşınması gibi faaliyetleri kapsayan bir sektördür. Bu sektör, ürünlerin müşteriye ulaşmasında önemli bir rol oynar ve günümüzün küresel ekonomisinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Lojistik, üretim, tedarik zinciri ve dağıtım gibi faaliyetleri kapsayan bir işletme fonksiyonudur. Lojistik, ilk olarak askeri faaliyetlerde kullanılmıştır ve 20. yüzyılda sivil sektörde yaygınlaşmıştır. Tarihsel süreçte, lojistik faaliyetlerin doğru bir şekilde yönetilmesi, malzemelerin ve askeri teçhizatın savaş alanlarına taşınması açısından önemliydi. Günümüzde ise lojistik faaliyetler, tüm sektörlere yayılmış durumda ve ürünlerin etkili bir şekilde yönetilmesi ve müşterilere zamanında teslim edilmesi açısından kritik bir role sahiptir.

Lojistik faaliyetler, malzeme yönetimi, depolama, stok yönetimi, nakliye ve dağıtım gibi bir dizi faaliyeti kapsar. Lojistik faaliyetlerin temel amacı, ürünlerin

doğru zamanda, doğru yerde ve doğru miktarda müşteriye ulaştırılmasını sağlamaktır. Lojistik faaliyetlerin doğru bir şekilde yönetilmesi için bazı ilkeler belirlenmiştir. Bu ilkeler arasında standartlık ilkesi, ekonomik olma ilkesi, yeterli olma ilkesi, elastikiyet ilkesi, sadelik ilkesi, izlenebilirlik ve şeffaflık ilkesi ile koordinasyon ve işbirliği ilkesi bulunur.

Lojistik taşımacılık, ürünlerin taşınması için kullanılan çeşitli yöntemleri içerir. Bu taşımacılık türleri arasında karayolu taşımacılığı, denizyolu taşımacılığı, demiryolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığı, boru hattı taşımacılığı ve kombine taşımacılık bulunur.

Günümüzün küresel ekonomisinde lojistik sektörü ve dış ticaret, ülkelerin ekonomik kalkınması ve uluslararası ticaretteki rekabet gücü açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle, lojistik sektörü ve dış ticaret konuları, hem uluslararası hem de yerel düzeyde birçok araştırmacı, işletmeci ve politika yapıcı tarafından incelenmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada lojistik sektörü ve dış ticaret konuları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

Dış ticaret, bir ülkenin mal ve hizmetlerinin başka bir ülkeye satılması ve başka bir ülkeden mal ve hizmetlerin satın alınması işlemidir. Dış ticaret, bir ülkenin ekonomik büyümesini ve kalkınmasını etkileyen bir faktördür. İhracat, bir ülkenin sınırları dışındaki tüketicilere mal ve hizmet satışını ifade ederken, ithalat, bir ülkenin sınırları içinde tüketilen malların başka bir ülkeden satın alınmasıdır. İhracat, ülkelerin ekonomik büyümesine katkıda bulunurken, ihracat türleri de ülkelerin dış ticaret stratejileri açısından önem taşır. İthalat da ihracat gibi farklı türlere ayrılır ve bir ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlar. İhracat, doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleştirilebilir. Doğrudan ihracatta, bir ülke doğrudan bir başka ülkeye ürünlerini ihraç eder. Dolaylı ihracatta ise, bir ürün önce başka bir ülkeye ihraç edilir ve daha sonra oradan bir başka ülkeye ihraç edilir. İthalat da doğrudan veya dolaylı olarak

gerçekleştirilebilir. Doğrudan ithalatta, bir ülke doğrudan başka bir ülkeden mal veya hizmet satın alır. Dolaylı ithalatta ise, bir ürün önce başka bir ülkeden ithal edilir ve daha sonra ülkeye getirilir.

Ülkeleri dış ticaret yapmaya iten birçok neden vardır. Bunlar arasında doğal kaynakların yetersizliği, teknolojik üstünlüklerin farklılık göstermesi, ticaret engellerinin kaldırılması, küresel rekabetin artması ve farklı pazarlara erişim sağlamak gibi nedenler sayılabilir. Küreselleşme, dünya ekonomilerinin birbirleriyle daha fazla entegrasyonu ve iş birliği içinde olmasına neden olmuştur. Bu süreç, ülkelerin dış ticaretini de artırmıştır. Küreselleşme, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ihracatını artırarak ekonomik büyümelerine katkıda bulunmaktadır.

Dış ticarette ödeme, mal veya hizmetin teslim edilmesi karşılığında yapılır. Türkiye, stratejik konumu ve coğrafi avantajları nedeniyle dünya ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, Türkiye'nin dış ticaret performansı ve lojistik sektörü üzerindeki etkisi oldukça önemlidir. Türkiye'nin dış ticaret performansı son yıllarda oldukça iyi bir seyir izlemektedir. Türkiye'nin en önemli ihracat ürünleri arasında hazır giyim, otomotiv, makine ve ekipmanları, tekstil ve kimyasal ürünler yer almaktadır. İthalat tarafında ise, petrol ve doğalgaz, kimyasallar, otomotiv ve makine ekipmanları öne çıkmaktadır.

Lojistik sektörü, Türkiye ekonomisi için önemli bir sektördür ve milli gelire önemli bir katkı sağlamaktadır. Türkiye'de lojistik sektörü, yük taşımacılığı, depolama ve dağıtım, gümrükleme hizmetleri, sigorta ve danışmanlık hizmetleri gibi birçok alt sektörden oluşmaktadır. Bu nedenlerle, Türkiye'nin dış ticaret performansı ve lojistik sektörü üzerindeki etkileri oldukça önemlidir ve bu alanlarda yapılan çalışmaların ülke ekonomisi için büyük bir değer taşıdığı söylenebilir.

1. LOJİSTİK SEKTÖRÜ

1.1. Lojistik Tanımı ve Tarihsel Süreci

Lojistik kavramının birden fazla tanımı mevcuttur. Bunun nedeni lojistiğin birçok alanda var olmasıdır. Lojistik kavramının kelime anlamına bakıldığında yunanca "logistikos" sıfatından türetilen sonuçla ilgili olup yetenek anlamına gelmektedir. Yunanca "logistikos" kelimesi Avrupa dillerine Fransızcada "logistique" Latincede "logisticus" kelimeleri aracılığı ile girmiştir (Güngörürler, 2004). Latin kökenli sözcük olan "logisticus" kelimesi logic (mantık) ve statics (istatistik) kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır (Akan, 2021).

Lojistik kavramı ile alakalı birçok tanımlama yapılmış olmakla birlikte lojistik ile ilgili en anlaşılır tanımlama "Tedarik Zinciri Yönetimi Profesyonelleri Konseyi (Council of Supply Chain Management Professionals) tarafından yapılmıştır. Konsey "*lojistiği; tüketicilerin taleplerini karşılamak üzere kaynağından son kullanıcıya kadar malların, hizmetlerin ve bununla ilgili bilgi akışının etkin ve verimli bir şekilde planlanması, uygulanması ve de kontrol edilmesi*" şeklinde tanımlamaktadır (Kaplan, 2018).

Lojistik, mal ve hizmetlerin üretiminden tüketiciye ulaşması sürecinde oluşan tüm gereksinimleri karşılamak için planlama, organize etme, uygulama ve kontrol etme faaliyetleri gibi birçok faaliyeti ifade etmektedir. Lojistik, ürünlerin üretildiği yerden tüketiciye ulaşmasını sağlamak için gerekli olan tüm faaliyet sürecini kapsamaktadır (Kaplan, 2019).

Lojistik kavramının tarihsel sürecine baktığımızda ilk olarak karşımıza askeri bir kavram olarak çıktığını görmekteyiz. Askeri uzmanlar, lojistik kavramına tarihsel olarak bakıldığında lojistiğin birçok savaşın kazanılmasında veya

kaybedilmesinde temel faktörlerden biri olduğunu belirtmektedirler (Bayhan, Türkmen ve Kepe, 2017).

Savaş esnasında cephelere silah, mermi, mühimmat taşınması, askerlere giyecek ve yiyecek gibi hayati malzemelerin tedarik edilmesinde de lojistiğin büyük rol oynadığı söylenmektedir (Gürsoy, 2014).

Paranın olmadığı eski çağlarda, insanların ihtiyaçlarını karşılamak için takas/mübadele yapmaktaydılar. Takas/mübadele ihtiyaçları nedeniyle lojistik kavramı ortaya çıkmıştır. Eski çağdaki insanların bu takas/mübadele çabaları toplumları ve aynı zamanda lojistiği geliştirmiştir. Tarihsel süreçte lojistiğin ekonomik, askeri ve sosyal yaşantı gibi pek çok alanda etkin olduğunu söylemek mümkündür. Lojistik kavramının insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir (Çekerol, 2014).

Tablo 1: Lojistiğin Tarihsel Süreci

I. DÖNEM	II. DÖNEM	III. DÖNEM	IV. DÖNEM
İlkel Lojistik	Askeri Lojistik	Ticaret Lojistiği	Modern Lojistik
Planlamanın yapılmadığı, üretim faaliyetlerinin ön plana çıktığı, depolama, dağıtım gibi operasyonel faaliyetlerde neredeyse hiçbir kontrolün yapılamadığı ilk lojistik faaliyetler başlamıştır	Bu dönem, başarının sürdürülebilirliği için, askeri malzemelerin tedarik edilmesi, depolanması, ulaştırılması, dağıtılması, bakım ve tamiri, tahliyesini içeren işlemlerin bütününü kapsamaktadır.	Ticari alanda, teknoloji ve ekonomi ihtiyaçların hızla değişmesiyle lojistiğin bütün faaliyetlerini içeren yeni oluşumlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönem, materyal yönetimi ile fiziksel dağıtım bağlantısını da kapsamaktadır.	Lojistik faaliyetlerin modernize edilmesi sonucunda, yönetsel ve operasyonel düzeyde uygulanmaya başlanmıştır. Yönetsel Lojistik • Tedarik Lojistiği • Lojistik Yönetimi Operasyonel Lojistik • Materyal Yönetimi • Üretim-Operasyon Yönetimi • Dağıtım Yönetimi

Kaynak: Çekerol, 2013:5-6

Dünya savaşlarıyla beraber lojistik kavramı işlevselleşmeye başlamış ve taşımanın hızlandırılması, malzemenin depolanması, depoların korunması gibi birçok

yeni temel lojistik ihtiyacın ortaya çıkmasına olanak vermiştir (Coşkun, 2020). Özellikle dünya savaşlarının kıtalar arası gerçekleşmesi ülkeleri askeri, lojistik, stratejik planlamalar yapmaya zorlamıştır. Mesafelerin uzak olması nedeniyle mühimmat, gıda, sağlık gibi hayati önem taşıyan maddeler ülkeler tarafından daha dikkatli kullanılmıştır. Bu ürünler tedarik edilirken birçok ülke, lojistiğin önemini ve gerekliliğini görmüştür (Şık, 2021).

Lojistik sektörü, sanayi devriminden sonra önemini artırmış ve giderek gelişmiştir. Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT), Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması (North American Free Trade Agreement, NAFTA), Avrupa Birliği gibi küresel ve bölgesel ticari antlaşmaların imzalanması sonucu lojistik kavramının askeri alandan ticari alana geçiş yapmasına sebep olmuştur. Zamanla lojistik kavramı küresel ekonomi için vazgeçilmez ve ana sektörlerden birisi haline gelmiştir (Coşkun, 2020).

Sanayi devrimi sonrası endüstriyel üretimin artması ve üretim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte üretim süreçlerinde büyük bir değişim yaşanmıştır. Bu değişim, üretimde büyük artışlara neden olmuş ve üretim faaliyetlerinin daha karmaşık hale gelmesine yol açmıştır. Üretim süreçlerindeki bu artışlar, ürünlerin taşınması ve dağıtımında da artışa neden olmuştur. Bu da lojistik sektörünün önemini artırmıştır. Demiryolları, karayolları ve deniz yolları gibi ulaşım yolu türleri, ürünlerin daha hızlı, güvenli ve uygun maliyetli taşınmasını sağlamıştır. Bu yeni yolların kullanılmasıyla beraber lojistik sektörünün de büyümesine ve gelişmesine katkı sağlanmıştır. Ürünlerin taşınması ve dağıtımı, tedarik zincirinin önemli parçalarından bir tanesidir ve ürünlerin müşterilere zamanında ve sorunsuz bir şekilde ulaşmasını sağlar (Berktaş ve Dimli, 2021).

Teknolojik gelişmeler de lojistik sektörünün gelişiminde önemli bir rol oynamıştır. Özellikle, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, lojistik faaliyetlerinin daha

verimli hale gelmesini sağlamıştır. Bilgi teknolojilerindeki bu gelişmelere; otomatik tanıma sistemleri, barkod okuyucular, GPS, Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) sistemleri ve diğer teknolojileri örnek verilebilir. Bilgi teknolojilerindeki bu gelişmeler ürünlerin takip edilmesi ve yönetilmesi konusunda önemli bir rol oynamaktadır (Tekin, Etlioğlu ve Tekin, 2017).

Sonuç olarak, sanayi devrimi sonrasında lojistik sektörü, ürünlerin tedarik zincirindeki hareketlerini yöneten ve optimize eden önemli bir sektör haline gelmiştir. Ulaşım ve teknolojik gelişmeler lojistik faaliyetlerinin daha verimli hale gelmesini sağlayarak sektörün gelişimine katkı sağlamıştır.

1.2. Temel Lojistik Faaliyetler ve Amaçları

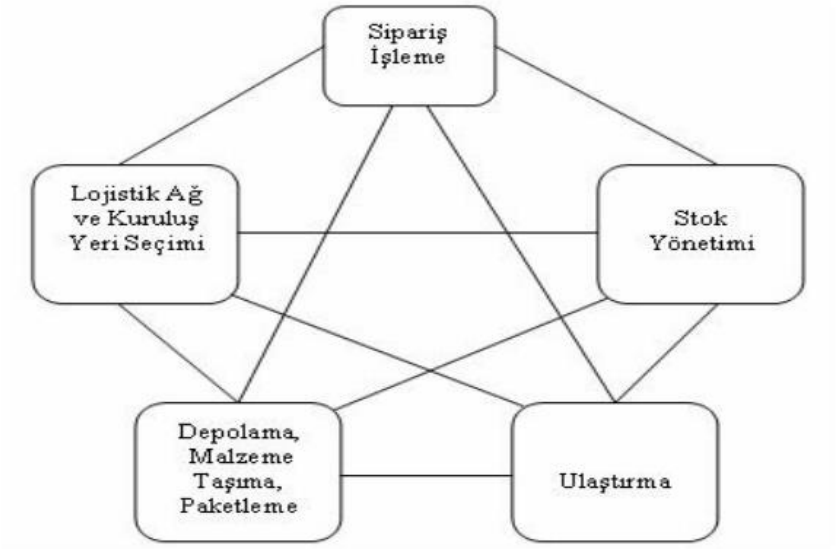
Küresel ticaretin gelişmesiyle birlikte lojistik faaliyetlerin önemi de artmıştır. Lojistik faaliyetler, işletmelerin tedarik zinciri yönetiminde yer alan fiziksel mal ve hizmetlerin planlanması, uygulanması ve kontrolünü kapsamaktadır. Lojistik faaliyetler, malzemelerin tedarik sürecinden başlayarak, ürünlerin üretim sürecinde, dağıtımı, depolanması, nakliyesi ve son kullanıcıya ulaştırılması gibi genel işlemleri kapsar. Lojistik faaliyetler, bir işletmenin rekabet avantajı kazanmasına da yardımcı olabilir. Etkili bir lojistik yönetimi, işletmenin ürünlerini daha hızlı, daha ucuz ve daha verimli bir şekilde tedarik edebilmesine ve müşterilere daha hızlı ve daha iyi hizmet sunabilmesine olanak tanır. Bu durum işletmelerin müşteri memnuniyetinin artmasına ve rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmaktadır (Gümüş, 2009).

Lojistik faaliyetlerinin temel amacı işletmelerin tedarik zincirindeki tüm faaliyetleri optimize ederek müşteri ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılamaktır. Bu amaç doğrultusunda lojistik faaliyetler, ürünlerin doğru zamanda, doğru yerde ve doğru koşullarda teslim edilmesini sağlar. Aynı zamanda, lojistik faaliyetler, stok

maliyetlerini azalttığı için toplam lojistik maliyetlerini düşürür ve verimliliği artırır. (Bilginer, Kayabaşı ve Seziner, 2008).

Lojistik faaliyetler birincil faaliyet ve destekleyici faaliyet olarak ikiye ayrılmaktadır. Birincil faaliyette; Taşıma, envanter yönetimi, sipariş yönetimi işlemleri bulunmaktadır. Destekleyici faaliyetlerde ise; depolama, malzeme, elleçleme, koruyucu ambalajlama, temin, üretim planlama ve bilgi yönetimi ise destekleyici faaliyetlerde bulunmaktadır. Birincil faaliyet ve destekleyici faaliyetlerin temel hedefi ise müşteri hizmetleridir. Lojistik faaliyetler sektörel anlamda değişen beklentilerin karşılanması ve farklı gereksinimler konusunda ihtiyaçları karşılamak için çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Böylelikle genel kabul görmüş bir sınıflandırma olmamasına karşın birincil faaliyet ve destekleyici faaliyet olarak lojistik faaliyetler aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (Coşkun, 2020).

Şekil 1: Temel Lojistik Faaliyetler



Kaynak: Gümüş, 2009: 103

Taşıma: Lojistikte taşıma faaliyeti, bir ürünün bir yerden başka bir yere taşınması işlemidir. Bu işlem, malzemenin kaynak bir nokta yerinden hedef yerine nakledilmesini içermektedir. Lojistikte taşıma faaliyeti, lojistik zincirinin önemli bir parçasıdır ve malzemelerin doğru bir şekilde taşınmasını sağlamak için çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu taşıma faaliyetleri, kara, deniz, hava ve demiryolu gibi çeşitli taşıma yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilebilir. Hangi taşıma yönteminin seçileceği, malzemenin özelliklerine, teslimat süresine ve maliyetlere bağlı olarak değişmektedir. Taşıma faaliyetleri, doğru paketleme, yükleme, indirme ve gümrükleme işlemleri gibi diğer lojistik süreçleriyle birlikte gerçekleştirilmektedir. Malzemelerin müşteriye zamanında ve güvenli bir şekilde ulaştırılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda, lojistik zincirinin diğer bileşenleriyle birlikte işbirliği yaparak, maliyetleri azaltmak, stok yönetimini iyileştirmek ve müşteri memnuniyetini artırmak gibi diğer lojistik hedeflerine de hizmet etmektedir (Kılcı, 2017).

Envanter Yönetimi: Lojistikte envanter yönetim faaliyeti, malzemelerin, hammaddelerin veya ürünlerin elde bulundurma sürecinin etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesini kapsayan bir faaliyet sürecidir. Bu faaliyet, malzemelerin stoklanması, yönetimi, izlenmesi ve envanterin azaltılması veya artırılması için stratejilerin geliştirilmesini içermektedir. Envanter yönetiminde, doğru stok seviyesinin belirlenmesi, ürün talebinin öngörülmesi, tedarikçilerle işbirliği yapılması, depolama yöntemlerinin seçilmesi, sipariş işleme süreçlerinin iyileştirilmesi, stok takibi ve yönetimi, envanter dönüş hızının artırılması ve envanter maliyetlerinin düşürülmesi gibi bir dizi stratejiden oluşmaktadır. Doğru envanter yönetimi, lojistik sürecinin verimliliğini artırarak, müşteri hizmet kalitesini iyileştirir ve lojistik maliyetlerini düşürür. Müşteri isteklerine cevap vermek için ürün stoklarını her zaman hazır tutmanın yanı sıra, fazla stokların yönetimi ve işletme sermayesi için gereksiz maliyetlerin azaltılması gibi operasyonel konuların da ele alınmasını gerektirmektedir. Lojistik süreçlerindeki birçok farklı etkileşimli faaliyetin önemli bir parçasıdır ve diğer lojistik faaliyetleriyle birlikte hareket edilerek, malzemelerin doğru zamanda ve doğru yerde bulunmasını sağlamaktadır (Şen, 2014).

Sipariş Yönetimi: Lojistikte sipariş yönetimi faaliyeti, müşteri siparişlerinin etkin ve verimli bir şekilde işlenmesini, yönetilmesini ve teslim edilmesini sağlamayı amaçlayan bir faaliyettir. Müşteri siparişlerinin alınması, siparişlerin doğruluğunun kontrol edilmesi, envanterin kontrol edilmesi, siparişlerin toplanması, paketlenmesi, nakliyesi ve teslimatının yapılması gibi bir dizi faaliyeti içermektedir. Sipariş yönetimi, müşteri beklentilerini karşılamak ve müşteri memnuniyetini artırmak için çok önemlidir. Bu süreç, müşterilerin siparişlerinin doğru ve zamanında teslim edilmesini sağlayarak, müşteri hizmet kalitesinin artmasına yardımcı olmaktadır. Envanter yönetimiyle yakından ilişkilidir ve doğru envanter yönetimi stratejileriyle birleştirilerek, stok seviyelerinin optimize edilmesi ve işletme sermayesi gereksinimlerinin en aza indirilmesi sağlanır. Sipariş yönetimi faaliyetleri, lojistik zincirindeki diğer faaliyetlerle birlikte optimize edilir ve lojistik sürecinin verimliliğini arttırmaktadır (Özgüner, 2017).

Sonuç olarak, lojistikte sipariş yönetimi faaliyeti, müşteri siparişlerinin etkin bir şekilde işlenmesi, envanter yönetimi faaliyetiyle birlikte hareket edilmesi gereken ve müşteri memnuniyetinin artırılması için önemli bir lojistik faaliyettir.

