

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
DENİZCİLİK FAKÜLTESİ
DERGİSİ

www.deu.edu.tr

ISSN 1309-4246



9 771309 424002 >



Cilt:7
Sayı: 2
Yıl: 2015



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ

Cilt : 7

Sayı : 2

Yıl : 2015



ISSN : 1309-4246

İzmir - 2015

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI**DENİZCİLİK FAKÜLTESİ DERGİSİ**

Cilt: 7 Sayı: 2 Yıl: 2015

Yayın No: 09.7777.1003.000/BY.015.032.808

ISSN: 1309-4246

1. Baskı

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi adına Prof. Dr. A. Güldem CERİT**Sorumlu Müdür** : Prof. Dr. D. Ali DEVECİ**Yönetim Yeri** : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi - Denizcilik Fakültesi Buca - İZMİR**Yayının Türü** : Akademik Hakemli Dergi - 6 ayda bir yayınlanır.**Editör** : Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR**Editör Yardımcısı** : Araş. Gör. Cennet Özlem BİLİR FİDAN**İngilizce Editörü** : Prof. Dr. Mustafa KALKAN**Yayın Komisyonu** : Prof. Dr. Okan TUNA, Prof. Dr. D. Ali DEVECİ, Prof. Dr. Ender ASYALI, Prof. Dr. Mustafa KALKAN
Doç. Dr. Selçuk NAS**Yayın Hazırlama Kurulu** : Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR

Prof. Dr. Hakkı KİŞİ

Prof. Dr. Mustafa KALKAN

Yrd. Doç. Dr. Nurser Gökdemir IŞIK

Yrd. Doç. Dr. Didem ÖZER ÇAYLAN

Yrd. Doç. Dr. Emrah ERGİNER

Öğr. Gör. Güven ŞENGÖNÜL

Bora KAYACAN

Sayı Hakem Kurulu : Prof. Dr. Durmuş Ali DEVECİ

Prof. Dr. Okan TUNA

Doç. Dr. Sadık Özlen BAŞER

Doç. Dr. Serdar KUM

Doç. Dr. Sinan NARDALI

Doç. Dr. Berna Kırkulak ULUDAĞ

Doç. Dr. Burcu Selin YILMAZ

Yrd. Doç. Dr. Gamze ARABELEN

Yrd. Doç. Dr. Didem Özer ÇAYLAN

Yrd. Doç. Dr. Derya Atlay IŞIK

Yrd. Doç. Dr. Burak KÖSEÖĞLU

Yrd. Doç. Dr. Seçil SİGALI

Yrd. Doç. Dr. Ceren Altuntaş VURAL

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

İZMİR KÂTİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

MUĞLA ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

YAŞAR ÜNİVERSİTESİ

Dizgi Sekreteryası : Araş. Gör. Bayram Bilge SAĞLAM**Yazışma Adresi** : Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi Tınaztepe Yerleşkesi 35160 Buca-İZMİR

Tel: (232) 453 49 92

Fax: (232) 301 88 48

e-mail: dfdergi@deu.edu.tr

http://mfjournal.deu.edu.tr

Kapak Tasarım : Yrd. Doç. Dr. Volkan ÇAĞLAR**Mizanpaj** : Araş. Gör. Bayram Bilge SAĞLAM

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

Basım Yeri : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası**Basım Tarihi** : 24 Aralık 2015**Baskı Adedi** : 250 adet**Basım Yeri Adresi** : Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası

DEÜ Tınaztepe Kampüsü 35390 Buca - İzmir

Tel : 0(232) 301 93 00 - Fax : 0(232) 301 93 13

© Tüm Hakları Saklıdır.

Cilt: 7 Sayı: 2 Yıl: 2015

İÇİNDEKİLER	SAYFA
An Analysis of the Effects of Major Oil Companies on Crew Selection Criteria for Tanker Operating Ship Management Remzi FIŞKIN Yusuf ZORBA	154
Denizyolu Taşımacılığında Finansal Riskler ve Riskten Korunma Sercan EROL Adem DURSUN	172
Lojistik Hizmet Sağlayıcı İşletmelerin Pazarlama Performansı Üzerine Ağ Organizasyonlarının Etkileri: Örnek Olay Çalışması N. Gülfem GİDENER ÖZAYDIN D. Ali DEVECİ	202
Marina Pazarlaması İçin Öneriler: Marina Çekim Unsurları ve Yatçılığa Yönelmede Etkili İtici Motivasyon Faktörleri Neslihan PAKER Ceren ALTUNTAŞ VURAL	228
Bölgesel Ulaştırma ve Lojistik Problemine Belgesel Bakış: Mersin Örneği Esat KOÇAK Hakkı KİŞİ	258
Yazarlara Duyuru	288

Editörden,

Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi'nin 2015 yılı 2. sayısı değerli okurlarımızın ilgisine sunulmaktadır. Dergimizin bu sayısında denizciliğin farklı alanlarını içeren beş adet çalışma yer almaktadır. Remzi FIŞKIN ve Yusuf ZORBA tarafından hazırlanan ilk çalışmada önemli petrol işletmelerinin tanker işleten gemi yönetim firmalarının personel seçim ölçütlerine etkileri incelenmiştir. Kalitatif özellikteki bu çalışmanın sonucunda, önde gelen petrol şirketlerinin kiracısı oldukları tanker işletmeciliği yapan firmaların personel seçim süreçlerinde etki ve yaptırımlarının olduğu tespit edilmiştir ve ana olarak etki ve yaptırımların kontrat süreleri, gemide bulunması gereken gemi adamı sayısı, şirket içi terfi prosedürleri, yeni personelin firmaya dâhil edilmesi süreçleri ve personel eğitimi konularında yoğunlaştığı görülmüştür. “Denizyolu Taşımacılığında Finansal Riskler ve Riskten Korunma” başlıklı bir diğer çalışma ise Sercan EROL ve Adem DURSUN tarafından kaleme alınmıştır. Çalışmada, denizyolu taşımacılığına özgü finansal riskler tanımlanmış ve bu risklerden korunmak için finansal türev ürünlerin kullanımı örnek vaka çözümü ile incelenmiştir. Dergimizde yer alan bir diğer çalışma Gülfem GİDENER ÖZAYDIN ve Durmuş Ali DEVECİ tarafından hazırlanmıştır. Lojistik işletmeler arası ağ organizasyonları ve bunlara üye olan işletmelerin pazarlama performansları üzerine etkilerini değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada, ağ organizasyonlarının lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin pazarlama performanslarını oluşturan değişkenlerin çoğu üzerinde olumlu etkilerinin olduğu saptanmıştır. Neslihan PAKER ve Ceren ALTUNTAŞ VURAL tarafından hazırlanan bir diğer çalışma, deniz turizmi alanında gerçekleştirilmiştir ve çalışmada marinaların çekim unsurları ile birlikte yatçılığa yönelmede etkili itici motivasyon faktörleri incelenmiştir. Yöntem olarak anket çalışmasının gerçekleştirildiği bu çalışmada, marina çekiciliklerinin yatçı müşteriler için farklı önem düzeyinde gözlemlendiği ve farklı profildeki müşteri

gruplarının beklentilerinde farklılıkların olduğu vurgulanmıştır. Dergimizde yer alan son çalışma ise, Esat KOÇAK ve Hakkı KİŞİ tarafından hazırlanmıştır. Belge incelemesi yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, Mersin İli ve Mersin Limanı'nın gelişimi, karşılaşılan sorunlar, izlenen politikalar incelenmiştir. Görüldüğü üzere, dergimizin bu sayısında denizciliğin farklı alanları değerli akademisyenler tarafından incelenmiş ve kaleme alınmıştır. Dergimizde yer alan bu çalışmaların ilgili alanlarda çalışan akademisyenler ile birlikte tüm denizcilik camiasına katkıda bulunmasını dileriz. Dergimizin bu sayısına çok değerli çalışmalarıyla destek veren yazarlara teşekkürlerimizi sunarız. Ayrıca değerli vakitlerini ayırıp, dergide yayınlanacak çalışmaları bilimsel kriterlere uygunluk açısından değerlendiren değerli sayı hakemlerimize de katkılarından dolayı teşekkür ederiz. Dergimizin yayın hazırlama kurulunun değerli üyelerine, dergi çalışanlarına da şükranlarımızı sunarız. Son olarak dergimizin basımında gösterdikleri özverili ve titiz çalışmalarından dolayı Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası'na da teşekkürlerimizi sunarız.

Doç.Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR
Editör

Yayın Geliş Tarihi: 07.04.2015
Yayına Kabul Tarihi: 14.07.2015
Online Yayın Tarihi: 24.12.2015
DOI: 10.18613/deudfd.78984

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:7 Sayı:2 Yıl:2015 Sayfa:154-170
ISSN:1309-4246

**AN ANALYSIS OF THE EFFECTS OF MAJOR OIL
COMPANIES ON CREW SELECTION CRITERIA FOR
TANKER OPERATING SHIP MANAGEMENT COMPANIES***

Remzi FIŞKIN¹
Yusuf ZORBA²

ABSTRACT

Tanker shipping which is a special sub-sector of maritime transportation industry plays an important role for the world trade. As oil and its derivatives transported by tankers is the fundamental component for developing industries, its transportation becomes an indispensable issue. Though petroleum and chemical transportation is important for all industries, due to its structural properties, these cargoes include major risks for the environment. There have been some enforcement and impositions to the tanker operating ship management companies to minimize these risks. Herein, MOC (Major Oil Companies), the most important players in the world petroleum industry, has made such impositions on tanker operating ship management companies. Enforcement and impositions on human factor which is the most significant element in a business has a critical importance to minimize these risks. Thus, this study aims to reveal the effects of MOC on the personnel selection criteria of the ship management companies that operate tankers. To achieve this aim, a total of 12 companies operating in Turkey and having largest fleet were selected. An interview was conducted through these companies and the data obtained were analyzed by content analysis of qualitative research methods. As a result, it is revealed that major oil companies have an impact on personnel selection process

* This article was prepared from the Master Thesis titled “Önde Gelen Petrol Şirketlerinin Tanker İşleten Gemi Yönetim Firmalarının Personel Seçim Ölçütlerine Etkilerinin Analizi”, Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Sciences, Department of Marine Transportation Engineering, İzmir, 2013.

