



STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt/Volume : 5

Sayı/Issue : 1

Yıl/Year : 2022



Ex Oriente Lux...

**JOURNAL OF STRATEGIC
MANAGEMENT RESEARCH**

ISSN : 2636-7793

STRATEGIC MANAGEMENT RESEARCH

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF STRATEGIC MANAGEMENT RESEARCH

Cilt / Volume: 5

Sayı / Issue: 1

Yıl / Year: 2022

Kurucu ve İmtiyaz Sahibi / Founder & Owner

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Editörler / Editors

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Dr. Öğr. Üyesi Musa Said DÖVEN

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Dr. Öğr. Üyesi Ersin IRK

Dr. Öğr. Üyesi Alptekin DEVELİ

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Öğr. Gör. Nour HUSSEIN

Grafik Tasarım

Öğr. Gör. Onur DAL

Yazışma Adresi / Mail Address

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Taşlıçiftlik Yerleşkesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

60150 TOKAT

Tel: +90 356 252 16 16 – 2363

Fax: +90 356 252 16 73

E-Posta / E-Mail: stratejidergisi@gmail.com

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
(SYAD)

JOURNAL OF STRATEGIC
MANAGEMENT RESEARCH
(JOSMR)

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi (SYAD) yılda iki kez yayımlanan hakemli, bilimsel ve uluslararası bir dergidir. SYAD Index Copernicus, DRJI, International Scientific Indexing (ISI), Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib, ASOS Index dizinleri tarafından taranmaktadır. Stratejik yönetime ilişkin teorik ve görgül makalelere, yer verilen dergimizin temel amacı, bu alanlarda akademik bilginin üretimi ve paylaşımına katkı sağlamaktır. Dergimizde “Türkçe” ve “İngilizce” olmak üzere iki dilde makale yayımlanmaktadır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, belirtilen yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, daha önce yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler, yazarlara ait olup SYAD’ın görüşlerini yansıtmaz. SYAD’da yayımlanmış yazıların tüm yayın hakları saklı olup, dergimizin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

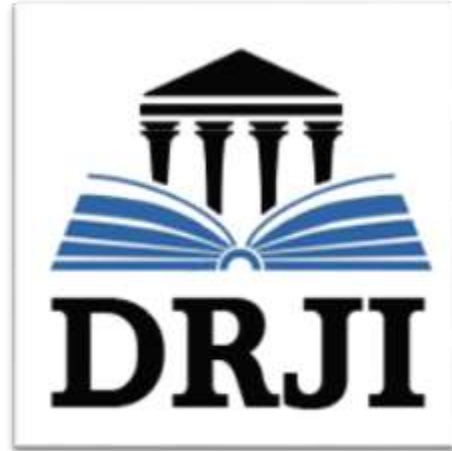
The Journal of Strategic Management Researches (JOSMR) is an academic, peer-reviewed, scientific and international journal which is being published biannually. JOSMR is cited by Index Copernicus, DRJI, International Scientific Indexing (ISI), Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib. ASOS Index JOSMR, with it’s articles essentially aims to contribute to academic development and sharing in the fields of Strategic Management. In JOSMR, Articles are being published both in Turkish and English Languages. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, should be prepared according to guideline of JOSMR. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, must be not published before or not sent to other journals. The views presented in the JOSMR represent opinions of the respective authors. The views presented do not necessarily reflect the opinion of the JOSMR. Copyrights for all articles published in JOSMR reserved. For quotation, JOSMR must be cited

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

İNDEKS BİLGİLERİ / INDEX INFORMATION

“Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi” aşağıda yer alan indekslerde taranmaktadır.

“Journal of Strategic Management Research” is cited in the indexes below.



ASOS
indeks



INTERNATIONAL
Scientific Indexing

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bilim Kurulu Members of the Science Board

Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN <i>Erciyes Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ <i>Selçuk Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Mehmet BARCA <i>Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Adnan ÇELİK <i>Selçuk Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Recai COŞKUN <i>İzmir Bakırçay Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Ali DANIŞMAN <i>Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN <i>Anadolu Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ <i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT <i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Dr. Usman GHANİ <i>IMSciences Pakistan</i>
Prof. Dr. Nurullah GENÇ <i>T.C. Merkez Bankası</i>	Prof. Dr. Asep HERMAWAN <i>Trisakti Üniversitesi, Endonezya</i>
Prof. Dr. Mahmut HIZIROĞLU <i>İstanbul Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Mesut İDRİZ <i>Sharjah Üniversitesi, BAE</i>
Prof. Dr. Farzand Ali JAN <i>Brains Institute, Pakistan</i>	Prof. Dr. Shah JEHAN <i>Iqra National Üniversitesi, Pakistan</i>
Prof. Dr. Mahir NAKİP <i>Çankaya Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Tülay İLHAN NAS <i>Karadeniz Teknik Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Khurram SHARIF <i>Qatar University, Qatar</i>	Prof. Dr. Ömer TORLAK <i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Deniz TAŞÇI <i>Anadolu Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Azmi YALÇIN <i>Çukurova Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Husna Leila YUSRAN <i>Trisakti Üniversitesi, Endonezya</i>	Doç. Dr. Umut KOÇ <i>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi</i>

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler Reviewers List of This Issue

Prof. Dr. Mahmut AKBOLAT
Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Prof. Dr. Uğur KESKİN
Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA
Süleyman Demirel Üniversitesi

Doç. Dr. Gültekin ALTUNTAŞ
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Serkan DENİZ
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Ufuk ORHAN
Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. Şule YÜKSEL YİĞİTER
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ALİCİ
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Onur DİRLİK
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Ayhan DURMUŞ
Yozgat Bozok Üniversitesi

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

İçindekiler	Sayfa No.
Table of Contents	Page Num.
<i>ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES</i>	
Türkiye’de Tepe Yöneticilerin Stratejik Yönetim Söylemi Top-Level Managers’ Strategic Management Discourse In Turkey? Aytuğ SÖZÜER	1 - 16
Konteyner Taşımacılık İttifakları Strategic Alliances in Liner Shipping Murat ATALAY, Duygu AYDIN ÜNAL	17 - 35
Effect of the Financial Performance of Companies in Tourism Sector on Firm Profitability: An Applied Study on Developed Countries Turizm Sektöründe Yer Alan Şirketlerin Finansal Performanslarının Firma Kârlılığı Üzerine Etkisi: Gelişmiş Ülkeler Üzerine Bir Uygulama Nercü DURMUŞ AYDIN Nilgün SANALAN BİLİCİ	36 - 55
Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Sağlık Kuruluşlarının Etkinliğinin Analizi: Kamu Ağız ve Diş Sağlığı Merkezleri Örneği Analysis Of the Efficiency of Health Institutions with VZA As A Benchmarking Tool: Example of Public Oral And Dental Health Centers Altuğ ÇAĞATAY, Abdurrahman İSKENDER	56-72
<i>DERLEME MAKALELER / REVIEW ARTICLES</i>	
Örgütsel Ağlara Dair Uluslararası Literatürdeki Bazı Güncel Tartışma Konularının Değerlendirilmesi An Evaluation of Some Current Discussion Issues in the International Literature on Organizational Networks Murat ÇUBUKCU	73-92

Geliş Tarihi/Received: 25.01.2022

Kabul Tarihi/Accepted: 01.03.2022

Yayın Tarihi/Published: 31.03.2022

Araştırma Makalesi/Research Article

Doi: 10.54993/syad.1062819

KONTEYNER TAŞIMACILIK İTTİFAKLARI

STRATEGIC ALLIANCES IN LINER SHIPPING

Dr. Öğr. Üyesi Murat ATALAY

Akdeniz Üniversitesi

ORCID id: 0000-0001-6408-3122, muratatalay07@gmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Duygu AYDIN ÜNAL

Akdeniz Üniversitesi

ORCID id: 0000-0001-7566-0933, duyguaydin@akdeniz.edu.tr

ÖZ

Stratejik ittifaklar firmaların mal, hizmet ve teknolojilerinin değiş tokuş, paylaşım ve birlikte geliştirme amacıyla yapmış oldukları gönüllüğe dayalı anlaşmalardır. Konteyner taşımacılık ittifaklarının faaliyetleri, son on yılda yoğun bir şekilde artmış ve küreselleşmeden kaynaklanan yeni bir ihtiyacı karşılamıştır. Konteyner taşıyıcıların stratejik ittifak kurma amaçlarından en önemlileri; özellikle daha büyük gemileri kullanarak ve birim bazda maliyeti düşürerek ölçek ekonomisinden yararlanma, operasyonel sinerji elde etme, yatay ve dikey bağlamda pazarı kontrol etme, yeni pazarlara girme, müşteri ihtiyaçlarını karşılamaktır. Stratejik ittifakların geliştirilmesi, bu endüstrisi için çok önemlidir. Bu doğrultuda, çalışmada, konteyner taşımacılık ittifaklarıyla ilgili yayınlanmış olan mevcut makaleler sistematik literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir. Analiz kapsamında toplam 56 makale incelenmiştir. Bu makaleler 2005 ile 2022 yılları arasında yayınlanmıştır. Özellikle 2016 yılından itibaren yayın ve atıf sayısında önemli bir artış görülmekte olup, bunun nedeni olarak güncel 3 ittifak olan: 2M Alliance, Ocean Alliance, The Alliance'ın 2017 yılından itibaren birbirleriyle rekabete başlayarak sektöre hakim olması gösterilebilir. İncelenen makalelerin çoğunun Çin, Tayvan ve Singapur'daki yazarlar tarafından kaleme alınmış olduğu görülmektedir. Öte yandan en çok kullanılan teorinin oyun teorisi olduğu ortaya çıkan bir diğer bulgudur.