Depolama: Lojistikte depolama faaliyeti, malzemelerin, hammaddelerin veya ürünlerin elde bulundurma sürecinin etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesini sağlayan bir faaliyettir. Bu faaliyet, malzemelerin depolanması, yönetimi, izlenmesi, toplama, paketleme ve sevkiyat için hazırlanması gibi bir dizi bütünsel faaliyeti içermektedir. Depolama süreçleri, ürünlerin teslimat süresi, teslimat maliyetleri, müşteri hizmet kalitesi ve envanter maliyetleri gibi lojistik süreçlerin verimliliğini etkilemektedir. Malların ve hammaddelerin doğru şekilde depolanması, yönetimi, envanter takibi yapılmasını ve malzemelerin güvenli bir şekilde saklanmasını sağlayarak, hasar risklerini azaltmayı içerir. Depolama süreci, ürünlerin doğru şekilde etiketlenmesi, envanter takibi ve stok rotasyonu gibi konuların da ele alınmasını gerektirmektedir. Depolama faaliyet sürecini detaylandırdığımızda, ürünlerin stoklanması için uygun bir depo alanının seçilmesi, ürünlerin elleçlenmesi

ve yönetilmesi için uygun donanım ve ekipmanların seçilmesi, depo yönetim sistemleri kullanılarak envanterin izlenmesi ve takibi yapılması, stokların verimli şekilde düzenlenmesi ve sevkiyat işlemlerine hazır hale getirilmesi gibi bir dizi süreci içerir. Ürünlerin doğru zamanda, doğru yerde hazır bulunmasını sağlar ve müşteri hizmet kalitesini artırarak, lojistik maliyetlerini düşürür. Diğer lojistik faaliyetleriyle birlikte entegre bir şekilde hareket ederek, lojistik sürecinin verimliliğini arttırmaktadır (Dede, 2020).

Elleçleme: Lojistik süreçlerinde malzemelerin taşınması, yükleme, boşaltma, paketleme, depolama ve düzenleme işlemlerini kapsamaktadır. Bu işlemler, üretim tesislerinden başlayarak ürünlerin tüketicilere ulaşmasına kadar geçen tüm aşamalarda gerçekleştirilebilir. Elleçleme işlemleri, lojistik operasyonların verimliliğini arttırmak, maliyetleri azaltmak ve müşteri memnuniyetini arttırmak için hayati önem taşır. Elleçleme işlemlerinde kullanılan ekipmanlar ve araçlar, malzemelerin taşınması ve depolanması için tasarlanmıştır. Forkliftler, palet taşıyıcıları, konveyör bantları, vinçler, elleçleme aletleri gibi çeşitli araçlar ve ekipmanlar kullanılarak elleçleme işlemleri gerçekleştirilebilir. Malzemelerin doğru şekilde yüklenmesi, boşaltılması, depolanması ve düzenlenmesi gibi birçok farklı işlemden oluşmaktadır. Bu işlemler, malzeme cinsine, boyutuna, ağırlığına ve taşınma gereksinimlerine göre değişebilir. Örneğin, büyük ve ağır malzemeler için vinçler kullanılabilirken, küçük ve hafif malzemeler elle taşınabilir. Elleçleme, lojistik süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır ve işlemlerin doğru bir şekilde gerçekleştirilmesi, müşteri memnuniyeti ve lojistik operasyonların verimli bir şekilde yürütülmesi için hayati önem taşımaktadır (Kılınç, Karaatlı ve Ömürbek, 2022; Eker, 2006).

Tedarik ve Satın Alma: Lojistik faaliyetleri için gerekli olan malzemelerin, hammadde ve ürünlerin temini için yapılan faaliyetleri ifade etmektedir. Bu faaliyet, malzemelerin ve ürünlerin satın alınması, tedarikçi seçimi, sipariş yönetimi ve tedarik zincirinin yönetimi gibi bir dizi işlemi kapsamaktadır. Lojistik sürecinin

kritik bir parçasıdır ve lojistik operasyonlarının etkin bir şekilde yürütülebilmesi için malzemelerin, hammaddelerin ve ürünlerin doğru zamanda, doğru yerde ve uygun fiyata temin edilmesi gerekmektedir. Lojistikte tedarik ve satın alma faaliyetlerinin başında, tedarikçi seçimi gelmektedir. Tedarikçiler, ürünlerin kalitesi, teslimat süresi, fiyat ve ödeme koşulları, lojistik maliyetler ve müşteri hizmetleri gibi kriterlere göre değerlendirilir. Lojistikte sipariş yönetimi faaliyeti gibi, tedarik ve satın alma faaliyetleri de sipariş yönetimi ile ilgilidir. Bu süreç, siparişlerin doğru şekilde alınması, siparişlerin doğruluğunun kontrol edilmesi, envanterin kontrol edilmesi, siparişlerin toplanması, paketlenmesi, nakliyesi ve teslimatının yapılması gibi bir dizi faaliyeti içermektedir. Envanter yönetimi ile sıkı bir şekilde ilişkilidir. Malzemelerin, hammaddelerin ve ürünlerin doğru miktarda ve doğru zamanda temin edilmesi, envanterin doğru şekilde yönetilmesi ile mümkündür. Bu süreç, stok seviyelerinin belirlenmesi, stok rotasyonunun yapılması, envanter yönetim yazılımlarının kullanılması ve stok maliyetlerinin yönetilmesini içermektedir (Küçük, 2021).

Tedarik ve satın alma faaliyetleri, tedarikçilerle yapılan sözleşmelerin yönetimini de içermektedir. Bu süreç, sözleşme koşullarının belirlenmesi, sözleşmenin imzalanması, sözleşmenin takibi ve performansın ölçülmesi gibi işlemleri içermektedir (Kara, 2018).

Sonuç olarak, lojistikte tedarik ve satın alma faaliyetleri, lojistik sürecinin kritik bir parçasıdır.

Talep Tahmini ve Üretim Planlaması: Bir işletmenin tedarik zinciri yönetimi sürecinde önemli bir faaliyettir. Bu faaliyet, müşterilerin taleplerini tahmin etmek, stok seviyelerini ve üretim kapasitelerini planlamak ve malzeme tedarikini yönetmek için kullanılmaktadır. Talep tahmini, bir işletmenin belirli bir dönemde müşterilerinin talep edeceği ürün miktarını tahmin etmek için kullanılan bir süreçtir. Doğru talep tahmini, stok seviyelerini optimize etmek, üretim kapasitesini planlamak

ve müşteri taleplerini karşılamak için önemlidir. Üretim planlaması, bir işletmenin üretim kapasitesini tahmin etmek, üretim planlarını hazırlamak ve üretim süreçlerini optimize etmek için kullanılan bir faaliyettir. Doğru üretim planlaması, işletmelerin stok seviyelerini optimize etmelerini, üretim süreçlerini yönetmelerini ve müşteri taleplerini karşılamalarını sağlamaktadır. Talep tahmini ve üretim planlaması, birbirleriyle yakından ilişkilidir ve birlikte çalışırlar. Doğru üretim ve talep tahmini, işletmenin üretim kapasitesini doğru bir şekilde planlamasına ve malzeme tedarikini yönetmesine yardımcı olmaktadır. Bu faaliyetler, doğru planlama ve koordinasyon ile birlikte işletmelerin verimliliğini ve karlılığını artırır. Ayrıca, müşteri memnuniyetini artırarak, işletmelerin rekabet gücünü arttırmaktadır (Doğan, 2002).

Gümrükleme: Lojistikte gümrükleme faaliyeti, uluslararası ticarette mal ve hizmetlerin geçişinde uygulanan gümrük prosedürlerinin yerine getirilmesidir. Bu faaliyet, ülkeler arasındaki ticareti kolaylaştırmak ve güvenliğini sağlamak için yürürlükteki yasalara ve yönetmeliklere uygun olarak gerçekleştirilir. Gümrükleme faaliyeti, malzemelerin ithalatı ve ihracatı sırasında gerçekleştirilir. Bu faaliyetler, çeşitli dokümanların hazırlanması, malzemelerin gümrük işlemlerini tamamlamak, ithalat ve ihracat lisanslarını almak, malzemelerin güvenliğini sağlamak, harçların ve uygun vergilerin ödenmesini sağlamak ve malzemelerin gümrüklerde kontrol edilmesi diğer yasal gereklilikleri yerine getirmek için kullanılır. Bu faaliyetlerin doğru bir şekilde gerçekleştirilmesi, uluslararası ticarette başarılı bir şekilde iş yapmak için önemlidir (Tuerxun, 2017).

Gümrükleme faaliyetleri, genellikle gümrük müşavirleri, lojistik şirketleri veya şirketlerin kendi lojistik departmanları tarafından gerçekleştirilir. Bu faaliyet, ithalat ve ihracat sürecinde önemli bir rol oynar ve malzemelerin geçişinde herhangi bir aksamayı önlemeye yardımcı olmaktadır (Ticaret Bakanlığı).

Sigortalama: Lojistikte sigortalama faaliyeti, lojistik işlemlerde malzemelerin kayıp, hasar veya hırsızlık riskine karşı korunması için yapılan sigorta işlemleridir. Bu faaliyet, malzemelerin sevkiyatı sırasında oluşabilecek riskleri en aza indirerek, işletmelerin zarar görmesini önlemeye yardımcı olmaktadır. Malzemelerin nakliyatı, depolanması ve diğer lojistik faaliyetleri için uygulanabilir. Sigortalama, özellikle uluslararası ticarette, malzemelerin taşınması sırasında ortaya çıkabilecek risklere karşı korunmak için önemlidir. Sigortalama faaliyetleri, malzemelerin sigorta poliçesi ile güvence altına alınmasını içermektedir. Bu poliçeler, malzemelerin taşıma sırasında kaybolması, hasar görmesi veya çalınması gibi durumlarında işletmelerin maddi kayıplarını telafi etmeyi amaçlar. İşletmelerin malzemelerin güvenliğini sağlamak için önemlidir. Bu faaliyetler, malzemelerin nakliyesi sırasında beklenmedik olaylarla karşılaşıldığında işletmelerin kayıplarını en aza indirmektedir. Ayrıca, müşterilerin de malzemelerinin güvenli bir şekilde teslim edileceği konusunda güvence almasına yardımcı olmaktadır. Sonuç olarak, lojistikte sigortalama faaliyeti, işletmeler için malzemelerin kaybı, hasarı veya hırsızlığı gibi risklere karşı korunmasını sağlayan önemli bir faaliyettir (Tanık ve Özcan, 2021).

Ambalajlama: Lojistikte ambalajlama faaliyeti, malzemelerin güvenli ve etkili bir şekilde taşınabilmesi için uygun ambalaj malzemelerinin seçilmesi, hazırlanması ve uygulanması işlemidir. Bu faaliyet, malzemeleri taşıma, depolama ve elleçleme sırasında darbelere, titreşimlere, neme, ısıya ve diğer faktörlere karşı korunur ve zarar görmesini önlemeye yardımcı olur. Lojistik operasyonların verimliliğini arttırmaktadır. Ambalajlama faaliyetleri, malzemelerin türüne ve boyutuna göre farklı malzemelerin kullanılması ile gerçekleştirilir. Ambalajlama malzemeleri arasında kutular, çantalar, paletler, streç film, köpükler, hava yastıkları ve diğer malzemeler yer almaktadır. Ambalajlama faaliyeti aynı zamanda malzemelerin elleçlenmesini ve taşınmasını da kolaylaştırır. Müşterilerin malzemelerini güvenle alması ve işletmelerin müşteri memnuniyetini arttırmasına yardımcı olur. Malzemelerin doğru bir şekilde ambalajlanması, zamanında teslimat, düşük maliyet ve müşteri memnuniyetini arttırmaktadır (Özdener, 2010).

Lojistikte ambalajlama faaliyeti, malzemelerin güvenli ve etkili bir şekilde taşınabilmesi için önemli bir faaliyettir. Bu faaliyet, malzemelerin korunması, elleçlenmesi ve taşınması sırasında herhangi bir zararın önlenmesine yardımcı olur ve lojistik operasyonların verimliliğini arttırmaktadır.

Müşteri Hizmetleri: Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak, sorularını yanıtlamak ve sorunlarını çözmek için müşteri desteği sağlama işlemidir. Lojistik işletmelerinde önemli bir rol oynar ve müşteri memnuniyetini arttırmaya yardımcı olur. Müşteri hizmetleri faaliyetleri arasında müşterilerin taleplerine yanıt verme, sipariş işleme, teslimat takibi, fatura işleme ve ürün iadesi işlemleri yer almaktadır. Müşteri hizmetleri temsilcileri, müşterilerle doğrudan iletişim kurarak, sorularını yanıtlar, sorunları çözer ve şikayetleri ele alır. Müşteri hizmetleri, müşterilerin taleplerine hızlı bir şekilde yanıt verir ve müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Müşteri hizmetleri, müşterilerin lojistik işletmesine olan güvenlerini arttırmaktadır. Müşteriler, işletmelerin hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vermesi ve sorunları çözmesi konusunda güven duyarlar. Bu güven, müşterilerin işletmelerden tekrar hizmet almalarını sağlar ve işletmelerin sadık müşteri tabanları oluşturmasına yardımcı olur. Müşteri hizmetleri, lojistik işletmelerinde önemli bir rekabet avantajıdır. İyi bir müşteri hizmetleri desteği sunan işletmeler, müşteri memnuniyetini arttırır ve diğer işletmelere göre daha fazla müşteri kazanır. Bu nedenle, lojistik işletmeleri müşteri hizmetleri faaliyetlerine önem verir ve müşteri taleplerine hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verirler. Lojistikte müşteri hizmetleri faaliyeti, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak, sorularını yanıtlamak ve sorunlarını çözmek için müşteri desteği sağlama işlemidir. Bu faaliyet, müşteri memnuniyetini arttırır, müşterilerin işletmelerden tekrar hizmet almalarını sağlar ve lojistik işletmelerinin rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olmaktadır (Erdem ve Akolaş, 2020).

1.3. Lojistik İlkeleri

Lojistiğin ilkelerin, tüm lojistik faaliyetlerin organizasyonel süreçlerinde yol gösterici görevi vardır (Coşkun, 2020).

Lojistik faaliyetler gerçekleştirilirken, uygulama öncesinde ve uygulama esnasında ilkelere göre hareket edilip edilmediği konusunda kontroller yapılmalı ve bir sistem dahilinde devamlılığı sağlanmalıdır. Lojistik hem ekonomik performansa hem de hizmetin kalitesine izin veren bir organizasyondur. Bu nedenle lojistik ilkelere bağlı kalınması; kontrolde, koordinasyonda ve uygulama esnasında kolaylık, rekabet üstünlüğü, bilgi akışının sağlıklı bir şekilde yürütülmesi ve firmalar arasındaki iletişimin problemlerinin çözülmesi konularında yarar sağlamaktadır. Lojistik firmaları, faaliyetlerinde stratejik yönetim ilkelerini farklı açılardan ele almaktadırlar. Firmaların küreselleşme ve rekabet çağında doğru stratejik kararlar alabilmesi firmaların gelişmesinde veya çöküşünde önemli rol oynamaktadır (Şık, 2021).

Büyük bir alanda hizmet veren firmalar, lojistik faaliyetlerini gerçekleştirirken süreci etkili bir şekilde planlamalı ve lojistik ilkelerini benimsemelidir. Bu kapsamda lojistik ilkeler; standartlık, ekonomik olma, yeterli olma, elastikiyet, sadelik, izlenebilirlik-şeffaflık ve koordinasyon-işbirliğidir. Bu ilkeleri benimseyerek faaliyetlerini planlayıp uygulayan firmalar, maliyet ve zaman yönetimi konusunda daha etkili olurlar. İlkeler sayesinde, ürünlerin tüketiciye belirli standartlar dahilinde ulaşması yolundaki engeller minimize edilir. Sürekli değişen ve gelişen piyasa koşullarına göre farklı çözüm yolları oluşturma konusunda etkinliği arttırır (Kaplan, 2018).

1.3.1. Standartlık İlkesi

Lojistik firmaların faaliyetlerinin ve hizmetlerinin işleyişinde standartlık oluşturulması, talep eden kişiler için hizmeti önemli hale getirmektedir. Ürün ve hizmetlerin standart olması piyasanın etkin bir şekilde işlemesini sağlamaktadır. Lojistik faaliyetler gerçekleştirilirken müşteri veya ürün ayrımı yapılmadan bütün

süreçte özenli olmalı, belirli bir standart oluşturulmalı ve verilen hizmetin kaliteli olmasına dikkat edilmelidir (Keskin, 2011).

Uluslararası ticarette belirlenmiş olan standartların genel kabul görerek kullanılması lojistik kalitesinin arttırılmasına ve uluslararası ticaretin standartlara uygun bir biçimde gerçekleşmesine katkı sağlayacaktır (Coşkun, 2020).

Küreselleşme sürecinde taşıma araçları, kaplar-kasalar, elleçleme donanımı, teknolojik aletler gibi lojistik araçların standartlaşmış olması kazanç arttırıcıdır (Daşkan, 2016).

1.3.2. Ekonomik Olma İlkesi

Ekonomide kaynaklar sınırlıdır ve tüm ihtiyaçların karşılanması imkansızdır. Kıt kaynaklarla istenilen hedefe en az kaynak kullanarak ulaşılmayı ifade eden ilke ekonomik olma ilkesidir (Dirik, 2012).

Kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanmak lojistiğin başlıca amaçlarındandır. Lojistik firmaları bu yönde yeni stratejiler ortaya koymalıdır. Kaynakları ayırırken ve öncelikler tanımlanırken ekonomik olma ilkesi sayesinde maliyet ve zaman tasarrufu sağlanır (Çeralp, 2009).

1.3.3. Yeterli Olma İlkesi

Lojistik organizasyonlarda yeterli koordinasyon desteğinin sağlanmış olması şirketlerin başarısı için önemlidir. Lojistik kaynakların yeterli olması maliyet yönünden şirketlere fayda sağlamaktadır (Ergönen, 2014).

Kaynakların yeterlilik düzeyi, talepleri karşılayabilmelidir. Yeterlilik ilkesine göre fazla stok yapmadan sürdürülebilir olunmalıdır (Kahraman, 2014).

Lojistikte yeterli olma, kaynakların en etkin şekilde kullanılmasını ve hizmeti bütün talep edenler için verimli hale getirmeyi gerektirir (Güzel ve Asar, 2017).

1.3.4. Elastikiyet İlkesi

Elastikiyet, firmaların sürekli değişim ve rekabet ortamında doğabilecek rağbeti daha öncesinde kestirebilmeyi, tüm taleplere dinamik bir şekilde cevap verebilmeyi ve çözüm bulabilmeyi ifade etmektedir. Günümüz koşullarında piyasada bulunan rakipler, müşteriler ve sektörler çok hızlı bir şekilde değişim içine girebilmektedir. Değişim, gelişim ve belirsizliklerin olduğu zamanları proaktif bir şekilde öngörebilmek ve bu durumlara aktif çözüm bulabilmek esnek olabilmenin gerekliliğidir (Asar, 2017).

Şirketler değişim hızını önceleyerek her daim yeniliğe, değişime adapte olabilmelidir. Her zaman esnek ve başka alanlara uyum sağlayabilecek bir organizasyon kullanmalı ve geniş müşteri yelpazesine uygun hale getirilebilmelidir (Koban ve Keser, 2013a).

1.3.5. Sadelik İlkesi

Organizasyonlar genellikle birden fazla şirketi bir arada bulunduran operasyonlarını planlarken ve yürütme esnasında kompleks bir yapı ile

karşılaşmaktadır. Bu özelliğinden dolayı sade, meşakkatsiz gerçekleştirilebilir sistematik bir yapının var olması önemlidir (Şahin, 2010).

Lojistik planlamanın karmaşık olması istenmeyen bir olgudur. Bundan dolayı tüm faaliyetler basit ve anlaşılır olmalıdır. Karışık olgular yerine lojistik faaliyetlerin sade olması etkinliği arttırır ve sonuç itibariyle sınırlı olan kaynakların verimli bir şekilde kullanılması sağlanmış olur (Keskin, 2011; Daşkan, 2016).

1.3.6. İzlenebilirlik ve Şeffaflık İlkesi

Bilişim sistemleri sayesinde gerekli olan bilgiye istenildiği anda ulaşılabilmesi mümkündür. İzlenebilirlik ve şeffaflık ilkesinde, şirketlerin sahip olduğu bir yazılım sayesinde tüm faaliyet süreçleri takip edilebilir, elde edilen bilgiler paydaşlara aktarılabilir (Ener, 2010).

Teknolojinin ve iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte iş akışı ve lojistik faaliyetlerin tümünün gerçek zamanlı olarak izlenebilmesi ve kontrol edilebilmesi önemli hale gelmiştir. Potansiyel sorunların hızlı biçimde çözülmesi bu teknolojilerin kullanılabilirliği sayesinde mümkün olmaktadır (Coşkun, 2020).

1.3.7. Koordinasyon ve İş birliği İlkesi

Lojistik faaliyetleri planlayanlar, uygulayıcılar ve hizmet alanlar arasında eş güdümün sağlanmış olması, şirket için istenilen başarıyı beraberinde getirmektedir. Lojistik faaliyetlerde etkinlik, doğru bir koordinasyonun oluşturulabilmesi ile söz konusu olmaktadır (Çeralp, 2009).

Talep eden, tedarikçiler ve lojistik operasyonu sağlayan ekip arasında etkili bir şekilde koordinasyon ve iş birliği yapılarak, şirket hedeflerinin en doğru biçimde, istenilen, kazançlı, ekonomik, kaliteli ve yeterli hizmette bulunması sağlanmalıdır (Dirik, 2012).

1.4. Lojistik Taşımacılık Türleri

Taşımacılık lojistik faaliyetlerin önemli bir konusudur. Taşımacılık ile lojistik sektörü birbirine benzetilmektedir. Bu sektörlerin benzetilmesinin nedeni, lojistik süreçlerin tüm safhalarında taşımacılığın önemini hiç kaybetmemesidir. Türk Dil Kurumu taşımacılığı; "İnsan, mal vb.nin çeşitli araçlarla bir yerden bir yere taşınması işi, nakliyecilik, nakliyat, transport" şeklinde tanımlamaktadır (Çancı ve Erdal, 2003).