¹ Res. Asst., Dokuz Eylül University, Maritime Faculty, Izmir, Ordu University, Fatsa Faculty of Marine Sciences, Ordu, remzi.fiskin@deu.edu.tr

² Assoc. Prof. Dr., Dokuz Eylül University, Maritime Faculty, Izmir, yusuf.zorba@deu.edu.tr

and activities. Generally, these effects have been about duration of the contract, the number of crew required to be on board, company internal promotion procedures, recruitment process of new employees to the company, and crew training.

Keywords: Tanker management, human resources, MOC, crew selection, oil and chemical transportation.

ÖNDE GELEN PETROL ŞİRKETLERİNİN TANKER İŞLETEN GEMİ YÖNETİM FİRMALARININ PERSONEL SEÇİM ÖLÇÜTLERİNE ETKİLERİNİN ANALİZİ

ÖZET

Özel bir taşımacılık modu olan denizyolu taşımacılığının alt sektörü olan tanker taşımacılığı dünya ticareti için büyük önem taşımaktadır. Tankerler aracılığı ile taşınan petrol ve türevlerinin gelişen endüstrilerde önemli bir enerji kaynağı olduğu düşünüldüğünde nakliyesi de vazgeçilmez hale gelir. Petrol ve kimyasal taşımacılığı endüstriler için önemli olmakla birlikte, bu taşınan yükler yapıları ve özellikleri gereği çevre açısından büyük riskler taşımaktadır. Bu riskleri en aza indirmede tanker taşımacılığı yapan firmalar üzerinde bazı yaptırım ve dayatmalar mevcuttur. Bu noktada, dünya petrol endüstrisine yön veren aktörler içinde en önemlisi olan önde gelen petrol şirketleri (MOC - Major Oil Companies) tanker işletmesi yapan firmalar üzerinde bu dayatmaları yüksek oranda hissettirmektedir. Bir işletmenin en önemli unsuru olan insan faktörü üzerinde yapılacak olan yaptırım ve dayatmalar bu risklerin meydana gelme olasılığını en aza indirmede hayati önem taşımaktadır. Buradan hareketle, bu çalışma tanker işleten gemi yönetim firmalarının personel seçim ölçütlerinin belirlenmesinde MOC'ların etkilerinin neler olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amacı gerçekleştirmek için Türkiye'de tanker işletmesi yapan ve en geniş filoya sahip 12 firma yöneticileri ile görüşmeler yapılmış ve elde edilen veriler nitel araştırma tekniklerinden olan içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada sonuç olarak, önde gelen petrol şirketlerinin kiracısı oldukları tanker işletmeciliği yapan firmaların personel seçim süreçlerinde ve faaliyetlerinde etki ve yaptırımlarının olduğu ortaya çıkmıştır. Bu etki ve yaptırımların genellikle; kontrat süreleri, gemide bulunması gereken gemi adamı sayısı, şirket içi terfi prosedürleri, yeni personelin firmaya dâhil edilmesi süreçleri ve personel eğitimi konularında yoğunlaştığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tanker işletmeciliği, insan kaynakları, MOC, gemi adamı seçimi, petrol ve kimyasal taşımacılığı.

1. INTRODUCTION

In general, transportation consists of five sub-system including air, land, sea, rail and pipeline. However, a large portion of the goods subject to world trade is transported by sea transportation (İTO, 2004; 5). Ability to move large party goods at one time is major cause for taking a greater share of world trade for sea transport compared to other transport systems.

Maritime transportation is also one of the three preferred methods for transporting large quantities of oil (Rowbotham, 2014: 78). High amounts of petroleum and derivatives are transported from place to place by tankers built in large size. These cargoes transported by tanker include great risks due to their properties. Any potential harm to the environment of an accident that may occur and the amount of compensation paid by the company is very large dimensions. This brings along some standards. Oil companies which is expressed as a giant on the world and called major oil companies (MOC) are dictates these standards to tanker companies carrying their cargoes (Alemdağ, 2008: 25). Major oil companies were previously called “Seven Sister” that operates in every area of oil industry. In 1950s, these seven companies (Anglo-Persian Oil Company (later it became BP), Gulf Oil (bought by Chevron), Royal Dutch Shell, Chevron, Total, Exxon (then it merged with Mobil), Texaco (bought by Chevron)) provided more than 90% world oil productions (Özev, 2010: 78).

Manpower supply which is extremely important for a company is the process of selecting the most proper candidate (Bingöl, 2010: 233). The process is carried out by determining quality and quantity of company’s requirement (Karatepe, 2012: 27) and evaluating the skills, interests and educational status (Sözen, 1973: 8) of the proper candidate within a particular group (Geylan, 1992: 100). Selecting the right human resources provides high motivation to the company (Kenan, 1996: 60) and it will also be a right investment that gives power and faster development to a team (Andersen, 2000: 1).

Factors affecting the human resources selection process are listed as followed: laws (Mondy et al. 2002: 177), selection process (Bingöl, 2010: 233), organizational structure and hierarchy, size of enterprise (Acar ve

Kaynak, 2002: 124), supply and demand equilibrium, candidate pool and profile (Bingöl, 2010: 236), and wage policy (Özdoğan, 2005: 65).

The impositions and enforcements that have been imposed on the human factor which is the most important aspects for a company are critical for minimizing the probability of occurrence of such risks. Human factor also plays a key role to achieve high levels of productivity and provide high quality services to shipping companies (Hinrichs et al., 2013). Thus, this study aims to find out the effects of major oil companies on crew selection criteria for tanker operating ship management companies. To accomplish the goal, interviews have conducted to a total of 12 companies that engage in tanker operations. The data obtained from these companies were analyzed by content analysis of qualitative research methods.

Within the scope of the study, the paper is organized into five main sections. The first section introduces general information about MOC and factors affecting the human resources selection process. Section 2 finds out the studies in the literature that related to our study and expresses motivation behind the research. Section 3 gives information as to methodology performed in the study. Section 4 is the findings and discussion section. Final section provides results and recommendations for further research.

2. LITERATURE REVIEW

A few studies related to crew selection criteria for ship management companies were encountered. One of them is about crew selection criteria for ship owning company that operate in İzmir region (Hanhan, 2006). A crew selection criterion of companies operating in İzmir region was aimed to determine via interview technique used research question. As a result of research, some of the criteria such as experience, reference, foreign language proficiency, are crucial to select employee. The other study prepared by Blanc (2003) is about naval officer selection in Canada. In the study, two studies evaluating the Maritime Officer Selection Test (MOST) were conducted. Study 1 examined the psychometric properties of the individual. Study 2 claimed to determine the selection of future naval officers. As a result of the study, the MOST does not measure what it was intended to assess (i.e. memory, decision making, selective attention), yet it does evaluate other ability required for naval officer training performance (i.e.

general reasoning and spatial scanning). Another study prepared by Arslan (2006) is also about human resources management for Turkish Seafarers. In this study, information about the selection criteria for seafarers was shared and analyzed.

On the other hand, it is possible to be reached lots of study about personnel selection in the literature. Some of them are as follows: İbicioğlu and Ünal (2014) conducted a study about human resource manager selection by analytic hierarchy process. They developed a model on the base of analytic hierarchy process and applied the model for the selection of human resource manager among candidates. İstemi (2006) examined Analytical Hierarchy Process (AHP) Method which can be applied in the personnel selection. During the method inspector assistants were selected by using AHP Method. The relationship between personnel selection and performance of selected personnel was investigated. Harbili (2009) aimed to reveal the importance of the employment process and to provide suggestions about selection process in order to establish the most appropriate human resources management system. Erdoğan (2013) emphasized personnel selection criteria, provided information regarding psycho-technical tests and applied the test to a private enterprise to elaborate the importance of the test during the personnel selection process. Djabatey (2012) intended to assess the effectiveness of the recruitment and selection practices of a company.

The motivation of the study aims to reveal that what kind of impacts and sanctions MOC enforce to tanker operating ship management companies. When examining the literature, the absence of any studies revealing such impacts and sanctions increases the importance and motivation of this study. In this respect, the study is expected to contribution to literature. The study also aimed to reveal the challenges associated with the recruitment and selection practices and to give advice to improve human resource planning and development. Besides aforementioned study, the books and reports (Gusdorf, 2009; Maloney, 2001; Ashby and Pell, 2002; Hall, 2012) about how to select and recruit proper people are possible to be accessed from literature, as well.

3. METHODOLOGY

The study is a qualitative research approach. Qualitative research is one of the approaches that researchers use when they want to expose information and analyze data about the nature of reality or the world (Mtsweni, 2008:55). According to Mason (1997:4), the qualitative research is also concerned with how the social world is interpreted, understood or produced (as cited by Mtsweni, 2008:56). Maykut and Morehouse (1994:45) also stated that the qualitative approaches are practical while the researcher aims to have an understanding of a human phenomenon as well as to find out the meaning given to events that subjects experience (as cited by Mtsweni, 2008:8).

In this study, the face to face interview technique was used for data collection for a predetermined purpose. As shown in table 2, a total of 12 tanker management companies which have the largest fleet that operating in Turkey have been included in the study.

The interview technique is one of the most commonly used techniques in social science research. The interview allowed researchers to explore all questions in all cases (Theotokas and Progoulaki, 2007). According to Karasar (2005:165), interview is a data collecting technique through verbal communication. Another description is generated by Stewart and Cash (1985:3), interview is a reciprocal and interactive communication process based on asking questions and answers. Stewart and Cash (1985:3) also specify that the concept offers an interpersonal connection between the interviewer and participants. According to Chirban (as cited by Mtsweni, 2008:11) “an interview, in the true sense of the word, gives the “inner view” of the interviewed person.

For analysis of sentences obtained from the participants “weight score (intensity)” method was used as a type of content analysis. The method was also used and implemented in some research studies (Nas, 2006; Sakar, 2013). In this method each research questions was coded. During coding, the expressions given by each participant have attempted to follow certain patterns. According to the level of expression, the weight score are given to certain patterns. The purpose of doing this is to make distinction between the ordinary expressions and expression that especially to be emphasized. Additionally, the weight score of the concepts can be also determined by

weight defined to expression code. For these reasons, weight score (intensity) has been decided to use during to digitization of data (Neuman as cited by Nas, 2006: 2008).

Table 1: Weight Score of Analysis Codes

Type of Expression Code	Sample	Weight Score
<i>Normal Expression</i>	Criteria that Acting decision-making in supplying employee; experience ,..... can be listed.	1
<i>Important Expression</i>	Experience is important to us in personnel selection	2
<i>Very Strong Expression</i>	Experience is one of the most important criteria in personnel selection.	3

Source: Adapted by Nas, 2006: 207.