Anahtar Kelimeler: Stratejik ittifaklar, konteyner taşımacılık ittifakları, konteyner taşımacılık birlikleri, konteyner taşımacılık sektörü, sistematik literatür taraması.

ABSTRACT

Strategic alliances are voluntary agreements made by the companies for the exchange, sharing and co-development of goods, services, and technologies. The activities of liner shipping alliances have increased intensively in the last decade and have met a new need arising from globalization. The most important objectives of container carriers in establishing strategic alliances are; benefiting from economies of scale, obtaining operational synergies, controlling the market in horizontal and vertical contexts, entering new markets, meeting customer needs, especially by using larger ships and reducing unit cost. In line with literature, we examined the existing articles published on container shipping alliances with the method of systematic literature review. We analyzed a total of 56 articles within the scope of the analysis. These articles were published between 2005 and 2022. There has been a significant increase in the number of publications and citations, especially since 2016. This can be attributed to the fact that the current 3 alliances: 2M Alliance, Ocean Alliance, and The Alliance, have started to compete with each other and dominate the sector since 2017. Most of the reviewed articles appear to have been penned by authors in China, Taiwan, and Singapore. On the other hand, another finding is that the most used theory is game theory.

Keywords: Strategic alliances, liner shipping alliances, liner shipping conferences, liner shipping sector, systematic literature review.



1. Giriş

Dünya ticaret hacminin yaklaşık %80'lik bölümü deniz ticareti ile yapılmaktadır. Deniz ticareti içerisinde ise konteyner taşımacılık sektörü 1990'lu yıllarda 30 milyon TEU'luk bir kapasiteden 2020 yılında 149 milyon (UNCTAD, 2021) kapasiteye kadar büyümüş olan en dinamik piyasa konumundadır. Özellikle 1950'li yıllarda deniz yolu taşımacılığında ilk konteynerlerin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte, bu taşımacılık türü çok hızlı bir şekilde küresel ölçekte yaygınlaşarak dünyadaki en önemli taşımacılık türlerinden biri haline gelmiştir. Düşük maliyetli olması ve yüksek verimlilik sağlaması gibi özellikleri nedeniyle günümüzde endüstriyel ürünlerin %70'inden fazlası konteyner taşımacılığı yoluyla yapılmaktadır (Liu vd., 2021).

Konteyner taşımacılık ya da diğer adıyla -liner taşımacılık- sürekli, düzenli, tarifeye dayalı ve önceden ilan edilmiş belirli ticari rotalar arasında hizmet sunan bir taşıma şeklidir. Hangi geminin hangi limana ne zaman uğrayacağı önceden hazırlanmış olan sefer programlarıyla belirlenmiştir. Konteyner taşıyıcıları bu işi bireysel kurum olarak veya stratejik ittifaklar yoluyla yürütmektedirler (Plum vd., 2014; Tang & Sun, 2018; Cariou & Guillotreau, 2021). Stratejik ittifaklar firmalar arasında işbirliği şeklinde kurulan ve ittifak ortaklarına, firmanın bireysel çabasıyla karşılaştırıldığında, sinerjinin de etkisiyle daha fazla yarar sağlayan oluşumlardır. Günümüzde küresel ticaret hacminin giderek artması, ticaret bariyerlerinin azalması ve bunun yanında konteyner taşımacılık sektörünün daha küresel, volatil ve karmaşık hale gelmesiyle birlikte konteyner taşımacılığında stratejik ittifakların kurulması yaygın hale gelmiştir (Rau & Spinler, 2017).

Stratejik ittifak kurmak, ittifaka gönüllü olarak katılan firmaların sadece firma içine odaklanarak elde edemeyecekleri yüksek karlılık sunarken, bunun yanında maliyetlerin düşük olmasına, teslim sürelerinin kısalmasına, varlıklarını daha verimli kullanmalarına ve sunmuş oldukları hizmetin kalitesinin artmasına olanak sunar. Konteyner taşıyıcılar açısından özellikle bir gemiye sahip olmak milyonlarca dolarlık çok büyük bir sabit sermaye yatırımı gerektirdiğinden, geminin bir gün bile boş kalma maliyeti on binlerce doları bulabilmektedir. Yüksek sabit maliyetlerin yanında geminin boş ya da dolu olmasına bakılmaksızın önceden belirlenmiş rotalara seferler düzenlendiğinden ötürü idari maliyetler de oldukça yüksektir (Agarwal & Ergun, 2014). Bunların yanında arz ve talepteki dengesizlikler, sektördeki şiddetli fiyat rekabeti, sektöre yeni oyuncuların girmesi, yakıt fiyatlarındaki dalgalanmalar, yasal alanda sık yapılan değişiklikler gibi nedenler konteyner taşımacılık sektörünün yeniden yapılanmaya gitmesine yol açmış ve bu alanda stratejik ittifakların kurulmasına ve yaygınlaşmasına neden olmuştur (Huang, 2016; Qui vd., 2018).

Konteyner taşımacılık sektörü açısından stratejik ittifakların rolünü tanımlamayı ve önemini anlamayı amaçlayan çalışmada, bu doğrultuda sistematik literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Bu konuyla ilgili gerek uluslararası gerek ulusal literatürde kısıtlı sayıda çalışma olması çalışmanın önemini artırmaktadır. Çalışmada öncelikle kavramsal çerçeve başlığı altında stratejik ittifaklar, kurulma nedenleri ve konteyner taşımacılık alanındaki stratejik ittifaklar açıklanmıştır. Yöntem bölümünde sistematik literatür taramasının içeriğine ve bulgulara yer verilmiş ve sonuç bölümünde ise alanın genel manzarası ortaya konulmuştur.



2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Stratejik İttifaklar

İttifaklar işletmelerin, verimlilik artışı, yeni pazarlara girme, inovasyon yapma gibi konulardan kaynaklanabilecek risklerin azaltılması amacıyla eyleme geçmelerinde yardımcı olur. İttifak; en az iki bağımsız organizasyonun kendi başlarına başaramayacakları belli bir rekabet üstünlüğünü yakalamak amacıyla yaptıkları iş birliği olarak tanımlanabilir (de Man, 2013). Stratejik ittifakların ortaya çıkması için üç temel özelliğin bulunması gereklidir. Bunlar (Rangan & Yoshino, 1996):

- a. Üzerinde anlaşmaya varılan bir dizi amaç için birleşen iki veya daha fazla firma, (ittifakın kurulmasından sonra bağımsız kalırlar).
- b. Ortakların, ittifakla ilişkili belirlenmiş görevlerin performansı ve bundan elde edilen faydalar üzerindeki kontrolü paylaşması.
- c. Ortakların, ittifaka sürekli olarak katkıda bulunmasıdır.

Stratejik bir ittifak, değer zincirinin bir veya daha fazla bölümünü kapsayabilir ve tipik olarak ilişkide eşitliğin yokluğuna veya varlığına dayanan çeşitli organizasyonel konfigürasyonlara sahip olabilir (örneğin, ortak girişimlerin, bir tür öz sermayeye dayalı ittifakı temsil etmesi gibi). Farklı özelliklere sahip bu ittifakların nasıl ortaklık kurabileceği ittifak evrimiyle ilgili bazı faktörlere bağlı olduğu belirtilmiştir. İlk aşamada, bir ittifak başlatmaya karar veren firmanın ortak seçtiği oluşum aşaması, ardından bir firma ve ortağının ittifakı denetlemek için uygun bir yönetim sistemi kurduğu tasarım aşaması gelir. Daha sonra ise oluşum sonrası aşaması gelmektedir ki burada firma değeri görebilmek için uzun süreli yönetim becerisi geliştirmelidir (Kale & Singh, 2009). Bu birlikteliğin amacı her iki organizasyon için de tek başlarına başarmakta zorlanacakları konularda destek olarak başarıyı elde etmektir. Eğer bir organizasyon stratejik ittifak oluşturmanın ilk aşamasında ise kuracağı işbirliği için olası ortaklar arasındaki eşleşmeyi, her iki taraf için görünen faydaların ne olduğu, birbirlerini nasıl tamamlayabilecekleri, firmalar arasında nasıl öğrenme gerçekleşebileceği gibi çeşitli boyutlarda değerlendirmekle ilgilenir. İlerleyen aşamalarda ise daha detaylı bir açıdan olası işbirliği değerlendirilir. Bu aşamalarda, her iki tarafın da kimi rakip olarak gördükleri, bu ittifakın sürdürülebilir rekabet avantajının neler olabileceği gibi sorulara cevap aranır (Lorange, Ross & Bronn, 1992).

2.2. Stratejik İttifakların Kurulma Sebepleri

Firmalar çeşitli sebeplerle stratejik ittifaklar kurarlar. Kogut (1991) bu ittifaklarının bir amacının firmanın çeşitli risklerden kaçınarak uygun ortamlarda genişleme fırsatı yaratması ve pazar gücünü artırması olarak ifade eder. Hitt vd. (2000) ittifakların yönetsel ve teknolojik yeteneklerin aktarımı için en iyi yol olmalarının yanı sıra, önemli ve yeni yeteneklerin kazanılmasında da bir aracı olarak görür. Belirsizlik ortamında deneyimin önemli bir unsur olması ve ittifakların deneyim paylaşımını sağlaması, firmalara kritik fırsatlar sunmaktadır. Verimlilik ve yenilik ittifakların birbirlerine sundukları tamamlayıcı unsurlardır (Gulati, Lavie & Singh., 2009). Potansiyel ortaklar aynı zamanda müzakereler sırasında, prosedürel, kişilerarası ve bilgisel açılardan ne ölçüde adil davrandığını değerlendirme fırsatı da sunarlar. Adaletin, ittifak sözleşmeleri için önemli bir unsur olduğu ve bu bakış açısını tarafların birbirine öğretmesi ittifakların hem sebep hem sonuçlarına örnektir (Arino & Ring, 2010). Öte yandan bir firma sosyal statüsü için ittifak kurarak asimetrik bir yapıda olmaktan



kurtulabilir. Bir ittifakta bulunan iki firma birbirlerinin statülerinden de faydalanmış olurlar (Lin, Yang & Arya, 2009). Yetenekler ve yetkinlikler, firmaların kendinde bulunmayan değerli kurumsal kaynaklara sahip ortaklar araması için önemli diğer bir motivasyondur (Rothaermel & Boeker, 2008). Ayrıca firmalar ittifaklar oluşturarak genellikle eş zamanlı stratejik hedeflere sahip olacaklar ve yoğun rekabet ortamında önemli bir hız faydası sağlamış olacaklardır. Firmaların bir kısmı daha hızlı strateji uygulamalarına fırsat verdiği için ittifaklarda yer almayı seçer (Hitt, Franklin & Zhu, 2006).

