

## TAŞIMA İŞLERİ KOMİSYONCULARININ GEMİ ACENTELERİNİ TERCİH ÖLÇÜTLERİ: İZMİR LİMANI UYGULAMASI

**Arş. Gör. Coşkan SEVGİLİ**

Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, (coşkan.sevgili@deu.edu.tr)

**Prof. Dr. Selçuk NAS**

Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, (snas@deu.edu.tr)

### ÖZET

*Denizyolu taşımacılığındaki navlun piyasasında yoğun rekabet yaşanmaktadır. Bu piyasada gemi acenteleri ve taşıma işleri komisyoncuları, deniz taşımacılığının iki önemli aktörüdür. Gemi acenteleri, taşıma kapasitesi arz ederken, taşıma işleri komisyoncuları ise taşıma kapasitesi talebi oluşturmaktadır. Bu rekabet koşullarında, acenteler, taşıma işleri komisyoncularına yönelik olarak yeni pazarlama stratejileri geliştirmektedir. Bu çalışmada, taşıma işleri komisyoncularının acenteleri seçerken hangi ölçütleri önemsedikleri araştırılmıştır. Belirlenen ölçütlerin sıralandığı anket formu, İzmir’de hizmet veren taşıma işleri komisyoncularına uygulanmıştır. Veriler t Testi ve ANOVA ile analiz edilmiş, taşıma işleri komisyoncularının acente seçerken “navlun fiyatı”, “istenilen limana hizmet” ve “kriz anındaki destek” ölçütlerinin en önem verdikleri ölçütler olduğu tespit edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Gemi Acenteleri, Taşıma İşleri Komisyoncuları, Denizyolu Taşımacılığı.

## CHOICE CRITERIA OF SHIP AGENCIES BY FREIGHT FORWARDERS: PORT OF İZMİR APPLICATION

### ABSTRACT

*Freight markets in maritime transportation are markets where there is intense competition. In this market, ship agencies and freight forwarders are major actors of maritime transportation. When one of the actors, ship agencies, supply transportation capacity; freight forwarders demand this capacity. With this competition, agencies, create new marketing strategies for freight forwarders. This study tries to determine which criteria freight forwarders care when choosing ship agencies. The questionnaire listed specified criteria were applied to freight forwarders servicing in İzmir. The obtained data was analyzed; “freight”, “service to demanding ports” and “support in crises” were found as the most important criteria.*

**Keywords:** Ship Agencies, Freight Forwarders, Maritime Transportation.

## 1. Giriş

Küresel olarak yük ve yolcu taşımacılığı ile ilgili istatistiksel analizler, dünya ticaretinde en çok kullanılan taşıma türünün denizyolu taşımacılığı olduğunu göstermektedir (UNCTAD, 2013:1). Özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte, dünya genelinde üretim işletmelerindeki maliyet kalemleri arasındaki farklar azalırken, ulaştırma gibi üretim dışı maliyetlerde optimizasyona yönelmeler olduğu görülmektedir. Bu da bütün ulaştırma türlerinde olduğu gibi denizyolu taşımacılığında da rekabetin artmasına neden olmakta ve navlun piyasalarını doğrudan etkilemektedir.

Gemi acenteleri; deniz taşıt ve araçları ile yolcu ve yük taşımalarında; gemi sahibi, kaptanı, işleticisi veya kiracısı namına üçüncü kişilere karşı hak ve menfaatlerini tayin edilen bölge içinde koruyan ve bunun karşılığında ücret alan kişi ve kuruluşlardır (DTO, 2014:5). Gemi acenteleri, geminin ve gemi kaptanının yerel limanlardaki yardımcıları olmaları, sözleşmelerde aracılık yapmaları, yerel otoriteler ve müşteriler ile iyi ilişkiler kurmaları gerektiğinden, güvenilirlik ve itibar çok önemli bir koşul ve gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır (Deveci, 2002:3).

Gemi acentelerinin türleri; kiracı acentesi, koruyucu acente, liman acentesi, rezervasyon acentesi, tarifeli gemi acentesi (liner agent) ve ana acente-alt acente şeklinde sıralanabilir. Tarifersiz denizyolu taşıma piyasasında, kiracının talebi halinde seçilen acenteye kiracı acentesi denir (Deveci & Çetin, 2013:479). Koruyucu acente (gözetim acentesi), gemi acentesi ile yük acentesinin farklı olduğu durumlarda temsil ettiği tarafı koruma amaçlı atanan acentedir (Bayırhan & Nas, 2014:374). Liman acenteliği; geminin bulunduğu limandaki bütün işlemlerini gören gemi acenteleridir. Geminin personel değişimi, kumanya ve gemi personeli ihtiyacını karşılar ve yerel otoriteyle olan ilişkilerini görür, ancak genellikle yük bulma hizmeti sağlamamaktadır. Rezervasyon acenteleri; gemi işletmesiyle aralarındaki sözleşmeye bağlı olarak gemiye yük bağlarlar. Bu yüzden pazarlama ve satış fonksiyonu ön planda olan acentelerdir. Tarifeli gemi acenteliği (liner agent) en kapsamlı gemi acenteliği türü olarak belirtilmektedir. Liman acenteliği hizmetleri dışında pazarlama, satış, yük rezervasyonunun yapılması, konteynerleri takip gibi görevleri vardır. Ana acenteler, temsil ettiği gemi sahibi veya gemi işletmeleri tarafından belirli bir bölgede uzun vadeli acentelik hizmeti sağlayan acentelerdir. Alt acenteler ise, ana acenteler tarafından belirli bir limanda hizmet vermek için atanmaktadırlar (Deveci & Çetin, 2013:481).