The profile information of the companies included in the research is located in Table 2.

Table 2: Companies Included in the Scope of Research

Company	Founding Year	Number of Tanker Ships	Total Capacities of the Ships (x1000Dwt)	Type of the Ships
1	2002	10	50,5	Chemical
2	1984	8	113,5	Chemical, Product
3	1960	13	403	Chemical, Crude oil, Product, LPG
4	1994	10	160	Chemical, Crude oil, Product
5	2006	26	250	Chemical
6	1974	5	244	Chemical, Crude oil, Product

Table 2: Companies Included in the Scope of Research (Cont.)

Company	Founding Year	Number of Tanker Ships	Total Capacities of the Ships (x1000Dwt)	Type of the Ships
7	1990	4	603	Crude oil
8	1940	8	122,5	Chemical, Crude oil, Product
9	1980	10	70	Chemical, Product, LPG
10	2005	5	70	Chemical, Product
11	1999	12	1300	Chemical, Crude oil, Product,
12	1975	32	545	Crude oil, Product

4. FINDINGS

The weight scores determined as a result of the response to the question of what the human resources selection criteria and application of tanker operating companies are shown in Table 3. As seen in the table, the most important criteria is “tanker ship experience” with the weight score of 22 which was remarked by 8 companies. “Foreign Language” and “Reference” stands out as the other important criteria with the score of 15 which was remarked by 9 companies.

Table 3: “Analysis of the Human Resource Selection Criteria of Company”
Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
Tanker Ship Experience	22	8
Foreign Language	15	9
Reference	15	9

Table 4 also shows the effects of MOC on crew selection criteria. Weight score is 21, as shown in the table, stated that MOC had a direct effect on the determination and implementation of human resource selection criteria according to personnel managers of 7 companies. “Experience of Inspection” and “Compliance to Matrix*” are other important criteria that are taken into consideration with the score of 7 which was remarked by 3 companies.

Table 4: “Analysis of the MOC’s Expectations and Effects on Determination of Crew Selection Criteria and Providing Employment of Crew to the Company” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
Being under the Direct Effect from MOC	21	7
Experience of Inspection	7	3
Compliance to Matrix	7	3

The data related to whether or not the effects of MOC on crew contract duration and number of personnel required being on board is shown in Table 5. Weight score is 22, as shown in the table, stated that there was no effect of MOC on contract duration according to company representatives of 8 companies. In terms of number of crew on board, on the other hand, they may request more personnel on occasion and also request more personnel depending on type of cargo.

Table 5: “Analysis of the Effects of MOC on Crew Contract Duration and Number of Personnel Required Being on Board” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
There is No Effect on Contract Duration	22	8
Request More Personnel on Occasion	19	10
Request More Personnel Depending on Type of Cargo	13	5

* Matrix is the experience of officers with respect to rank, company and type of vessel. According to matrix target, every officer must have minimum experience in their rank, in their company and also type of vessel.

Table 6 shows that whether the companies employ foreign personnel and the reason of the selection of foreign personnel. A total of 9 interviewed companies, weight score is 9 as shown in the table, remarked that they didn't run foreign personnel. Besides, a total of 2 companies gave the "Providing Ease Reach the Matrix Target" as a reason of the selection of foreign personnel. Conversely, 1 company stated that the "Current Turkish Personnel Provides Matrix Target".

Table 6: "Analysis of the Employment of Foreign Personnel and the Reason of the Selection of Them" Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
Does not Employ Foreign Personnel	9	9
Providing Ease Reach the Matrix Target	5	2
Current Turkish Personnel Provides Matrix Target	3	1

The data obtained for determining the personnel that will be gone a board, companies are subject to difficulties about compliance to matrix and how to solve these difficulties are shown in Table 7. While a total of 8 interviewed companies, weight score is 20 as shown in the table, remarked that they were subject to difficulties in terms of matrix, a total 4 of them, weight score is 10 as shown in the table, remarked that they did not encounter any difficulties like that. Besides, a total of 5 company representatives stated that they run personnel reserved for voyage to solve these problems.

Table 7: “Analysis of the Difficulties Compliance to Matrix and Implementation for Solution of These Problems” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
Being Subject to Difficulties in Terms of Matrix	20	8
Personnel Reserved for Voyage	11	5
Not Encounter Any Difficulties in Terms of Matrix	10	4

Table 8 shows weight scores related to application to retain personnel who have worked at the company for a long time. A total of 11 interviewed companies, weight score is 20 as shown in the table, implemented “seniority” to hold the personnel. “Timely Submission of Salary” and “Having a Good Relationship and Communication within the Company” are other important implementation and factor for retain the personnel.

Table 8: “Analysis of the Implementation for Retain the Personnel Who Have Worked at the Company for a Long Time” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
Seniority	20	11
Timely Submission of Salary	17	7
Having a Good Relationship and Communication within the Company	7	3

The data obtained for the implementations related to the personnel that have received a higher qualification in license is shown in Table 9. A total of 6 interviewed companies, weight score is 14 as shown in the table, remarked that the trusted personnel could be directly gone a broad if the matrix value gave a permission. “Positive Report from At Least 1 Captain” and “Working at Lower Qualification at Least 12 Months” are other prominent promotion procedures according to companies with the score of 14 and 12, respectively.

Table 9: “Analysis of the Promotion Procedures Related to the Personnel That Have Received a Higher Qualification in License” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
The Trusted Personnel Could Be Directly Gone a Broad if the Matrix Value Gave a Permission	14	6
Positive Report from at Least 1 Captain	14	6
Working at Lower Qualification at Least 12 Months	12	4

The data obtained for whether companies are using TOTS (Tanker Officers Training Standards)* as a training standards and what kind of training that they are applying to the crew are show in Table 10. All of the interview companies, weight score is 24 as shown in the table, remarked that TOTS was not applied as a training standard. On the other hand, a total of 7 companies stated that the TOTS would be applied in soonest time and a total of 5 companies also stated that the training system similar to TOTS is available within organization.

Table 10: “Analysis of the TOTS Practices and the Training to Be Applied to Crew” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
TOTS Not to Be Applied	24	12
To Be Applied in Soonest Time	14	7
The Training System Similar to TOTS is Available	10	5

*TOTS is intended to provide the tanker industry with a standard that ensures tanker officer competence through onboard and shore training, evaluating “time in rank” and “time with company” and also easing the problems and difficulties that tanker owners are encountering with the different “officer matrix” requirements of certain charterers. INTERTANKO, 2013.

Table 11 shows the weight scores related to MOCs' demands on crew training and the impact of these demands while determining the company training standard. A total of 7 interviewed companies, weight score is 20 as shown in the table, remarked that they created the crew training standard which should include cargo handling and ship handling training at the request of MOC.

Table 11: “Analysis of the Effects of Expectations and Demands of MOC in Determining the Company Training Standard” Summary of the Analysis

Concepts	Weight Score	Number of Companies Using the Expression
In Accordance with Demand of MOC	20	7
Cargo handling	8	8
Ship handling	6	6

5. CONCLUSION

Firstly, profile of the company within scope of the study was analyzed. In this context, a total of 143 tanker ship is under management of the companies subject to investigation. The total numbers of seafarers who work in these companies have been identified as 8595 together with off.

MOC; is one of the main actors of the oil and chemical industry which are developing enforcement and implementation on tanker management companies which transport their cargoes. In this respect, it is revealed that MOC have an impact on the process of personnel selection and human resources activities of tanker management companies. In this respect, the most of the interviewed companies create the crew training standards and the process of personnel selection and human resources activities at the request of MOC. In terms of contract duration there is no effect of MOC on. But, MOC have a direct effect on the determination and implementation of human resource selection criteria. “Tanker experience” identified as the most important criteria for the tanker operating ship management companies. Hence, it is understood that the employment of the personnel without tanker experience has low probability. “Vetting Inspection” performance values are

also considered as a personnel selection criteria. Working hours in rank are taken in the account for new personnel to be employed. It shows that experience in rank is important for companies in terms of compliance to matrix. TOTS is not applied as a training standard by the whole companies that interviewed. “Seniority” is implemented by the companies to hold experienced crew within the organization. The most of the interviewed companies are subject to difficulties in terms of matrix and the most of the interviewed companies don’t run foreign personnel. Besides all these, other effects of MOC are summarized as follows:

- Having an effect on the company promotion procedures.
- Having an effect on handover procedures.
- Having an effect on the number of personnel required to be on board.
- Requesting an extra officer and seaman according to type of operation, voyage zone and characteristic feature of cargo to be transported.
- Impact on the availability of personnel from different nationalities.
- Impact on company internal and external training.

Recommendations for further research are listed below:

- The scope of research can be expanded by including more number of tanker management companies.
- Officers and seamen may also be included in the study in addition to company managers.
- Foreign tanker management companies may be included in the sample.
- The results obtained using different research methods can be compared with the results of this study.

REFERENCES

Acar, A.C., & Kaynak, T. (2002). *İnsan Kaynakları Temin ve Seçimi*. İstanbul: Dönence Publication.

Alemdağ, Ö. (2008). An approach to meet tanker training requirements. In: *Proceedings of International Maritime Lecturers Association 16th Conference*, 14-17 October, 2008, İzmir/Turkey, pp. 25-34.

Andersen, A. (2000). Personnel recruitment and selection methods. *Human Resource Journal*, 9, 7-12.

Arslan, Ö. (2006). *Türk gemi adamları için insan kaynakları yönetimi*, Degree of Master Thesis, Turkey: İstanbul Technical University, Graduate School of Science Engineering and Technology, İstanbul.

Ashby, F. C., & Pell, A. R. (2002). Embracing excellence. *Executive Book Summaries*, 24 (4), 1-8.

Bingöl, D. (2010). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Beta Publication.

Blanc, J.R. (2003). *Naval officer selection in Canada: An evaluation of the maritime officer selection test*, Degree of Master Thesis, Saint Mary's University, Canada.

Djabatey, E. N. (2012). *Recruitment and selection practices of organizations, A case study of Hfc Bank (Gh) Ltd.*, Degree of Master Thesis, Kwame Nkrumah University of Science and Technology, Ghana

Erdoğan, E. (2013). *İnsan kaynakları yönetiminde personel seçimi ve psikoteknik testlerin önemi*, Degree of Master Thesis, Atılım University, Graduate School of Social Science, Ankara.

Geylan, R. (1992). *Personel Yönetimi*. Eskişehir: Met Publication.