Firmaların stratejik ittifaklar kurmalarının ardında yatan belli başlı sebepler, literatürde teorik açılardan ele alınarak çeşitli teoriler etrafında toplanmıştır. Burada yer alan çalışmalar çoğunlukla strateji literatüründen beslenmektedir. İlk olarak piyasa (pazar) temelli bakış açısından konunun nasıl açıklandığı üzerinde durulacaktır. Piyasa temelli görüşe göre firmaların karlı bir şekilde rekabet edebilmek için piyasada veya endüstride kendilerini nasıl konumladıkları incelenir.

Piyasa temelli görüş, firmaya dışarıdan bir bakış açısı kazandırmakta olup, firmanın karlı bir şekilde rekabet edebilmek için piyasada veya endüstride kendilerini nasıl konumlandıkları ile ilgilidir (Tarba vd., 2017). Piyasa temelli görüşe göre, firma için değerli kaynakları rekabetçi ortamda saklıdır. Buna göre bir firmanın pazar gücü kaynakları, onun görece performansını açıklar. Literatürde piyasa gücünün birçok yönü tartışılabilir da pazar gücünün üç kaynağı sıklıkla vurgulanır: tekel, giriş engelleri ve pazarlık gücü. Bir firma tekel varlığı veya güçlü bir pazar pozisyonu ile yer aldığı bir pazar ortamındaysa, beklenen performansı daha yüksek olacaktır (Makhija, 2003). Diğer yandan piyasa temelli görüş, firmaların, müşteriler üzerindeki tekel gücünü ve tedarikçiler üzerindeki pazarlık gücünü artırmak için giriş engelleri oluşturarak uzun vadeli karlılığı nasıl etkilediklerini açıklar. Yeni endüstri girişlerini engelleyebilecek olan bu unsurlar, şunlar geliştirilerek oluşturulur: daha büyük ölçek ekonomileri; daha iyi ürün pazarı farklılaşması; daha yüksek sermaye kaynağı gereksinimleri; düşük maliyet avantajları; daha karmaşık özel bilgi; dağıtım kanallarına daha özel erişim; ve belirli standartları karşılamayan rakiplere karşı ayrımcılık yapan hükümet politikası için lobi yapmak (Tarba vd., 2017). Tedarikçilere ve müşterilere kıyasla sektör içinde daha yüksek pazarlık gücü, sektörde daha az alternatife sahip olduğunu vurguladığı için, firmanın daha yüksek beklenen performansla ilişkilendirileceğini de göstermektedir. Endüstrilerin yapısal özelliklerinin çok yavaş değişmesi, firmaların piyasa gücünün hızla değer kaybetmediğini düşündürmektedir. Bu nedenle yüksek pazar gücü yüksek firma değeri anlamına gelmektedir (Makhija, 2003).

Stratejik ittifaklara diğer bir teorik açıklama ise kaynak temelli yaklaşımdır. Kaynak temelli yaklaşımı temel varsayımlarından biri, üretimin altında yatan kaynakların ve yeteneklerin firmalar arasında heterojen olmasıdır. Heterojenlik, farklı yeteneklere sahip firmaların pazarda rekabet edebileceklerini ve en azından başa baş durumda olabileceklerini ifade eder (Peteraf, 1993). Firma kaynaklarının rekabet edebilir olması için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Dört önemli temel özellik, kaynakların rekabetçi üstünlük taşıdığına göstergesidir. Bunlar: firma için olası tehditleri ortadan kaldırabilmesi ve fırsatlar barındırması, değerli bir özelliği bulunması, rakiplerde olmayan az bulunur özellikleri olması, taklit edilemez olması ve son olarak bu kaynağın ikamelerinin bulunmamasıdır (Barney, 1991). Porter (2003) firmalar içindeki yapı ve organizasyonun önemini vurguladığı ünlü değer zinciri kavramında, firmayı birincil veya hat faaliyetleri ve ikincil veya destek



faaliyetleri olarak ikiye ayırır. Porter şunu iddia eder; firmanın bu faaliyetler arasındaki bağlantıyı etkin bir şekilde yönetebilmesi, firmanın müşterilerden elde edeceği kar marjlarını olumlu yönde etkileyen bir rekabet avantajı sağlar. Stratejik ittifak yoluyla elde edilen kaynakların birleşmesi, firmalar için önemli bir avantaj sağlayacaktır (Tarba vd., 2017).

İşlem maliyeti yaklaşımı, stratejik ittifaklara yönelik bir yaklaşım olarak sunulan diğer bir bakış açısıdır. Bu yaklaşım verimliliğe odaklanarak, işlemi temel analiz birimi şeklinde ele alır ve firmaları, işlem maliyetlerinden tasarruf etme kapasiteleri açısından değerlendirir (Williamson, 1981). Bu yaklaşımda bahsedilen işlem maliyetleri; pazarlık maliyetleri, sözleşmelerin düzenlenmesi, gerekli lojistiğin yönetilmesi ve alacak hesaplarının izlenmesi gibi piyasalar arasında işlemlerin düzenlenmesi, yönetilmesi ve izlenmesi sırasında katlanılan maliyetlerdir (Child & Faulkner, 1998). Üretim maliyetleri, operasyonların ölçeği, öğrenme veya özel bilgi nedeniyle firmalar arasında farklılık gösterebilir. Stratejik ittifaklar ise bu farklılıkları ve belirsizlikleri çözmektedir (Kogut, 1988).

Stratejik ittifaklar konusunda önemli bir başka konu da başarıdır. Başarı yakalamak stratejik işbirlikleri için birincil önceliktir. İttifakların başarıya ulaşması için firmaların öncelikle birbirini tamamlayan yeteneklerini görmeleri ve vurgulamaları gerekmektedir. Dolayısıyla ittifak ortağını seçmeden önce, sonucun başarıya ulaşması için, bu kriter göz önünde bulundurulmalıdır (Hitt vd., 2006). İttifakları başarıya ulaştıracak bir diğer unsur ise itibardır. Olumlu firma itibarı hem sonucun başarılı olması hem de bu işbirliğinin devam etmesi olasılığını artırmaktadır. İttifakı kuran firmalar arasında karşılıklı anlayış ve uyum için firmalarının birbirine belli bir oranda benzemesi gerektiğini de unutmamak gerekir (Saxton, 1997).

Firmanın daha önce kurduğu işbirlikleri, yeni kuracağı ittifakın başarısını etkilemektedir. Ortakların seçimi, firma için gelecekteki ittifak seçimlerine rehberlik etmenin yanı sıra, gelecekteki ittifakların firmalara ne ölçüde önemli kazanımlar sağlayabileceğini de etkiler (Gulati vd., 2009). İttifak başarısında diğer önemli bir husus ise ittifak ilişkisini yönetmekte gizlidir. Ortakların farklılıkları ve benzerlikleri arasındaki dengeyi koruyarak bir ittifakı yönetmek, o anlaşmanın özgünlüğünü ve başarısını korumak adına oldukça önemlidir (Rothaermel & Boeker, 2008). Kale, Dyer & Singh (2002) çalışmalarında ittifakların başarılı olabilmesi için firmanın özel olarak ittifaka yaptığı yatırımın hem firmanın ittifak deneyimine hem de genel olarak ittifak başarısına kritik katkı sağladığı sonucuna ulaşımlardır. İttifakta yer alan firmalar, sonucun başarılı olabilmesi için bu işbirliği sürecini titizlikle ele almalı ve değinilen hususların üzerinde durarak başarıyı garantileme çabasında olmalıdır.

2.3. Konteyner Taşımacılık İttifakları

1990'lı yıllardan itibaren konteyner taşımacılık sektöründe görülen en önemli gelişme, bu alanda kurulan stratejik ittifaklar olmuştur (Slack vd., 2002; Huang, 2016). Konteyner taşımacılık sektörü belirli iş hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla işbirliği davranışını gösteren ilk sektörlerden biri olmuştur. Konteyner taşımacılık sektöründe işbirliği kavramı yeni bir kavram değildir. Konteynerizasyonun ilk günlerinden itibaren özellikle fiyat belirleme maksadıyla bu alanda işbirlikleri görülmeye başlanmıştır. 1960'lı yılların ortalarında geleneksel deniz taşımacılığından, konteyner taşımacılığına olan geçiş sırasında, taşıyıcıların maliyetleri yeni filo ve ekipman yatırımları yapma gereklilikleri nedeniyle oldukça artmıştır. Bu aşamada yapılan işbirliği anlaşmaları, konteyner taşıyıcılarının yüksek



maliyetinin, sermaye harcamalarının ve riskinin ortaklarca paylaşılmasını ve ölçek ekonomisini kullanmalarını sağlamıştır. Ayrıca taşımacılık hizmetlerinin tutarlı bir sıklıkta sürdürülmesine yardımcı olmuştur (Midoro & Pitto, 2000).