Taşıma türü seçiminde etki eden birçok faktör mevcuttur. Bu faktörler ürünlerin kalitesi, güvenilir taşımacılığın sağlanması, taşıma süresi, düzenli taşımacılık, teslimat sıklığı şeklinde sıralanmaktadır (Waters, 2003).

Taşımacılık, üretilen bir malın son tüketiciye ulaştırılması anlamına gelmektedir. Lojistik faaliyetlerin en önemli ve en büyük gider kalemi ulaştırma maliyetleridir. Şirketler bu maliyetleri minimuma indirerek ürünün tüketiciye ulaşmasını planlayarak karlılığını artırabilmeyi ve küresel pazarda rekabet üstünlüğü sağlamayı hedeflemektedirler. Yolcu ve yük taşıma faaliyetlerinde ürün veya hizmetin güvenli, hızlı, kaliteli, en az maliyetle son kullanıcıya ulaşması önemli noktalar arasındadır. Günümüz taşımacılığında, çevreye zararı az olan, ekolojik, doğal enerji kaynakları kullanarak ulaşım ve taşımacılık gerçekleştirilebilecek projeler üzerinde durmaktadırlar (Akgüngör ve Demirel, 2011).

Ulaşım, ulusal veya uluslararası sınırlar içinde yürütülebilmektedir. Söz konusu hedef, bir ürün veya yolcu olabilmektedir. Uluslararası taşımacılık sayesinde ihracat ürünleri yurtiçinden yurtdışına, ithalat ürünleri yurtdışından yurtiçine taşınabilmektedir. Ulaşım, şirketlerin ve ülkelerin ekonomik gelişiminin önemli bir parçasıdır (Alızada, 2019).

Gelişmiş taşımacılık faaliyetleri sayesinde rekabet üstünlüğü, ekonomik gelişmişlik, mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı, yaşam şartlarının iyileştirilmesi sağlanmış olur. Taşımacılık, insanlığı modern ve gelişmiş ekonomilere ulaştırmaktadır. Ticaret ve bilişim ulaşım faaliyetleri olmadan büyüyemez. Taşımacılık türlerinin kendi içlerinde farklı özellikleri vardır. Gerekli zamanlarda taşınacak ürünün türüne bağlı olarak taşımacılık türü de seçilmektedir (Temelli, 2011).

Gelişmiş taşımacılık sistemi olan firmalar sektörde avantajlı bir konuma gelmektedir. Lojistik faaliyetleri daha iyi bir ulaşım sistemiyle entegre etmek lojistik verimliliği yükseltmektedir. Taşımacılık sistemlerinin geliştirilmesi için devlet ve özel sektör birlikte çaba göstermelidir. Böylece iyi bir lojistik sisteme sahip olmak devlete ve işletmelere rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Yue and Taylor, 2005).

Taşımacılığın amacı, malların üretim yerinden talep edilen yere hareketini ve bu operasyonel sürecin doğru, hızlı ve ekonomik olarak gerçekleştirilmesidir. Taşımacılığın ayrıca sosyal ve politik fonksiyonları da bulunmaktadır (Coşkun, 2020).

Taşımacılığın sosyal fonksiyonu; nüfusun dengesini sağlayarak işgücünü tek yerde toplamak yerine başka yerleşim yerlerine de dağılım oluşturmaktadır.

Taşımacılığın politik fonksiyonu; taşımacılık sistemi gelişmiş ülkelerin verimlilik ve kalitesini arttırmaktadır (Saatçioğlu, 2006).

Ulusal ve uluslararası taşıma faaliyetlerinde mal ve hizmetlerin hangi taşıma türü ile taşınması gerektiği doğru bir şekilde kararlaştırılmalıdır. Ucuz bir şekilde taşımacılık yapılmaya çalışılırken defa fazla maliyet oluşturabilmektedir. Malların paketlenmesi, hangi taşıma türü kullanılacağı ve envanter seçimi maliyetleri doğrudan etkilemektedir. Taşımacılık sürecinde koordinasyonun iyi bir şekilde sağlanması ulaştırma talebinin en kısa sürede, minimum maliyetle yapılmasını sağlamaktadır. Taşımacılıkta "Lardner Kuralı" taşımacılık maliyetleri yarıya indirilince pazar alanının 4 kat artacağını savunmaktadır (Coşkun, 2020).

Taşımacılık konusunda dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıda verilmiştir. (Johnson vd. 1998):

• *Ulaştırma maliyetleri firma fabrikalarının, depolarının, satıcıların ve müşterilerin konumundan doğrudan etkilenmektedir,*

• *Envanter ihtiyaçları kullanılan ulaşım şeklinden etkilenmektedir.*

• *Seçilen taşıma şekline göre ambalajlama yapılmaktadır ve taşıyıcıların sınıflandırılmasını etkileyen kurallar sıklıkla paket seçimi üzerinde de etkili olmaktadırlar,*

• *Kullanılan taşıyıcı tipi, yükleme ve boşaltma ekipmanları, limanlar ve alındı belgeleri gibi faktörler, üretici kuruluşun taşımakta olduğu ekipmanın türü üzerinde belirleyici özellik taşımaktadır,*

• *Müşteri servis amaçlarını, satıcılar tarafından seçilen taşıyıcı tipleri etkilemektedir.*

Taşımacılıkta kullanılan taşıma sistemleri karayolu taşımacılığı, denizyolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığı, demiryolu taşımacılığı, boru hattı taşımacılığı, kombine taşımacılık başlıkları altında toplanmaktadır (Şık, 2021).

1.4.1. Karayolu Taşımacılığı

Karayolu taşımacılığı sıklıkla kullanılan taşımacılık türüdür. Kapıdan kapıya teslimi ifade etmektedir. Tüm ürünlerin taşınması için kullanışlı bir yoldur. Karayolu taşımacılığında hava şartları olumsuz etki yaratmamaktadır ve geniş bir taşımacılık ağına sahiptir. Karayolu taşımacılığında, ürünler, üretim yerinden alınır ve teslimat adresine aktarma olmaksızın ulaştırılmaktadır. Bu taşımacılık türünde duraklarda beklendiğinde harcanan zaman minimumdur. Teslimat süresinin önemli olduğu hizmette, en güvenilir yol karayolu taşımacılığıdır. Teslimat sürecini değiştirecek dış etkenler azdır. Her zaman öncelikli olarak tercih edilen yöntem olarak geçmektedir. Düşük maliyetli, hareket kabiliyetinin olması, seferlerde başka seçeneklerin var olması, malın en uygun şekilde taşınmasına yardımcı olması ve taşımacılıkta kolaylık sağlaması avantajları arasındadır (Gürsoy, 2014).

Dezavantajları olarak olası gecikmeler, hava şartlarının engellediği zamanlarda taşımacılığın zorlaşması, uygun alt yapıya sahip olmayan yerlere ulaşımın sağlanamaması sayılmaktadır. Karayolu taşımacılığında, çok büyük hacimli ürünlerin transferi demiryolu taşımacılığına göre daha az tercih edilmektedir. Aynı zamanda bazı ülkelerde motorlu karayolu araçları ile ulaşım sağlandığında, yük hacminde ve ağırlıklarında sınırlamalar getirilmiştir (Küçükaltan, 2012; Şahin, 2012).

Tablo 2: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Karayolu Taşımacılığının Kullanımı

İhracat(Değer: Bin ABD $)				İthalat(Değer: Bin ABD $)			
Yıl	Toplam İhracat	Karayolu	% Payı	Yıl	Toplam İthalat	Karayolu	% Payı
2022	$ 254.201.009	$ 78.852.340	31%	2022	$ 363.708.914	$ 59.446.249	16%
2021	$ 225.214.458	$ 68.749.376	31%	2021	$ 271.425.553	$ 48.896.681	18%
2020	$ 169.637.755	$ 53.127.588	31%	2020	$ 219.516.806	$ 41.883.477	19%
2019	$ 180.832.721	$ 54.461.860	30%	2019	$ 210.345.202	$ 37.177.012	18%
2018	$ 177.168.756	$ 52.222.468	29%	2018	$ 231.152.482	$ 39.129.380	17%
2017	$ 164.494.619	$ 50.988.408	31%	2017	$ 238.715.127	$ 40.374.083	17%
2016	$ 149.246.999	$ 49.537.436	33%	2016	$ 202.189.241	$ 36.716.500	18%
2015	$ 150.982.113	$ 51.946.113	34%	2015	$ 213.619.211	$ 37.840.932	18%
2014	$ 166.504.861	$ 61.133.176	37%	2014	$ 251.142.429	$ 40.577.283	16%
2013	$ 161.480.914	$ 57.804.104	36%	2013	$ 260.822.803	$ 43.544.972	17%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye'de ihracat ve ithalat faaliyetlerinde karayolu taşımacılığı oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Karayolu taşımacılığı, Türkiye'nin coğrafi konumu ve ekonomik yapısı nedeniyle tercih edilen bir taşımacılık şeklidir. Ayrıca Türkiye'nin AB (Avrupa Birliği) ülkeleriyle yoğun ticaret yapması da karayolu taşımacılığını önemli kılmaktadır. Tablo 2 incelendiğinde 2022 yılında Türkiye 254 milyar dolarlık bir ihracat gerçekleştirmiştir. Bu, ihracatın yaklaşık 78 milyar dolarının karayolu taşımacılığı kullanılarak gerçekleştirildiğini göstermektedir. Aynı zamanda Türkiye 2022 yılında 363 milyar dolarlık bir ithalat gerçekleştirmiştir. Bu ithalatın yaklaşık 59 milyar doları da karayolu taşımacılığı oluşturmaktadır. Tablo 2 incelendiğinde Türkiye'nin ihracatının sürekli olarak arttığı ve buna bağlı olarak karayolu taşımacılığını da ihracatta kullanımını arttırdığını görmekteyiz. Bu artış durumu ithalata da yansıdığını söylenebilir. Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde karayolu taşımacılığı oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumu ve ekonomik yapısı nedeniyle karayolu taşımacılığı tercih edilen bir taşımacılık şeklidir. Ancak, diğer taşımacılık yöntemleri de önemli bir rol oynamaktadır.

1.4.2. Denizyolu Taşımacılığı

Denizyolu taşımacılığı denizyoluyla ürün veya kişinin bir yerden başka bir yere transfer edilmesidir. Denizyolu taşımacılığı sistemi içerisinde; özel deniz

taşımacılığı, ziyaret limanları, fabrikalar, terminaller, dağıtım noktaları ve pazarlar yer almaktadır (Corbett and Winebrake, 2008).

Denizyolu taşımacılığı da sık kullanılan taşımacılık türlerindendir. Diğer taşıma türleri arasında en uygun maliyetli ve en güvenilir ulaşım yoludur. Konteyner aracılığı ile ekonomik anlamda değeri az olan mallar, hammadde, gaz ve petrol gibi ürünler bu taşımacılık ile sağlanmaktadır (Çancı ve Erdal, 2003).

Bu taşıma türü sayesinde ürünlerin nakliyesinde, güvenliğinin sağlanmasında, ürün kaybının azaltılmasında, sınır geçişlerinde güçlük yaşanmamaktadır. Bu yönüyle, demiryolu taşımacılığına göre 3,5 kat, karayolu taşımacılığına göre 7 kat ve havayolu taşımacılığına göre 22 kat daha ekonomik olan bir yoldur. Avantajlı olmasının yanında, firmaların denizyolu taşımacılığına yapacakları yatırımı tek başlarına yapmaları zor olmaktadır. Aynı zamanda ilk yatırım maliyetleri ve taşıma araçları oldukça maliyetlidir. Liman ve iskele pahalılığı, zaman alan bir ulaşım yolu olması gibi dezavantajları da vardır (Baird, 2001).

Kapasite ve fonksiyonellik bakımından kullanılan terminal ve depolar farklı büyüklüklerde olabilmektedir. Ulaşımı sağlanan ürünler sıvı ve kuru olarak iki çeşittir. Sıvı yüklere örnek olarak, petrol verilebilir. Kuru yük olarak ise maden cevheri örnektir (Alızada, 2019).

Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde denizyolu taşımacılığı oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye, coğrafi konumu nedeniyle Asya, Afrika ve Avrupa arasındaki önemli ticaret yolları üzerinde yer almaktadır. Bu nedenle, Türkiye'nin ihracat ve ithalatının büyük bir bölümü denizyolu taşımacılığı ile gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin en önemli limanlarından biri İstanbul'da yer alan limandır. Türkiye'nin en büyük limanlarından biridir. Asya ve Avrupa arasındaki

ticaret yolları üzerinde stratejik bir konuma sahiptir. Türkiye'de ihracat ve ithalatın büyük bir bölümü, özellikle Orta Doğu, Asya ve Avrupa ülkelerine denizyolu taşımacılığı ile yapılmaktadır. Bunun nedenleri arasına denizyolu taşımacılığının, büyük hacimli ürünlerin taşınmasında ve uzun mesafelerin diğer taşıma yöntemlerine göre uygun maliyetle kat edilmesinde tercih edilme avantajı sağlamasıdır.

Tablo 3: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Denizyolu Taşımacılığının Kullanımı

İhracat(Değer: Bin ABD $)				İthalat(Değer: Bin ABD $)			
Yıl	Toplam İhracat	Denizyolu	% Payı	Yıl	Toplam İthalat	Denizyolu	% Payı
2022	$ 254.201.009	$150.312.775	59%	2022	$ 363.708.914	$193.797.002	53%
2021	$ 225.214.458	$133.714.269	59%	2021	$ 271.425.553	$157.390.931	58%
2020	$ 169.637.755	$100.907.927	59%	2020	$ 219.516.806	$114.838.355	52%
2019	$ 180.832.721	$109.114.264	60%	2019	$ 210.345.202	$112.967.845	54%
2018	$ 177.168.756	$108.802.681	61%	2018	$ 231.152.482	$136.737.402	59%
2017	$ 164.494.619	$ 93.378.625	57%	2017	$ 238.715.127	$138.596.809	58%
2016	$ 149.246.999	$ 80.139.270	54%	2016	$ 202.189.241	$121.013.276	60%
2015	$ 150.982.113	$ 79.762.173	53%	2015	$ 213.619.211	$126.868.187	59%
2014	$ 166.504.861	$ 88.900.953	53%	2014	$ 251.142.429	$147.778.523	59%
2013	$ 161.480.914	$ 88.197.732	55%	2013	$ 260.822.803	$146.444.550	56%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 3 incelendiğinde Türkiye 2022 yılındaki ihracatın yaklaşık 150 milyar dolarını denizyolu taşımacılığını kullanarak gerçekleştirdiği görülmektedir. Aynı zamanda Türkiye ithalatının yaklaşık 193 milyar doları da denizyolu taşımacılığı ile gerçekleşmektedir. Tablo 3 incelendiğinde Türkiye'nin ihracatında ve ithalatında denizyolu taşımacılığının kullanımının yüksek ve Türkiye için önemli bir taşımacılık türü olduğu görülmektedir. Denizyolu taşımacılığının ihracatta ve ithalattaki payının yıllar geçtikçe arttığını da söylemek mümkündür. Sonuç olarak, Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde denizyolu taşımacılığı oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumu ve limanları, denizyolu taşımacılığının tercih edilen bir taşımacılık şekli olmasını sağlamaktadır.

1.4.3. Demiryolu Taşımacılığı

Demiryolu taşımacılığı büyük hacimli malların taşınmasında kullanılan en iyi yöntemdir. Karayolu taşımacılığının aksine çevre dostu bir taşıma türüdür. Yapılması gereken yatırımın büyüklüğü ve taşıma aracının bakımının zahmetli olması nedenleriyle, karayolu taşımacılığına göre daha az tercih edilmektedir. Türkiye'de karayolu taşımacılığının daha fazla rağbet görmesinin nedeni, demiryolu taşımacılığı için uygun alt yapının yetersiz olmasıdır. Diğer ülkelerde bu anlamda alt yapı çalışmaları önceliklendirilmiş ve kullanımı arttırılmıştır. Türkiye'de %2'lik bir pay demiryolu taşımacılığına aittir. Alt yapı çalışmalarının hızlanması ile birlikte bu payın artması beklenmektedir. Denizyolu taşımacılığı sayesinde yüksek hacimli ürünler uygun maliyet ile son tüketiciye ulaşmaktadır. Bu nedenle gelişmiş ülkelerin lojistik planlamalarında, karayolu taşımacılığının hacminin azaltıldığı, demiryolu ve denizyolu taşımacılığına önem verilmeye başlandığı görülmektedir (Kaplan, 2019). T

Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde demiryolu taşımacılığı, diğer taşımacılık yöntemlerine göre daha az tercih edilen bir taşımacılık şeklidir. Ancak son yıllarda yapılan yatırımlarla birlikte demiryolu taşımacılığına yönelik ilgi ve talep artmaktadır. Türkiye'de demiryolu taşımacılığı, genellikle uluslararası işlemlerde kullanılmaktadır. Türkiye'nin komşu ülkeleri olan İran, Gürcistan ve Bulgaristan gibi ülkelerle yapılan ihracat ve ithalat işlemlerinde demiryolu taşımacılığı sıkça tercih edilmektedir. Ayrıca, Türkiye'nin iç bölgelerinde de demiryolu taşımacılığı kullanılmaktadır. Türkiye'nin demiryolu ağı gelişmektedir ve özellikle son yıllarda yapılan yatırımlarla birlikte kapasite ve hizmet kalitesi artmıştır. Ancak, demiryolu taşımacılığına yönelik yatırımların henüz yeterli düzeyde olmaması nedeniyle, demiryolu taşımacılığı diğer taşımacılık yöntemlerine göre daha az tercih edilen bir seçenek olarak kalmaktadır. Tablo 4 incelendiğinde Türkiye 2022 yılındaki ihracatın yaklaşık 2,5 milyar dolarını demiryolu taşımacılığını kullanarak gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Aynı zamanda Türkiye ithalatın yaklaşık 3 milyar doları da demiryolu taşımacılığı oluşturmaktadır.

Tablo 4: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Demiryolu Taşımacılığının Kullanımı

İhracat(Değer: Bin ABD $)				İthalat(Değer: Bin ABD $)			
Yıl	Toplam İhracat	Demiryolu	% Payı	Yıl	Toplam İthalat	Demiryolu	% Payı
2022	$ 254.201.009	$ 2.458.027	1%	2022	$ 363.708.914	$ 2.967.908	1%
2021	$ 225.214.458	$ 1.648.442	1%	2021	$ 271.425.553	$ 2.891.134	1%
2020	$ 169.637.755	$ 1.287.765	1%	2020	$ 219.516.806	$ 2.144.863	1%
2019	$ 180.832.721	$ 971.021	1%	2019	$ 210.345.202	$ 1.447.897	1%
2018	$ 177.168.756	$ 753.544	0%	2018	$ 231.152.482	$ 1.299.419	1%
2017	$ 164.494.619	$ 699.915	0%	2017	$ 238.715.127	$ 1.294.504	1%
2016	$ 149.246.999	$ 673.816	0%	2016	$ 202.189.241	$ 1.768.602	1%
2015	$ 150.982.113	$ 861.740	1%	2015	$ 213.619.211	$ 1.434.902	1%
2014	$ 166.504.861	$ 964.170	1%	2014	$ 251.142.429	$ 1.253.892	0%
2013	$ 161.480.914	$ 994.652	1%	2013	$ 260.822.803	$ 1.784.905	1%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 4'e göre, Türkiye'nin ihracatında ve ithalatında demiryolu taşımacılığının kullanımını diğer taşımacılık türlerine göre en az kullanılan taşımacılık türüdür. Ancak yıllar içerisinde demiryoluna yapılan yatırımlar ihracat ve ithalatta kullanımını arttırmıştır. Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde demiryolu taşımacılığı diğer taşımacılık yöntemleri kadar yaygın değildir. Ancak, yapılan yatırımlarla birlikte demiryolu taşımacılığına yönelik ilgi ve talep artmaktadır. Demiryolu taşımacılığı, özellikle uluslararası işlemlerde ve iç bölgelerde kullanılmaktadır.

1.4.4. Havayolu Taşımacılığı

Havayolu taşımacılığında kişilerin ve ürünlerin taşınması olmak üzere iki tür hizmet verilmektedir. Lojistik faaliyetlerin hizmet çeşidi olan havayolu taşımacılığı kargo uçakları ve yolcu uçakları ile yapılmaktadır (Keskin, 2015).

Havayolu taşımacılığı diğer taşıma türlerinden daha hızlıdır ancak yüksek maliyetlidir. Bu nedenle eşya taşımasında daha az kullanılır. Yolcu taşımacılığında ise daha çok gelişmiştir (Demir, 2008).

Küresel anlamda havaalanı ağının olması, emniyet ve güvenliğin üst düzeyde sağlanması ve hasar riskinin düşük olması, kısa sürede taşıma imkânı vermesi, tarifeli ve planlı olması özellikleri havayolu taşımacılığının avantajları olarak verilmektedir. Sınırlı taşıma kapasitesi olması nedeniyle diğer ulaşım türlerine göre daha maliyetlidir (Erdal ve Metin, 2009).