Gusdorf, M. L. (2009). *Recruitment and Selection: Hiring the Right Person*. USA: Society for Human Resource Management Academic Initiatives.

Hall, A. (2012). *The 7 C's: How to Find and Hire Great Employees*. Accessed: 24.12.2014, <http://www.forbes.com/sites/alanhall/2012/06/19/the-7-cs-how-to-find-and-hire-great-employees/>

Hanhan, U. (2006). *Uluslararası denizcilikte donatan işletmelerinin personel seçim ölçütleri: İzmir Bölgesi analizi*, Degree of Master Thesis, Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Science, İzmir.

Harbili, R. (2009). *İnsan kaynakları yönetiminde personel seçim süreci ve elektronik sektöründe bir örnek olay çalışması*. Degree of Master Thesis, Celal Bayar University, Graduate School of Social Science, Manisa.

Hinrich, J.U.S., Hollnagel, E., Baldauf, M. Hofmann S. & Kataria, A. (2013). Maritime human factors and IMO policy. *Maritime Policy & Management*. 40(3), 243-260.

INTERTANKO (International Association of Independent Tanker Owners). (2013). *TOTS (Tanker Officer Training Standards)*. Accessed: 18.05.2013 http://www.marlins.co.uk/downloads/tots/tots_faq.pdf.

İbicioğlu, H. & Ünal, Ö. F. (2014). Analitik hiyerarşi prosesi ile yetkinlik bazlı insan kaynakları yöneticisi seçimi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 28(4), 55-78.

İstemi, J. (2006). *Personel seçiminde analitik hiyerarşi metodunun kullanılması*, Degree of Master Thesis, İstanbul Technical University, Graduate School of Science Engineering and Technology, İstanbul.

İTO (İstanbul Chamber of Commerce). (2004). *The Profile of Maritime Transport Industry*. Accessed: 11.03.2013, <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-26.pdf>.

Karasar, N. (2005). *Scientific Research Method*. Ankara: Nobel Publication.

Karatepe, Ö. (2012). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: TOBB.

Kenan, K. (1996). *Yöneticinin Kılavuzu: İnsan Seçme*. İstanbul: Remzi Publicshing House.

Maloney, T. R. (2001). *Employee Recruitment and Selection: How to Hire the Right People*. USA: Cornell University.

Mondy, R.W., & Noe, R.M., Premeaux, S.R. (2002). *Human Resource Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Mtsweni, J. (2008). *The role of educators in the management of school discipline in the Nkangala Region of Mpumalanga*, Degree of Master Thesis. University of South Africa.

Nas, S. (2006). *Gemi operasyonlarının yönetiminde kaptanın bireysel karar verme süreci analizi ve bütünlük bir model uygulaması*, Degree of PhD Thesis, Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Science, Izmir.

Özdoğan, E. (2005). *İşe alma ve yerleştirmede dış kaynak kullanımının çözümlenmesi: Danışmanlık firmaları üzerine bir araştırma*, Degree of Master Thesis, Dokuz Eylül University, Graduate School of Social Sciences, Izmir.

Özev, M. H. (2010). *Petrol sermayesi ve uluslararası ilişkiler: 1973 sonrası körfez ülkeleri örneği*. Degree of PhD Thesis, Marmara University, Institute Research of Middle East and Islamic Countries, İstanbul.

Rowbotham, M. (2014). *Introduction to Marine Cargo Management*. New York: CRC Press.

Sakar, C. (2013). *Kimyasal Tankerlerde Operasyonel Etkinlik*. İstanbul: Beta Press.

Sözen, U. (1973). *Yönetici Değerlemesinde Personel Seçiminin Bir Faktör Olarak Kullanılması*, Ankara: Ankara Economic and Commercial Sciences Academy Press.

Stewart, C.J. and Cash, W.B. (1985). *Interviewing: Principles and Practices (4th edition)*. Dubuque, Iowa: W.C. Brown Publishers.

Theotokas I. and Progoulaki M. (2007). Cultural diversity, manning strategies and management practices in Greek shipping. *Maritime Policy & Management*. 34(4), 383- 403.

Yayın Geliş Tarihi: 03.07.2015
Yayına Kabul Tarihi: 17.09.2015
Online Yayın Tarihi : 24.12.2015
DOI: 10.18613/deudfd.68524

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:7 Sayı:2 Yıl:2015 Sayfa:172-201
ISSN:1309-4246

DENİZYOLU TAŞIMACILIĞINDA FİNANSAL RİSKLER VE RİSKTEN KORUNMA*

Sercan EROL¹
Adem DURSUN²

ÖZET

Küreselleşme olgusuyla uluslararası iş olanakları artan denizyolu taşımacılığı sektörü, daha karlı bir yapıya doğru kaymakta iken küresel ekonomik sistemde yaşanan gelişmeler, ekonomik riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu riskler iyi yönetilemez ve kontrol altına alınamazsa denizyolu taşımacılığı işletmelerinin sürekliliği açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecek etkilere sahiptirler. Bu çalışmada, denizyolu taşımacılığına özgü finansal riskler tanımlanmış ve bu risklerden korunmak için finansal türev ürünlerin kullanımı örnek vaka çözümü ile anlatılmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak düzensiz hat denizyolu taşımacılığı açısından en uygun türev araçların vadeli işlem ve alım opsiyon sözleşmeleri olduğu söylenebilir.

***Anahtar Kelimeler:** Denizyolu taşımacılığı, denizcilik finansı, finansal türev ürünler, riskten korunma, yakıt fiyatı riski.*

FINANCIAL RISKS AND HEDGING IN MARITIME TRANSPORTATION

ABSTRACT

International maritime transportation sector has increased its occupational opportunities and has shifted towards a more profitable structure thanks to the phenomenon of globalization. However, the sudden changes and developments of the global economic system also brings unprecedented economic risks out. If those risks cannot be managed and controlled properly, they may pose various threats for the sustainability of the maritime management

* Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Doktora tezi olarak kabul edilen “Denizyolu Taşıma Maliyetlerinin Finansmanında Türev Ürünlerin Kullanımına Yönelik Bir Uygulama” isimli çalışmadan esinlenerek hazırlanmıştır.

¹ Okt. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sürmene Deniz Bilimleri Fakültesi, sercerol@ktu.edu.tr.

² Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ademdursun@atauni.edu.tr.

companies. In this paper, we aimed to define the financial risks which are specific for the maritime transport and tried to explain hedging against those risks by using financial derivative products with a case study. In conclusion, it is possible to state that in tramp maritime sector the most feasible derivative products are call options and forward deliveries due to their feature of adaptability to the management's self-conditions.

Keywords: *Maritime transportation, maritime finance, derivatives products, hedging, bunker price risk.*

1. GİRİŞ

1980 sonrası süreçte yaşanan küreselleşme olgusu, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle birlikte birçok alanda olduğu gibi dünya ticaretini de etkilemiştir (Erol, 2009). Artan dünya ticaretine paralel olarak da taşımacılık artmıştır. Günümüzde ise taşımacılık faaliyetleri kara, hava ve deniz alanlarında olmak üzere 5 farklı temel türe ayrılmıştır. Bunlar havayolu, karayolu, demiryolu, denizyolu ve boru hattı taşımacılığıdır.

Sıralanan bu alternatiflere rağmen dünya ticaretinin % 90'ından fazlası denizler üzerinde gerçekleşmektedir (URL-1). Hal böyle olunca da dünya ekonomisinde yaşanabilecek olumsuzluklar, küreselleşmenin temel taşlarından biri olan denizyolu taşımacılığını ciddi bir şekilde etkileyebilmektedir. Ayrıca, navlun oranlarındaki döngüsellik, değişken gemi fiyatları, sektörün kendine özgü finansman yapısı, gemilerin uluslararası düzeyde mobil olmaları ve buna bağlı oluşabilen güvensizlik ortamı gibi nedenlerle, denizyolu taşımacılığı makroekonomik parametrelere karşı oldukça hassastır (Hoffmann, 2010: 121; Erol, 2013: 79). Diğer bir deyişle, ifade edilen göstergelerin pozitif yönlü olması denizyolu taşımacılığı için olumlu sonuçlar doğurmakta iken; küresel çapta yaşanan ekonomik ve mali krizler, durgunluk ya da daralmalar dünya ticaretinin % 90'ından fazlasının gerçekleştiği bu taşımacılık türünü olumsuz bir şekilde etkilemektedir (DTGM: 2012: 11; Erol, 2013: 79).

Bu durum denizyolu taşımacılığını, ekonomik ve finansal açıdan dünyanın en riskli sektörlerinden biri konumuna sokmaktadır (Kavussanos ve Visvikis: 2006: 29-30; Köseoğlu, 2010: 44). Eğer bu riskler, iyi yönetilemez ve kontrol altına alınamazsa denizyolu taşımacılığı işletmelerinin sürekliliği açısından olumsuz sonuçlar doğurabilecek etkilere sahiptir. Aksi takdirde risklerin yoğun yaşandığı sektörde, ilgili firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri mümkün olamayabilir (Masry vd., 2010: 453). İşletme riski olarak da adlandırılan

bu tür riskler, tüm işletmelerin karşılaşılabileceği, genellikle finansal yapının yetersizliğinden, yönetim eksikliklerinden, maliyetlerin yüksekliğinden, işletmenin bulunduğu ülkenin ekonomik ve politik durumunun belirsizliğinden kaynaklanabilmektedir (Erdoğan ve Madak, 2004: 213).

Bu kapsamda denizyolu taşımacılığı sektörü için finansman¹ ve finansmana dayalı risk yönetimi üzerinde titizlikle durulması gereken bir konudur. Çünkü sektörün finansal açıdan mevcut yapısı sektör paydaşları için sürdürülebilirlik açısından tehdit oluşturmakta, bu durumda risk yönetimini zorunlu kılmaktadır. Yani denizyolu taşıma işletmeleri küresel piyasalara uyum sağlayabilmek ve büyüme yönlü hedeflerini tutturabilmek ve de sektöre özgü krizlerin potansiyel yıkıcı etkilerini en aza indirebilmek için, risk yönetim politika ve stratejileri geliştirmelidirler.