Bu sektörde faaliyet gösteren örgütler genellikle iki farklı şekilde örgütlenmektedir. Bunlar konteyner taşımacılık birlikleri ve konteyner taşımacılık ittifaklarıdır. Konteyner taşımacılık birlikleri kökeni 1870'li yıllara dayanan ve işbirlikçi davranışın ilk olarak görüldüğü yapılardır. Bu yapıların esas amacı kapasiteyi belirli bir düzeyde sınırlandırarak yoğun rekabetin önünü kesmek ve fiyat üzerinde söz sahibi olmaktır (Panayides & Wiedmer, 2011). İlk konteyner birliği İngiltere ve Hindistan arasındaki rotada kurulmuştur (Agarwal & Ergun, 2014). Modern konteyner birlikleri Kıta Avrupa'sına olan rotalarda ortaya çıkmış, 1996 yılında zirve yapmış ve 2008 yılında FEFC (-Far East Freight Conference- Uzak Doğu Taşımacılık Birliği)'nin feshedilmesinin ardından sonlanmıştır (Hirata, 2017). Yaklaşık yüz yılı aşkın bir süre faaliyet gösteren konteyner birliklerinin ortadan kalkmasındaki en büyük etkenlerden biri de ABD'de 1990'lı yıllarda ve Avrupa'da 2008 yılında konteyner birliklerine uygulanan anti-tröst yasalarına olan muafiyetin ortadan kalkması olmuştur (Cariou & Guillotreau, 2021). Bu gelişmeler Tablo 1'de özetlenmektedir.

Konteyner taşımacılık sektöründe ortaya çıkan ilk işbirlikleri, işbirliğinin derecesine bağlı olarak değişen, gevşek operasyonel anlaşmalar şeklinde de olmuştur. Bu anlaşmalar genel olarak beş başlık altında gruplanabilir. Bunlar, hacim satın alma, hacim takas etme, maliyet havuzu oluşturma, gelir havuzu oluşturma, pazarlama havuzu oluşturmadır (Packard, 1989). Fakat 1990'lı yıllardan itibaren küresel ticaret hacminin giderek artması ve konteyner taşıyıcılarının kar oranlarının gerilemesiyle birlikte gevşek operasyonel anlaşmalar yetersiz hale gelmiş ve sektörde yeni bir yapılanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Konteyner birliklerinin ortadan kalkmasının ardından alanda küresel stratejik ittifaklar ortaya çıkmaya başlamıştır (Midoro & Pitto, 2000; Song & Panayides, 2002; Panayides & Wiedmer, 2011). Böylece stratejik ittifaklar konteyner taşımacılık sektörünün gündemine girmeye başlamıştır (Midoro & Pitto, 2000). Konteyner taşımacılık ittifaklarıyla, konteyner taşımacılık birliklerinin en önemli farkı; konteyner taşımacılık birliklerinin fiyat belirleme konusuna odaklanması; bunun yanında konteyner taşımacılık ittifaklarının ise taşımacılık hizmetlerinde yapılan işbirliği ve koordinasyona odaklanmalarıdır (Panayides & Wiedmer, 2011; Chiu & Wang, 2019).

Konteyner taşımacılık ittifaklarındaki üye sayısı oldukça azdır. İttifak üyeleri, kendi üyelerine ait gemilerin hizmet verdiği global rotaların (Trans-Pasifik, Trans-Atlantik, Asya – Avrupa) belirlenmesi konusunda anlaşılır. Bunun yanında varlıkların sahipliği ve kar dağıtım konularında herhangi bir eş-sahiplikten söz edilemez. Hatta pazarlama ve satış faaliyetleri dahi ittifakın her bir ittifak üyesi tarafından bağımsız bir şekilde yürütülür (Panayides & Wiedmer, 2011; Buer & Haas, 2018). Taşımacılık operasyonlarında dikey entegrasyonun yanında esas faaliyetler filo, hat ve rotaların paylaşılarak ortak kullanımı olmuştur (Lu vd. 2006). Konteyner taşımacılık sektöründe küresel stratejik ittifakların ilk örneği Maersk ve Sea-Land'ın 1990'lı yıllarda kurmuş olduğu ittifaktır. Günümüzde deniz taşımacılığı alanındaki küresel stratejik ittifaklar oldukça önemli bir boyut kazanmışlardır. Sektörde önemli yeri olan güncel üç büyük ittifaktan (2M, Ocean Alliance, The Alliance) 2M ittifakı (2M Alliance - Maersk & Mediterranean Shipping Company) 2014 yılında kurulmuştur. 2M ittifakına bir tepki olarak 2017 yılında Okyanus ittifakı (Ocean Alliance -



CMA-CGM, Cosco, OOCL, Evergreen) kurulmuştur. Kurulmuş olan bu 2 ittifakla rekabet edebilmek amacıyla 2017 yılında The Alliance (Yangming, Hapag Lloyd, ONE) kurulmuştur. 2021 yılında en büyük 3 denizyolu ittifakında yer alan firmaların toplam kapasitesi, küresel konteyner taşımacılık sektörünün neredeyse %90'ına ulaşmış duruma gelmiştir (Cariou & Guillotreau, 2021; Alphaliner, 2022). Özellikle en büyük üç ittifakın (2M Alliance, Ocean Alliance ve The Alliance) son yıllarda dünyanın en büyük ticari rotalarındaki toplam pazar payları dikkat çekici seviyelere ulaşmıştır. Bu ittifakların Trans-Pasifik ticari rotasında %86,7, Transatlantik ticari rotasında %91,5 ve Asya-Avrupa ticaret rotası üzerinde pazar payı %98,8 düzeyindedir (UNCTAD, 2019). Dolayısıyla stratejik ittifaklar konteyner taşımacılığı sektörü için vazgeçilmez bir duruma gelmiştir.

Tablo 1

Konteyner Taşımacılık Birlikleri ve Konteyner Taşımacılık İttifaklarının Kronolojik Olarak Gösterilmesi

Yıl	Gelişme
1879	Far East Conference -Uzak Doğu Birliği- (Sonradan Uzakdoğu Taşımacılık Birliği olarak ismi değişmiştir) kurulmuştur.
1974	UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı)'ın Konteyner Taşımacılık Birliklerinin nasıl kurulması ve işlemesi gerektiğini bildiren sözleşme yürürlüğe girmiştir
1990'lar	Maersk ve Sea-Land konteyner taşıyıcı firmaları, Atlas ve Pasifik okyanuslarında gemi paylaşım sistemine geçerek, konteyner taşımacılık ittifak sistemini başlatmışlardır.
1994	Global Alliance -Küresel İttifak- kurulmuştur (<i>APL -American President Lines, MOL -Mitsui Osaka Lines-, OOCL -Orient Overseas Container Line-, Nedlloyd</i>)
1995	Grand Alliance -Büyük İttifak- kurulmuştur (<i>Hapag Lloyd, NYK -Nippon Yusen Kabushiki, NOL -Neptune Orient Lines, P&O - Peninsular and Oriental Company</i>)
1998	New World Alliance -Yeni Dünya İttifakı- kurulmuştur (<i>APL, MOL, Hyundai Merchant Marine</i>)
2000	CKYH Alliance -CKYH İttifakı- kurulmuştur (<i>Cosco, K-Line, Yangming, Hanjin</i>)
2008	Far East Freight Conference - Uzak Doğu Taşımacılık Birliği- feshedilmiştir.
2011	G6 Alliance -G6 İttifakı- kurulmuştur (APL, MOL, Hyundai, Hapag Lloyd, NYK, OOCL)
2014	2M Alliance -2M İttifakı- kurulmuştur (Maersk, MSC -Mediterranean Shipping Company)
2014	O3 Alliance -O3 İttifakı- kurulmuştur (CSG, CMA-CGM, UASC)
2014	CKYHE Alliance -CKYHE İttifakı- kurulmuştur.
2017	O3 Alliance -O3 İttifakı- ismi Ocean Alliance -Okyanus İttifakı- olarak değiştirilmiştir (<i>CMA-CGM, Cosco, OOCL, Evergreen</i>)
2017	The Alliance -İttifak- kurulmuştur (<i>Yangming, Hapag Lloyd, ONE</i>)
2020	2M Alliance -2M ittifakı-, The Alliance -İttifak- ve Ocean Alliance -Okyanus İttifakı- sektöre yön veren güncel küresel stratejik ittifaklardır.

Kaynak: Hirata, 2017;Ghorbani vd., 2019; Cariou & Guillotreau, 2021'den derlenmiştir.

2.4. Konteyner Taşıyıcıların Stratejik İttifak Kurma Amaçları

Konteyner taşımacılığı sektöründe, firmalar hızla değişen ticari ve ekonomik ortamda rekabetçi kalabilmek ve hizmet ağını geliştirmek için işbirliği yapmaktadır (Qui vd., 2018). Konteyner taşıyıcıların stratejik ittifak kurma amaçlarından en önemlileri, özellikle daha büyük gemileri kullanarak ve birim bazda maliyeti düşürerek ölçek ekonomisinden yararlanmak, operasyonel sinerji elde etmek, yatay ve dikey bağlamda pazarı kontrol etmek (Cariou & Guillotreau, 2021) ve hizmet verdiği coğrafi pazar yapısını genişletmektir (Ducruet & Notteboom, 2012). Glaister ve Buckley'e (1996) göre konteyner taşıyıcılarının stratejik ittifak kurma nedenleri arasında risk paylaşımı, ölçek ekonomisinden yararlanma, teknoloji transferi yapma, rekabete yön verme, uluslararası ölçekte büyüme politikası uygulama yer almaktadır.