Taşıma işleri komisyoncuları, tüm taşıma modlarında ve kombine taşımacılığı türlerinde; sevkiyat, dağıtım, depolama, gümrikleme ve sigorta hizmetlerini gerçekleştiren, aktif bir işletme ağına sahip olan ve lojistik hizmet sağlayan kuruluşlardır (Çancı & Erdal, 2003:3). Yük sahibi ve yetkilileri adına taşıma işlemi gerçekleştiren ve yükleyici-taşıyıcı arasında aracılık eden, bu işlem karşılığında kazanç sağlayan taraftır. Uluslararası literatürde taşıma işleri komisyoncuları, Freight Forwarder (FF) veya International Freight Forwarder (IFF) olarak adlandırılmaktadır. Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenler Derneği (UTİKAD), freight forwarder kavramının Türkçe karşılığı olarak “taşıma işleri organizatörü”, Tuna (1994) “nakliye müteahhidi” kavramını, Deveci (2006) ise “nakliye yüklenicisi” kavramlarını kullanmaktadır. Görüldüğü üzere freight forwarder kavramının Türkçe karşılığı olarak mutabık kalınmış bir terim bulunmamaktadır. Türk hukukunda ise freight forwarder kavramını

karşılayabilecek terimin “taşıma işleri komisyoncusu” olduğu görülmektedir (TTK m.850-930, Taşıma İşleri). Türk Ticaret Kanunu (TTK)’na göre; ücret mukabilinde kendi namına ve bir müvekkili hesabına eşya taşımaya sanat kabul etmiş olan gerçek ya da tüzel kişilere “taşıma işleri komisyoncusu” denir. Literatürde Türkçe terimde mutabık kalınmamasından ve TTK’da bu kavrama en yakın terim olmasından dolayı freight forwarder kavramının Türkçe karşılığı olarak çalışmada “taşıma işleri komisyoncusu” terimi kullanılmıştır.

Tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere gemi acenteleri ve taşıma işleri komisyoncuları iş ve ekonomik açıdan birbirlerine bağlı aktörlerdir. Bu bağlar kimi zaman rekabetçi, kimi zaman iş ortaklığı şeklinde olmaktadır. Gemi acenteleri, doğrudan yükü taşıyacak tarafın (ihracatçı, ithalatçı) yükünü taşımaya üstlendiği gibi, bazı durumlarda aracı taraf olan taşıma işleri komisyoncuları gemi acentesinin yükleyicisi pozisyonunu almaktadır. İşte bu noktada taşıma işleri komisyoncuları ve gemi acenteleri arasında karmaşık bir ticari durum oluşmaktadır. Bu ticari durum navlun piyasasına da yön verebilmektedir. Gemi acenteleri gemi sahibinin veya işleticisinin yetkisine sahip arz tarafı olurken, taşıma işleri komisyoncuları aracılık işleri sayesinde yükleyici sıfatlarından dolayı talep tarafında olmaktadır. Gittikçe artan iş hacmi ve iletişim sayesinde taraflar arasında engeller de kalkmaktadır (Murphy & Daley, 2001:153).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde ortaya çıkan ölçütlerde fikir birliği olunan konular olduğu gibi aralarında farklılaşan ölçütlerin de olduğu görülmektedir. Bu ölçütler, acentelerin rekabet ortamlarında geliştirecekleri rekabet stratejilerine yön vermesi açısından önemli görülmektedir. Araştırma, İzmir’de faaliyet göstermekte olan taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesi tercih eğilimlerini ve tercih ölçütlerini ortaya koymak amacıyla tasarlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; taşıma işleri komisyoncularının gemi acentelerini tercih ölçütleri konusunda kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Üçüncü bölümde; çalışmanın araştırma yöntemine ve bulgulara ilişkin ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise bulgular yorumlanmış, araştırmanın kısıtlılıkları ve benzer konularda araştırma yapacak araştırmacılara öneriler sıralanmıştır.