Bu yönüyle risk yönetimi; *“bazı finansal olayların firma aleyhine doğuracağı zararlardan ve risklerden firmayı korumak için alınması gereken finansal tedbirler, kararlardır”* (Okka, 2009: 534). İyi bir risk yönetimi; esnek nakit akış planı, varlık ile yükümlülükler arasındaki uygun vade dengesi ve etkin portföy anlayışı uygulamak suretiyle gerçekleştirilebilir (Erdoğan ve Madak, 2004: 214). Böylece, gemi kiralama ve bütçe planlama gibi konularda daha etkin ve verimli bir değerlendirme yapılabilir (Kavussanos ve Visvikis, 2004: 2047). Ayrıca risk yönetimi ile riskleri belirlemek, ölçmek, analiz ve sonuçları yönetmek amaçlanmaktadır (Ghiorghe ve Maria, 2012: 25). Risk yönetiminde anılan amacı gerçekleştirebilmek için belli başlı süreçlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. İfade edilen süreçler sırasıyla risklerin tanımlanması ve analizi, olası tedbirlerin alınması, raporlama ve riskten korunmak (hedging) için uygun tekniklerin belirlenmesi olarak sıralanabilir (Total Asset Management [TAM], 2004: 9).

Öte yandan denizyolu taşımacılığında faaliyetler, düzenli hat (layner) ve düzensiz hat (tramp) denizyolu taşımacılığı olmak üzere iki biçimde gerçekleştirilmektedir. Düzenli hat denizyolu taşımacılığı, belirli ticari hatlarda, sabit limanlar arasında önceden açıklanmış ve yayınlanmış bir sefer tarifesine göre yapılan taşıma hizmetidir (Trivedi, 2010: 6). Diğer bir deyişle iki sabit liman arasında sürekli sefer yapacak olan gemilerin hızı, hareket ve varış zamanları önceden belirlenerek taşıma işlemi gerçekleştirilmektedir (Wang ve Meng, 2012: 701). Düzensiz hat deniz yolu taşımacılığı ise farklı limanlar arasında, gemilerin kendi hızlarını kendilerinin belirleyebildikleri, önceden açıklanmış ve yayınlanmış bir sefer tarifesinin olmadığı taşıma hizmetidir (Trivedi,

2010: 6). Dünya deniz ticaretinin % 75'ini oluşturan bu taşıma türünde, deniz taşıma şirketleri gemilerini düzgün ve periyodik rotalarda sefer yaptırmamaktadırlar (Spring, 2000:1). Dolayısıyla düzenli hat denizyolu taşımacılığında, düzen ve istikrar ön planda iken düzensiz hat denizyolu taşımacılığında standart bir yapı mevcut değildir.

Yukarıda yer alan açıklamalar ışığında bu çalışmada denizyolu taşımacılığına özgü finansal riskler tanımlanmış ve bu risklerden korunmak için finansal türev ürünlerin kullanımı örnek vaka çözümü ile anlatılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçları denizcilik firmalarına, sektöre kredi sağlayan finansörlere, konuyla ilgili bilimsel çalışma yapan araştırmacılara ve sektörün diğer paydaşlarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu itibarla çalışma da ilk olarak konuyla ilgili literatüre değinilmiş, akabinde ise denizyolu taşımacılığında finansal riskler ve finansal risklerden korunma teknikleri konuları üzerine durulmuştur. Son aşamada ise düzensiz hat denizyolu taşımacılığına ilişkin örnek vaka yardımı ile finansal korunma mekanizmasının işleyişi anlatılmaya çalışılmıştır. Düzensiz hat denizyolu taşımacılığı, sektörün % 75'ini oluşturduğu için uygulama bu sektörün koşullarına göre kurgulanmıştır.

2. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Literatürde denizcilik finansmana dayalı yapılan çalışmalar; denizcilik sektörün finansman yapısı, finansmana dayalı risklerin kaynakları ve riskten korunma teknikleri başlıkları altında toplanabilir. Bu kapsamda aşağıda denizcilik finansmanı ve çalışmada ele alınan konuyla ilgili bazı ulusal ve uluslararası çalışmalara değinilmiştir.

Erdoğan (1999: 174) yapmış olduğu çalışmada denizcilik finansmanının tarihi sürecini özetlemiş ve sektörün finansmana dayalı tarihinin denizciliğin başlangıcına dayanmakla birlikte 1929 büyük buhran etkisiyle önemli değişimlerin yaşandığını belirtmiştir. Ayrıca Erdoğan (1999: 174) sektörde kayda değer ilk finansal yöntemin 1950'li ve 1960'lı yıllarda ağırlıklı olarak kullanılan kiraya dayalı finansman tekniği olduğu, bunu 1980'lerin varlığa dayalı finansman biçimleri, gemi fonları, Kommendit Gesellschaft (K/G) ve Kommendit Selskap (K/S) şirketleri izlediğini belirtmiştir. Orfanidis (2004: 6-9) ve Stopford (2009: 316) yapmış oldukları çalışmalarda da 1990'lı yıllarda denizcilik şirketlerinin, halka arz ile kurumsal borç veren yapılara yönelmiş olduklarını söylemişlerdir.

Konuyla ilgili yapılan diğer çalışmalarda ise günümüz denizyolu taşımacılığı sektöründe dikkat çeken finansman yöntem ve araçları olarak; yeni nesil banka kredileri (ipoteğe dayalı krediler, kurumsal krediler, tersane kredileri, ara finansman ve özel plasman), eurodolar piyasalarına yönelim, finansal kiralama (leasing), farklı dövizlere dayalı opsiyon sözleşmeleri, faize dayalı vadeli kontratlar, navlun üzerine yazılan vadeli sözleşmeler (forward freight agreements-FFAs), sendikasyon kredileri, junk tahviller, özel fonlar (öz kaynaklar, özel yatırımlar), menkul kıymetlendirme ve halka açılmalar (Initial Public Offerings-IPO) gibi alternatifler sıralanmıştır (Erdoğan, 1999: 174; Syriopoulos, 2007:171; Stopford, 2009: 283; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 363).

Mevcut finansal araçların çeşitliliğine rağmen denizcilik sektörü faaliyetlerin finansmanına yönelik yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak banka kredileri kullanıldığı sonucuna varılmıştır (Erdoğan, 1999: 174; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 363; Stopford, 2009: 316; Dursun ve Erol, 2012: 380). Bunun yanında Erdoğan ve Madak (2004: 348) ile Syriopoulos (2007:181) denizcilik finansmanında sermaye piyasası araçlarından yararlanabilen firma sayısı oldukça sınırlı olduğunu belirterek konuyu başka bir bakış açısıyla ele almışlardır.

Masry vd. (2010: 454), Dursun ve Erol (2012:380) ve Hill ve Stone (1980: 600-601) yapmış oldukları çalışmalarda denizyolu taşımacılığı sektörü, ağırlıklı olarak borç sermaye ile finanse edilmekte olup, varlıkların finansmanında borç sermayenin oranı, öz sermayenin üzerine çıktığını ve dolayısıyla sektörün borç verenlerin baskısı altında olduğu ve finansal kaldıracın² yüksek olduğu ifade etmişlerdir.

Syriopoulos, (2007:172) ve Gong vd. (2013:1) çalışmalarında geçmişten günümüze şiddetli ekonomik ve finansal dalgalanmalara dayalı yaşanan riskler, sektör katılımcıları tarafından tecrübe edildikten sonra, sektör katılımcılarının operasyonel esneklik ve yönetsel verimlilikteki finansal akıcılığa önem vermeleri ve giderek hızlıca değişen ortam koşullarına ayak uydurabilmek için riskten korunma mekanizmaları geliştirmek durumunda kaldıklarını ortaya koymuşlardır. Bu kapsamda denizyolu taşımacılığında risklere karşı uygun finansal türev ürünlerin neler olabileceğini ortaya koyan sınırlı düzeyde çalışma yapılmıştır. Gilleshammer ve Hansen (2010) yapmış oldukları çalışmada riskten korunma etkinliğinin dökme yük sözleşmeler için % 38,5 ile % 76,1 arasında, tanker sözleşmeler için % 42,6 ile % 45,9 arasında ve gemi yakıtı sözleşmeleri için ise % 74,3 ile % 91,3 arasında değiştiğini ortaya koymuşlardır. Ayrıca Erdoğan ve Madak (2004) çalışmalarında sektöre

özgü finansal yapı şartlarında uygun finansal risk yönetimi önerisi getirilmektedir. Kavussanos ve Visvikis (2000) navlun piyasalarında riskten korunma üzerine ele almış oldukları çalışmada spot ve vadeli piyasalar arasındaki Baltık Navlun Endeksi Gelecek Sözleşmelerinin (BIFFEX) riskten korunma özelliklerini incelemiştir. Alizadeh vd. (2004) “Petrol Vadeli Sözleşmelerini Kullanarak Dökme Yük Fiyat Dalgalanmalarından Finansal Olarak Korunmak” adlı çalışmalarında diğer piyasalarla kıyaslandığında gemi yakıtı piyasasında riskten korunma etkinliğinin düşük olduğu sonucuna varmışlardır.

Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran fark ise denizcilik sektörüne özgü örnek vaka çözümü ile finansal korunma mekanizmasının işleyişini ortaya koymasıdır.

3. DENİZYOLU TAŞIMACILIĞINDA FİNANSAL RİSKLER

Risk, anlam bakımından iki şekilde kullanılmaktadır. Bunlardan ilki belirsizlik, ikincisi ise tehlike ya da tehdittir (Erol, 2009: 34). Riskin, finansın konusunu teşkil eden anlamı ise “*belirsizlik*” anlamıdır. Diğer bir ifade ile şirketin beklenen net nakit akışları üzerinde olumsuz etkisi olabilecek herhangi bir faktör, finansın konusu dâhilideki risk olarak tanımlanır (Ghiorghe ve Maria, 2012: 25). İşletme riski olarak da ifade edilen bu riskler; piyasa (faaliyet ya da iş) riskleri ile finansal riskler olarak iki başlık altında toplanabilir (Wipperf, 1966: 617; Hill ve Stone, 1980: 600).

3.1. Piyasa Riski

Piyasa riski, firmanın finansman işlemleri dışında kalan ve gelir akışından kaynaklanan belirsizliklerin tümü olarak ifade edilmektedir. Bu kategoride firmanın rekabetçi konumunu, ürünlerine olan talep ve maliyet yapısı gibi hususlar belirleyicileri olacaktır (Wipperf, 1966: 617). Denizyolu taşımacılığı için söz konusu bu riskler; navlun oranları, yakıt fiyatı, faaliyet giderleri, gemi değeri ve kredi riskleridir (Kavussanos ve Visvikis, 2006: 26; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 1; Hull, 2012: 521).