Agarwal & Ergun'a (2014)'a göre konteyner taşıyıcılarının stratejik ittifak kurmalarının 4 temel nedeni vardır. Bunlardan ilki konteyner taşımacılık sektörü çok yüksek miktarda sabit sermaye yatırımı gerektirdiğinden ve taşıyıcıların sunmuş oldukları hizmette farklılaşma az olduğundan, taşıyıcılar sermaye maliyetlerini paylaşmak ve düşürmek amacıyla stratejik ittifak kurmaktadır. İkinci neden, bu alanda ölçek ekonomisinden yararlanmak amacıyla büyük ölçekli gemilerin giderek yaygın olarak kullanılmasıdır. Fakat büyük ölçekli gemilerin kapasiteleri, gemi limandan ayrılıp başka bir limana yanaşmaya kadar atıl bir durumdadır. İttifaklar çoklu taşıyıcıların toplam talebi anlamına geldiğinden, bireysel firma açısından büyük gemilerin kapasite ve hacimlerini efektif olarak kullanma, ölçek ekonomisinden yararlanma imkânı sunarlar. Üçüncü temel neden taşıyıcıların uğramış oldukları limanlardaki frekans sayılarının yeterliliğini sağlamaktır. Frekans sayısı arttıkça firmanın pazar payı da artmaktadır. Taşıyıcıların rotalarında bulunan her bir limana haftada en az bir kere uğramaları gerekmektedir. Bu durum taşıyıcılara büyük bir maliyet yükü ve birçok gemiye sahip olma yükümlülüğü getirmektedir. Bununla başa çıkmak ve gemiyi diğer taşıyıcılarla paylaşarak limanlara haftada en az bir kez ittifak olarak uğrayarak frekans sayısını artırmak firmalara büyük avantajlar sağlamaktadır. Konteyner taşıyıcılarının stratejik ittifak kurma amaçları özet olarak Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2

Konteyner Taşıyıcılarının Stratejik İttifak Kurma Amaçları

Amaçlar	Detaylar
Finansal	Kar maksimizasyonu, yatırım sermayesi paylaşımı, finansal risklerin azalması
Ekonomik	Maliyetlerin düşürülmesi, ölçek ekonomisinden yararlanma, slotları artırma
Stratejik	Uluslararası arenada yeni pazarlara girme, coğrafi etkinin genişlemesi
Pazarlama	Müşteri ihtiyaçlarını karşılama, sefer sayılarında artış, rota ve destinasyonlardaki çeşitliliğin artması
Operasyonel	Sunulan hizmetlerin frekanslarında artış, gemi planlama ve küresel operasyonları etkin koordinasyonu

Kaynak: Song & Panayides, 2002; Lun vd., 2010; Panayides & Wiedmer, 2011; Chiu & Wang, 2019'dan derlenmiştir.

3. Yöntem

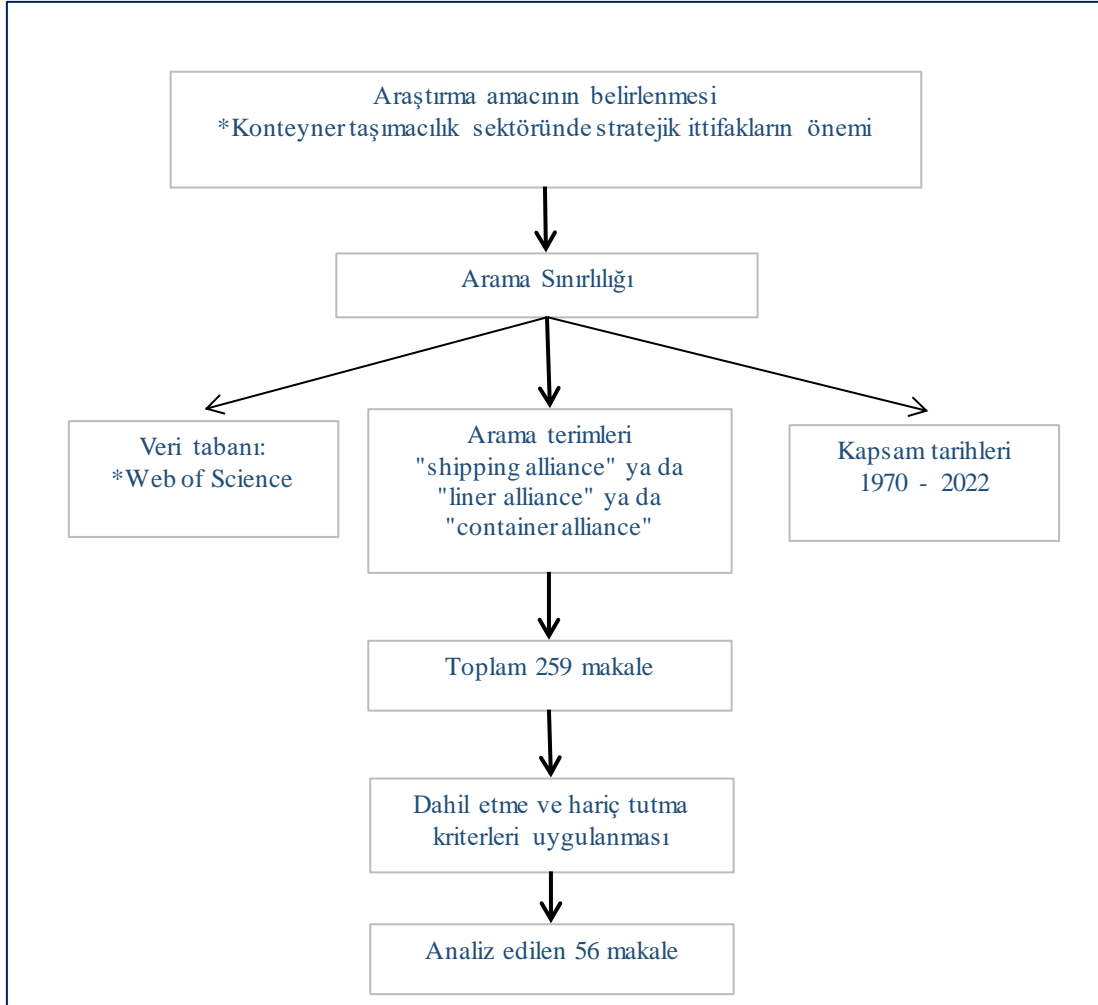
Çalışmanın amacıyla uyumlu bir şekilde, konteyner taşımacılık ittifaklarıyla ilgili yayınlanmış olan mevcut makaleler sistematik literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir. Özellikle işletme ve yönetim alanlarında sık kullanılan sistematik literatür taramasının avantajı, araştırılan alan ve konuyla ilgili şeffaf ve açık bir şekilde özetlenmesine olanak vermesidir (Deng, 2012; Parris & Peachey, 2013; Tian vd., 2018). Literatür taraması ve analizi için kapsamlı, tekrarlanabilir bir süreç gerektiren tarama sistematik bir şekilde 02.01.2022 tarihinde yapılmıştır. Araştırma yöntemine başlanırken öncelikle Web of Science (Core Collection) veri tabanına girilerek, SCI, SCI-Expanded, SSCI, AHCI, ESCI indeksleri seçilerek yapılmıştır. Tarama, konu (topic) kısmına “shipping alliance” ya da “liner alliance” ya da “container alliance” anahtar kelimeleri yazılarak gerçekleştirilmiş olup, tüm yıllar içerisinde (WOS'da 1970 ve 2022 yılları arasında olanlar) ve sadece makaleleri ve derleme –review- makaleleri kapsayacak şekilde yapılmıştır. Bu tarama sonucunda toplam 259 makale elde edilmiştir. Ardından makale dili İngilizce olarak seçilince 24 makale analiz harici tutulmuştur. Elde edilen listede yer alan makaleler incelenerek, araştırmalarında stratejik ittifaklar konusuna çok kısıtlı yer veren ve konuyla ilgisiz olanlar çalışma dışında tutulmuştur. Son durumda analiz 56 makale üzerinden



yapılmıştır. Sistematik literatür taraması için izlenen araştırma protokolü Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1

Sistematik Literatür Taraması için Araştırma Protokolünün Gösterimi



Bu yöntem ile aşağıda sıralanan araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

Araştırma Sorusu-1: Taranan makalelerde konteyner taşımacılığı alanında yapılan stratejik ittifak çalışmalarının atıf oranları yıllar içinde nasıl değişmiştir?

Araştırma Sorusu-2: Bu alanda hangi araştırma konuları ve teoriler ele alınmıştır?

Araştırma Sorusu-3: Hangi ülkeden araştırmacılar bu alanda baskın olarak yayın yapmaktadır?

Araştırmacılar, sistematik literatür taraması için oluşturdukları excel dosyalarını ayrı ayrı doldurmuşlardır. Ardından farklı şekilde kodladıkları yerler tekrar gözden geçirilerek uzlaşmıştır. Nihai tablo üzerinden sonuçlar ortaya çıkmıştır.