## **2. Kavramsal Çerçeve**

Gemi acenteleri ve taşıma işleri komisyoncuları arasındaki ilişki üzerine yapılan sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bazı araştırmacılar (Tongzon, 2008; Kokkinis vd., 2006; Chu, 2014; Murphy & Daley, 2001; Saatçioğlu & Sezer, 2008) taşıma işleri komisyoncuları üzerine araştırma yaparken, bazıları (Gibson vd., 1993; Kannan vd., 2011) ise konuyu yükleyici-taşıyıcı yönünden ele almışlardır.

Yunanistan’daki taşıma işleri komisyoncusu şirketlerin karakteristik özellikleri üzerine yapılan çalışmada (Kokkinis vd., 2006:71), taşıma işleri komisyoncuları, verdikleri hizmetler ve sahip oldukları işgücü gibi alanlarda analiz edilmiş; ayrıca operasyon süreçlerinde kullanmış oldukları bilgi teknolojisi seviyesi de ölçülmüştür. Sonuç olarak taşıma işleri komisyoncuları şirketlerin güvenilirliği en önemli ölçüt olarak gördükleri, navlunun ve diğer giderlerin taşıma süresiyle beraber ancak üçüncü sırada kaldığı görülmüştür. Buradan da taşıma işleri komisyoncuları değerlendirme ölçütlerinde taşıma kalitesi ve güveninin navlundan daha önemli olduğu ortaya çıkmıştır.

Taşıma işleri komisyoncularının liman tercihleri üzerine yapılan bir çalışmada (Tongzon, 2008:192) önemli bir sonuç daha ortaya çıkmıştır. Taşıma işleri komisyoncularının %74,5'inin liman seçiminden önce gemi acentesini seçtikleri tespit edilmiştir. Sadece %23,4'lük kesim öncelikle liman seçimini yapıp ardından gemi acentesi seçimi yapmaktadır. Bu da liman seçiminde gemi acentelerinin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Taşıyıcı seçim ölçütleri üzerine yapılan bir diğer çalışmada (Gibson vd., 1993:380) ise; yükleyici için taşıyıcı seçim ve değerlendirmesinde güncel yaklaşımların altı çizilmiş; işbirlikçi, bilgi bazlı ortaklık yaklaşımının önem kazandığı ve bunun çoğu durumda servis kalitesi ve maliyet azaltma gibi konularda fırsatlar yarattığı ortaya konulmuştur. Hindistan'da Kannan ve arkadaşları (2011:767), yükleyici tarafının; konteyner taşıma operatörü seçiminde göz önüne aldıkları ölçütleri incelemişlerdir. Öncelikle taşıyıcının düşük ve esnek navlun sağlaması, bunu sağlarken de iyi hizmet vermesi gerektiği ortaya çıkmıştır. Bunu sağlayabilecek konteyner taşıyıcısının tercih edilmede ön sıralarda olacağı ve yeni müşteri ve pazar yaratma konusunda avantajlı olabileceği belirtilmiştir. Singapur'daki 221 firma ile servis sağlayıcıları hakkında hizmet sorunlarını çözmelerindeki memnuniyetleri üzerine yapılan bir araştırmada (Lysonki vd., 2000:443) firmaların genellikle bir acenteye sadık kalmadıkları, alternatif olarak bir diğer acenteye el altında tuttukları, herhangi bir memnuniyetsizlik durumunda diğer acenteyi kullanmaya eğimli oldukları görülmüştür. Sonuç olarak gemi acentelerinin müşteri memnuniyetlerine azami önem göstermeleri gerektiği ortaya konulmuştur. Bir diğer araştırmada, (Saatçioğlu & Sezer, 2008:30) taşıma işleri komisyoncularının taşıyıcı seçimi için en önde gelen ölçütün ekonomik nedenler olduğu, ancak diğer ölçütlerin de varlığının inkar edilemeyeceği ve bunların ortaya konulması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bunu yaparken de mevcut olan ölçütlerin değerlendirilip, seçilmesinde çok ölçütlü karar destek yaklaşımı kullanılmıştır. Taşıma işleri komisyoncularının üzerinde durduğu en önemli ölçütlerin sırasıyla navlun, transit süre, iyi hizmet ve uygun ekipman, gemi seferlerinin düzenli olması ile acente ile olan ilişkiler olarak sıralanmıştır.