Piyasa riskinin bir ögesi olan *navlun riski*, navlun fiyatlarında yaşanan dalgalanma sonucu, firmanın kazanç ve maliyetlerini etkileyen belirsizlikler olarak ifade edilebilir. Ayrıca *gemi değer riski*, geminin ikinci el fiyatlarındaki dalgalanmalardan ortaya çıkar. Gemi fiyatlarında yaşanan dalgalanmalar gemi sahipleri açısından önemli bir risktir. Çünkü gemi finansmanında borç yükümlülüklerini yerine getirebilmesi açısından teminat olarak kullanılır. Gemi değerinin piyasada düşmesi, teminatı ve

krediyi etkileyebilir. Bu nedenle taraflar borç verme ve yatırım kararlarında gemi fiyatlarındaki dalgalanmaları izleme eğilimindedirler (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 4).

Bunun yanında yakıt fiyatlarında yaşanan hareketlilik ve buna bağlı olarak ortaya çıkan belirsizlik ise **yakıt riski** olarak ifade edilebilir. Yakıt fiyatlarındaki dalgalanma turizmden, ülkenin refah seviyesinden, altın fiyatlarından, döviz kurlarından, arz-talep dengesinden ve petrol fiyatlarından kaynaklanabilir (SFAR, 2012: 22).

Öte yandan diğer bir piyasa riski olan **kredi riski**; borçlu tarafın finansal sıkıntıya düşmesinden dolayı borç, anapara ve faiz ödemeleri gibi sözleşmeden doğan yükümlüklerini yerine getirememesi ve buna bağlı olarak alacaklı tarafın maruz kalabileceği kayıp olasılığı olarak ifade edilmektedir (Orfanidis, 2004: 20; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 137; Köseoğlu, 2010: 77). Aynı zamanda kredi riski, ihtiyaç duyulduğu anda istenilen miktardaki krediyi bulamama şeklinde de tanımlanabilir (Banks, 2004: 6-7).

Öte yandan piyasa riskinin yapısı faaliyet kaldırıcı³ ile açıklanabilir (Kavussanos ve Visvikis, 2006: 339). Sektöre özgü kaldırıcın yüksek çıkması sermaye yoğun yapısından kaynaklanmakta ve bu durum riskleri tetiklemektedir (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 363). Dolayısıyla piyasa riski, özellikle faaliyet sonuçları ve operasyon kazançlarındaki belirsizliklerle ilişkili olacaktır. Ayrıca faaliyetlerin borç ile finansmanı da piyasa riskini olumsuz etkileyip genellikle artmasına sebep olmaktadır (Hill ve Stone, 1980: 600-601).

3.2. Finansal Riskler

Finansal risk, firmanın finansman kaynaklı sabit ödemeleri dâhil, sermaye yapısındaki belirsizliklerin tümü olarak ifade edilmektedir (Wippen, 1966: 617). Ayrıca bu risk, finansal politikalarındaki belirsizlikler, özellikle borç-özsermaye yapısı ve borç ile ilgili sabit faizli ödemelerdeki belirsizliklerden kaynaklanmaktadır (Hill ve Stone, 1980: 600-601). Denizyolu taşımacılığı için söz konusu finansal riskler; kur riski ve faiz oranı riskleridir (Masry vd. 2010: 454).

Kur riski; kura bağlı olarak nakit akımlarındaki belirsizlik olarak ifade edilebilir (Kavussanos ve Visvikis, 2006: 322). Kur riskinin ortaya çıkışı 1973 yılında Bretton Woods sisteminin yıkılıp, dalgalı kura geçilmesiyle başlamıştır. Böylece ülke paraları serbestçe fiyatlanmaya başlamış, çapraz kurlar oluşmuştur (Winters, 2007, 461). **Faiz oranı riski**

ise, faiz oranlarındaki değişimler nedeniyle ilgili tarafın maruz kalabileceği zararlardır (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 4). Denizyolu taşımacılığı finansmanında kullanılan krediler, değişken faizli kredilerdir. Dolayısıyla faiz oranlarındaki beklenmeyen değişiklikler şirketin varlık ve yükümlülükleri üzerinde olumsuz etki edebilir ve ciddi likidite sorunlara yol açabilir (Ghiorghe ve Maria, 2012: 25). Şöyle ki, faiz oranlarındaki beklenmeyen değişiklikler işletmeye ek borç yükümlüğü çıkarmakta bu da işletmenin planlanan nakit akışında değişikliğe sebep olmaktadır.

Konu denizcilik sektörü açısından ele alındığında anılan sektörde tercih edilen para birimleri ağırlıklı olarak ABD Doları, Euro, İsviçre Frankı ve Yen'dir (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 398). Dolayısıyla sözkonsu para birimlerini kullanmayan ülkeler yabancı para üzerinden gerçekleştirmiş olduğu ticari ve finansal faaliyetlerine karşılık yerel ödemelerini kendi para birimi üzerinden gerçekleştirmek durumundadır. Hal böyle olunca da bu durumdaki ülkelerde faaliyet gösteren denizcilik işletmeleri yoğun olarak kur ve faiz risklerine maruz kalabilmektedir.

Yukarıda açıklaması yapılan işletme risklerinin yanında ülke riski, politik risk ve fiziksel risk kavramları da denizyolu taşımacılığı açısından önem arz eden sistematik risklerdir⁴ (Drewry, 2006: 6; Homan, 2007: 69). Ayrıca ifade edilen bu risk gruplarında sınırlar çok kesin olmayıp bazı riskler birkaç sınıfa da girebilmektedir.

3.3. Finansal Risklerden Korunma Teknikleri

Tarih boyunca gerek işletmeler gerekse finansal kurumlar, finansal sistem içerisinde geleceğe yönelik kararlarını güçleştiren temel olgulara karşı (oyunluk ve belirsizlik) oluşan riskleri, yönetme gereksinimi duymuşlar ve bu kapsamda koruma teknikleri geliştirmişlerdir. Bu tekniklere, sağlam mali yapı, öz sermaye ile finansman, sabit faizli finansman tercihi örnek olarak sunulabilir. Ancak günümüzde risklere karşı korunma tekniği olarak uygulanan en belirgin yöntem "hedging" yöntemidir (Masry vd., 2010: 454).

Riskten korunma olarak da kullanılan hedging, finansal bir terim olup, bir piyasada algılanan riski, başka bir piyasada tersi yönde eşit ve ölçülü bir risk olarak gidermeye çalışmak olarak ifade edilebilir (Korkmaz vd., 2009: 77). Hedging yapmanın temel mekanizması; gelecekte oluşması beklenen bir fiyatın bugünden saptanarak gelecekteki nakit giriş-çıkışlarının şimdiden garanti altına alınması esasına dayanmaktadır. Başka bir ifadeyle, gelecekteki nakit akımlarının

bugünden belirlenen fiyatlarla sabitlenerek belirsizliğin elimine edilmesi, hedging mekanizmasının özünü oluşturmaktadır (Çonkar ve Ata, 2002: 3).

Uluslararası piyasalarda mevcut risklere karşı kullanılabilen ve “hedging mekanizması” olarak adlandırılan sistemde birçok korunma tekniği bulunmaktadır (Froot vd., 1993: 1629). Bu tekniklerden en gelişmiş olanı türev piyasalardır⁵. Türev piyasalar, risklerin azaltılması veya daha düşük maliyetlerle mevcut risklere karşı pozisyon almaya olanak sağlayan ürünler (derivatives product) sunmaktadır (Kavussanos vd., 2004: 274). Risk yönetimi amacıyla kullanılan bu ürünler, mutlak bir koruma sağlamamakla beraber yanlış kullanılmaları ya da kötü yönetilmeleri durumunda riskten korumaktan ziyade daha çok riskin⁶ oluşmasına sebebiyet verebilir (Kayahan, 2006: 238). Burada amaç riski sıfıra indirmek değil, mevcut risklerle nasıl başa çıkılacağı, belirsizlik ve oynaklığı nasıl belirgin hale getirip maliyetlerin nasıl sabitlenebileceğidir. İfade edilen amacın gerçekleşmesi de iyi bir zamanlama ile mümkün kılınabilir (Goulielmos ve Psifia, 2006: 302). Aynı zamanda türev ürünler, denizyolu yük taşımacılığı sektörü gibi uluslararası arenada faaliyet gösteren firmalar için gerek kaynak planlanmasında gerekse uluslararası piyasalara entegrasyonda önemli işlevler üstlenmektedir.

Finansal türev ürünler, finansman yönteminden ziyade, risklere karşı korunma amacıyla geliştirilmiş tekniklerdir. bu ürünler; organize borsalarda (Exchangetraded) ve organize olmamış tezgah üstü piyasalarda (over-the-counter) işlem görmektedir. Bu kapsamda çalışmanın bu kısmında gerek organize gerekse organize olmayan borsalarda işlem gören temel finansal türev ürünler hakkında bilgi verilecektir.

3.3.1. Temel Finansal Türev Ürünler

Organize ya da organize olmayan tezgah üstü piyasalarda, risklere karşı pozisyon ayarlamak üzere geliştirilen temel türev ürünler⁷; forward, future, swap ve opsiyon sözleşmeleridir. Aşağıda söz konusu temel kabul edilen türev ürünlerin yapısı kısaca özetlenmeye çalışılmıştır.

Swap sözleşme; iki ya da daha fazla taraf arasında, anapara ve faiz gibi nakit akımlarını önceden belirlemiş oldukları şartlar çerçevesinde genellikle tezgah üstü piyasalarda karşılıklı olarak değiştirmesi işlemidir. Bu değişim işlemine, anapara, faiz, hem anapara hem de faiz konu olabilir. Vadeli işlem çeşidi olan swapta, amaç sabit faizle borçlanan bir

firmanın bunu değişken faizli bir borçla; değişken faizle borçlanan başka bir firmanın da bunu sabit faizli bir borçla değiştirebilmesidir. Böylece faiz oranları ve döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmalardan doğması muhtemel risklere karşı koruma sağlanabilmekte, farklı piyasalardan farklı şartlarda borçlanabilen ve kredibilitesi farklı olan firmaların kaynak maliyetlerini en aza indirme ihtiyaç ve arzuları karşılanabilmektedir. Ayrıca arbitraj yapmak suretiyle varlıklarının getiri oranını yükseltebilmektedir (Okka, 2009: 536-537; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 12).