3.1. Bulgular

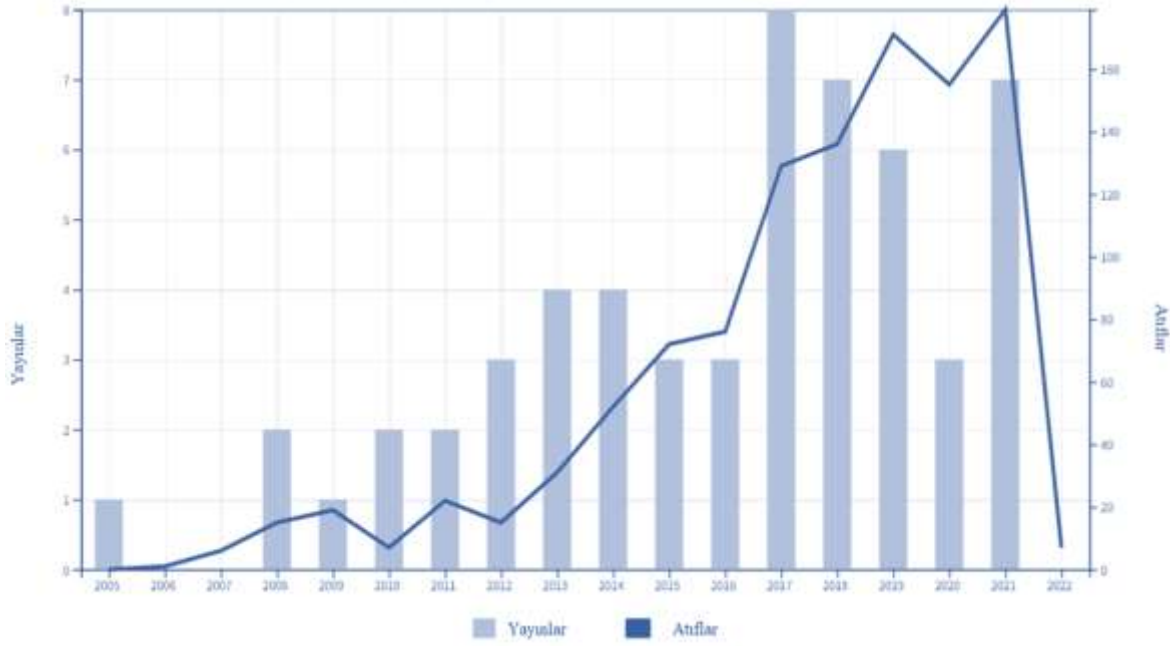
Araştırma kapsamında analiz edilen 56 makalenin yıllar içerisinde aldıkları atıf sayıları incelendiğinde 2016 yılından itibaren atıf sayılarında ciddi bir artış olduğu görülmüştür. Analiz kapsamındaki yayınlar 2016 yılında toplam 76 atıf almışken, 2021 yılında alınan atıf sayısı zirve yaparak 179'a ulaşmıştır. Makale başına ortalama atıf sayısı ise 19,5 olmuştur.



Meng vd. (2014)'nin konteyner gemi rotası ve tariflendirmesi konusunu stratejik düzeyde ele alan çalışması, aldığı 246 atıf ile en çok atıf alan çalışma olmuştur. Atıfların her yıl gözle görülür derecede artması bu konuya olan ilginin çoğalmasıyla açıklanabilir. Araştırma kapsamında incelenen ilk makale 2005 yılında yayınlanmış olup, bu yıldan 2022 yılına kadar yılda ortalama yayınlanan makale sayısı 3,29 olmuştur. Her ne kadar 2020 yılında yayınlanan makale sayısı 3 olsada, son 5 yıldır yayınlanan makale sayısında gözle görülür bir artış görülmektedir (Bkz. Şekil 2).

Şekil 2.

Yıllara Göre Makale ve Atıf Sayıları



Yayınlanmış olan makalelerin Web of Science'a göre genel araştırma alanlarını incelediğimizde 56 makalenin 29'su ulaştırma, 12'i işletme ve iktisat, 9'u operasyon yönetimi ve mühendislik, 6'sı oşinografi ile ilgilidir. Deniz yolu ittifaklarını inceleyen makalelerde kullanılan teoriler ve kavramlar ise Tablo 3'te gösterilmektedir. Bazı makalelerde birden fazla teori kullanıldığı dikkate alınarak, tüm teoriler analizde tabloda gösterilmektedir. Bu teori ve kavramlar arasında en sık kullanılmış olanlar oyun teorisi, yatay ve dikey bütünleşme, slot tahsisi, rekabet teorileri, kaynak tahsisi ve gemi paylaşımı olmuştur.



Tablo 3*Konteyner Taşımacılık İttifaklarını Konu Alan Makalelerde Kullanılan Teoriler ve Kavramlar*

Kavram	Sıklık	Kavram	Sıklık
Oyun teorisi	15	Oligopol teorisi	2
Yatay ve dikey bütünleşme	7	Eşleştirme teorisi	2
Slot tahsisi	5	Maliyet ve gelir paylaşımı	1
Rekabet teorileri	5	Bilgi paylaşım ağları	1
Kaynak tahsisi	4	Reel opsiyonlar	1
Gemi paylaşımı	3	Risk yönetimi	1
Ortak seçme teorisi	3	Anti - rekabetçilik	1
Maliyet dengeleme	3	Boş konteyner yeniden konumlandırma	1
Ağ konfigürasyonları ve tasarımı	3	Ortaklıklarda volatalite	1
Veri zarflama analizi	2	Sahiplik yapıları	1
Rotalama ve tarifelendirme	2	Kurumsal yönetim	1
İşbirliği teorileri	2	Envanter yönetimi	1
Liman seçimi	2	Farklılaşma stratejileri	1
İttifak performansı	2	Konteyner birlikleri	1

En çok yayın yapan yazarlar incelendiğinde ise analiz kapsamında toplam 3 makalesi olan Shenzen Üniversitesi, İşletme Okulu'nda görev yapan Jihong Chen (2013; 2017; 2021) başı çekmektedir. Yayınların çıktığı kurumlar incelendiğinde, en çok yayın çıkaran kurum 7 makale ile Shanghai Maritime University'dir. Daha sonra 5 yayın ile National Taiwan Ocean University, 4 yayın ile Dalian Maritime University ve 4 yayın ile Hong Kong Polytechnic University gelmektedir (Bkz. Tablo 4).

Makalelerin yayınlandığı dergiler analiz edildiğinde bu konuyla ilgili en çok yayın çıkan dergi, 5 makale ile International Journal of Shipping and Transportation Logistics'tir. Daha sonra 4 makale yayınlayan dergiler ise; Maritime Business Review, Maritime Economics Logistics ve Maritime Policy & Management'dır. Bunların ardından araştırma konusu hakkında 3 makale yayınlayan dergiler gelmektedir. Bunlar; Asian Journal of Shipping and Logistics, Transport Policy ve Transportation Research Part E Logistics and Transportation Review dergileridir (Bkz. Tablo 4). Makalelerin yazarlarının ülkeleri incelendiğinde ise ilk sırada toplam 21 yazar ile Çin, ikinci sırada 10 yazar ile Tayvan, üçüncü sırada 8 yazar ile Singapur yer almaktadır. Bu ülkelerin ardından ABD 5 yazar, Belçika 3 yazar, Almanya 3 yazar ve İtalya 3 yazar ile bu ülkeleri takip etmektedir.

Tablo 4*Diğer Bulgular*

Bulgular	Sıklık
En çok yayın yapan yazarlar	
Chen, Jihong	3
Baum, Joel AC	2
Chiu, Rong-Her	2
En çok yayın çıkaran kurumlar	
Shanghai Maritime University	7
National Taiwan Ocean University	5
Dalian Maritime University	4
En çok yayın çıkan dergiler	
International Journal of Shipping and Transportation Logistics	5
Maritime Business Review	4
Maritime Economics Logistics	4
Makale yazarlarının ülkeleri	
Çin	21
Tayvan	10
Singapur	8



Kullanılan araştırma yaklaşımı açısından taranan makaleler incelendiğinde 56 makalenin 54'ünün ampirik veriye dayandığı ve sadece 2 makalenin derleme çalışma olması dikkat çekici bir tespittir. Makalelerde kullanılan yöntem ele alındığında ise nicel yöntemlerin ağırlığı dikkat çekmektedir. Ampirik veriye dayanan makalelerden sadece 3 tanesinde nitel yöntemler kullanılmış olup, geriye kalan 51 makalede nicel yöntemler kullanılmıştır. Ampirik makalelerde kullanılan veri tipi dağılımına bakıldığında toplam 20 makale birincil tip veriye dayanırken, geriye kalan 34 makalede ise ikincil tip veriden yararlanıldığı söylenebilir. Araştırmaların gerek kuramsal, gerek yöntem bölümünde en fazla kullanılan teorinin oyun teorisi olduğunu söylemek mümkündür. Toplam 15 makalede bu teoriden faydalanılarak ilgili makalelerin yöntem bölümleri tasarlanmıştır. Oyun teorisini kullanan makalelerin çoğunluğu son yıllarda (2019-2021) yayınlanmış olan makalelerdir.

4. Sonuç

Genel olarak bir değerlendirme yapıldığında konteyner taşımacılık sektöründe özellikle son 30 yıldır belirgin olarak görülen stratejik ittifakların bu sektörün yapısını kökten değiştirmeye başladığı söylenebilir. Konteyner taşıyıcılar açısından sürdürülebilirliği sağlayan ittifakların sektöre getirdikleri değişimlerden en önemli olanların başında tek biçimli olma özelliği gelmektedir. Kurulan bu ittifakların etkisiyle birlikte düzenlenen sefer sayıları ve verilen hizmetler birbirine çok benzer hale gelerek standartlaşmış; konteyner taşıyıcılarının hemen hemen hepsi filolarına daha büyük gemileri ittifak ortaklarıyla beraber kullanmak üzere eklemişlerdir. Stratejik ittifakların bu sektöre getirmiş olduğu bir başka değişim ise, konteyner taşıyıcılarının sunmuş oldukları hizmetlerde çeşitlenmeye gitmeleri olmuştur. Finansal, ekonomik, pazarlama, stratejik ve operasyonel nedenlerle kurulan stratejik ittifaklar, ortaklarıyla birlikte aynı kaynakları kullanan konteyner taşıyıcıların, yeni hizmet ve pazar alanlarına girmelerine, hat frekans sayılarını artırmalarına, ölçek ekonomisini kullanarak birim maliyetlerini düşürmelerine, finansal açıdan risklerini azaltmalarına, daha büyük ve maliyetli gemilere sahip olmalarına ve daha fazla sayıda limana uğrak yapmalarına neden olmuştur.