Tablo 5: Türkiye'de İhracat ve İthalatta Havayolu Taşımacılığının Kullanımı

İhracat(Değer: Bin ABD $)				İthalat(Değer: Bin ABD $)			
Yıl	Toplam İhracat	Havayolu	% Payı	Yıl	Toplam İthalat	Havayolu	% Payı
2022	$ 254.201.009	$ 20.685.379	8%	2022	$ 363.708.914	$ 38.580.840	11%
2021	$ 225.214.458	$ 18.735.586	8%	2021	$ 271.425.553	$ 26.057.025	10%
2020	$ 169.637.755	$ 12.732.561	8%	2020	$ 219.516.806	$ 39.260.478	18%
2019	$ 180.832.721	$ 14.849.231	8%	2019	$ 210.345.202	$ 29.238.406	14%
2018	$ 177.168.756	$ 14.127.905	8%	2018	$ 231.152.482	$ 28.756.745	12%
2017	$ 164.494.619	$ 17.217.240	10%	2017	$ 238.715.127	$ 34.439.948	14%
2016	$ 149.246.999	$ 17.908.782	12%	2016	$ 202.189.241	$ 23.107.208	11%
2015	$ 150.982.113	$ 17.400.190	12%	2015	$ 213.619.211	$ 20.159.751	9%
2014	$ 166.504.861	$ 14.388.661	9%	2014	$ 251.142.429	$ 24.889.608	10%
2013	$ 161.480.914	$ 13.200.118	8%	2013	$ 260.822.803	$ 32.759.358	13%

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye'de ihracat ve ithalat işlemlerinde havayolu taşımacılığı, hızlı, güvenli ve zamanında teslimat sağlaması nedeniyle sıkça tercih edilen bir taşımacılık yöntemidir. Özellikle yüksek değerli ve acil teslimat gerektiren ürünlerin taşınmasında havayolu taşımacılığı tercih edilmektedir. Türkiye'de havayolu taşımacılığı, özellikle İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde bulunan uluslararası havaalanları üzerinden gerçekleştirilmektedir. İstanbul Havalimanı, Türkiye'nin en büyük havalimanıdır ve dünya çapında önemli bir havayolu merkezidir. Havayolu taşımacılığı, genellikle ihracat ve ithalat işlemlerinde diğer taşımacılık yöntemlerine göre daha yüksek maliyetli bir seçenektir. Ancak, ürünlerin

hızlı teslimatı ve acil durumlar için uygun olması nedeniyle yüksek maliyetine karşın sıkça tercih edilmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde Türkiye 2022 yılındaki ihracatın yaklaşık 20 milyar dolarını havayolu taşımacılığını kullanarak gerçekleştirdiğini görmekteyiz. Aynı zamanda Türkiye ithalatının yaklaşık 38 milyar doları da havayolu taşımacılığı oluşturmaktadır. Türkiye'nin ihracatında ve ithalatında havayolu taşımacılığının kullanımını diğer taşımacılık türlerine göre azımsanmayacak seviyededir. Türkiye'de havayolu taşımacılığına yönelik yatırımlar devam etmektedir. Havalimanlarına yapılan yatırımlarla birlikte kapasite ve hizmet kalitesi artmıştır. Bu yatırımların maliyeti yüksek olmasına karşın ihracatta ve ithalatta yıllar içerisindeki payı sürekli olarak artmıştır.

1.4.5. Boru Hattı Taşımacılığı

Enerji arz eden ülkelerle enerjiyi talep eden ülkeler arasında enerji ulaşımının sağlaması amacıyla boru hattı taşımacılığı kullanılmaktadır. Petrol ve petrol ürünleri, doğalgaz, su ve kimyasal maddelerin ulaşımında kullanılmaktadır. Boru hattı taşımacılığı diğer taşıma türlerine göre güvenli ve ekonomiktir. Eskiden küçük ölçekte ve kısa mesafelerde yapılan boru hattı taşımacılığı artık büyük ölçekte ve uzun mesafelerde yapılmaktadır (Akan, 2021).

Boru hattı ile yapılan taşımacılık türleri; unimodal taşımacılık, multimodal taşımacılık, intermodal taşımacılık, kombine taşımacılık olarak dört gruba ayrılmıştır. Unimodal taşımacılıkta karayolu, denizyolu, havayolu, demiryolu, boru hattı türlerinden birinin kullanılarak gerçekleştiği taşıma türüdür. İntermodal, Multimodal ve kombine taşımacılıkta ortaklaşa taşımacılık söz konusudur. Karma taşımacılıkta, karayolu ve demiryolu taşımacılık türleri beraber kullanılmasına RO-

LA (Rollende Landstrasse) denilmektedir. Karayolu ve denizyolu taşımacılık türlerinin beraber kullanılmasına RO-RO (Roll On- Roll Off) denilmektedir (Duman, 2021).

Taşımacılık türlerinin beraber kullanılması, maliyet, hız, verimlilik gibi etkenlerin verimli kullanılmasında fayda sağlamaktadır (Akan, 2021).

1.4.6. Kombine Taşımacılığı

Taşıma esnasında karayolunu daha az kullanarak diğer taşıma türlerinden yararlanmak için yapılan taşımaya, kombine taşımacılık denilmektedir. En kısa sürede, en optimum şekilde, en az maliyetle ulaşım sağlamak hedeflenmektedir. Bu amaç doğrultusunda ürün ya da hizmetin, karayolu taşımacılığı yerine deniz, demir, havayolu gibi diğer yollarla gerçekleştirilmesi kombine taşımacılıktır (Gürsoy, 2014).

Ürünün göndericiden alıcıya ulaşmasına kadar geçen sürede tek bir taşıma türünü kullanmak zaman almaktadır. Özellikle denizyolu taşımacılığında bu süre daha da artmaktadır. Kombine taşımacılıkta bu sorun söz konusu olmamaktadır. Tek bir taşımacılık türüne bağlı kalındığında ek maliyetler ortaya çıkabilmektedir. Parsiyel olarak ulaşımı sağlanacak ürünlerde kombine taşımacılık tercih edilebilmektedir. Tek bir taşıma türünde tüm risk tek çatı altındadır. Kombine taşımacılıkta ise var olan ya da oluşabilecek riskler bölünmektedir. Coğrafi koşullar ya da taşıma araçlarının yapılarındaki farklılıklar nedeniyle taşıma gerçekleşemeyebilir. Kombine taşımacılıkta bu problem yaşanmamaktadır (Ateş, 2009).

1.5 Lojistik Performans Endeksi (LPE)

Ticaretin lojistik olmaksızın büyümesi sağlanamayacağı için hükümetler lojistik sektörüne önem vermektedirler. Geniş ve ulusal lojistik stratejilere sahip olan ülkelerin ekonomik büyüme hızının daha büyük olduğu bilinmektedir (Bektaş, 2020).

Lojistik faaliyetlerin başarısının belirlenmesinde önemli olan endeksler vardır. Küresel lojistik faaliyetler pek çok ölçütü bir arada bulundurduğu için, lojistik başarının belirlenmesinde kullanılacak ölçütleri tek çatı altında toplamak zorlaşmaktadır. Dünya Bankası ülkelerin sektördeki rekabet başarını arttırmak ve lojistik faaliyetlerin maliyetini en aza indirmek için birtakım çalışmalar yapmaktadır. Bu kapsamda akademisyenler ve iş insanlarından oluşan uzman bir kadroyla Lojistik Performans Endeksini hesaplamaktadır. Ülkelerin başarısını göstermek için belirli aralıklarda Lojistik Performans Endeksi raporları yayınlanmaktadır. Lojistik Performans Endeksi sayesinde uluslararası lojistik rekabet üstünlüğünün sınırları belirlenmektedir. Bu raporlarda dünya genelinde çok fazla sayıda ülke dahil edilmektedir. Lojistik Performans Endeksi hesaplanırken;

"*Gümrük ve gümrükleme süreci verimliliği (Customs),*

Ticaret ve sevkiyat ile ilişkili altyapının kalitesi (Infrastructure),

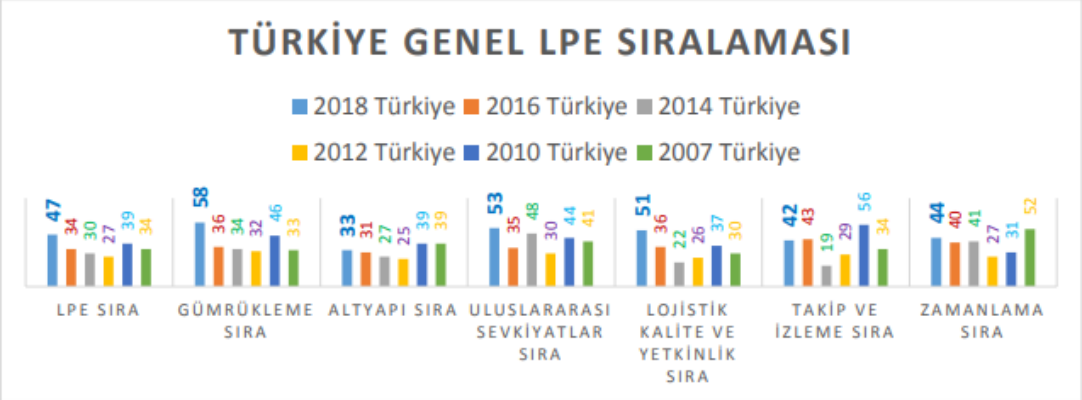
Rekabetçi sevkiyat fiyatlarıyla gönderim kolaylığı (International shipments),

Lojistik hizmetlerin kalitesi ve yeterliliği (Logistics quality and competence),

Sevkiyatların izlenebilirliği ve takip kabiliyeti (Tracking and tracing),

Belirlenen zaman içinde teslimat (Timeliness)" bileşenleri söz konusu olmaktadır. Uluslararası yapılan anketler sonucunda bu bileşenler 1'den 5'e kadar yani en kötüden en iyiye doğru olacak şekilde puanlama yapılmaktadır (Arvis ve ark. 2018).

Şekil 2: Türkiye Geneli LPE Sıralaması



Kaynak: Kılınç, Fidan ve Mutlu, 2019

Şekil 2'ye baktığımızda Türkiyenin 2007 yılında daha iyi seviyedeyken 2018 yılına geldiğimizde iki kriterde sıralamanın gerisinde kaldığını söyleyebiliriz. Genel olarak alt yapı ve kurumsal yapı eksikliklerine karşın Türkiye'nin coğrafi konumu mevcut pazarlara hizmet verebilme seviyesinde olduğunu söyleyebiliriz. Mevcut eksikliklerin giderilmesi ve coğrafi konumunu kullanması durumunda Türkiye ekonomisine katkılarının çok daha yüksek seviyelere çıkabilceğini söyleyebiliriz.

Tablo 6: G8 Ülkeleri ve Türkiye LPE 2018

	Fransa	Amerika	İngiltere	Almanya	Japonya	İtalya	Kanada	Rusya	Türkiye
LPE Sıra	16	14	9	1	5	19	20	75	47
LPE Puan	3,84	3,89	3,99	4,20	4,03	3,74	3,73	2,76	3,15
Gümrükleme	3,59	3,78	3,77	4,09	3,99	3,47	3,60	2,42	2,71
Altyapı	4,00	4,05	4,03	4,37	4,25	3,85	3,75	2,78	3,21
Uluslar Arası Sevkiyatlar	3,55	3,51	3,67	3,86	3,59	3,51	3,38	2,64	3,06
Lojistik Kalite ve Yetkinlik	3,84	3,87	4,05	4,31	4,09	3,66	3,90	2,75	3,05
Takip ve İzleme	4,00	4,09	4,11	4,24	4,05	3,85	3,81	2,65	3,23
Zamanlama	4,15	4,08	4,33	4,39	4,25	4,13	3,96	3,31	3,63

Kaynak: World Bank, 2023

Tablo 6'da G8 ülkeleri incelendiğinde Türkiye'nin 47. sırada olduğu görülmektedir. İlk sırada Almanya ve G8 üyesi olarak son sırada ise Rusya vardır. Gümrükleme kriteri incelendiğinde Türkiye'nin özellikle burada yetersiz kaldığı söylenebilir. Altyapı konusunda Türkiye bir ilerleme sağlasa da G8 ülkelerle kıyaslandığında geride kaldığı görülmektedir. 2023 verileri kontrol edildiğinde ise Türkiye'yi 38. sırada ve 3,4 puan ortalamasıyla görmekteyiz. 2018 yılıyla karşılaştırıldığında Türkiye'nin endekste yükselişte olduğunu söyleyebiliriz (World Bank, 2023).

2. DIŞ TİCARET

2.1. Dış Ticaret Tanımı

Dış ticaret, bir ülkeden diğerine mal ve hizmet alım satımını ifade eden bir kavramdır. Dış ticaret kapsamında hem dış alım hem de dış satım terimleri yer almaktadır. Başka bir deyişle, dış ticaret; ülkeler arasında mal ve hizmetlerin değiş tokuşunu ifade eden bir terimdir. Ülkeler üretim kapasitesini aşan ihtiyaç durumlarında veya kendi üretemediği malları başka ülkelerden temin etmektedir. Kendi ülkesinden diğer ülkelere mal ve hizmet satışına ihracat, ülkeye dışarıdan mal ve hizmet temin etmeye ithalat denilmektedir. Tüm bu alım-satış süreçleri dış ticaretin kapsamına girmektedir (Özdemir, 2007).

Dış ticaret kavramı, ülkelerin kişi ve şirketlerince yapılan, ürün ve hizmetin dışarıya satılması veya dışarıdan temin edilmesi anlamlarına gelmektedir (Yaşar, 2003).

Ülkeler ihtiyaç duyduğu ürün veya hizmetleri üretemeyebilir. Başka kaynaklara yönelmek, milli gelirlerinin artmasına yol açacaktır. Bu kapsamda ülkeler, kendi üretebildikleri ürün ve hizmetlere odaklanarak dışarıya satımını gerçekleştirirler. Yetersiz oldukları üretim alanlarında da başka kaynaklardan alım yapmaktadırlar. Eldeki kaynakların en verimli ve etkili şekilde organizasyonu bu alışveriş sayesinde olmaktadır (Melemen, 2003).

Klasik ticaret faaliyetleri sayesinde organizasyonlar birbirlerinin farklı yönlerinden faydalanabilirler. Günümüz küresel ticaret anlayışında, teknoloji alanında öncü olmak isteği ve Ar-Ge faaliyetlerini desteklemek amaçları yer

almaktadır. Bu anlayışın oluşmasındaki en büyüt etken, günümüz koşullarında teknolojinin tüm sektörleri büyük ölçüde etkilemesi vardır (Hüseyinova, 2006).

Dış ticaret analizi yapılırken kullanılan modeller vardır. Bu modeller doğru, aydınlatıcı ve etkin olmalıdır. Modeller ülkelerin kendi özellikleri dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Modeller, dış ticaret faaliyetlerinin oluşturulmasında kullanılan özelliklere göre yapılmaktadır (Yücel, 2006).

Ülkelerin ve organizasyonların üretim, ticaret, lojistik gibi faaliyetlerinin kapasitesi farklıdır. Bu özelliği ile dışa bağımlılık oluşmaktadır. Dışa bağımlılık küresel ticareti oluşturan etmendir. Küresel ticaret ise günümüzde ileri seviyelere gelmiştir. Küresel ticaret sayesinde ülkeler arasındaki sınırlar engel olmaktan çıkmıştır (Saraç, 2010).

Dış ticaret kavramı birden fazla ülkenin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmıştır. Ülkelerin dış ticaret yapma amaçları, kendi üretimini yapamadığı ya da kendisine maliyeti yüksek olacak mal ve hizmetlerin başka ülkelerin üretimiyle elde edilmesini istemesidir (Yıldız, 2007).

2.1.1 İhracat Türleri

Ürün veya hizmetin başka ülkelere ya da kişilere satılmasına ihracat denmektedir. Ülkeler ihracat nedeniyle küresel anlamdaki rekabet üstünlüğünü arttırmakta ve ülkesini dünya pazarında etkin hale getirmektedir (Melemen, 2016).

İhracat süreçleri bazı yönlerden farklılık gösterebilmektedir. Bu kapsamda, özelliği olmayan ihracat, kayda bağlı ihracat ve özelliği olan ihracat olarak karşımıza

çıkmaktadır. Özelliği olmayan ihracat, tüm ihracat faaliyetlerinin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Bu çeşit ihracatta, bir organizasyonun herhangi bir ürün veya hizmeti başka bir ülkeye var olan ödeme şekilleri ile ulaştırması söz konudur. Kayda bağlı ihracat, dışarıya satılması yasak ya da kısıtlı olan ürünlerin kayda bağlı ihracat kuralları uygulanarak satılması demektir. Bu çeşit ürünler satılmadan önce kayda alınmaktadır. Özelliği olan ihracatlar, konsinye ihracat, fuarlara katılım, ithal edilmiş malların ihracatı, serbest bölgelere ihracat, müteahhitlik hizmetleridir. Konsinye ithalat, kesin satış işleminin ulaşımdan sonra yapılmasıdır. Fuarlara katılım, fuarlara katılım amacıyla yurt dışına gidilmesi ve orada ürün satışının gerçekleştirilmesidir. İthal edilmiş malların ihracatında, başka ülkelerden alınan hammaddelerin ülke içinde yeniden üretilerek ve daha sonra başka ülkelere satılmasıdır. Serbest bölgelere ihracat, belirlenmiş olan serbest bölgelere ihraç yapılmasıdır. Müteahhitlik hizmetleri ise inşaat süreçlerinin yurt dışında gerçekleştirilmesidir (Coşkun, 2020).

Tablo 7: Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı 20 Ülke

	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	2022 (Milyar Dolar)
Almanya	$ 15.978.698,13	$ 19.311.022,74	$ 21.143.619,03
ABD	$ 10.182.965,82	$ 14.720.364,29	$ 16.887.055,77
Irak	$ 9.142.046,94	$ 11.125.649,81	$ 13.750.006,09
Birleşik Krallık	$ 11.235.581,74	$ 13.703.694,82	$ 13.005.265,69
İtalya	$ 8.082.560,37	$ 11.473.020,91	$ 12.397.862,88
İspanya	$ 6.683.488,35	$ 9.619.641,95	$ 9.650.355,63
Fransa	$ 7.195.167,59	$ 9.111.136,53	$ 9.534.620,20
Rusya Federasyonu	$ 4.506.680,58	$ 5.774.391,90	$ 9.342.870,71
Hollanda	$ 5.195.119,53	$ 6.764.785,94	$ 8.026.959,29
İsrail	$ 4.704.087,76	$ 6.355.775,03	$ 7.032.526,22
Romanya	$ 3.893.980,98	$ 5.175.020,86	$ 6.955.287,96
Polonya	$ 3.474.725,85	$ 4.673.824,80	$ 5.417.894,83
BAE	$ 2.828.043,23	$ 5.493.361,53	$ 5.252.690,97
Belçika	$ 3.634.672,30	$ 4.899.299,65	$ 4.779.138,88
Bulgaristan	$ 2.634.443,75	$ 3.953.435,94	$ 4.722.021,09
Mısır	$ 3.136.159,94	$ 4.513.693,10	$ 4.556.418,92
Yunanistan	$ 1.799.836,19	$ 3.118.900,19	$ 3.302.409,67
Çin	$ 2.865.865,81	$ 3.662.747,79	$ 3.281.152,22
Fas	$ 2.057.157,55	$ 2.976.887,58	$ 3.094.359,56
İran	$ 2.253.118,02	$ 2.770.742,68	$ 3.068.702,17
Diğerleri	$ 58.153.354,91	$ 76.017.059,99	$ 88.999.791,25
Toplam	**$ 169.637.755,31**	**$ 225.214.458,04**	**$ 254.201.009,05**

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 7 incelendiğinde Almanya, Türkiye'nin en büyük dış ticaret partneridir ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %8.3'ünü oluşturmuştur. ABD, Türkiye'nin ikinci en büyük ihracat ortağıdır ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %6.6'sını oluşturmuştur. Irak, Türkiye'nin üçüncü en büyük ihracat ortağıdır ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %5.4'ünü oluşturmuştur. İngiltere, Türkiye'nin dördüncü en büyük ihracat ortağıdır ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %5,1'ini oluşturmuştur. İspanya, İtalya, Hollanda, Fransa ve Belçika da Türkiye'nin önemli ihracat ortakları arasındadır ve her bir ülke 2022 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %2-4 arasını oluşturmuşlardır. Polonya, Mısır, Rusya, Suudi Arabistan, Romanya, BAE, Çin, Yunanistan, Güney Kore ve Azerbaycan da Türkiye'nin önemli dış ticaret ortakları arasındadır ve her bir ülke 2021 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının %1-2 arasını oluşturmuşlardır.

Türkiye 2022 yılında yaklaşık 254 milyar dolarlık bir ihracat gerçekleştirmiştir. Önceki yıllar ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin 2020 yılından itibaren genel olarak ihracatını arttırdığı söylenebilir. 2020 yılında ihracattaki düşüş için COVİD-19'un dünya pazarını etkilediğini ve çeşitli uluslararası karantina uygulamaları ve kararların dünya ticaretini sekteye uğrattığı söylenebilir.

2.1.2. İthalat Türleri

Küresel ve yerel prosedürler kapsamında ülkelerin kendi üretmedikleri mal veya hizmetlerin, ülkeye girişinin sağlanması, satın alınması sürecine ithalat denilmektedir (Demir, 2004).

İthalat yoluyla, ülkeler kendilerine ürün veya hizmet girişi sağlar ve kendi döviz dolaşımını sağlamış olur. Bu da dövizin etkin kullanımını ve ticaretin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Yarbaşı ve Gürtan, 2012).

Hammadde alımı, sermaye ürünü ve ara malların alımı ise ülkelerin üretim faaliyetlerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Aynı şekilde teknoloji alanında yapılacak ithalat, üretim süreçlerini etkin kılar ve ekonominin gelişmesine katkı sağlar. Sonuç itibariyle yapılan faaliyetin yapısı, olumlu ve olumsuz etkileri belirlemektedir (Kurt ve Zengin, 2016).

Gelişmekte olan ülkeler, üretimi arttırmak, iş gücü desteği sağlamak ve ülkesini kalkındırmak amaçlarıyla ithalat yapmaktadır (Seyidoğlu, 2015).

İthalat türlerini de kısaca şu şekilde açıklayabiliriz. Akreditifli ithalat: Mal sevkinden önce banka aracılığı ile satıcının bulunduğu yerdeki bankası nezdinde malın sevk belgesi ile ödeme yapılacağına dair taahhüt verilmesidir. Mal karşılığı ithalat: Gümrükteki malın bedelini ödeyerek belgenin çekilmesi ile gerçekleşen ithalat türüdür. Belge karşılığı ithalat: "Malın gelmiş olma şartı aranmaksızın ithalat yapılan ülkeden yola çıkarılmış olduğunu gösteren belgenin bedelini ödeyerek bankadan belge alınması ile gerçekleştirilen ithalattır. Bedelsiz ithalat: Vergisi olmayan malların ithalatıdır. Örneğin hediyeler veya özel eşyalar. Kredili İthalat: Vadeli ithalattır. Ücreti daha sonra ödenir. Geçici Kabullü İthalat: İhraç amaçlı yapılan ithalattır.