Vadeli işlem (Forward) sözleşme; iki taraf arasında belirli bir miktardaki finansal varlığın⁸ vadeli bir işlemle, gelecekte belirli bir tarihte belirlenen bir fiyat üzerinden alımı ya da satımı işlemidir (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 9). Bu koruma tekniği, genellikle tarafların kendi özel ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmakta ve nadiren ikincil piyasada satılmaktadır (Ross vd., 2006: 464). Taraflar sözleşme kapsamında ileriki bir tarihte belirlenmiş bir finansal varlığı satın almayı ve satmayı şart altına almaktadırlar (Hull, 2012: 5). Sözleşmedeki şartlar sabitlemiş şartlar olup, vadesi geldiğinde sözleşmeye konu olan varlığın teslimi ve ödemesi ile taraflar ancak sorumluklarından kurtulabilirler. Aksi halde taraflar tazminat yükümlülüğü ile karşı karşıya kalırlar. Kar ya da zarar durumu vade sonunda ortaya çıkmakta olup işlem fiyatı (strike price ya da exercise price), vadedeki gerçek fiyattan düşükse sözleşmeyi elinde bulunduran taraf kar elde edecektir. Aksi halde zarar söz konusudur. Dolayısıyla sözleşmeye konu olan varlığı elinde bulunduranın kazancı (kayı), sözleşmeyi alanın kaybı(kazancı)dır (Okka, 2009: 542-544).

Gelecek (Future) sözleşmesi; fiyatı önceden belirlenen ve sözleşmeye konu olan finansal varlığın, gelecekte belirli bir tarihte satın alma veya satma hükmüne bağlayan diğer bir korunma tekniğidir (Hull, 2012: 7). Gelecek sözleşmeleri, organize olmuş borsalarda işlem gören standart sözleşmelerdir. Sözleşmelerin standart hale getirilmesi ve teminat sistemi, piyasaya spekülörlerin (yatırımcıların) de girmesine yol açmıştır. Geleceğe yönelik sözleşmelerinde değişken tek unsur sözleşmenin fiyatıdır, o da borsada alım satım anında belirlenmektedir (VOB, 2013). Aynı zamanda organize borsalarda işlem görmesi onu likiditesi yüksek bir araç haline getirmektedir. Organize olmuş borsada işlem gördüğü için kar ya da zarar durumu günlük hesaplanabilmektedir. Böylece firmalar geleceğe yönelik karlılık hesaplarını daha güvenli bir şekilde gerçekleştirme imkanına sahip olurlar. Bu sözleşmeyi yapmakta ki amaç; gelecekte ortaya çıkacak fiyat dalgalanmalarının neden olduğu belirsizliği ortadan kaldırmak ve finansal varlığın fiyatını belirli bir tarih

içerisinde sabitlemek suretiyle riskten korunmaktır. (Ross vd., 2006: 464; Okka, 2009: 560).

Yapı bakımından gelecek (Future) sözleşmeleri ile vadeli (Forward) işlem sözleşmeleri birbirine benzemekle beraber aralarında ciddi farklılıklar mevcuttur. Gelecek sözleşmeleri organize borsalarda işle görmekte, bu sayede taraflar birbirlerini tanımamakta, fiyatlar borsada oluşmakta, standart sözleşmeler olup vade tarihine kadar alınıp satılabilmektedir. Vadeli işlem sözleşmeleri ise tezgah üstü olarak tabir edilen organize olmamış borsalarda (over the counter), çift taraflı işlem temelinde her iki tarafın ihtiyaçlarına göre özel düzenlenen standart olmayan sözleşme yapısında gerçekleştirilmektedir (Okka, 2009: 560; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 11; Hull, 2012: 5-7).

Opsiyon sözleşmesi; bir malın, dövizin veya menkul değer, belirli bir tarihte veya belirli bir zaman süresi içerisinde, belirlenen bir prim karşılığında, önceden belirlenmiş sabit bir fiyattan (strike price ya da exercise price) opsiyon sahibine satın alma (call option) veya satma hakkı (put option) veren ve kullanılması zorunlu olmayan bir koruma tekniğidir. Bu sözleşmeye taraf olanlardan opsiyon hakkını elinde tutan kişi, ödemiş olduğu prim karşılığında elde etmiş olduğu hakkı kullanması durumunda, primi alan tarafın sözleşmenin kendine yüklemiş olduğu sorumluluğu yerine getirmek mecburiyetindedir. Burada opsiyonu alan tarafın kaybı ödemiş olduğu prim ile sınırlıdır. Bu özelliği ile opsiyon işlemleri diğer vadeli işlem ve gelecek sözleşmelerinden ayrılmaktadır. Dahası opsiyon satıcısının karı aldığı primle sınırlı iken zararı sınırsız olabilmektedir. Ayrıca, opsiyon sözleşmeleri hem organize borsalarda hem de tezgah üstü piyasalarda işlem görmektedir. Opsiyon sözleşmeleri Avrupa tipi ve Amerika tipi opsiyon sözleşmeleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Avrupa tipi opsiyonlar vade sonunda kullanılır iken, Amerikan tipi opsiyonlarda işlem vadeye kadar istenilen tarihte gerçekleştirilebilir (Okka, 2009: 542-544; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 217-218; Hull, 2012: 7-8).

Opsiyon sözleşmesinde opsiyonu alan taraf, bir prim ödemek durumunda olduğundan gelecek (future) ve vadeli işlem (forward) sözleşmelerinden farklı olarak işleme bir başlangıç maliyeti ile başlamaktadır. Ödemiş olduğu primle geleceğe dönük olarak maliyetlerini sabitleme özelliği ile satın alma opsiyonu firma için bir sigorta poliçesi niteliği taşımaktadır (Ross vd., 2006: 464). Dahası opsiyon sözleşmeleri diğer türev ürünlere kıyasla hem getiriden fazla kaybettirmeyen hem de riske karşı büyük ölçüde koruma sağlayan oldukça etkin bir finansal enstrümandır (Dowd, 2003, 128).

Ayrıca, türev ürünlerin değeri, sözleşmeye konu olan dayanak ürünlerin piyasa fiyatına bağlıdır (Hull, 2012: 1). Bu itibarla geleceğe dönük mali sözleşmeler (Future, forward) ile opsiyonun sözleşmelerinin değeri temel emtia olarak kabul edilen; altın, petrol, kömür ve hisse senedi gibi ürünlerin değerine bağlı iken faiz oranı ve döviz swaplarının değeri ise faiz oranında ve döviz kurlarındaki değişim seviyesi ile ölçülmektedir (Tsai vd., 2009: 8; Okka, 2009: 534).

3.3.2. Denizyolu Taşımacılığı Sektörüne Özgü Risklere Karşı Uygun Türev Ürünlerin Belirlenmesi

Risklerden korunmak ve bu riskleri kontrol etmek amaçlı kullanılan türev ürünleri tanımladıktan sonra ele alınması gereken diğer bir konu hangi tür risklere karşı hangi finansal türev ürünün kullanılmasının gerekliliğidir. Bu kapsamda Tablo 1’de denizyolu taşımacılığı sektörüne özgü risklere karşı hangi türev ürünlerin tercih edilebileceği görülmektedir.

Tablo 1. Denizyolu Taşımacılığına Özgü Riskler ve Bu Risklere Karşı Uygun Türev Ürünler

Riskler	Future	Forwad	Swap	Opsiyon
1. Navlun Riski				
1.1. Dökme yük	X			X
1.2. Tanker	X			X
2. Gemi değer riski				
2.1. Yeni gemi Fiyatı				
2.2. İkinci el		X		
2.3. Söküm		X		
3. Kur Riski	X	X	X	X
4. Faiz Oranı Riski	X	X	X	X
5. Yakıt Riski	X	X		X

Kaynak: Gilleshammer ve Hansen; 2010: 23

Tablo 1’de görüldüğü üzere navlun, yakıt ve gemi değerindeki dalgalanmalar ile kur ve faiz oranlarındaki değişim, denizyolu taşımacılığı açısından odaklanılması gereken risklerdir (Ghiorghe ve Maria, 2011: 25).

Burada navlun riskine karşı organize olmuş borsalarda gelecek (future) ya da organize olmamış borsalarda, opsiyon üzerine yapılacak sözleşmeler ile şimdiden gelecekte taşınacak yük miktarı ve navlun fiyatı

sabitlenebilir. Böylece, denizyolu taşıma işletmeleri navlun risklerine karşı koruma sağlarken, taşıtan ise maliyetlerini gelecekte yaşanabilecek dalgalanmalara ve belirsizliklere karşı belirgin hale getirebilir.

Kur riskine karşı korunmak üzere, aktif ve pasif döviz kalemleri arasında para birimi ve vade itibariyle denge sağlanması, parite risklerine karşı swap, forward, futures ve opsiyon sözleşmeleri kullanılabilir (Erdoğan ve Madak, 2004: 220). Ayrıca, ihracatı ve ithalatı farklı para birimlerinden gerçekleştiren firmalar kendi ihtiyaçlarına özgü olarak tezgah üstü piyasalarda vadeli işlem sözleşmesi kullanabilirler. Çünkü firmanın korunma ihtiyacı, gelecek sözleşmenin sunduğu standartlardan ve vade yapısından farklıysa, gelecek sözleşme yerine tezgah üstünde karşılıklı anlaşma ve müzakere usulüne göre gerçekleştirilen vadeli işlem sözleşmenin kullanılması önerilmektedir (Ross vd., 2006: 464). Böylece faaliyetini USD, yerel ödemelerini TL üzerinden gerçekleştiren bir firma TL'nin USD karşısında değer kazanması ihtimaline karşı, faaliyetlerinden kazanacağı USD'larını gelecekteki vadede bugünden satıp, Euro olarak maliyeti sabitleyebilir (Babalı, 2009: 85).

Faiz riskine karşı dört temel türev ürün kullanılabilmesine karşın uygulamada ağırlıklı olarak bu tür risklere karşı swap sözleşmeler tercih edilmektedir (Syriopoulos, 2007:174).