Havayolu taşımacılığı yapan taşıma işleri komisyoncuları üzerine yapılan bir araştırmada ise (Chu, 2014:51), taşıma işleri komisyoncuları taşıyıcı ve rota seçiminde en önem verdikleri ölçütlerin düşük navlun, taşıyıcının etkin ve esnek hizmet sağlaması ile özelleşmiş seçenekleri sunabilmesi olarak belirtmişlerdir. Çancı & Erdal'a (2003) göre ise taşıma işleri komisyoncularının gemi acentelerini tercih ederken dikkat ettikleri hususlar; taşıma maliyeti (navlun), teslimat zamanı konusunda tutarlılık, gemi acentesinin nitelikleri ve yetenekleri, teknik yeterliliği, programlama esnekliği, etkin müşteri hizmetleri, gemi acentesinin firma saygınlığı ve pazar deneyimi, gemi acentesinin finansal yapısı, taşıma/yük sorumluluğu ve risklere karşı koruma taşıma sürecinin güvenliği olarak sıralanmaktadır. Düzensiz hat taşımacılığı yapan işletmelerin acente seçiminde önem verdiği unsurların ise; önem sırasına göre kiracının tavsiyesi, tanınırlık, deneyim, gidilen ülke ve maliyet olduğu belirlenmiştir (Bayırhan & Nas, 2014:377).

Tablo 1'de yapılan çalışmalarda ortaya çıkan tercih ölçütlerinin frekansları belirlenerek, en sık tespit edilen ölçütten en az kullanılan doğru bir sıralama yapılmıştır.

**Tablo 1: Yapılan Araştırmalarda Tespit Edilen Tercih Ölçütleri ve Frekansı**

Ölçütler	Araştırmacılar							f (n)
	Kokkinis vd. (2006)	Kannan vd (2011)	Saatçioğlu & Sezer (2008)	Tongzon (2008)	Chu(2014)	Bayırhan & Nas (2014)	Çancı & Erdal (2003)	
1 Navlun ve taşımanın toplam maliyeti	✓	✓	✓		✓		✓	5
2 Hizmet kalitesi /İstenilen servisi sağlama	✓		✓		✓	✓	✓	5
3 Coğrafi olarak spesifik noktalara hizmet sağlaması	✓				✓	✓		3
4 Taşımanın güvenliği	✓	✓					✓	3
5 Gemi acentesinin tanınırlığı ve imajı					✓	✓	✓	3
6 Ekipman sağlama/ekipmanın kondisyonu		✓	✓					2
7 Sefer sıklığı		✓	✓					2
8 Gemi acentesiyle olan ilişkiler	✓		✓					2
9 Spesifik kargo taşıma kabiliyeti	✓				✓			2
10 Gemi acentesinin iş ortaklığı güvenilirliği(sır,etik vb.)		✓				✓		2
11 Schedule güvenilirliği(tutarlılığı)			✓				✓	2
12 Gemi acentesinin deneyimi						✓	✓	2
13 Schedule(transit süre/aktarma)	✓							1
14 Kriz zamanlarında destek sağlayabilmesi	✓							1
15 Gemi acentesinin bilgili ve tecrübeli personele sahip olması					✓			1
16 İstenilen yükleme ve boşaltma limanına uğrak yapması				✓				1
17 Yer bulunabilirliği	✓							1
18 Müşteri tarafından seçilen gemi acentesi	✓							1
19 Gemi acentesinin diğer masraflarda (liman masrafları, vb.) esnekliği		✓						1
20 Referans aracılığıyla gemi acentesi seçme						✓		1

### 3. Araştırma Yöntemi

#### 3.1. Yöntem

Araştırmada gemi acentesi seçim ölçütleri ile ilgili önceden yapılan çalışmalarda tespit edilen tercih kriterlerine dayalı olarak oluşturulan anket veri toplama aracı kullanılmıştır. “Taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesi tercih ölçütleri” değişkenleri, Tablo 1’de gösterildiği gibi sistematik olarak sıralanmıştır. Belirlenen toplam 20 adet değişken, anket formu taslağı içerisine yerleştirilmiştir. Oluşturulan değişkenler 4 akademisyen ve 2 sektör uzmanlarına sunulmuş, onlardan gelen geri bildirimler sonucu, 2 değişken (sağladığı vade ve ödeme kolaylığı, alternatif gemi acentesi bulundurma eğilimi) daha eklenerek taslak anket formu oluşturulmuştur. Anket sorularında taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesi seçim kriterlerine vermiş olduğu önem derecesini belirlemek için 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır (çok önemsiz=1, çok önemli=5). Ayrıca anket formunun ilk bölümünde anketi cevaplayacak taşıma işleri komisyoncusu şirketinin ve anket formunu cevaplayan şirket yetkilisinin profil bilgileri ilave edilmiştir. Oluşturulan anket formunun hem cevaplanma oranını yükseltmek hem de anketi cevaplayan kişiye değişkenleri doğrudan sorarak anlaşılmasını sağlayabilmek için yüz yüze görüşme yöntemi uygulanmıştır.