Tablo 8: Türkiye'nin En Çok İthalat Yaptığı 20 Ülke

	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	2022 (Milyar Dolar)
Rusya Federasyonu	$ 17.829.308,59	$ 28.959.361,18	$ 58.848.988,84
Çin	$ 23.041.354,11	$ 32.238.051,68	$ 41.354.586,84
Almanya	$ 21.732.759,01	$ 21.726.304,88	$ 24.033.036,98
İsviçre	$ 7.770.803,69	$ 3.054.868,98	$ 15.335.262,44
ABD	$ 11.524.950,89	$ 13.147.623,33	$ 15.228.576,94
İtalya	$ 9.199.617,14	$ 11.562.694,07	$ 14.081.547,24
Hindistan	$ 4.830.114,82	$ 7.936.146,05	$ 10.697.330,88
Fransa	$ 6.988.073,74	$ 7.931.536,08	$ 9.429.722,06
Güney Kore	$ 5.734.268,46	$ 7.597.023,17	$ 9.004.399,23
İspanya	$ 5.039.427,79	$ 6.311.610,82	$ 7.004.002,30
Birleşik Krallık	$ 5.582.666,46	$ 5.558.194,08	$ 5.904.012,69
Brezilya	$ 3.228.346,51	$ 3.827.072,63	$ 4.830.986,13
Japonya	$ 3.743.373,49	$ 4.389.291,77	$ 4.640.828,99
Hollanda	$ 3.628.586,10	$ 4.508.586,99	$ 4.497.259,06
BAE	$ 5.603.801,30	$ 2.442.659,64	$ 4.470.951,01
Ukrayna	$ 2.590.374,55	$ 4.524.674,74	$ 4.455.398,98
Belçika	$ 3.716.087,56	$ 5.628.385,23	$ 4.420.569,87
Polonya	$ 3.005.108,29	$ 3.635.826,05	$ 4.294.420,11
Malezya	$ 1.989.963,38	$ 3.098.059,48	$ 4.288.702,17
Suudi Arabistan	$ 1.719.668,13	$ 3.456.314,24	$ 4.152.071,32
Diğerleri	$ 71.018.152,82	$ 89.891.267,95	$ 112.736.260,53
Toplam	**$ 219.516.806,84**	**$ 271.425.553,03**	**$ 363.708.914,59**

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 8 incelendiğinde Rusya, Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ülkedir ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %16,2'sini oluşturmuştur. Çin, Türkiye'nin ikinci en büyük dış ticaret partneridir ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %11,4'ünü oluşturmuştur. Almanya, Türkiye'nin üçüncü en büyük dış ticaret partneridir ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %6.6'sını oluşturmuştur. İsviçre, Türkiye'nin dördüncü en büyük dış ticaret partneridir ve 2022 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %4.2'sini oluşturmuştur. Fransa, İngiltere, İspanya, Hollanda, Güney Kore ve İsviçre de Türkiye'nin önemli dış ticaret ortakları arasındadır ve 2021 yılında Türkiye'nin toplam ithalatının %2-3 arasını oluşturmuşlardır. Diğer ülkeler ise Türkiye'nin toplam ithalatının %1,2'den daha azını oluşturmaktadırlar.

2.2. Ülkeleri Dış Ticarete İten Nedenler

Dış ticarette ülkeler arasındaki fiyat farklılıkları önem arz etmektedir. Üretimde yetersizlik, ülkeleri dış ticaret yapmaya sevk etmektedir. Ülkelerin vatandaşların ihtiyaçlarını temin etmek, gelir seviyesini, işsizlik seviyesini, hizmet alanlarını iyileştirmek ve geliştirmek sorumluluğu vardır. Bu hedefler etkin bir ekonomi ile gerçekleşmektedir. Güçlü ekonomi oluşturabilmek için, dış ticarette önemli bir konuma gelmek gerekmektedir (Mete, 2013).

İhracatın nitelikli bir seviyede olması ülkeleri dünya ekonomilerinde öncü konuma getirebilmektedir. Etkin bir şekilde yapılan ihracat faaliyetleri ile ülke ekonomilerinin istikrarı sağlanır ve ürün çeşitliliği arttırılmış olur (Erkan, 2014).

Küresel anlamda dış ticaret yapıyor olmak tüm dünya ülkeleri için gereklidir. Hükümetler ve organizasyonlar yaşamlarını devam ettirebilmek ve gelişmiş bir ekonomiye sahip olabilmek için dış ticarette yer almaktadırlar (Bakan ve Gökmen, 2014).

Fiyat farklılıkları, ulusların doğal kaynaklarının kendine has olması, her ülkenin üretim süreçlerinin ve ürettikleri malın farklı olması, ülkelerin gelişmişlik seviyeleri, pazarda lider konuma gelmek istemeleri, ülkedeki talep fazlası ürünün ihraç edilme gereksinimi, teknolojinin gelişmesi gibi nedenlerle ülkeler dış ticaret yapmaya çalışmaktadırlar. Küresel olarak işgücünde oluşan farklılıklar nedeniyle de dış ticaret yapma ihtiyacı doğmaktadır. Nitelikli işgücüne sahip işçiler sanayi alanında, niteliksiz işgücüne sahip işçiler tarım üretiminde çalışmaktadırlar. Bu nedenle ülkeler birbiriyle işgücü alışverişi yapmaktadırlar (Mete, 2013).

2.3. Küreselleşme ve Dış Ticaret

Küreselleşme, dünya ekonomilerinin birbirleriyle daha sıkı bir şekilde entegre olması ve sınır ötesi faaliyetlerin artması anlamına gelirken, dış ticaret de ülkeler arasında mal ve hizmetlerin alım-satımını ifade etmektedir. Bu iki kavram arasındaki ilişki oldukça karmaşık olsa da birbirlerinden ayrı düşünülemezler. Küreselleşmenin dış ticaret üzerindeki etkileri oldukça çeşitlidir. Küreselleşme ile ülkeler arasındaki ticaret hacmi artmakta ve ülkelerin dış ticaret yapma kabiliyeti artmaktadır. Böylelikle ülkeler daha fazla mal ve hizmet alım-satımı yaparak ekonomik büyümelerini sağlayabilmekte ve hızlandırabilmektedir. Küreselleşme nedeniyle, ülkeler arasındaki rekabet de artmakta ve üretim kalitesi artarak daha verimli hale gelmektedir. Ayrıca, küreselleşme sayesinde ülkeler arasında teknolojinin, bilgi ve fikirlerin paylaşımı artmaktadır. Bu da inovasyon ve gelişmelerin hızlanmasına yol açmaktadır. Ülkeler kendi ürettikleri mal ve hizmetleri ihraç ederek gelirlerini artırabilmektedir. Buna karşın diğer ülkelerden ithal edilen mal ve hizmetler sayesinde, ülkeler kendi ihtiyaçlarını daha ucuza karşılayabilmektedir. Bu da ülkelerin ekonomik büyümelerini sağlayarak refah seviyelerinin artmasına yardımcı olmaktadır. Ülkeler arasındaki ticaret hacmi ve rekabet artarken, dış ticaret sayesinde ülkeler kendi ekonomilerini büyütebilmektedirler. Ancak, bu ilişki bazı ülkeler için dezavantajlı olabilir. Özellikle, daha az gelişmiş ülkelerin, küreselleşme ve dış ticaret karşısında dezavantajlı kalması söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle, küreselleşme ve dış ticaret politikalarının adaletli bir şekilde düzenlenmesi ve yönetilmesi oldukça önemlidir. Sonuç olarak, küreselleşme ve dış ticaret arasındaki ilişki oldukça önemlidir ve ülkelerin ekonomik büyümesi için önemli bir rol oynamaktadır (Özkan, 2008).

Tablo 9: Dünya İhracatında Ülke Sıralamaları, 2021

	İhracatçı Ülkeler	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	Değişim (Milyar Dolar)	Değişim (%)
1	ÇİN	2.591	3.367	776	29,9
2	ABD	1.432	1.762	330	23
3	ALMANYA	1.380	1.633	253	18,3
4	HOLLANDA	674	837	163	24,2
5	JAPONYA	641	756	115	17,9
6	HONG KONG	549	670	121	22
7	GÜNEY KORE	512	644	132	25,8
8	İTALYA	496	611	115	23,2
9	FRANSA	488	586	98	20,9
10	BELÇİKA	419	544	125	29,8

Kaynak: TİM, 2022: 31-32

Tablo 9'a göre, 2021 yılında dünya ihracatında en büyük paya sahip olan ülke Çin'dir. Çin'in ihracat hacmi 3.367 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu, dünya ihracatının yaklaşık %15'ine tekabül etmektedir. İkinci sırada Amerika Birleşik Devletleri yer almaktadır. ABD'nin 2021 ihracat hacmi 1.762 milyar dolar olarak kaydedilmiştir ve dünya ihracatının yaklaşık %8'ini oluşturmaktadır. Almanya, 2021 ihracat hacmi 1.633 milyar dolar ile üçüncü sırada yer almaktadır. Almanya, Avrupa Birliği içindeki en büyük ihracatçı ülkedir. Sırayı Japonya, Güney Kore, Hollanda ve Fransa takip etmektedir. Bu ülkelerin ortak özelliklerine baktığımızda özellikle otomotiv, elektronik ve limanları sayesinde dünya ticaretinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Türkiye bu tabloda 29. Sırada ve 2021 yılında ihracat hacmi 225,4 milyar dolar olarak yerini almıştır. 2021 ihracat oranın 2020' ye göre ortalama artış oranı ülkeler arası yaklaşık %25'tir. Çin, Güney Kore, Belçika ve Türkiye gibi ülkeler bu ortalamanın üstünde kalmıştır. Türkiye'nin 2021 ihracatı 2020 ihracatına göre %32,9 yükselmiştir.

Tablo 10: Dünya İthalatında Ülke Sıralamaları, 2021

	İthalatçı Ülkeler	2020 (Milyar Dolar)	2021 (Milyar Dolar)	Değişim (Milyar Dolar)	Değişim (%)
1	ABD	2.408	2.853	445	18,5
2	ÇİN	2.066	2.691	625	30,3
3	ALMANYA	1.171	1.421	250	21,3
4	JAPONYA	635	769	134	21,1
5	HOLLANDA	597	759	162	27,1
6	FRANSA	582	715	133	22,9
7	HONG KONG	570	712	142	24,9
8	İNGİLTERE	635	638	3	0,5
9	GÜNEY KORE	468	615	147	31,4
10	HİNDİSTAN	372	592	220	59,1

Kaynak: TİM, 2022: 31-32

2021 yılı dünya ithalat verileri, Dünya Ticaret Örgütü (WTO) tarafından yayınlanmıştır. Bu verilere göre, dünya ithalatının toplam hacmi 22 trilyon 112,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Tablo 10'u incelendiğinde ithalat hacmi en yüksek olan ülkeler sıralamasında, ilk üç sırayı Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Almanya almıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin 2021 ithalat hacmi, 2 trilyon 853 milyar dolar olarak hesaplanmıştır ve dünya ithalatının yaklaşık %13'ünü oluşturmuştur. Çin, 2 trilyon 691 milyar dolarlık ithalat hacmiyle dünya ithalatının yaklaşık %12'sini, Almanya ise 1 trilyon 421 milyar dolarlık ithalat hacmiyle dünya ithalatının yaklaşık %7'sini gerçekleştirmiştir. Sıralama Japonya, Hollanda, İngiltere şeklinde devam etmektedir.

İthalat, ülkelerin ekonomik büyümesi ve endüstriyel gelişimi açısından önemlidir. Bu nedenle, dünya ithalat verileri, ülkelerin ekonomik performansları hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Türkiye bu tabloda 271,4 milyar dolar ithalatıyla 23. sırada yer almıştır. Tabloya göre ilk 10 ülkenin ortalama 2021 ithalat oranın 2020' ye göre ortalama artış oranı ülkeler arası yaklaşık %25,3'tür. Çin, Hollanda Fransa ve Hindistan gibi ülkeler bu ortalamanın üstünde kalmıştır.

Türkiye'nin 2021 ithalatı 2020 ithalatına yılına göre %23,6 yükselmiştir ancak bu değişim ortalamasının altında kalmıştır.

2.4. Dış Ticaret Ödeme Şekilleri

Dış ticarette kullanılan bazı ödeme şekilleri şunlardır: (Akan, 2021).

1. Peşin ödeme: Bu yöntemde, alıcı malı teslim almadan önce tüm bedeli öder. Satıcı, malın ödemesini aldıktan sonra malı sevk eder.
2. Mal mukabili ödeme: Bu yöntemde, İthalatçı tarafın malı teslim aldıktan sonra malın bedelini ihracatçıya ödemesiyle gerçekleşir. İhracatçının en çok riski üstlendiği ödeme şeklidir (Ticaret Bakanlığı, Gümrük Rehberi).
3. Vesaik mukabili ödeme: ihracatçı ve ithalatçı tarafın kendi aralarında oluşturduğu satış sözleşmesine uygun olarak malların sevk edilmesi durumunda bunları temsil eden belgelerle karşılığının ödendiği ödeme şeklidir. İthalatçı taraf için malları ilk kontrol edip sonra ödemesini yaptığı için güvenli bir ödeme yöntemidir (Ağsakal ve Erkan, 2016).
4. Kabul kredisi: Bu yöntemde, alıcı, malı teslim aldıktan sonra belli bir süre içinde ödeme yapar. Satıcı, alıcının kredi notuna ve güvenilirliğine göre bir kredi limiti belirler.
5. Peşin ödeme ile indirimli ödeme: Bu yöntemde, alıcı, peşin ödeme yaparak indirimli bir fiyat alır. Bu yöntem hem alıcı hem de satıcı için avantajlı olabilir.
6. Akreditif: Bu yöntemde, alıcının bankası, alıcının talebi üzerine bir ödeme garantisi sağlar. Satıcı, malları sevk ettikten sonra belirli bir belge seti sunarak ödeme yapılmasını sağlar.
7. Çek: Bu yöntemde, alıcı, malın teslimatı sırasında bir çek verir. Satıcı, çekin teminatı olarak malı sevk eder ve çeki banka tahsil eder.

Bu ödeme yöntemleri, dış ticarette kullanılan en yaygın olanlardan bazılarıdır. Alıcı ve satıcının kredi geçmişi, güvenilirliği ve finansal durumu, hangi ödeme yönteminin kullanılacağına karar vermede önemli bir rol oynamaktadır.

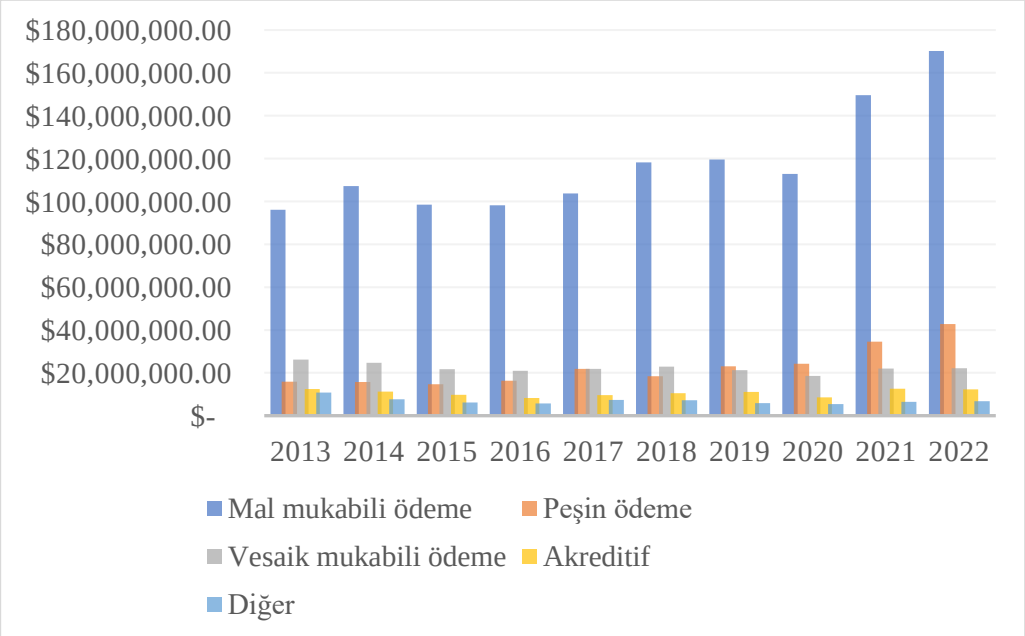
Tablo 11: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İhracat

Milyar Dolar($)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Mal mukabili öder	$103.789.813,54	$118.160.728,21	$119.597.999,36	$112.826.350,04	$149.548.902,63	$170.206.912,79
Peşin ödeme	$ 21.909.154,99	$ 18.480.104,97	$ 22.975.149,13	$ 24.228.819,32	$ 34.583.895,46	$ 42.832.191,84
Vesaik mukabili ö	$ 21.853.672,94	$ 22.869.220,57	$ 21.279.105,52	$ 18.601.759,37	$ 22.010.981,74	$ 22.127.330,75
Akreditif	$ 9.651.806,24	$ 10.510.656,50	$ 11.063.957,68	$ 8.513.966,51	$ 12.665.332,16	$ 12.271.389,14
Diğer	$ 7.290.171,61	$ 7.148.046,04	$ 5.916.510,02	$ 5.466.860,07	$ 6.405.346,05	$ 6.763.184,54
GENEL TOPLAM	$164.494.619,32	$177.168.756,29	$180.832.721,70	$169.637.755,31	$225.214.458,04	$254.201.009,05

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

İhracat, bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetleri başka bir ülkeye satmasıdır. İhracat ülkeye döviz girişini sağlamaktadır. Dövizin ülkeye ne şekilde girdiği ülkenin ödemeler dengesi için çok önemlidir.

Şekil 3: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İhracat



Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 11 incelendiğinde bu kısımda son 6 yılda ihracat işleminden dolayı Türkiye'ye girmiş olan ihracat gelirlerinin hangi ödeme yöntemleri ile girdiği incelenmiştir. Türkiye'nin yaptığı ihracat işlemlerinde ödemelerinin ne şekilde yapıldığı son 6 yıl itibariyle incelediğinde ve Şekil 3'e bakıldığında; mal mukabili ödemenin oranının sürekli yüksekliği göze çarpmaktadır. Mal mukabili ödeme 2017 yılında %63, 2018 yılında %67, 2019 yılında %66, 2020 yılında %67, 2021 yılında %66 ve 2022 yılında da %67 oranına kadar yükselip gerçekleştiği görülmektedir. Mal mukabili ödemeden sonra en çok 2019 yılına kadar vesaik mukabili ödeme yöntemi ile tahsilât yapıldığı görülmektedir. 2019 yılından sonra peşin ödeme vesaik mukabili ödemeyi geçerek 2022 yılına kadar en çok kullanılan ikinci ödeme yöntemi olmuştur. Vesaik mukabili ödeme 2017 yılında %13, 2018 yılında %13, 2019 yılında %12, 2022 yılında ise %9 oranında gerçekleşmiştir. Ödeme yöntemleri yıllar itibariyle izlendiğinde vesaik mukabili ödemelerin az da olsa azaldığı ve bu düşüşün mal mukabili ve peşin ödemeye kaydığı görülmektedir. Peşin ödeme ile ihracat son 6 yılda ortalama %14'lük bir oranda değişim olduğu söylenebilir. 2022 verilerine göre %17'ye ulaşmıştır. Akreditif ise 2017 yılından 2019 yılına kadar %6 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2020 yılında %5, 2021 yılında %6 ve 2022 yılında %5 oranı ile ihracatta kullanılmıştır. Tablo 11'e göre yapılan ihracat işlemi sonucunda tahsilâtların %60-67'lik tutarı mal mukabili şeklinde yapılmaktadır. Bu da alıcıların ihracat işleminde daha güçlü ve söz sahibi olduğu şeklinde yorumlanabilir

Ülkeler arasında ödeme şekillerinin kullanımı ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bunun nedeni güçlü devletlerin dış ticarette kuralları belirlemesidir. Arzı az olan bir malı satan ülkeler alacağını peşin isterlerken piyasada çok bulunan bir malın ticaretinde ise ödeme şekli alıcı tarafından belirlenir. Türkiye'nin ithalat işlemleri sırasında yaptığı başlıca ödeme şekillerini son 6 yıl itibariyle Tablo 12 yardımıyla incelediğimizde; ithalat işlemlerinde ödemeler genellikle mal mukabili ve peşin ödeme şeklinde yapılmaktadır. Son altı yıl ve şekil dört detaylı bir şekilde incelenip açıklandığında 2013, 2014 ve 2015 yıllarında en yüksek ödeme tutarı peşin

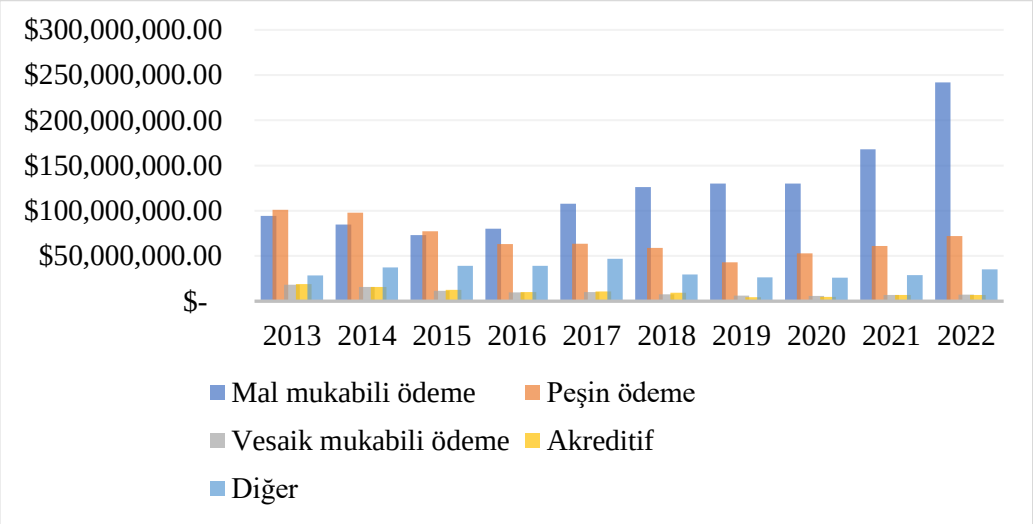
ödeme iken 2016 yılından sonra mal mukabili ödeme peşin ödemeyi geçmiş ve 2022 yılı günümüze kadar aradaki fark artarak devam etmiştir. 2017 yılında peşin ödeme %27, mal mukabili ödeme %45, akreditif şeklinde ödeme %4, vesaik mukabili ödeme %4 oranında gerçekleşmiştir. 2018 yılında peşin ödeme %25, mal mukabili ödeme %55, akreditif %4, vesaik mukabili ödeme ise %3 oranında gerçekleşmiştir. 2019 yılında peşin ödeme %20, mal mukabili ödeme %62, akreditif %2 ve vesaik mukabili ödeme ise %3 oranında gerçekleşmiştir. 2022 yılını incelediğimizde mal mukabili ödeme %67, peşin ödeme %20, akreditif şeklinde ödeme %2, vesaik mukabili ödeme %2 oranında gerçekleşmiştir. Sonuç olarak 2017 yılından itibaren peşin ödeme yönteminde düzenli bir azalış, mal mukabili ödeme yönteminde ise düzenli bir artış izlenmiştir.