Araştırma bulguları incelendiğinde konteyner taşımacılık sektöründe kurulan stratejik ittifaklar konusunun çok fazla ilgi gösterilen bir araştırma alanı olmadığı gözlemlenmiştir. Analiz kapsamında toplam 56 makale incelenmiştir. Bu makaleler 2005 ile 2022 yılları arasında yayınlanmıştır. Yılda ortalama 3,29 makale yayınlanmış ve makale başı ortalama atıf sayısı 19,5 olmuştur. Özellikle 2016 yılından itibaren yayın ve atıf sayısında gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Bunun nedenlerinden biri güncel olan 3 ittifakın (2M Alliance, Ocean Alliance, The Alliance) 2017 yılından itibaren birbirleriyle rekabete başlayarak sektöre hakim olmalarıdır. Yayınların önemli bir bölümünün Çin, Tayvan ve Singapur kökenli araştırmacılar tarafından yapıldığı ve yine bu konuda yapılan yayınlar açısından Çin, Tayvan ve Hong Kong üniversitelerinin baskın olduğu söylenebilir.

Analiz kapsamındaki çalışmalar incelendiğinde en çok kullanılan teorinin oyun teorisi olduğu söylenebilir. Konteyner taşıyıcıların ittifaklara katılım konusunun firmalar için çok kritik bir karar olmasından dolayı, oyun teorisi firmaların bu kararı alırken çeşitli seçenekler arasından optimum karar vermelerine imkan tanımaktadır. Bu nedenle, bu alandaki araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Oyun teorisi, çok katılımcılı karar problemlerinin incelenmesi ve oyunlardan elde edilen sonuçların tahmini ile ilgilidir. Oyunlar, çıkarları birbirine bağlı veya bağımlı olan iki veya daha fazla oyuncuyu içeren ticari durumlardır. Sektördeki her bir konteyner taşıyıcısı, yeni bir strateji oluşturmadan önce



ve uygulama aşamasında, rakiplerinin ne yapacağını dikkate almalıdır. Bunun nedeni, belirli bir durumda, bir tarafın vereceği kararın, diğer oyuncular tarafından benimsenen stratejiler ve bunların sonuçları üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmasıdır. Oyun teorisi, konteyner taşımacılık ittifaklarında işbirlikçi stratejilerin anlaşılabilirliği ve doğrudan uygulanabilirliği için yeni bir bakış açısı sağlamaktadır (Song & Panayides, 2002).

Mevcut çalışma kapsamında tek bir veri tabanının (WOS) kullanılmasından kaynaklanan bir sınırlılık bulunmaktadır. Bu nedenle alanın önde gelen dergilerinin Web of Science veri tabanında taranmadan daha önce yayınladıkları makaleler ve diğer veri tabanlarında yer alan makaleler analiz dışı bırakılmıştır. İleride yapılacak olan literatür taramaları bu husus dikkate alınarak daha kapsayıcı bir şekilde yapılabilir. Ayrıca bu alanda sık kullanılan teori ve kavramların içerikleri daha detaylı ve kapsayıcı bir şekilde araştırılabilir.

Kaynakça

- Agarwal, R., & Ergun, Ö. (2010). Network design and allocation mechanisms for carrier alliances in liner shipping. *Operations Research*, 58(6), 1726-1742. <https://doi.org/10.1287/opre.1100.0848>
- Alphaliner. (2022). Alphaliner Top 100. <https://alphaliner.axsmarine.com/PublicTop100/> (Erişim tarihi: 07.01.2022).
- Ariño, A., & Ring, P. S. (2010). The role of fairness in alliance formation. *Strategic Management Journal*, 31(10), 1054-1087. DOI: 10.1002/smj.846
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Brooks, M. R. (2000). Sea change in liner shipping: regulation and managerial decision-making in a global industry. Elsevier Science Ltd.
- Buer, T., & Haass, R. (2018). Cooperative liner shipping network design by means of a combinatorial auction. *Flexible Services and Manufacturing Journal*, 30(4), 686-711. <https://doi.org/10.1007/s10696-017-9284-8>
- Cariou, P., & Guillotreau, P. (2021). Capacity management by global shipping alliances: findings from a game experiment. *Maritime Economics & Logistics*, 1-26. <https://doi.org/10.1057/s41278-021-00184-9>
- Chen, J., & Yahalom, S. (2013). Container slot co-allocation planning with joint fleet agreement in a round voyage for liner shipping. *The Journal of Navigation*, 66(4), 589-603. <https://doi:10.1017/S0373463313000192>
- Chen, J., Liu, X., Zhang, X., He, J., & Luo, L. (2017). Optimal bilateral cooperative slot allocation for two liner carriers under a co-chartering agreement. *The Journal of Navigation*, 70(5), 1170-1182. <https://doi:10.1017/S0373463317000200>
- Child J, Faulkner D. 1998. *Strategies of cooperation*. Oxford University Press: Oxford
- Chiu, R. H., & Wang, D. H. (2019). Collaboration enhances utilization of production factors in container shipping industry. *Journal of Marine Science and Technology*, 27(2), 81-89. DOI: 10.6119/JMST.201904_27(2).0001
- De Man, A. P. (2013). *Alliances: An executive guide to designing successful strategic partnerships*. John Wiley & Sons.
- Deng, P. (2012). The internationalization of Chinese firms: A critical review and future research. *International Journal of Management Reviews*, 14(4), 408-427. DOI: 10.1111/j.1468-2370.2011.00323.x
- Ducruet, C., & Notteboom, T. (2012). The worldwide maritime network of container shipping: Spatial structure and regional dynamics. *Global Networks*, 12, 395-423. <https://doi:10.1111/j.1471-0374.2011.00355.x>
- Hirata, E. (2017). Contestability of container liner shipping market in alliance era. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 33(1), 27-32. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2017.03.004>
- Hitt, M. A., Dacin, M. T., Levitas, E., Arregle, J. L., & Borza, A. (2000). Partner selection in emerging and developed market contexts: Resource-based and organizational learning perspectives. *Academy of Management Journal*, 43(3), 449-467.



- Hitt, M. A., Franklin, V., & Zhu, H. (2006). Culture, institutions and international strategy. *Journal of International Management*, 12(2), 222-234. [DOI:10.1016/j.intman.2006.02.007](https://doi.org/10.1016/j.intman.2006.02.007)
- Huang, S. T. (2016). Key factors analysis of strategic alliances in container liner shipping industry. *Transport & Logistics*, 16, 1-8.
- Ghorbani M., Accario M., Transchel S., & Cariou P. (2019). Strategic alliances in container shipping: A review of the literature and future research agenda. *Proceedings of the International Association of Maritime Economists*, 25–28 June 2019, Athens.
- Glaister, K.W., Buckley, P.J., 1996. Strategic motives for international alliance formation. *Journal of Management Studies* 33, 301–332. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1996.tb00804.x>
- Gulati, R., Lavie, D., & Singh, H. (2009). The nature of partnering experience and the gains from alliances. *Strategic Management Journal*, 30(11), 1213-1233. [DOI: 10.1002/smj.786](https://doi.org/10.1002/smj.786)
- Kale, P., Dyer, J. H., & Singh, H. (2002). Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: the role of the alliance function. *Strategic Management Journal*, 23(8), 747-767. [DOI: 10.1002/smj.248](https://doi.org/10.1002/smj.248)
- Kogut, B. (1988). Joint ventures: Theoretical and empirical perspectives. *Strategic Management Journal*, 9(4), 319-332.
- Kogut, B. (1991). Joint ventures and the option to expand and acquire. *Management Science*, 37(1), 19-33.
- Lin, Z., Yang, H., & Arya, B. (2009). Alliance partners and firm performance: resource complementarity and status association. *Strategic Management Journal*, 30(9), 921-940. [DOI: 10.1002/smj.773](https://doi.org/10.1002/smj.773)
- Liu, Y., Xin, X., Yang, Z., Chen, K., & Li, C. (2021). Liner shipping network-transaction mechanism joint design model considering carbon tax and liner alliance. *Ocean & Coastal Management*, 212, 105817. <https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2021.105817>
- Lorange, P., Roos, J., & Brønn, P. S. (1992). Building successful strategic alliances. *Long Range Planning*, 25(6), 10-17. [http://doi.org/10.1016/0024-6301\(92\)90164-W](http://doi.org/10.1016/0024-6301(92)90164-W)
- Lu, H. A., Cheng, J., & Lee, T. S. (2006). An evaluation of strategic alliances in liner shipping-an empirical study of CKYH. *Journal of Marine Science and Technology*, 14(4), 202-212.
- Lun, Y. H. V., K. H. Lai & T. C. E. Cheng (2010). *Shipping and logistics management*, Springer, London and New York.
- Makhija, M. (2003). Comparing the resource-based and market-based views of the firm: empirical evidence from Czech privatization. *Strategic Management Journal*, 24(5), 433-451. [DOI: 10.1002/smj.304](https://doi.org/10.1002/smj.304)
- Midoro, R., & Pitto, A. (2000). A critical evaluation of strategic alliances in liner shipping. *Maritime Policy & Management*, 27(1), 31-40. <https://doi.org/10.1080/030888300286662>
- Merk, O. 2018. The Impact of Alliances in Container Shipping. Technical report OECD/International Transport Forum. <https://www.itf-oecd.org/impac-t-alliances-container-shipping>, Erişim tarihi: 21.12.2021
- Qiu, X., Wong, E. Y., & Lam, J. S. L. (2018). Evaluating economic and environmental value of liner vessel sharing along the maritime silk road. *Maritime Policy & Management*, 45(3), 336-350. <https://doi.org/10.1080/03088839.2018.1437285>
- Packard, W. (1989). *Shipping pools*. Lloyd's of London Press.
- Panayides, P. M., & Wiedmer, R. (2011). Strategic alliances in container liner shipping. *Research in Transportation Economics*, 32(1), 25-38. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2011.06.008>
- Parris, D. L., & Peachey, J. W. (2013). A systematic literature review of servant leadership theory in organizational contexts. *Journal of Business Ethics*, 113(3), 377-393. doi.org/10.1007/s10551-012-1322-6
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Plum, C. E., Pisinger, D., Salazar-González, J. J., & Sigurd, M. M. (2014). Single liner shipping service design. *Computers & Operations Research*, 45, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2013.11.018>
- Porter, M. E. (2003). Rekabet stratejisi: Sektör ve rakip analizi teknikleri. Sistem Yayıncılık.
- Prashant, K., & Harbir, S. (2009). Managing strategic alliances: what do we know now, and where do we go from here?. *Academy of Management Perspectives*, 23(3), 45-62.