Pilot uygulamada en az 10 adet veri toplanması konusundaki görüşlere istinaden (Altunışık vd., 2012; 92), oluşturulan anket formu taslağı, kolayda örneklem yöntemiyle taşıma işleri komisyonculuğu yapan 15 şirkete uygulanmıştır. Ankete verilen yanıtların SPSS 22.0 (Statistical Package for the Social Sciences) programı ile yapılan değerlendirmeleri sonucunda değişkenlere ait Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) güvenilirlik katsayıları Tablo 2’de gösterilmiştir. Cronbach Alfa ( $\alpha$ ); 0-1 arasında değer almaktadır ve kabul edilebilirlik değerinin 0,7’den büyük olması beklenilmekle birlikte 0,5’ten büyük değerler de makul olarak öngörülmektedir (Altunışık vd., 2012; 126). Pilot çalışma uygulamasında elde edilen güvenilirlik katsayıları (Cronbach Alfa: 0,735, Spearman-Brown 0,654, Gutmann Split Half 0,632) tatmin edici bulunmuş ve anket formu taslağında herhangi bir değişiklik yapılmasına gerek duyulmadığı kanısına varılmıştır.

Araştırma verileri analiz edilirken anket profil bilgileri ve tercih ölçütleri arasında farklılıkları tespit etmek için bağımsız iki grup arası t Testi ve ANOVA teknikleri kullanılmıştır. Bağımsız iki grup arası t Testi, farklılığın olup olmadığını tespit etmek için ikili karşılaştırmalar gerekli olduğu durumlarda kullanılır (Altunışık vd., 2012; 188). Eğer farklılık değerlendirmesinde ikiden fazla değişken varsa değerlendirme için ANOVA tekniği kullanılmaktadır. Farklılığa sebep olan değişkenin hangi değişken/değişkenlerden kaynaklandığı tespit edilmek istenirse one-way ANOVA tekniği uygulanır (Altunışık vd., 2012; 200).

**Tablo 2: Pilot Anket Uygulaması Güvenilirlik İstatistikleri**

Değişken Adedi	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )	Spearman-Brown	Gutmann Split Half
22	0,735	0,654	0,632

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, çalışmanın gerçekleştirildiği süreçte İzmir’de aktif faaliyet gösteren Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTİKAD) ve The

International Federation of Freight Forwarders Associations (FIATA) üyesi 102 taşıma işleri komisyoncusu oluşturmaktadır.

Yüz yüze anket uygulamasında randevu talebine cevap veren 60 adet taşıma işleri komisyoncusu ile iletişime geçilmiştir. Anket uygulanması Aralık 2014 - Ocak 2015 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket formlarından analize uygun 59 anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın örneklemini İzmir Bölgesi'nde faaliyet gösteren 59 taşıma işleri komisyoncusu oluşturmaktadır.

### 3.3. Verilerin Analizi ve Bulgular

Toplanan verilerin analizi SPSS 22.0 paket programı yardımıyla değerlendirilmiştir. Güvenilirlik analizinde katsayılar; Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) 0,854, Spearman-Brown 0,749, Gutmann Split Half 0,733 olarak tespit edilmiştir (Tablo 3). Bulunan bu değerler de güvenilirlik sınırları içerisinde bulunmaktadır.

**Tablo 3: Anket Sonucu Güvenilirlik İstatistikleri**

Değişken Adedi	Cronbach Alfa ( $\alpha$ )	Spearman-Brown	Gutmann Split Half
22	0,854	0,749	0,733

Ankete katılan “taşıma işleri komisyoncularının” profil bilgileri Tablo 4’te gösterilmiştir. Araştırmaya katılan toplam 59 taşıma işleri komisyoncusunun 36 (%61,0)’ü Türk, 23 (%39,0)’ü yabancı menşeli şirketlerdir. Faaliyet alanı olarak incelendiğinde sadece FCL (Full Container Loaded) hizmeti veren 17 (%28,8), LCL (Less than Container Loaded) hizmeti veren 1 (%1,7) şirket vardır. Sadece proje veya dökme yük hizmeti veren şirket bulunmamaktadır. Birden fazla alanda hizmet veren ve Tablo 4’de de “çoklu faaliyet” olarak belirtilen şirket sayısı ise 41 (%69,5)’dir. Ofis durumlarına bakıldığında, 22 (%37,3)’ünün merkez ofis, 37 (%62,7)’ünün de şube olarak hizmet verdiği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan şirketlerde anket uygulanan yetkililerinin şirket içi pozisyonlarına bakılacak olursa, 16 (%27,1)’i pazarlama departmanı, 13 (%22,0)’ü operasyon departmanı çalışanıdır. 30 (%50,9) kişi ise şirketlerinde yönetici pozisyonlarındadır.