Tablo 12: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İthalat

Milyar Dolar($)	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Mal mukabili öder	$107.600.229,33	$126.040.492,04	$130.132.358,90	$130.148.795,24	$167.807.002,23	$241.958.739,27
Peşin ödeme	$ 63.378.862,29	$ 58.843.086,30	$ 42.989.331,47	$ 52.792.265,99	$ 60.979.723,40	$ 72.165.880,53
Vesaik mukabili ö	$ 10.217.832,84	$ 7.600.627,27	$ 6.119.753,19	$ 5.935.141,01	$ 6.970.810,17	$ 7.207.454,91
Akreditif	$ 10.665.977,33	$ 9.286.579,76	$ 4.564.599,83	$ 4.797.267,34	$ 6.887.705,64	$ 7.036.211,19
Diğer	$ 46.852.226,11	$ 29.381.697,29	$ 26.539.159,17	$ 25.843.337,26	$ 28.780.311,59	$ 35.340.628,70
GENEL TOPLAM	**$238.715.127,91**	**$231.152.482,65**	**$210.345.202,55**	**$219.516.806,84**	**$271.425.553,03**	**$363.708.914,59**

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Şekil 4: Türkiye'de Ödeme Şekillerine Göre İthalat



Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Son 9 yıl içindeki değişimlere bakıldığında 2016 yılı hariç peşin ödeme yaklaşık olarak ithalat için yapılan ödemelerin yarısını karşılamaktaydı. 2016 yılında Türkiye'de mal mukabili ödemenin peşin ödeme tutarını geçmesi hatta iki katı artış yaşanması olumlu olarak yorumlanmaktadır. Daha önce peşin olarak alınan mal ve hizmetlerin ödemelerin iş bitiminde ya da mal tesliminde ödenmesi ithalat sürecinde Türkiye'nin elinin güçlenmesi şeklinde yorumlanabilir. Mal mukabili ve peşin ödeme dışında kalan, en çok kullanılan ödeme yöntemlerinden akreditif ve vesaik mukabili ödeme ise son 9 yılda yaklaşık %2'lere düşmüştür.

3.TÜRKİYE'DE LOJİSTİK SEKTÖRÜ VE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ

3.1. Türkiye'nin Dış Ticaret Performansı

Türkiye'de lojistik ve dış ticaret kavramları birlikte gelişim göstermektedirler. Lojistik dış ticaretin olmazsa olmaz parçasıdır. Dış ticaret sayesinde ülkelere maddi kazanç girdisi sağlanmış olur. Dış ticaret hacminin artmış olduğu ülkelerde taşımacılık faaliyetlerinin gelişmiş olduğu söylenebilir. Dış ticarette yaşanan artışlar, lojistik faaliyetlere olan ihtiyacı beraberinde getirmektedir. Bu nedenle de lojistik faaliyetlerin kalitesi ve verimliliği artmaktadır (Kaplan, 2019).

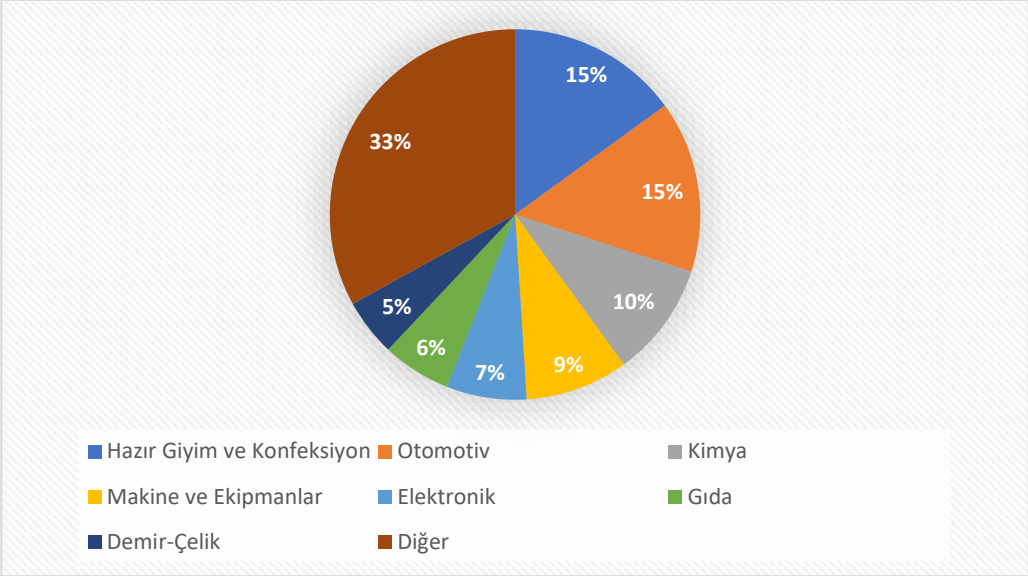
Türkiye'nin lojistik sektörünün gelişmesinde yüksek beklentileri vardır. 2023 yılı dış ticaret hedefi 1,1 trilyon dolar olarak öngörülmektedir. Lojistik sektöründeki yenilikler dış ticaret hedeflerini doğrudan etkilemektedir (Şık, 2021).

Türkiye, dünya ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Güçlü bir üretim potansiyeli vardır. Türkiye'nin dış ticaret hacmi son yıllarda hızla artmıştır ve dünya ticaretinden önemli bir pay almaktadır. Hem ihracatta hem de ithalatta oldukça çeşitli ürünler ve hizmetler sunmaktadır. Türkiye'nin dış ticaretinde en önemli sektörler arasında makine ve ekipman, kimyasallar, gıda ürünleri, tekstil ve hazır giyim, otomotiv, elektronik, plastik ve demir-çelik yer almaktadır. Bu sektörler, Türkiye'nin ihracatının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Son yıllarda Türkiye'nin dış ticaretinde özellikle Asya ve Afrika ülkelerine yapılan ihracat artmıştır. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin en büyük ticaret ortakları arasında Avrupa Birliği ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Rusya gibi ülkeler yer almaktadır. Türkiye, dış ticaretinde dijitalleşme ve teknolojik yeniliklere de önem vermektedir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin e-ihracat potansiyeli de oldukça yüksektir ve son yıllarda e-ticaret hacmi de hızla artmaktadır. Türkiye'nin dış ticaretinde karşılaştığı zorluklar arasında, özellikle yüksek enerji ve hammadde fiyatları, siyasi ve jeopolitik riskler, rekabet

gücü kaybı gibi faktörler yer almaktadır. Ancak, Türkiye'nin sahip olduğu üretim potansiyeli ve coğrafi konumu gibi avantajlar da dış ticaretinde fırsatlar sunmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin dış ticaret performansı oldukça dinamik ve çeşitlidir. Türkiye, ürün ve hizmet çeşitliliği, ihracat çeşitliliği, coğrafi konumu ve üretim potansiyeli gibi faktörlerle dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olmaya devam etmektedir (Dış İşleri Bakanlığı).

Türkiye, son yıllarda ihracatını artırmaya odaklanmıştır. 2021 yılında Türkiye'nin ihracatı yaklaşık 208 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2022 yılını incelediğimizde ise bu rakamın yaklaşık 254 milyar dolar seviyesine yükseldiğini görmekteyiz (Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri). Türkiye'nin ihracatındaki en büyük sektörler arasında otomotiv, tekstil ve hazır giyim, kimya ve kimya ürünleri, makine ve ekipmanlar yer almaktadır. Ayrıca, son yıllarda savunma sanayii, sağlık sektörü, yazılım ve dijital hizmetler gibi sektörlerin ihracatı da önemli ölçüde artmıştır. Enerji, ham madde ve yüksek teknolojili ürünler gibi yüksek ithalat gerektiren sektörlerde önemli ölçüde ithalat yapmaktadır. 2021 yılında Türkiye'nin ithalatı yaklaşık 238 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2022 yılını incelediğimizde ise bu rakamın yaklaşık 364 milyar dolara yükseldiğini görmekteyiz (Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri). Türkiye'nin ithalatındaki en büyük sektörler arasında enerji, otomotiv, kimya ve kimya ürünleri, demir ve çelik, elektronik yer almaktadır. Türkiye'nin ithalatının ihracatını aşması nedeniyle ticaret açığı vermektedir. 2021 yılında Türkiye'nin ticaret açığı yaklaşık 30 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2022 yılında ise bu ticaret açığının daha da artarak yaklaşık 110 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir (Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri). Ancak son yıllarda Türkiye, ihracatını artırmaya ve ithalatını azaltmaya yönelik politikalar uygulamaktadır. Türkiye, Avrupa Birliği, Çin, Rusya, ABD ve İngiltere gibi ülkelerle yoğun ticari ilişkiler içindedir. Asya ve Afrika ülkeleriyle de ticari ilişkilerini artırmaya çalışmaktadır. Covid-19 pandemisi nedeniyle, Türkiye'nin dış ticareti de etkilenmiştir. 2020 yılında ihracat bir önceki yıla göre %6,3 azalırken, ithalat %4,4 azalmıştır. Ancak 2021 yılında Türkiye'nin ihracatı %30,1, ithalatı ise %38,3 artmıştır (Orkunoğlu Şahin, 2022). 2022 yılında ise bu oran ihracatta %12,9, ithalatta ise %34,3 oranında artmıştır (Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri).

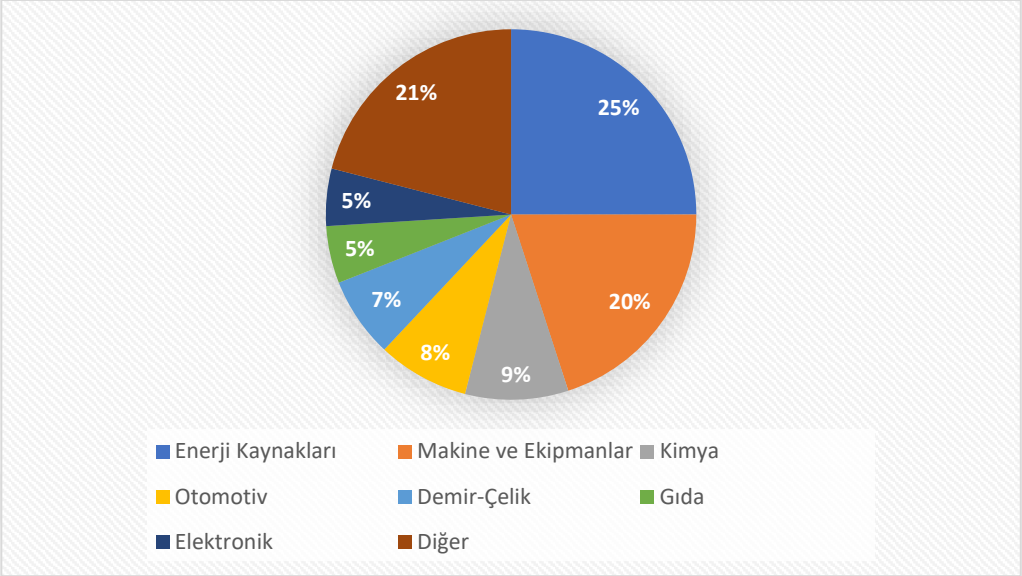
Şekil 5: Türkiye'de İhracatın Sektörel Dağılımı



Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye'nin ihracatı, birçok farklı sektöre yayılmıştır ve çeşitlilik göstermektedir. Sektörel dağılıma baktığımızda, hazır giyim ve konfeksiyon Türkiye'nin en büyük ihracat sektörüdür ve yaklaşık %15 paya sahiptir. İhracatın büyük bir kısmı, Avrupa Birliği, Rusya ve Orta Doğu ülkelerine yapılmaktadır. Türkiye, otomotiv sektöründe önemli bir üretici ve ihracatçıdır. Otomotiv ihracatı, toplam ihracatın yaklaşık %15'ini oluşturur. En büyük ihracat pazarları Almanya, İtalya ve İngiltere'dir. Türkiye'nin kimya sektörü, ülkenin en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir ve ihracatın yaklaşık %10'unu oluşturur. İhracatın büyük bir kısmı, Almanya, İngiltere, İtalya ve Fransa gibi Avrupa ülkelerine yapılmaktadır. Makine ve ekipmanları ihracatında hızlı bir büyüme göstermektedir. İhracatın yaklaşık %9'u, Almanya, İtalya ve Rusya gibi ülkelere yapılmaktadır. Elektrik ve elektronik sektörü, ülkenin en hızlı büyüyen sektörlerinden biridir ve ihracatın yaklaşık %7'sini oluşturur. En büyük ihracat pazarları Almanya, İngiltere ve İtalya'dır. Türkiye, gıda ihracatında önemli bir üretici ve ihracatçıdır. İhracatın yaklaşık %6'sı, Irak, Almanya ve İngiltere gibi ülkelere yapılmaktadır. Demir ve çelik sektöründe ihracatın yaklaşık %5'i, İtalya, İspanya ve Fransa gibi ülkelere yapılmaktadır (Ulaştırma ve Lojistik Kongreleri, 2018).

Şekil 6: Türkiye'de İthalatın Sektörel Dağılımı



Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye'nin ithalatının sektörel dağılımına bakıldığında ise, ithalatın yaklaşık %25'ini enerji kaynakları oluşturur. En büyük ithalat kalemleri doğal gaz, petrol ve kömürdür. Türkiye, makine ve ekipmanları açısından önemli bir ithalatçıdır ve ithalatın yaklaşık %20'sini oluşturur. En büyük ithalat pazarları Almanya, Çin ve İtalya'dır. Kimya sektörü, ithalatın yaklaşık %9'unu oluşturur. Kimya sektöründe en fazla ithalat yapan ülkeler Almanya, İtalya, Belçika ve İngiltere'dir. Otomotiv sektöründe ithalatın yaklaşık %8'i, Almanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerden yapılmaktadır. Demir ve çelik sektörü ithalatın yaklaşık %7'sini oluşturur. Demir ve çelik sektöründe en fazla ithalat yapan ülkeler Rusya, Ukrayna ve Almanya'dır. Gıda sektörü ithalatın yaklaşık %5'ini oluşturur. Gıda sektöründe en fazla ithalat yapan ülkeler Rusya, ABD ve İtalya'dır. Türkiye'nin elektrik ve elektronik sektörü, ithalatın yaklaşık %5'ini oluşturur. Elektrik ve elektronik sektöründe en fazla ithalat yapan ülkeler Çin, Almanya ve Güney Kore'dir (TÜİK).

Ticaret hacmine göre Avrupa Birliği, Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olarak görülmektedir. 2021 yılında Türkiye-AB ticaret hacmi yaklaşık 153 milyar dolar olmuştur. Türkiye'nin AB'ye ihracatı 69 milyar dolar, AB'den ithalatı ise 84 milyar dolardır. Çin, Türkiye'nin en büyük ikinci ticaret ortağıdır. 2021 yılında

Türkiye-Çin ticaret hacmi yaklaşık 30 milyar dolar olmuştur. Türkiye'nin Çin'e ihracatı 4,7 milyar dolar, Çin'den ithalatı ise 25,2 milyar dolardır. Rusya, Türkiye'nin en büyük üçüncü ticaret ortağıdır. 2021 yılında Türkiye-Rusya ticaret hacmi yaklaşık 28 milyar dolar olmuştur. Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı 6,7 milyar dolar, Rusya'dan ithalatı ise 21,4 milyar dolardır. ABD, Türkiye'nin en büyük dördüncü ticaret ortağıdır. 2021 yılında Türkiye-ABD ticaret hacmi yaklaşık 20 milyar dolar olmuştur. Türkiye'nin ABD'ye ihracatı 8,3 milyar dolar, ABD'den ithalatı ise 11,7 milyar dolardır. İngiltere, Türkiye'nin en büyük beşinci ticaret ortağıdır. 2021 yılında Türkiye-İngiltere ticaret hacmi yaklaşık 17 milyar dolar olmuştur. Türkiye'nin İngiltere'ye ihracatı 5,8 milyar dolar, İngiltere'den ithalatı ise 11,2 milyar dolardır (Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri).

Türkiye, ihracatını artırmak ve ithalatını kontrol altında tutmak için çeşitli dış ticaret politikaları uygulamaktadır. Bu politikalar arasında tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılması, ticari müzakerelerin yürütülmesi, serbest bölgelerin oluşturulması, teşviklerin sağlanması, yatırımın teşviki ve ticaretin kolaylaştırılması gibi konular yer almaktadır. Türkiye dünya genelinde birçok ülke ile ticaret anlaşmaları imzalamıştır. Bu anlaşmaların amacı, Türkiye'nin ihracatını artırmak, ithalatını kolaylaştırmak ve yatırımları teşvik etmek için ticarette engelleri azaltmaktır. Türkiye'nin imzaladığı en önemli ticaret anlaşmalarından biri Gümrük Birliği Anlaşmasıdır. Türkiye ve Avrupa Birliği arasında 1995 yılında imzalanan bu anlaşma, Türkiye'nin Avrupa pazarlarına açılmasını sağlamıştır. Anlaşma, tarım dışı ürünlerin ticaretinde gümrük vergilerinin kaldırılmasını içermektedir. Türkiye, dünya genelinde birçok ülke ile serbest ticaret anlaşmaları imzalamıştır. Bu anlaşmalar arasında Güney Kore, Singapur, Meksika, Şili, Malezya, Tunus, Fas, Ürdün, Karadağ, Kosova, Bosna Hersek, Moldova, Norveç, İzlanda, Liechtenstein, Gürcistan, Arnavutluk, Kuzey Makedonya, Sırbistan ve Ukrayna yer almaktadır. Ayrıca Türkiye, çeşitli ülkelerle ikili yatırım anlaşmaları, çift vergilendirme önleme anlaşmaları ve serbest bölgeler gibi ticaret anlaşmaları da imzalamaktadır (OAİB, Dış Ticaret Anlaşmaları).

Dünya ekonomisindeki belirsizlikler, küresel ticarette engellerin artmasına ve Türkiye'nin dış ticaretinde zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Bazı ülkeler, Türkiye'nin ihracatını kısıtlayan tarife ve tarife dışı engeller uygulamaktadır. Türkiye'nin enerji ve yüksek teknolojili ürünler gibi kritik sektörlerdeki ithalat bağımlılığı, dış ticaret açığının artmasına neden olmaktadır. Türkiye'nin bazı sektörlerdeki rekabet gücü düşüktür ve bu durum, ihracat potansiyelini sınırlamaktadır. Türkiye, Asya ve Avrupa arasında bir köprü konumundadır. Bu nedenle dünya ticaretinde stratejik bir konuma sahiptir. Genç ve eğitimli işgücüne sahiptir, bu da rekabetçi bir avantajdır. Türkiye, tarım, sanayi, turizm ve hizmetler gibi çeşitli sektörlerde potansiyele sahiptir ve bu sektörlerde ihracat potansiyeli yüksektir. Türkiye dış ticaret politikaları ve serbest ticaret anlaşmaları gibi ticareti kolaylaştıran birçok önlem almaktadır (World Bank, Basın Bülteni, 2022).

Türkiye'nin dış ticaretinde dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerin rolü giderek artmaktadır. Bu durum, Türkiye'nin dış ticaretinde birçok fırsat sunmakta ve ülkenin ihracat potansiyelini artırmaktadır. E-ticaret, Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir yer tutmaktadır. E-ticaret platformları, Türk ihracatçılarının dünya genelinde müşterilere ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca, dijital ödeme sistemleri ve lojistik hizmetler, Türk ihracatçıların e-ticarette daha rekabetçi hale gelmelerine yardımcı olmaktadır. Dijital pazarlama, Türk ihracatçıların ürün ve hizmetlerini dünya genelinde daha geniş bir kitleye tanıtmalarına yardımcı olmaktadır. İnternet reklamları, sosyal medya pazarlaması ve diğer dijital pazarlama teknikleri, müşterilerle daha iyi bağlantı kurmaya ve ihracatı artırmaya yardımcı olmaktadır. Bulut bilişim teknolojileri sayesinde ürün ve hizmetler daha hızlı ve daha verimli bir şekilde sunulabilmektedir. Veri yönetimi, depolama, güvenlik ve iş süreçlerinde verimliliği artırmaktadır (İSO, Ticaret Raporu, 2021).