- Rangan, U. S., & Yoshino, M. Y. (1996). Forging alliances: A guide to top management. *The Columbia Journal of World Business*, 31(3), 6-13
- Rau, P., & Spinler, S. (2017). Alliance formation in a cooperative container shipping game: Performance of a real options investment approach. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 101, 155-175. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2017.02.005>
- Rothaermel, F. T., & Boeker, W. (2008). Old technology meets new technology: Complementarities, similarities, and alliance formation. *Strategic Management Journal*, 29(1), 47-77. DOI: 10.1002/smj.634
- Saxton, T. (1997). The effects of partner and relationship characteristics on alliance outcomes. *Academy of Management Journal*, 40(2), 443-461.
- Slack, B., Comtois, C., & McCalla, R. (2002). Strategic alliances in the container shipping industry: a global perspective. *Maritime Policy & Management*, 29(1), 65-76. <https://doi.org/10.1080/03088830110063694>
- Song, D.W., & Panayides, M. (2002). A conceptual application of cooperative game theory to liner shipping strategic alliances. *Maritime Policy and Management* 29 (3): 285–301. <https://doi.org/10.1080/03088830210132632>
- Tang, O., & Sun, P. W. (2018). Anti-competition of ocean shipping alliances: a legal perspective. *Maritime Business Review*. 3(1), 4-19. <https://doi.org/10.1108/MABR-08-2017-0023>
- Tarba, S. Y., Cooper, C. L., Sarala, R. M., & Ahammad, M. F. (Eds.). (2016). *Mergers and Acquisitions in practice*. Taylor & Francis.
- Tian, M., Deng, P., Zhang, Y., & Salmador, M. P. (2018). How does culture influence innovation? A systematic literature review. *Management Decision*. 56(5), 1088-1107. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0462>
- UNCTAD. (2021). Review of Maritime Transport, UNCTAD/RMT/2021, United Nations. https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2021_en_0.pdf (Erişim tarihi: 03.01.2022).
- Williamson, O. E. (1981). The economics of organization: The transaction cost approach. *American Journal of Sociology*, 87(3), 548-577.
- Yang, C. S. (2020). An evaluation of alliance motives, shipping alliances, and alliance performance in Taiwan. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 12(5), 445-461.



Extended Summary

Maritime transportation is the backbone of the global trade. About 80% of the world trade volume is carried by sea. In maritime transportation, the container shipping industry is the most dynamic market, growing from a capacity of 30 million TEU in the 1990s to a capacity of 149 million in 2020 (UNCTAD, 2021). Especially in the 1950s, with the use of the first containers in maritime transportation, this type of transportation has become one of the most important transportation types in the world by spreading very quickly on a global scale. Due to its low cost and high efficiency, today more than 70% of industrial products are carried by container transportation (Liu et al., 2021).

Container shipping, also known as “liner shipping” is a form of transportation that provides services between certain commercial routes that are continuous, regular, schedule-based and pre-announced. Which ship will call at which port and at what time is determined by the voyages prepared in advance? Container carriers run this business as individual organizations or through strategic alliances (Plum et al., 2014; Tang & Sun, 2018; Cariou & Guillotreau, 2021). Strategic alliances are formations that are established in the form of cooperation between companies and that provide more benefits to the alliance partners with the effect of synergy compared to the individual effort of the company. Today, with the increasing of global trade volume, and the reduction of trade barriers, the container transportation sector (CTS) is becoming more global, volatile and complex. As a consequence the establishment of strategic alliances has become the common form in container shipping (Rau & Spinler, 2017).

Establishing a strategic alliance offers high profitability to the companies that join the alliance voluntarily; in addition, it also allows for lower costs, shorter delivery times, more efficient use of their assets, and an increase in the quality of the service they provide. For container carriers, especially since owning a vessel requires a huge fixed capital investment of millions of dollars, the cost of the vessel being empty for even one day can reach tens of thousands of dollars financial burden. In addition to high fixed costs, administrative costs are also quite high, since voyages are organized to predetermined routes regardless of whether the vessel is empty or full (Agarwal & Ergun, 2014). In addition, due to reasons such as imbalances in supply and demand, fierce price competition, new player’s threat, fluctuations in fuel prices, frequent changes in the legal field; the CTS has been restructured and led to the establishment and expansion of strategic alliances in this field (Qui et al., 2018).

This study aims to define the role of strategic alliances and understand their importance in terms of the CTS. We used systematic literature review method in this direction. The limited number of studies in both international and national literature on this subject increases the importance of the study. In the CTS, companies cooperate to stay competitive and improve their service network in the rapidly changing commercial and economic environment (Qui et al., 2018). The most important goals of container carriers in establishing strategic alliances are to benefit from economies of scale, especially by using larger vessels and reducing unit cost. Also to achieve operational synergies, to control the market in horizontal and vertical context (Cariou & Guillotreau, 2021) and to expand the geographical market structure it serves (Ducruet & Notteboom, 2012). According to Glaister and Buckley (1996), the reasons for the container carriers to form strategic alliances are risk sharing,



benefiting from economies of scale, transferring technology, managing competition, and implementing a growth policy in international context.

Today, global strategic alliances in the field of container shipping have become very significant. The 2M alliance (Maersk & Mediterranean Shipping Company) was established in 2014, which is one of the three major alliances (2M, Ocean Alliance, The Alliance) that have a significant role in the sector. In response to the 2M Alliance, the Ocean Alliance (CMA-CGM, Cosco, OOCL, Evergreen) was established in 2017. Finally, the Alliance (Yangming, Hapag Lloyd, ONE) was established in 2017 in order to compete with these 2 alliances. In 2021, the total capacity of companies in the top 3 container shipping alliances has reached almost 90% of the global container shipping industry (Cariou & Guillotreau, 2021; Alphaliner, 2022). In particular, the total market shares of the three biggest alliances (2M Alliance, Ocean Alliance and The Alliance) in the world's largest trade routes have reached remarkable levels in recent years. The market share of these alliances is 86.7% on the Trans-Pacific trade route, 91.5% on the Trans-Atlantic trade route and 98.8% on the Asia-Europe trade route (UNCTAD, 2019). Therefore, strategic alliances have become indispensable for the container shipping industry.

It can be said that the strategic alliances in the container shipping sector, have radically changed the structure of this sector in the last 30 years. One of the changes brought to the sector by the alliances that ensure sustainability in terms of container carriers has been the feature of being uniform. With the effect of alliances, the number of voyages and the services provided became very similar to each other. Almost all the container carriers have added larger vessels to their fleets to use with their alliance partners. Another change that strategic alliances have brought to this sector has been the diversification of the services offered by container carriers.

When the research findings are examined, it has been observed that the strategic alliances established in the container transportation sector is not a research area that draws much attention. We analyzed a total of 56 articles within the scope of the analysis. These articles were published between 2005 and 2022. An average of 3.29 articles were published per year and the average number of citations per article was 19.5. Especially since 2016, there has been a noticeable increase in the number of publications and citations. One of the reasons for this is that the current 3 alliances (2M Alliance, Ocean Alliance, and The Alliance) have started to compete with each other since 2017 and dominate the sector. It can be said that a significant part of the publications are made by researchers from China, Taiwan, and Singapore. In addition, Chinese, Taiwanese and Hong Kong universities are dominant in terms of publications on this subject. The most frequently used theories and concepts in the reviewed articles were; game theory, horizontal and vertical integration, slot allocation, competition theories, resource allocation and vessel sharing.

According to findings, it is not surprising that the most used theory is game theory. Since the issue of container carriers' participation in alliances is a very critical decision for companies, game theory allows companies to make an optimum decision among various options while making this decision. Therefore, it is frequently used by researchers in this field. Game theory provides a new perspective for understanding and directly applying collaborative strategies in container shipping alliances.



There is a limitation arising from the use of an only single database (WOS) within the scope of the current study. For this reason, the articles published by the leading journals of the field before they were indexed on the Web of Science database, and the articles in other databases were excluded from the analysis. Literature reviews to be made in the future can be done in a more inclusive way by taking this matter into account. In addition, the contents of the theories and concepts that are frequently used in this field can be researched in a more detailed and inclusive way.



Ek bilgiler

Çıkar çatışması bilgisi: Yazarlar, çalışmada çıkar çatışması olmadığını kabul etmektedir.

Destek bilgisi: Çalışmada herhangi bir kuruluştan destek sağlanmamıştır.

Etik onay bilgisi: Çalışma ikincil veriler kullanılarak yapıldığı için etik onaya ihtiyaç yoktur.

Katkı oranı bilgisi: Birinci yazarın katkı oranı %50, ikinci yazarın katkı oranı %50 şeklindedir.