**Tablo 4: Taşıma İşleri Komisyoncularının Profil Bilgileri**

Menşe	(n)	%	Faaliyet Alanı	(n)	%
Türk	36	61	FCL	17	28,8
Yabancı	23	39	LCL	1	1,7
			Proje	0	0
			Dökme	0	0
			Çoklu Faaliyet	41	69,5
<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

**Tablo 4 devam**

Ofis Durumu	(n)	%	Anket Yapılan Yetkili	(n)	%
Merkez	22	37,3	Pazarlama Departmanı	16	27,1
Şube	37	62,7	Operasyon Departmanı	13	22
			Yönetici (Pazarlama müdürü, Şube müdürü, vb)	30	50,9
<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

Taşıma işleri komisyoncuları tarafından belirtilen gemi acentesi tercih ölçütlerinin en yüksek önem ortalamasına sahip değişkenler sırasıyla “Navlun ve toplam taşıma maliyeti” (4,64), “İstenilen yükleme ve boşaltma limanına uğrak yapması” (4,61), “Kriz zamanlarında destek sağlayabilmesi” (4,49), “Ekipman sağlama ve ekipmanın kondisyonu” (4,44), “Hizmet kalitesi/Gerekli hizmeti sağlayabilmesi” (4,44) ve “Gemi acentesi ile olan ikili ilişkilerin seviyesi” (4,41) olmuştur. Tablo 5’te en fazla önem verilen tercih ölçütlerinde ilk 6 değişken sırasıyla gösterilmektedir.

**Tablo 5: Gemi Acentesi Tercih Ölçütleri Önem Sıralaması**

Gemi Acentesi Tercih Ölçütleri	Frekans (n)	Ort.* <sup>1</sup>	SS.* <sup>2</sup>
1 Navlun ve toplam taşıma maliyeti	274,00	4,64	0,48
2 İstenilen yükleme ve boşaltma limanını uğrak yapması	272,00	4,61	0,53
3 Kriz zamanlarında destek sağlayabilmesi	265,00	4,49	0,65
4 Ekipman sağlama/ekipmanın kondisyonu	262,00	4,44	0,60
5 Hizmet kalitesi/Gerekli hizmeti sağlaması	262,00	4,44	0,73
6 İkili ilişkilerin seviyesi	260,00	4,41	0,67

\*1 5’li Frekans Ölçeği- 1: Çok önemsiz, 5: Çok Önemli \*2Standart Sapma

Taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesi tercih ölçütlerine verdikleri önem derecesi ortalamaları en düşük değişkenler ise “referans aracılığıyla gemi acentesi tercihi” (2,98), “gemi acentesinin tanınırlığı ve imajı” (3,59) ve “müşteriler (ihracatçı, ithalatçı) tarafından istenilen gemi acentesi” (3,71) olduğu saptanmıştır (Tablo 6).

**Tablo 6: Tespit Edilen Frekansı En Düşük Gemi Acentesi Tercih Ölçütleri**

Gemi Acentesi Tercih Ölçütleri	Frekans (n)	Ort.* <sup>1</sup>	SS.* <sup>2</sup>
1 Referans aracılığıyla gemi acentesi tercihi	176,00	2,98	1,12
2 Gemi acentesinin tanınırlığı ve imajı	212,00	3,59	0,77
3 Müşteriler (ihracatçı, ithalatçı) tarafından istenilen gemi acentesi	219,00	3,71	0,85

\*1 5’li Frekans Ölçeği- 1: Çok önemsiz, 5: Çok Önemli \*2Standart Sa



Türk ve yabancı menşeli şirketlerini gemi acenteleri tercih ölçütleri önem derecesi ortalamaları arasındaki farkların analizi için t testi yapılmıştır. Yapılan t testlerinde “coğrafi olarak spesifik noktalara hizmet sağlaması” (sig.0,039, t.2.109, df.57) ve “gemi acentelerinin tanınırlığı ve imajı” değişkenlerinin (sig.0,049, t.2.012, df.57) ortalamaları arasında anlamlı farklar olduğu tespit edilmiştir (p<0,05). Sonuçlar incelendiğinde “coğrafi olarak spesifik noktalara hizmet sağlaması” ölçütünde Türk menşeli şirketlerin ortalaması 4,14 iken yabancı menşeli şirketlerde 3,74’tür. “Gemi acentelerinin tanınırlığı ve imajı” ölçütünde de Türk menşeli şirketlerin ortalaması 3,75 iken yabancı menşeli şirketlerde 3,35 olarak bulunmuştur. Her iki ölçütte de Türk menşeli şirketlerin, yabancı menşeli şirketlere göre daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir.

Taşıma işleri komisyoncularının “merkez ofis” ve “şube” olarak seçim ölçütlerine verdiği önem dereceleri arasındaki fark olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan t testi analizde ise “hizmet kalitesi” (sig.0,048, t.2.020, df.57) ölçütü ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Merkez ofislerin (ort.4,68), şube olarak faaliyet gösteren şirketlere (ort.4,30) göre hizmet kalitesine daha fazla önem verdiği tespit edilmiştir.