Türkiye'nin dış ticaretinde sürdürülebilirlik ve çevre faktörleri son yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Bu konuda çeşitli çalışmalar yapılmakta ve atılımlar gerçekleştirilmektedir. Özellikle ihracatta çevre dostu ürünlere yönelik talepler artmaktadır. Ürünlerin çevre dostu olduğunu belgeleyen sertifikalar da uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamaktadır. Türkiye, çevre ve sürdürülebilirlik

konularına yönelik uluslararası anlaşmalara da taraf olmuştur. Bunlardan bazıları: Paris İklim Anlaşması (2015), Kyoto Protokolü (2005), Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (1994), Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi (1994). Türkiye ayrıca, üretim ve tedarik zincirlerinde sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen Yeşil Tedarik Zinciri Projesi'ni yürütmektedir. Bu proje, ihracat yapan şirketlerimizin çevre dostu uygulamaları benimsemeleri ve ürünlerinin sürdürülebilir olmasını sağlamaları için tasarlanmıştır (Yılmaz, 2007).

Türkiye'nin dijitalleşme konusunda yaptığı yatırımlar, özellikle e-ticaret ve dijital ticaret alanlarında potansiyel fırsatlar sunabilir. Türkiye'nin dış ticaretinde özellikle savunma sanayii, sağlık sektörü, inovasyon ve teknolojiye dayalı sektörlerin önemi artabilir. Bu alanlarda yapılan yatırımlar ve gelişmeler, Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırabilir. Türkiye, Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği anlaşması yürürlükte olmakla birlikte, diğer ülkelerle de serbest ticaret anlaşmaları imzalamaya devam etmektedir. Bu anlaşmalar, Türkiye'nin dış ticaret potansiyelini artırabilir. Küresel iklim değişikliği ve çevre faktörleri, dünya genelinde ticareti etkilemektedir. Türkiye'nin çevreye duyarlı bir ticaret politikası benimsemesi, sürdürülebilir üretim ve tüketimi teşvik etmesi, dış ticarette rekabet gücünü artırabilir. Yeni finansman modelleri, Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir rol oynayabilir. Özellikle finansman yetersizliği nedeniyle ticaretin önünde engeller bulunuyorsa, alternatif finansman araçlarına başvurmak faydalı olabilir (Orkunoğlu Şahin, 2022).

3.2. Türkiye’nin Coğrafi Konumundan Dolayı Lojistik Üssü Olma Potansiyeli

Lojistik coğrafyası, lojistik faaliyetlerin yürütülmesinde coğrafi faktörlerin önemini ve etkisini inceleyen bir disiplindir. Bu disiplin, coğrafi konumların, ulaşım sistemlerinin, dağıtım ağlarının ve diğer lojistik faktörlerin nasıl organize edilebileceğini ve optimize edilebileceğini inceler. Lojistik coğrafyası aynı zamanda, tedarik zinciri yönetimi, depolama ve stoklama, ürün yönetimi ve diğer lojistik

faaliyetlerin etkili bir şekilde yürütülebilmesi için coğrafi konumların nasıl kullanılabileceği hakkında da bilgi sağlamaktadır. Türkiye konumu gereği lojistik coğrafya üzerinde yer almaktadır. Ülkelerin uygun coğrafi konumlarda olması ve tüketim ağına yakın olma durumları üstünlük sağlamaktadır. Türkiye, Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlayan bir köprüdür. Aynı zamanda Karadeniz ve Akdeniz ile çevrili olduğu için birçok ulaşım ağının merkezi olmaktadır. Balkanlar, Avrupa, Orta Doğu, Kafkaslar, Kuzey Afrika, Orta Asya ülkeleri ile temas halinde olması da Türkiye'yi bir dağıtım ve toplama merkezi yapmaktadır. Türkiye'nin jeopolitik konumu lojistik sektöründeki potansiyelini arttırmaktadır. Türkiye, dağıtıcı merkez olarak bilinmesi, uluslararası ticarette tercih edilen bir ülke olması, lojistik alt yapıya sahip olması, istihdamının artması sebepleriyle avantajlı konumdadır (Kaplan, 2019).

Dünya ticaretinin büyük bir kısmının yapıldığı Avrupa ve dünya nüfusunun yarısının yaşadığı Asya kıtaları arasında konumlanan Türkiye, bir köprü görevi görmektedir. Türkiye ve çevre ülkelerin yer aldığı konumda dünya nüfusunun önemli bir bölümü bulunmaktadır (Orhan, 2003).

Türkiye'nin lojistik sektörü son yıllarda önemli ölçüde büyüme göstermiştir ve potansiyel açısından hala büyük bir alanı temsil etmektedir. 2020 yılı itibarıyla, Türkiye'nin lojistik sektörü büyüklüğü yaklaşık 170 milyar dolar olarak tahmin edilmektedir. Sektör, ülke ekonomisine önemli katkı sağlamaktadır. Türkiye'nin lojistik sektöründe faaliyet gösteren şirketler, dünya genelinde tanınmış firmalar arasında yer almaktadır. Türkiye, dünyanın coğrafi merkezine yakın bir konumda yer almaktadır. Asya, Avrupa ve Afrika kıtaları arasında bir köprü görevi görmektedir. Konumu nedeniyle Türkiye, önemli bir ticaret, ulaşım ve lojistik merkezi haline gelmiştir. 783,356 kilometrekarelik bir alana sahip ve yaklaşık 84 milyon nüfusuyla dünyanın en büyük 20 ekonomisi arasında yer almaktadır. Coğrafi olarak, Avrupa'nın güneydoğusunda yer alır. Doğusunda Gürcistan, Ermenistan, Azerbaycan, batısında Yunanistan ve Bulgaristan, kuzeyinde Karadeniz ve

güneyinde Akdeniz yer almaktadır. Türkiye'nin altyapısı son yıllarda önemli ölçüde geliştirilmiştir. Yeni havaalanları, otoyollar, limanlar ve demiryolları inşa edilmiştir. Bu, Türkiye'nin lojistik sektöründe daha da büyümesini sağlamıştır. Türkiye, dünyanın önemli su yollarından biri olan Boğazlar ve Marmara Denizi'ne ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'nin birçok limanı bulunmaktadır ve deniz trafiği için önemli bir geçiş noktasıdır. Bu limanlar, Türkiye'nin dünya ticaretindeki rolünü artırmaktadır. Türkiye'nin büyük limanları arasında İstanbul, Mersin, İzmir ve Ambarlı bulunur. Mersin Limanı, Türkiye'nin en büyük limanıdır ve yıllık 3,5 milyon TEU (20 fitlik eşya birimi) kapasitesine sahiptir. İstanbul Limanı, dünyanın en yoğun limanlarından biridir ve her yıl milyonlarca ton yük taşımaktadır. Avrupa, Asya ve Afrika kıtaları arasındaki birçok karayolu ve demiryolu hattının kesişme noktasında bulunmaktadır. Türkiye'deki ana karayolları arasında İstanbul-Ankara, İstanbul-İzmir ve Ankara-İzmir yolu gibi yollar bulunur. Demiryolu ağı da geliştirilmektedir. Türkiye, aynı zamanda birçok uluslararası hava yolu şirketinin Avrupa ve Asya arasındaki uçuşlarının kesişme noktasında bulunmaktadır. Uluslararası hava taşımacılığı için birçok modern havaalanı sunmaktadır. İstanbul Havalimanı, Avrupa'nın en büyük havaalanıdır ve yıllık 90 milyon yolcuyu ağırlayabilir. Diğer büyük havaalanları arasında Ankara Esenboğa, İzmir Adnan Menderes ve Antalya Havalimanı bulunur. Türkiye, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği anlaşması imzalamıştır. Bu nedenle AB ile ticaret yapmak isteyen ülkeler için lojistik bir geçiş noktasıdır. Depolama ve dağıtım merkezleri açısından zengindir. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde birçok modern depolama tesisi bulunmaktadır. Tüm bu avantajlar, Türkiye'nin lojistik sektörü için önemli bir potansiyel taşıdığını ve ideal bir merkez olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin coğrafi konumu, nakliye ve lojistik sektörlerinde büyük bir etkiye sahip olabilir ve Türkiye, uluslararası ticarette önemli bir rol oynayabilir. Birçok uluslararası şirket, Türkiye'yi lojistik merkezi olarak seçebilir (Oda, 2008).

Ülkenin modern lojistik altyapısı, büyüyen ekonomisi ve stratejik konumu, yatırımcılar için çekici bir seçenek haline gelmiştir. Tüm bu faktörler, Türkiye'nin lojistik üs olarak rolünü önemli kılmaktadır. Ülke, lojistik hizmetlerin taşınması için

stratejik bir konumda olması, modern lojistik altyapısı, geniş bir lojistik hizmet yelpazesi, ekonomik büyüme ve yatırım fırsatları gibi avantajları ile lojistik sektöründe önemli bir oyuncu olmaya devam etmektedir.

Türkiye, lojistik sektöründe öncü bir ülke olarak konumunu güçlendirmek için bir dizi plan ve proje geliştirmiştir. Bu plan ve projeler, Türkiye'nin lojistik üs olarak daha da geliştirilmesine ve dünya çapında lojistik hizmetlerin sunulmasına katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda, 2015 yılında Türkiye Lojistik Master Planı'nı yayınlanmıştır. Bu plan, ülkenin lojistik sektöründe daha da gelişmesi ve lojistik hizmetlerin dünya çapında rekabetçi olması için bir yol haritası sunmaktadır. İstanbul'da yer alan Dünya Lojistik Merkezi Projesi, Türkiye'nin lojistik sektöründe daha da ilerlemesine yardımcı olacak bir projedir. Bu proje, dünyanın en büyük lojistik merkezlerinden biri olmayı hedeflemektedir. Yüksek Hızlı Tren Projesi, yüksek hızlı tren ağını genişletme planlarına sahiptir. Bu proje, lojistik hizmetlerin daha hızlı ve daha verimli bir şekilde taşınmasına yardımcı olacaktır. Türkiye, lojistik sektöründe teknolojik yeniliklere yatırım yapmaktadır. Bu yenilikler, lojistik hizmetlerin daha da optimize edilmesine ve verimliliğin artırılmasına katkı sağlayacaktır. Gümrük ve lojistik merkezlerinin sayısını artırmayı hedeflemektedir. Bu merkezler, lojistik hizmetlerin daha kolay ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesine yardımcı olacaktır. Tüm bu plan ve projeler, Türkiye'nin lojistik sektöründe daha da güçlenmesine ve dünya çapında lojistik hizmetlerin sunulmasına katkı sağlayacaktır (Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2053 Ulaştırma ve Lojistik Ana Planı, 2022).

3.3. Lojistik Sektörünün Milli Gelire Katkısı

İhracat ve ithalat bir ülkenin gelişmesinde büyük bir öneme sahiptir. Ürün ve hizmetlerin ihraç edilmesi, firmaların pazardaki yerini korumasına ve ekonomik olarak güçlenmesine yol açmaktadır. İhracatın gelişmiş olması, ülkeye para girişi sayesinde milli geliri arttırıcı etkisi vardır. İthalat ile ülkeden para çıkışı yaşanır ve

ekonomik gelişmişliği azaltan bir etki oluşturur. İthalat aynı zamanda yatırım yapılmasına olanak sağlayarak ekonomiyi güçlendirebilmektedir. İhracat ve milli gelir arasındaki bağ, ülkelerin ekonomik büyüme göstergelerinden biridir. Dış ticaret ile birlikte ülkelerin teknolojik açıdan büyümesi ve üretimi arttırması beklenmektedir. Ülkelerin gelir düzeyi arttıkça tüketim ve talep miktarı da artacaktır. Dış ticarette ülkelerin milli gelir düzeyi önemli olmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar; ithalat, ihracat ve ekonomik büyüme arasında uzun vadeli bir ilişki ve ihracatın ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi olduğunu göstermiştir (Bağdınlı, 2022).

Lojistik sektörünün milli gelire katkısı, üretimde ve dış ticarette etkin bir şekilde kullanılabilmesi ile doğrudan ilgilidir. Türkiye'deki lojistik sektörü, son yıllarda ciddi bir büyüme göstermiştir ve ülkenin milli gelirine önemli bir katkı sağlamaktadır. Milli gelir, bir ülkenin ekonomik faaliyetleri sonucu üretilen toplam mal ve hizmetlerin parasal değeridir. Bir ülkenin milli geliri, ekonomik büyüme ve kalkınmanın ölçüsü olarak kullanılır. Ayrıca milli gelir, bir ülkenin refah düzeyinin bir göstergesi olarak da kabul edilir. Milli gelir, bir ülkenin ekonomik sağlığını ve refah düzeyini ölçmek için kullanılan önemli bir göstergedir. Bir ülkenin milli gelirinin yüksek olması, genellikle ekonomik kalkınmanın bir göstergesi olarak kabul edilir ve bu durum, ülkede daha yüksek bir yaşam standardına sahip olunmasına katkı sağlayabilir. Milli gelir, birçok farklı sektörün katkısını ölçerek, ülkedeki ekonomik faaliyetlerin bir bütün olarak nasıl performans gösterdiğine dair bilgi sağlar. Bu nedenle, milli gelir, ekonomik kalkınma stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması için önemli bir veri kaynağıdır. Ekonomik politikaların milli gelir üzerindeki etkileri de takip edilerek, ekonomik politikaların etkinliği ölçülebilir. Milli gelir aynı zamanda, bir ülkenin refah düzeyi ile ilgili bilgi sağlayarak, sosyal ve ekonomik kalkınmanın ölçülmesinde de kullanılır. Yüksek milli gelir, genellikle ülkedeki sosyal hizmetlerin daha iyi olması ve vatandaşların sağlık, eğitim ve diğer temel ihtiyaçlarının daha iyi karşılanması anlamına gelir. Bu nedenle, milli gelir, bir ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasının ölçülmesinde önemli bir gösterge olarak kabul edilir (Erkan, 2014).

Lojistik faaliyetlerin milli gelir ile ilişkisine bakıldığında, dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmelere bağlı olarak değiştiği görülmektedir. Türkiye ihracatta büyüme hedefini arttırarak dış ticaret hacmini geliştirmiştir. Bunun sonucunda da Türkiye'nin lojistik sektöründe önemli yatırımlar yapılmıştır. Yaşanan gelişmeler, Türkiye'yi içinde bulunduğu coğrafi konumda hem hizmet verdiği pazarlarda hem de potansiyel pazarlarda hizmet verebilmeyi mümkün hale getirmiştir. Türkiye'deki firmaların birçoğu da lojistik faaliyetleri gerçekleştirmek adına büyük adımlar atmıştır. Aynı zamanda yabancı firmalar satın alma, birleşme ve doğrudan yatırımlar gerçekleştirerek Türkiye pazarında yer almaya başlamıştır. Lojistik faaliyetler arasında olan karayolu taşımacılığı, ülkeler arasında ve Türkiye içinde ekonomik büyümeyi sağlayan faaliyetlerdendir. Bu kapsamda lojistik sektörü Türkiye ve diğer ülkeler açısından ekonomik büyümenin bir aracı olarak önemli hale gelmiştir. Türkiye'de turizm sektöründen sonra en büyük sektör lojistiktir. Lojistik sektörü mal ve hizmetlerin üretimi açısından büyük bir paya sahiptir ve bu da ulusal şirketlerin verimliliğini arttırıp ulusal ekonominin rekabet avantajı kazanmasına olanak sağlayan önemli bir kriter olmaktadır. Ülke ekonomileri lojistik faaliyetlerin getireceği faaliyet potansiyelinden doğrudan etkilenmektedir. Ülke ekonomisi canlı olduğu zamanlarda talep artarken durgunluk zamanlarında lojistik faaliyetlere olan talep azalmaktadır. Ekonomide ürünü üretebilmek ve satın alımını gerçekleştirmek esastır ve üretilen mal son tüketiciye kadar zarara uğramadan ulaşmak zorundadır. Bu nedenle de ülkeler mal ve hizmetlerin taşınması için ciddi bir bütçe ayırmaktadır. Türkiye'nin alt yapı yeterliliği, nitelikli iş gücüne sahip oluşu, kritik bir konumda yer oluşu avantajları ile sektördeki yerini büyütmeyi amaçlamaktadır. Dünya üzerinde Türkiye en büyük ihracatçı ve ithalatçı ülkeleri arasında yer almakta ve bu hedefini arttırmaktadır. Son dönemde Türkiye'de ve dünyada yaşanan ekonomik dalgalanmalar, lojistik sektörünü de etkilemiştir. Lojistik sektörü, bir ülkenin ekonomisinde önemli bir yer tutar ve dolayısıyla ekonomik dalgalanmalardan doğrudan etkilenir. Türkiye'de son dönemde yaşanan ekonomik dalgalanmalar, lojistik sektöründe bazı sıkıntılara neden olmuştur. Özellikle döviz kurlarındaki dalgalanmalar, yüksek enflasyon oranları ve faiz oranlarındaki artışlar, lojistik firmalarının maliyetlerini artırmış ve dolayısıyla sektördeki fiyatları yükseltmiştir. Bu da hem lojistik firmalarının hem de müşterilerin maliyetlerinde artışa neden

olmuştur. Dünya genelinde yaşanan ekonomik dalgalanmalar da lojistik sektörüne etki etmiştir. Özellikle pandemi süreci, lojistik sektöründe büyük bir değişime neden olmuştur. Uluslararası tedarik zincirleri, ülkeler arasındaki sınırların kapatılması ve ticaretin azalması nedeniyle aksamıştır. Bu durum, lojistik firmalarının ürünlerin taşınmasında sorunlar yaşamasına neden olmuştur. Ancak, lojistik sektörü önemli bir sektördür ve her zaman güçlü bir şekilde ayakta kalır. Türkiye'nin coğrafi konumu ve stratejik konumu, lojistik sektörü için önemli bir avantajdır. Türkiye, Orta Doğu ve Avrupa arasında bir geçiş noktasıdır ve bu nedenle uluslararası ticarette önemli bir rol oynamaktadır. Bu avantajlar, Türkiye'nin lojistik sektörünün dünya genelindeki dalgalanmalardan etkilenmesini azaltabilir (Oda, 2008).

Lojistik sektörü, Türkiye'de istihdam açısından oldukça önemlidir. Türkiye'nin coğrafi konumu, dünya ticaretinde önemli bir transit merkezi haline gelmesine olanak sağlamaktadır. Bu nedenle, Türkiye'deki lojistik sektörü, ülkenin ekonomik gelişimine katkıda bulunurken, aynı zamanda yüksek oranda istihdam sağlamaktadır. Türkiye'deki lojistik sektörü, taşımacılık, depolama, dağıtım, gümrükleme ve lojistik destek hizmetleri gibi farklı alanlarda faaliyet gösteren birçok şirketi içermektedir. Bu şirketlerin büyük bir kısmı, yüksek sayıda işçi ve teknisyen istihdam etmektedir. Ayrıca, lojistik sektörü, yan sektörlerde de istihdam sağlamaktadır. Örneğin, lojistik firmaları için araç bakımı, yedek parça tedariki, lojistik yazılımlarının geliştirilmesi gibi hizmetler sunan şirketler de lojistik sektörünün yan sektörleri arasında yer almaktadır. Türkiye'deki lojistik sektörü, son yıllarda önemli bir büyüme göstermiştir. Sektörün büyümesi, istihdam açısından da önemli bir artışa neden olmuştur. Özellikle, Türkiye'deki lojistik sektörü, genç nüfusun işgücü piyasasına katılımı için önemli bir fırsat sunmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'deki lojistik sektörü, ülkenin istihdamı için önemli bir rol oynamaktadır. Lojistik sektöründeki firmaların istihdamının artması, ülkenin ekonomik büyümesini desteklerken, aynı zamanda işsizlik oranlarının düşürülmesine de yardımcı olabilir (Oda 2008; Koban ve Keser, 2013b).

Türkiye'deki lojistik sektörü, taşımacılık, depolama, dağıtım, gümrükleme ve lojistik destek hizmetleri gibi farklı alanlarda faaliyet gösteren birçok şirketi içermektedir. Bu şirketlerin faaliyetleri, mal ve hizmetlerin üretiminden tüketimine kadar olan süreçte önemli bir role sahiptir. Lojistik sektörü, üretim ve tüketim sürecinde birçok farklı sektörle de bağlantılıdır. Örneğin, tarım, sanayi ve ticaret gibi sektörler, üretim ve tüketim sürecinde lojistik hizmetlerden yararlanırken, bu sektörlerin büyümesi de lojistik sektörüne talebi artırmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) verilerine göre, 2021 yılı üçüncü çeyrek milli gelir rakamlarına göre, lojistik sektörü Türkiye ekonomisinin yaklaşık %8.7'sine katkı sağlamıştır. Ayrıca, sektörün milli gelir içindeki payı, son yıllarda artış göstermektedir. 2022 yılında bir önceki yıl zincirlenmiş hacim endeksine göre mal ve hizmet ihracatı %9,1, ithalatı ise %7,9 artmıştır. Mal ve hizmet ihracatı, 2022 yılının dördüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre zincirlenmiş hacim endeksi olarak %3,3 azalırken ithalatı %10,2 artmıştır. Bu nedenle, Türkiye'deki lojistik sektörü, ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlamaktadır ve milli gelirdeki payı giderek artmaktadır. (TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri)

SONUÇ

Türkiye'deki lojistik sektörünün dış ticarete olan etkisi, çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Lojistik sektörünün tarihsel süreci, temel faaliyetleri, prensipleri ve taşımacılık türleri gibi konular, çalışmanın ilk bölümünde ele alınmıştır. Dış ticaret bölümü ise, dış ticaretin tanımı, ihracat ve ithalat türleri, ülkeleri dış ticaret yapmaya iten nedenler, küreselleşme ve dış ticaret ödeme şekilleri konularını kapsamaktadır. Bu çalışma, Türkiye'deki lojistik sektörünün dış ticarete olan etkisini incelemektir. Araştırmanın sonuçları, Türkiye'nin lojistik sektöründeki gelişmelerin, dış ticaret performansını artırdığını göstermektedir.

Günümüzde lojistik sektörü, işletmelerin faaliyetlerini verimli ve etkili bir şekilde yürütebilmeleri için gereksinim duydukları tedarik zinciri yönetimi, stok yönetimi, malzeme yönetimi, depolama, taşımacılık, paketleme, dağıtım ve müşteri hizmetleri gibi faaliyetlerin tümünü kapsayan bir sektördür. Bu faaliyetlerin amacı, müşteri memnuniyetini artırmak, maliyetleri düşürmek ve işletmenin karlılığını artırmaktır. Lojistik sektöründe ayrıca bazı ilkeler de bulunmaktadır. Bunlar arasında standartlık, ekonomik olma, yeterli olma, elastikiyet, sadelik, izlenebilirlik ve şeffaflık, koordinasyon ve iş birliği ilkeleri yer almaktadır. Bu sektörün tarihi, askeri lojistik uygulamalarına kadar uzanmaktadır. Günümüzde ise lojistik sektörü, dünya ekonomisindeki gelişmeler ve küreselleşme ile birlikte hızla büyümekte ve önem kazanmaktadır.

Türkiye'de lojistik sektörü dış ticaretin büyük bir payını üstlenmektedir. Lojistik faaliyetler, ihracat ve ithalat süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesinde kritik bir role sahiptir. Lojistik sektörü, ülkenin coğrafi konumu nedeniyle bir lojistik üs olarak büyük bir potansiyele sahiptir ve bu da dış ticaretin geliştirilmesine önemli katkı sağlamaktadır.

Türkiye'nin son yıllarda dış ticaret hacmi hızla artmıştır ve lojistik sektörü de bu gelişmeden etkilenmiştir. Lojistik sektöründeki gelişmeler, bu artışta büyük bir rol oynamıştır. Lojistik faaliyetlerin hızlı, güvenli ve ekonomik olarak gerçekleştirilmesi, Türkiye'nin ihracat ve ithalat hacmini artırmıştır. Bu da Türkiye'nin dış ticaret performansının iyileştirilmesine yardımcı olmuştur. Türkiye'nin lojistik sektörü, ihracat ve ithalat yüklerinin taşınması için gerekli olan liman, havaalanı ve karayolu altyapısı ile birlikte, uluslararası standartlarda hizmet sunan lojistik şirketlerinin varlığıyla gelişmiştir. Lojistik sektörü, Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır çünkü ihracat ve ithalat sürecinde mal ve hizmetlerin zamanında ve doğru bir şekilde taşınması gerekmektedir. Bu süreçte lojistik şirketleri, mal ve hizmetlerin güvenli bir şekilde taşınmasını, depolanmasını ve dağıtımını sağlarlar. Ayrıca, lojistik şirketleri, dış ticarette kullanılan belgelerin ve diğer işlemlerin yönetiminde de önemli bir rol oynamaktadır.

Dış ticaretin nedenleri arasında ekonomik, siyasi, coğrafi ve sosyal faktörler yer almaktadır. Küreselleşme ise dış ticaretin artmasına ve uluslararası ticaretin kolaylaşmasına katkıda bulunmuştur. Türkiye lojistik sektörü için önemli bir üs konumundadır. Türkiye, tarihsel ve coğrafi avantajlara sahip bir ülke olarak, lojistik sektöründe büyük bir potansiyele sahiptir. Türkiye'nin coğrafi konumu, Asya, Avrupa ve Afrika arasında köprü olma özelliği taşıması nedeniyle lojistik sektörü açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye, özellikle deniz ve hava yolu taşımacılığı açısından önemli bir transit merkezi olarak konumlandırılmıştır.

Son olarak, lojistik sektörünün milli gelire katkısı da önemli bir faktördür. Türkiye'deki lojistik sektörünün milli gelire katkısı giderek artmaktadır. Bu sektör, ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmakta ve iş imkanları yaratmaktadır. Ayrıca, lojistik sektöründeki gelişmeler, Türkiye'nin rekabet gücünü artırmaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin lojistik sektöründeki gelişmeleri, dış ticaret performansını artırmakta ve ülkenin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle,

Türkiye'nin lojistik sektörüne yapılan yatırımların devam etmesi ve sektörün geliştirilmesi önemlidir.

Türkiye, lojistik sektöründe sahip olduğu potansiyeli daha da geliştirerek dış ticaret performansını artırabilir. Bu nedenle, aşağıdaki önerilerin hayata geçirilmesi, lojistik sektörünün dış ticarete olan etkisini artırabilir:

Dış ticaretin artırılması için lojistik altyapının geliştirilmesi: Türkiye'nin lojistik altyapısının geliştirilmesi, dış ticaretin artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, limanlar, havaalanları, karayolları ve demiryolları gibi lojistik altyapıların modernize edilmesi ve iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu sayede, lojistik faaliyetlerin hızlı, güvenli ve ekonomik bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanarak dış ticaret performansı artırılabilir.

Lojistik sektörünün teşvik edilmesi: Türkiye'de lojistik sektörü, ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle, lojistik sektörünün teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Lojistik firmalarına vergi indirimleri, kredi imkanları ve diğer teşvikler sağlanarak sektörün geliştirilmesi hedeflenmelidir.

İş birliği ağının genişletilmesi: Lojistik sektöründe iş birliği ağı, lojistik faaliyetlerin verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi için önemlidir. Bu nedenle, Türkiye'nin lojistik sektöründe faaliyet gösteren firmaların, yurt içi ve yurt dışı firmalarla iş birliği yapması teşvik edilmelidir. Bu sayede, lojistik faaliyetlerin daha verimli, hızlı ve ekonomik bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanabilir.

Eğitim ve nitelikli işgücü sağlanması: Lojistik sektörü, nitelikli işgücüne ihtiyaç duyan bir sektördür. Bu nedenle, lojistik sektörünün geliştirilmesi için nitelikli işgücü sağlanması gerekmektedir. Eğitim programları, sertifikasyon ve eğitim

kursları gibi faaliyetler aracılığıyla, lojistik sektöründe çalışanların niteliklerinin artırılması hedeflenmelidir.

KAYNAKLAR

Ağsakal, A. & Erkan, M. K. (2016). Türkiye'de Dış Ticarette Ödeme Şekilleri ve Faiz Oranları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi,* ICAFR 16 Özel Sayısı, 581-588.

Akan, Ü. (2021). Türkiye'de Dış Ticaret ve Lojistik Faktörü. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Denizli, (Danışman: Prof. Dr. Sarı A.)

Akgüngör, A.P., & Demirel, A. (2011). Türkiye'deki Ulaştırma Sistemlerinin Analizi ve Ulaştırma Politikaları. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi,* 10(3), 423-430.

Alızada, T. (2019). Azerbaycan'ın Lojistik Performansının Dış Ticarete Etkisi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun, (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Çetindere F.A.)

Arvis, J.F., Ojala, L., Wiederer, C., Shepherd, B., Raj, A., Dairabayeva, K., Kiiski, T. (2018). Connecting to Compete 2018: Trade Logistics in the Global Economy. The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank 1818 H Street NW.

Asar, S. (2017). Tersine lojistik faaliyetleri: Erzincan ve Erzurum İllerinde Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Güzel D.)

Ateş, F. (2009). Kombine Taşımacılık ve Dış Ticaretteki Yansımaları, Mesleki Uygulama Bitirme Ödevi, Uludağ Üniversitesi, s.17.

Bağdınlı, N. (2022). Makro Ekonomik Göstergelerin Dış Ticaret Dengesi Üzerine Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, (Danışman: Öğr. Üyesi Prof. Dr. Arslan İK.)

Baird, A.J. (2001). Trends in Port Privatisation in the World's Top-100 Container Ports. 9 th WCTR, Seul, 102-115.

Bakan, S., & Gökmen, S. (2014). Serbest Bölgeler ve Dış Ticaret İlişkisi: Gaziantep Serbest Bölgesi Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,* 13(51), 0

Bektaş, H. (2020). Türkiye ve OECD Ülkelerinin Lojistik Performansı, Dış Ticaret Sektöründeki Gelişmeler. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, (Danışman: Prof. Dr. Azgün S.)

Bayhan, M., Türkmen, M., & Kepe, D. (2017). Denizli-Kaklık Lojistik Köyünün Swot Analizi ile *Değerlendirmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (22), 555-574.

Berktaş, S. & Dimli Oraklıbel, R. (2021). Sanayi Devrimi ile Gelen Değişim: İş Bölümü ve Yabancılaşma. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (6), 112-121.

Bilginer, N., Kayabaşı, A. & Sezici, E. (2008). Lojistik Faaliyetlerin Süreçsel Etkinliğine Etki Eden Faktörlerin Değerlendirilmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (22), 277-296.

Corbett, J.J. & Wınebrake, J. (2008). The Impacts of Globalization on International Maritime Transport Activity. OECD Global Forum on Transport and Environment in a Globalizing World 2008, Guadalajara Mexico, pp.6.

Coşkun, Hİ. (2020). Ülkelerin Lojistik Performanslarının Dış Ticaret Dengesine Etkisi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Doç. Dr. Civelek ME.)

Çancı, M., Erdal, M. (2003). Lojistik Yönetimi, İstanbul, Utikad Yayınları.

Çekerol, G.S. (2013). Lojistik Yönetimi. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını.

Çeralp, G. (2009). Türkiye'de Lojistik Hizmetlerde Dış Kaynak Kullanımını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Uygulama. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Ataman G.)

Daşkan, E. S. (2016). Türkiye'de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Yansımaları. İstanbul Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Doç. Dr. Arslan İ.K.)

Dede, B. (2020). Lojistik Hizmetlerde Etkin Depo Yönetimi ve Gıda Sektöründe Bir Uygulama. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Çengel Ö.)

Demir, M. (2004). Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Demir, V. (2008). Lojistik Yönetim Sisteminde Maliyet Hesaplanması. (2.Baskı). Ankara, Nobel Yayınları.

Dirik, M. (2012). Tersine Lojistik ve Karaman Organize Sanayi Bölgesinde Gıda Sektöründe Tersine Lojistiğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karaman, (Danışman: Prof. Dr. Çevik O.)

Doğan, İ. (2002). Tedarik Zincirinde Kamçı Etkisi ve Envanter Yönetimi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Durmuşoğlu M.B.)

Duman, B. (2021). Uluslararası Ticarette İntermodal Taşımacılık: Uluslararası Uygulamalar Ve Türkiye İçin Öneriler. Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa, (Danışman: Doç. Dr. Basılgan M.)

Eker, Ö. (2006). Lojistik Yönetimi ve Tedarik Lojistiği Sürecinde Performansın Arttırılması. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Öğretim Görevlisi. Sümen H.H.)

Ener, T. (2010). Küresel Lojistik Performans İndeksi: Mersin'de Faaliyet Gösteren Lojistik Firmalarının Sektörel Performanslarının İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin, (Danışman: Doç. Dr. Şahin A.)

Erdal, M. & Metin Ç. (2009). Uluslararası Taşımacılık Yönetimi. (3.Baskı). İstanbul, Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği Yayını.

Erdem, A.T. & Akolaş, D.A. (2020). Müşteri Memnuniyetinin Lojistik Yönetimi Bağlamında İncelenmesi: Bir Kargo Şirketi Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 139-159.

Ergönen, G. (2014). Lojistik Yönetimi ve Proje Yönetimindeki Teknolojik Gelişmelerin Savunma Sanayi Projeleri Üzerindeki Etkisi. Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Erenel F.)

Erkan, B. (2014). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü. *Assam Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(1), 44-65.

Gümüş, Y. (2009). Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Kârı ile Olan İlişkisi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (41), 97-114.

Güngörürler, S. (2004). Ticaretin Vazgeçilmezi Lojistik Sektöründe Son Gelişmeler, Pusula. *İzmir Ticaret Odası Yayınları,* (11), 38-40.

Gürsoy, H. (2014). Lojistik Sektörünün Dış Ticaretteki Rolü ve İşletmeler Üzerinde Etkisi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Gümüş S.)

Güzel, D. & Asar, S. (2017). Tersine Lojistik Faaliyetleri: Erzincan ve Erzurum İllerinde Bir Uygulama. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1), 1-20.

Hüseyinova, K. (2006). Uluslararası Ticarette Kültürel Farklılıklar ve Etkileri. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Melemen M.)

Johnson, J.C., Wood, D.F., Wardlow, D.L., Murphy, P.R.Jr. (1998). Contemprorary Logisitcs, Seventh Edition, Prentice Hall, New Jersey.

Kahraman, M. F. (2014). Lojistik Dış Kaynak Kullanımı: Ege Bölgesi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Tanyaş M.)

Kaplan, B. (2019). Türkiye'de Lojistik Sektörünün Dış Ticaret Üzerinde Etkileri (Otomotiv Endüstrisi Örneği). Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ, (Danışman: Doç. Dr. Erbay E.R.)

Kaplan, Z. (2018). Türkiye'nin Lojistik Performansının Dış Ticarete Etkisi. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin, (Danışman: Doç. Dr. Bozyiğit S.)

Kara, N. (2018). Global Firmalarda Satın Alma Süreçleri ve Bu Süreçlerde Satın Almacıların Yaklaşımı. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Telli G.)

Keskin, H. (2011). Lojistik- Tedarik Zinciri Yönetimi (4. Baskı), Ankara: Nobel Yayınevi.

Keskin, M.H. (2015). Tedarik Zinciri Yönetimi. Ankara, Nobel Yayınları.

Kılcı, H. (2017). Taşımacılık Faaliyetlerinin Rekabet Üstünlüğü Oluşturmada İşletmecilikte Yeri ve Önemi: Türkiye Örneği ve Türkiye'de Taşımacılığın Gelişimi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, ICOMEP 2017 Özel Sayısı, 74-86.

Kılınç, E., Fidan, O. & Mutlu, H. M. (2019). Türkiye, Çin ve Rusya Federasyonu'nun Lojistik Performans Endeksine Göre Karşılaştırılması. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 17-34.

Kılınç, G., Karaatlı, M. & Ömürbek, N. (2022). Türkiye Limanlarındaki Konteyner ve Yük Elleçleme Hacimlerinin Ysa Narx Modeli İle Öngörülmesi. *Verimlilik Dergisi*, (2), 251-266

Koban, E., & Keser, H.Y. (2013'a). Dış Ticarette Lojistik. (5. bs.). Bursa: Ekin Yayınları.

Koban, E. & Keser, H.Y (2013b). Rekabet Edebilirlikte Türk Lojistik Sektörünün İstihdam Yapısının Analizi ve İstihdama Yönelik Devlet Destekleri. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 4(2), 32-43.

Kurt, B., Zengin, H. (2016). İthalatın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri: Feder-Ram Modeli. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2 (4) , 67-86.

Küçük, Ü. (2021). Lojistik Faaliyetlerde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Gıda Firması Örneği. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karaman, (Danışman: Doç Dr. Sayın A.A.)

Küçükaltan, B. (2012). Uluslararası Ticaret Kapsamında Lojistik Şirketlerinin Gümrük Faaliyetleri: Kapıkule Örneği. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Nurdan A.)

Melemen, M. (2003). Dış Ticaret İşlemleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Melemen, M. (2016). Uygulamalı Uluslararası Ticaret İşlemleri. Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Mete, M. (2013). Dış Ticaretin Belirleyicileri ve Türkiye Uygulaması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kahramanmaraş, (Danışman: Doç. Dr. Örnek İ.)

Oda, S. (2008). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Dış Ticaret Üzerine Etkileri. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Aytaç A.)

Orhan, O. (2003): Dünyada ve Türkiye'de Lojistik Sektörünün Gelişimi, İstanbul Ticaret Odası Yayını, No: 2003-39.

Orkunoğlu Şahin, IF. (2022). Türkiye'nin 1980-2021 Dönemi Dış Ticaret Gelişiminin İrdelenmesi. *Gümrük Ticaret Dergisi*, 9 (27), 82-99.

Özdemir, A.F. (2007). Serbest Bölge Rejiminde Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, (Danışman: Prof. Dr. Ergen H.)

Özdener, H.H. (2010). Lojistikte Toplam Kalite Yönetimi. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Dr. Şakar B.)

Özgüner, Z. (2017). Lojistik Faaliyetlerin Süreçsel Etkinliğinde Rol Oynayan Değişkenlerin İşletme Performansına Etkisinde Lojistik Performansın Aracılık (Mediator) Rolü. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gaziantep, (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Aytekin M.)

Özkan, L. (2008). Küreselleşmenin Tarım Ürünleri Dış Ticareti Üzerine Etkileri: Türkiye Örneği. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Edirne, (Danışman: Prof. Dr. Uzunoğlu İ.S.)

Saatçioğlu, C. (2006). Ulaştırma Sistemleri ve Politikaları, Türkiye- Avrupa Birliği Uygulamaları, Gazi Kitapevi, Ankara.

Saraç, E. (2010). Uluslararası Ticaret ve İstihdam. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Doç. Dr. Parlak Z.)

Seyidoğlu, H. (2015). Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, (20. Baskı), Güzem Can Yayınları, İstanbul

Şahin, A.G. (2010). Lojistik Faaliyetlerde Dış Kaynak Kullanımı: Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Üzerine Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir, (Danışman: Prof. Dr. Berberoğlu N.)

Şahin, G. (2012). Uluslararası Lojistik. Çatay, B., & Öztürk, G. (Eds.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Şen, İ.K. (2014). Lojistik Faaliyetlerin Yönetimi ve Maliyetleme Yaklaşımları. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (1), 83-106.

Şık, EÇ. (2021). Lojistik Desteğin Dış Ticarete Katkısı ve Ülkelerin Rekabet Gücüne Etkisi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Turgan E.)

Tanık, E. & Özcan, H. (2021). Karayolu Yük Nakliyat Sigortalarının Hasar ve Müşteri Memnuniyeti Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Esenyurt Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 37-50.

Tekin, M., Etlioğlu, M. & Tekin, E. (2017). İnovatif Lojistik. *The International New Issues in Social Sciences,* 5 (5), 81-104.

Temelli, F. (2011). Lojistik Faaliyetler-Yönetimi, Maliyetlemesi ve Muhasebeleştirilmesi- Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, (Danışman: Prof. Dr. Karcıoğlu R.)

Tuerxun, G. (2017). Çin Halk Cumhuriyeti'nin Lojistik Sektörünü Geliştirmek Adına Uyguladığı Destekler. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, (Danışman: Prof. Dr. Fidan Y.)

Waters, D. (2003). Logistics an Introduction to Supply Chain Management, London, Palgrave Macmillan.

Yarbaşı, E., Gürtan, İ. (2012), Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

Yaşar, A. (2003). Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi Ders Notları, KSÜ Düziçi Meslek Yüksekokulu, s.2.

sYıldız, M.Ö. (2007). Dış Ticaret İşlemlerinde Akreditifli Ödemenin Rolü ve Ödeme Riski Yönetimi Açısından Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir, (Danışman: Prof. Dr. Usta Ö.)

Yılmaz, S. (2007). Uluslararası Ticarette Çevre Koruma Uygulamaları ve Türkiye'nin Durumu. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, (Danışman: Prof. Dr. Algan N.)

Yue, W. L., & Taylor, M. (2005). The Role Of Transportation In Logistics Chain. *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies,* Vol:5, 1657-1672.

Yücel, F. (2006). Dış Ticaretin Belirleyicileri Üzerine Teorik Bir Yaklaşım, *Sosyoekonomi*, 4(4), s. 49.

İNTERNET KAYNAKLARI

Dış İşleri Bakanlığı, https://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin-dis-ekonomik-iliskileri.tr.mfa (Erişim Tarihi: 14.03.2023)

İSO, Ticaret Raporu, 2021, https://www.iso.org.tr/iso-cin-masasi/raporlar/cin_e-ticaret_raporu.pdf (Erişim Tarihi: 17.03.2023)

OAİB, Dış Ticaret Anlaşmaları, https://www.oaib.org.tr/tr/bilgi-merkezi-sikca-sorulan-sorular-turkiyenin-dis-ticaret-anlasmalari-nelerdir.html (Erişim Tarihi: 16.03.2023)

Ticaret Bakanlığı, https://ticaret.gov.tr/gumruk-islemleri/sikca-sorulan-sorular/ticari/gumruk-musavirleri (Erişim Tarihi: 15.03.2023)

Ticaret Bakanlığı, Dış Ticaret İstatistikleri, https://ticaret.gov.tr/haberler/2021-yili-aralik-ayi-dis-ticaret-ticaret-esnaf-ve-kooperatif-verileri (Erişim Tarihi: 16.03.2023)

Ticaret Bakanlığı, Gümrük Rehberi, https://gumrukrehberi.gov.tr/sayfa/uluslararas%C4%B1-ticarette-%C3%B6deme-%C5%9Fekilleri (Erişim Tarihi: 14.03.2023)

TİM, (2022). https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari (Erişim Tarihi: 15.03.2023)

TÜİK, Dış Ticaret İstatikleri, https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Ocak-2023-49621 (Erişim Tarihi:13.03.2023)

TÜİK, https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1 (Erişim Tarihi: 15.03.2023)

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, 2053 Ulaştırma ve Lojistik Ana Planı, 2022, https://www.uab.gov.tr/uploads/pages/bakanlik-yayinlari/2053-ulastirma-ve-lojistik-ana-plani-rev.pdf (Erişim Tarihi: 18.03.2023)

Ulaştırma ve Lojistik Kongreleri, 2018, 8. https://ulk.ist/media/kitap/IV-UKODTLK/turkiyenin-ihracatinin-bolgesel-ve-sektorel-dagilimi.pdf (Erişim Tarihi: 12.03.2023)

World Bank, (2023), https://lpi.worldbank.org/ (Erişim Tarihi: 09.07.2023)

World Bank, Basın Bülteni, 2022, https://www.worldbank.org/tr/news/press-release/2022/02/25/global-and-domestic-challenges-weigh-on-outlook-for-turkish-economy-in-2022 (Erişim Tarihi: 17.03.2023)