Anket sorularını cevaplayan katılımcıların şirket içerisindeki pozisyonları (pazarlama departmanı çalışanı, operasyon departmanı çalışanı, yönetici) ile gemi acenteleri tercih ölçütlerine verilen önem derecesi ortalamaları arasında farklılık olup olmadığı Anova testi ile analiz edilmiştir. Test sonuçlarında, tercih ölçütlerine verilen önem derecelerinin katılımcıların şirket içerisindeki pozisyonlarına göre değişmediği aralarında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca anketi cevaplayan şirket yetkilileri yönetici ve çalışan grubu (pazarlama departmanı ve operasyon departmanı) olarak ayrılmış, yapılan t testi sonucu “kriz zamanı destek sağlayabilmesi” tercih ölçütü ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir (sig.0,037, t.-2.144, df.46.95). Ortalamalar incelendiğinde yöneticilerin 4,67 iken çalışan grubunun 4,31 olduğu görülmüştür.

Taşıma işleri komisyoncularında istihdam edilen personel sayısı ile gemi acenteleri tercih ölçütleri önem derecesi arasında yapılan korelasyon testlerinde anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

#### **4. Sonuç**

İzmir’de faaliyet gösteren 36 Türk, 23 yabancı menşeli toplam 59 taşıma işleri komisyoncusu üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre taşıma işleri komisyoncularının gemi acentelerini tercih ederken göz önünde bulundurduğu en önemli ölçütlerin sırasıyla “navlun ve toplam taşıma maliyeti”, “istenilen yükleme ve boşaltma limanına uğrak yapması”, “kriz zamanlarında destek sağlayabilmesi”, “ekipman sağlama ve kondisyonu”, “hizmet kalitesi/Gerekli hizmeti sağlayabilmesi” olduğu saptanmıştır. Daha önce bu konuda yapılan çalışmalarda (Kokkinis vd., 2006; Kannan vd., 2011; Saatçioğlu & Sezer, 2008; Chu, 2014; Çancı & Erdal, 2003) da navlun ve taşıma maliyetlerinin en önemli faktörlerin başında olduğu bilindiği ve yüz yüze anket yaparken şirket yetkililerinin vermiş olduğu bilgilere göre bu sonucun çıkması olağan bir sonuç olarak gözükmektedir. “İstenilen yükleme ve boşaltma limanına uğrak yapması” ölçütünün en önemli ikinci ölçüt olmasının nedeni İzmir’e yakın çevrede kullanılabilecek iki büyük limanın (Alsancak ve Aliğa) olması, genellikle gemi

acentelerinin bu limanlardan sadece birine uğrak yapması, taşıma işleri komisyoncuları ve onların müşterilerinin kendileri için daha uygun olduğunu düşündükleri limanı tercih etmelerinden kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Üçüncü önemli tercih ölçütü “kriz zamanlarında destek sağlayabilmesi” olmuştur. Bu durum günümüzde ekonomik dalgalanmaların artması ve kriz riskinin, özellikle de denizcilik sektöründeki şirketleri sürekli baskı altında tutmasından dolayı, taşıma işleri komisyoncularının da gemi acentesi tercihi kriz zamanlarında kendilerine destek sağlayabilecek gemi acentelerine yönelmelerine neden olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmada taşıma işleri komisyoncularının ekipman sağlama ve ekipmanın kondisyonu ile hizmet kalitesi/gerekli hizmeti sağlayabilmesi ölçütlerinin eşit olarak değerlendirildiği görülmektedir. Gemi acentesi ile olan ikili ilişkilerin seviyesi de taşıma işleri komisyoncuları tarafından önem verilen bir diğer ölçüt olarak tespit edilmiştir. Son yıllarda deniz taşımacılığında iyice artan rekabet koşulları göz önüne alındığında, gemi acentelerinin pazarlama stratejilerini belirlerken tespit edilen bu kriterleri göz önünde bulundurması önem arz etmektedir. Böylelikle hem müşteri memnuniyeti sağlayabilecekler hem de rekabet avantajı sağlayarak pazar paylarını arttırabileceklerdir.

Taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesi tercih ölçütlerine verdikleri önem derecesi en düşük ölçütler ise “referans aracılığıyla gemi acentesi tercihi”, “tanınırlığı ve imajı” ve “müşteriler tarafından seçilen gemi acentesinin tercihi” olduğu saptanmıştır. İzmir bölgesindeki gemi acenteleri ve taşıma işleri komisyoncularının hemen hemen aynı çevrede bulunması ve sektörde çalışan kesimin birbirini yakından tanınması “referans aracılığıyla gemi acentesi tercihi” kriterini tercih ölçütleri arasında etkisiz kıldığı düşünülmektedir. Ayrıca taşıma işleri komisyoncularının gemi acentesini tercih ederken tanınırlık ve imaj kriterini göz ardı etmeleri ile müşterileri tarafından istenilen gemi acentesini tercih etme eğilimlerinin düşük oluşu şaşırtıcı bulgular olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma sonucu elde edilen verilerin değerlerinin birbirine çok yakın bir alanda kümelenmesi sağlıklı değerlendirme yapmayı engellemektedir. Bu yüzden gelecekteki çalışmalarda ölçek aralığının genişletilmesinin ya da farklı bir ölçme yönteminin kullanılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın sadece İzmir’deki şirketler üzerine yapılması, sonuçlar hakkında genelleme yapılmasını engellemektedir. Araştırma bölgesinin dar olması, yerel problem ve düşüncelere göre cevap verme ihtimalini arttırmaktadır. Daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabilmesi için çalışmanın daha geniş coğrafi bölgelerdeki taşıma işleri komisyoncuları üzerinde tekrarlanması önerilmektedir.

## Kaynakça

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde bilimsel araştırma yöntemleri, SPSS Uygulamalı*. 7. Baskı, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Bayırhan, İ. & Nas, S. (2013-Mayıs). *Düzensiz hatlarda hizmet veren gemi işletmelerinin gemi acentesi seçim ölçütleri: Merkezleri İzmir’de bulunan kuru ve dökme yük gemi işletmelerinde bir çalışma*. II. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, Aksaray. 372-380.
- Çancı, M. & Erdal, M. (2003). *Lojistik yönetimi: Freight forwarder el kitabı*. 2. Baskı, İstanbul: UTİKAD Yayınları.

- Deveci D. A. (2002). *Konteyner taşımacılığı gemi acenteliği hizmet hatalarını ölçmeye yönelik bir araştırma: İzmir Limanındaki gemi acentelerine yönelik uygulama* (Yayınlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Deveci, D. A. (2006). Kobilerin Uluslararası pazarlara açılmasında nakliye yüklenicileri ve fonksiyonları. *Kobi Esnaf ve Sanatkarların Sesi Gazetesi*, Haziran.
- Deveci, D. A. & Çetin, İ.B. (2013). Gemi acenteleri ve forvarder işletmeleri: İşlevler ve hizmetler. İçinde Cerit, A.G., Deveci, A. & Esmer, S.(eds), *Denizcilik İşletmeler Yönetimi* (ss.473-501). İstanbul: BETA Yayın.
- DTO. (2014). *Gemi acenteliği eğitimi, İMEAK Deniz Ticaret Odası(DTO)*. Erişim: 12.11.2014, <http://www.dtoizmir.org.tr/dosyalar/yayin/gemiacenteligi.pdf>
- Gibson, B. J., Sink, H. L. & Mundy, R. A. (1993). Shipper-carrier relations and carrier selection criteria. *Logistics and Transportation Review*, 29, 371-382.
- Chu, H. C. (2014). Exploring preference heterogeneity of air freight forwarders in the choices of carriers and routes. *Journal of Air Transport Management*, 37, 45-52.
- Tongzon, J. L. (2008). Port choice and freight forwarders. *Transportation Research Part E-logistics and Transportation Review*, 45, 186-195.
- Kannan, V., Bose, S. K. & Kannan, N. G. (2011). An evaluation of ocean container carrier selection criteria: An Indian shipper's perspective. *Management Research Review*, 34, 754-772.
- Kokkinis, G., Mihiotis, A. & Pappis C. P. (2006). Freight forwarding in Greece: Services provided and choice criteria. *EuroMed Journal of Business*, 1, 64-81.
- Lyonski, S., Durvasula, S. & Mehta C. S. (2000). Business to business marketing: Service recovery and customer satisfaction issues with ocean shipping lines. *European Journal of Marketing*, 34, 433-452.
- Murphy, P. R. & Daley, J. M. (2001). Profiling international freight forwarders: An update. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 31, 152-168
- Saatçioğlu, Ö. Y. & Sezer, H. (2008). Düzenli hat deniz taşımacılığında nakliye müteahhidinin gemi operatörü seçimine çok ölçütlü karar destek yaklaşımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 19-46.
- TTK. (2011). Türk Ticaret Kanunu (TTK) m.850-930, Taşıma İşleri. Erişim: 27.10.2014, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf>
- Tuna, O. (1994). *Türkiye'de ihracatın artırılmasında lojistik bir destek kurumu olarak nakliye müteahhitliğinin rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- UNCTAD. (2013). *Review of maritime transport 2013*. Erişim: 11.11.2014, [http://unctad.org/en/publicationslibrary/rmt2013\\_en.pdf](http://unctad.org/en/publicationslibrary/rmt2013_en.pdf)