Yakıt fiyatları ile ilgili oluşması muhtemel riskleri kontrol edebilmek amacıyla da geleceğe dönük vadeli (Future ya da forward) ya da opsiyon sözleşmeleri kullanılabilir (Froot vd., 1993: 1629; Ross vd., 2006: 465; Gilleshammer ve Hansen; 2010: 31). Ancak yakıt, seferin gerçekleştirilebilmesi için mutlaka temin edilmesi gereken fiili bir ihtiyaçtır. Dolayısıyla seferin kendine özgü koşulları dikkate alındığında yakıt riskine karşı gelecek sözleşmesiyle mükemmel bir koruma mekanizması oluşturmak mümkün olmayabilir (Ross vd., 2006: 464). Çünkü vadeye yönelik sözleşmelerde taraflar kalite, miktar, fiyat, teslim yeri ve vadeyi aralarında kendi ihtiyaçlarına göre serbestçe belirlerken, gelecek sözleşmesi ile alım satım konu ürünün kalitesi, miktarı, vadesi, teslim yeri standart hale getirilmiştir (VOB, 2013). Bundan ötürü firmanın ilgili seferdeki fiili yakıt ihtiyacı gelecek sözleşmedeki standart sözleşme koşullarına ve vade yapısına uymayabilir. Bu nedenle gelecek (future) sözleşmesinden ziyade yakıt riskine karşı fiili ihtiyacı karşılamak koruma mekanizması olarak vadeli işlem (forward) sözleşmesinin kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Ancak, spekülasyon amaçlı olarak gelecek (future) sözleşmesi de tercih edilebilir.

Öte yandan, vadeli işlem sözleşmesinde vade geldiğinde sözleşmeye konu olan varlığın teslimi ve ödemesi ile tarafların sözleşme kapsamındaki sorumluluklarından kurtulabilmesi mümkündür. Ancak geminin o anda bulunduğu durum (servisten çekip çekmeme) veya konum (rota ya da liman...) dikkate alındığında denizyolu taşıma işletmesi, sözleşmede belirtilen vade geldiğinde sözleşmede teslim yeri belirtilen miktar, fiyat ve türdeki yakıtı alma hakkını kullanamayabilir. Bu açıdan özellikle düzensiz (tramp) olarak faaliyet gösteren denizyolu taşıma işletmesi yakıt riskine karşı getiriden fazla kaybettirmeyen ve kullanılması zorunlu olmayan alım opsiyonunu (call option) tercih edebilir.

Öte yandan piyasa risklerinden biri olan kredi riski, kredi türevleri ile de azaltılabilir (Banks, 2004: 7; Anson ve diğ., 2004: 1). Ancak, kredi türevlerinin bir temel gerçeği şudur ki; kredi riskini yok etmez. Sadece riski çevresel yönünü değiştirir (Junxun, 2008: 5). Bu nedenle taraflar herhangi bir sözleşme imzalamadan önce birbirleri hakkında bilgi sahibi olup, kredi analizi yapmalıdırlar. Ancak, kredi analizleri zaman alıcı işlemlerdir ve uzman bilgisi gerektirmektedir. Bu nedenle taraflar genel olarak kredinin temerrüt riskini tayin ederken borçlu konumda olan şirketin bilinirliğine ve kredi notlarına bakarlar. Kredi notu, şirketlere veya borç yatırım araçlarına, kredi derecelendirme kuruluşları tarafından verilen notlardır ve kredi temerrüt olasılığına bağlı olarak verilir (Köseoğlu, 2010: 77-78; Hull, 2012: 521).

Yukarıda yapılan açıklamalarda işletmenin nakit akımlarının bozulmasına bağlı olarak yaşanabilecek belirsizlikler sonucu ortaya çıkan risklere karşı hangi türev araç/araçlarla korunma sağlanacağı ifade edilmeye çalışılmıştır. Burada denizyolu taşıma işletmelerinin kurumsal yapısı, riskleri algılama seviyesi, faaliyet göstermiş olduğu taşıma biçimi ile bireysel hedeflerini ve tutumlarını yansıtan finansal türev ürünlere dayalı herhangi bir korunma stratejisi belirleyebilir.

Bu çalışmada ise düzensiz hat denizyolu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kendi koşullarına göre (zaman, yer, miktar) uyarlanabilme özelliği bakımından en uygun türev araçlar olan vadeli işlem ve alım opsiyon sözleşmelerine dayalı örnek uygulama yapılacaktır.

4. VADELİ İŞLEM VE ALIM OPSİYON SÖZLEŞMELERİNDE FİYATLANDIRMA

4.1. Vadeli İşlem Sözleşmelerinde Fiyatlandırma

Vadeli işlem fiyatının belirlenmesinde “Beklentiler Modeli” ve “Taşıma Maliyeti Modeli” olmak üzere iki farklı yöntem kullanılmaktadır. Beklentiler modelinde vadeli işlem fiyatı, sözleşmeye konu olan temel varlığın spot fiyatının, vade gününe kadar ne kadar ve hangi yönde değişeceğine ilişkin beklentilere bağlıdır. Taşıma maliyeti modelinde ise vadeli işlem fiyatı, sözleşmeye konu olan temel varlığın spot fiyatı ile sözleşme tarihinden vade tarihine kadarki taşıma maliyetine göre belirlenir (Alizadeh ve Nomikos, 2009: 18). Taşıma maliyeti modeline göre vadeli işlem fiyatının belirlenmesinde kullanılan hesaplama Formül 1'deki gibidir (Hull, 2012: 104).

$$F_{(0)} = S_0 e^{rT} \quad (1)$$

F_0 : Vadeli işlem (Forward) fiyatı

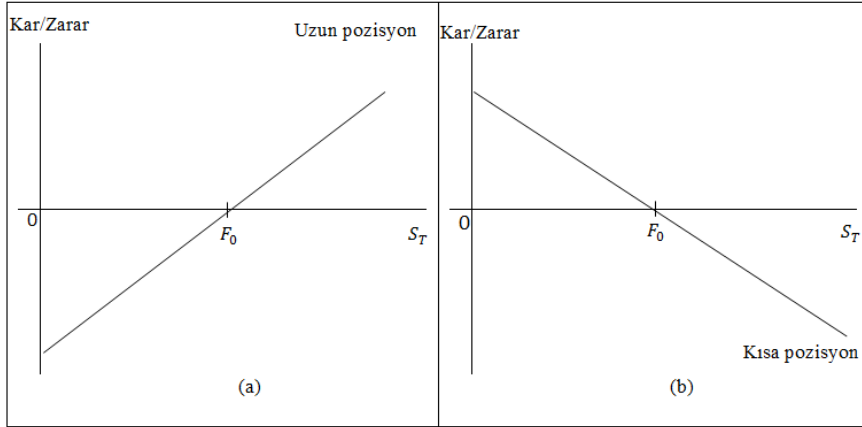
S_0 : Spot fiyat

e : 2,71828

r : Risksiz faiz oranı

T : Vade (yılık)

Vadeli işlem fiyatı taraflar arasında yukarıda belirtilen formül yardımı ile saptandıktan sonra bu fiyat sözleşme vadesi geldiğinde o andaki spot fiyat ile karşılaştırılır. Ortaya çıkan duruma göre bir taraf bu işlemde kazanç sağlamış iken diğer tarafta buna karşılık olarak zarar etmiştir. Şekil 2'de tarafların kar zarar durumu gösterilmiştir.



Şekil 2: Vadeli İşlem Sözleşmesinde Tarafların Kar/Zarar Durumu
Kaynak: Hull, 2012: 6

Şekil 2’de a grafiği uzun pozisyonu, b grafiği kısa pozisyonu ifade etmektedir. Burada uzun pozisyon, vadeli işlem sözleşmesine konu olan varlığı sözleşme vadesi geldiğinde alacak olan taraf; kısa pozisyon ise vadeli işlem sözleşmesine konu olan varlığı, vade geldiğinde satacak olan taraftır. Bu kapsamda sözleşme vadesi geldiğinde eğer $F_0 < S_T$ ise alıcı açısından kar, satıcı açısından zarar; eğer $F_0 > S_T$ ise alıcı açısından zarar, satıcı açısından kar söz konusudur. Ayrıca Şekil 2’de görüldüğü üzere vadeli işlem sözleşmesinde alıcı tarafın karı sınırsız, zararı $S_T - F_0$ iken, satıcı tarafın karı $F_0 - S_T$, zararı ise sınırsızdır.

4.2. Alım Opsiyon Sözleşmelerinde Fiyatlandırma

Alım Opsiyon sözleşmesinde fiyat⁹, tamamıyla taraflar arasında pazarlık usulüne göre belirlenmekte olup pazarlık gücü yüksek olan taraf sözleşme kapsamında avantaj sağlamaktadır.

Taraflar arasında belirlenen kullanım fiyatına göre alım opsiyon sözleşmeleri; asli değerli opsiyon (in the money option), başa baş opsiyon (at the money option) ve asli değersiz opsiyon (out of the money option) olarak da adlandırılmaktadır (Hull, 2012: 201). Asli değerli opsiyon; alım opsiyonu sözleşmesinin kullanım fiyatı, opsiyona konu olan dayanak varlık fiyatından düşük olması durumudur. Böylece opsiyon alıcısı opsiyonu kullanmak istediğinde, dayanak varlığı piyasa fiyatından daha düşük fiyata alma hakkına sahip olacaktır. Asli değersiz opsiyon ise alım opsiyonu sözleşmesinin kullanım fiyatının, opsiyona konu olan dayanak varlık fiyatından yüksek olması durumudur. Böyle bir durum

opsiyon alıcısına bir yarar sağlamayacağından bu opsiyonu kullanmanın herhangi bir akılcı yanı olmayacaktır. Bu da alıcının elindeki opsiyonu değersiz kılar. Ancak, opsiyonun vadesine kadar olan bir zamanda, opsiyon asli değersiz olsa bile, fiyatların aşırı yükselmesi nedeniyle opsiyonun bir kazancı olabilir. Ayrıca alım opsiyonu sözleşmesinin kullanım fiyatı, opsiyona konu olan dayanak varlık fiyatına eşitse, bu opsiyon başa baş opsiyonu olarak adlandırılmaktadır (VOB, 04.09.2013).

Öte yandan opsiyon sözleşmesinin fiyatı taraflar arasında pazarlık usulüne göre belirlenmiş olmasına rağmen daha öncede ifade edildiği gibi opsiyon sözleşmelerinde opsiyon alıcısı, sözleşme kapsamındaki hakkını kullanabilmesi için işleme, bir prim ödemekle başlar. Opsiyon alıcısı için bir maliyet unsuru olan bu prim aslında geleceğe dönük öngöründe bir sigorta işlevi görmektedir. Literatür ve uygulamada sözkonusu opsiyon primini hesaplamada Black & Scholes ve Binom modeli kullanılmaktadır. Fisher Black ve Myron Scholes tarafından geliştirilen ve günümüzde halihazırda geçerliliğini koruyan Black & Scholes modelinde opsiyon primi hesaplama formülü aşağıda Formül 2’de gösterildiği gibidir (Black ve Scholes; 1973: 644):

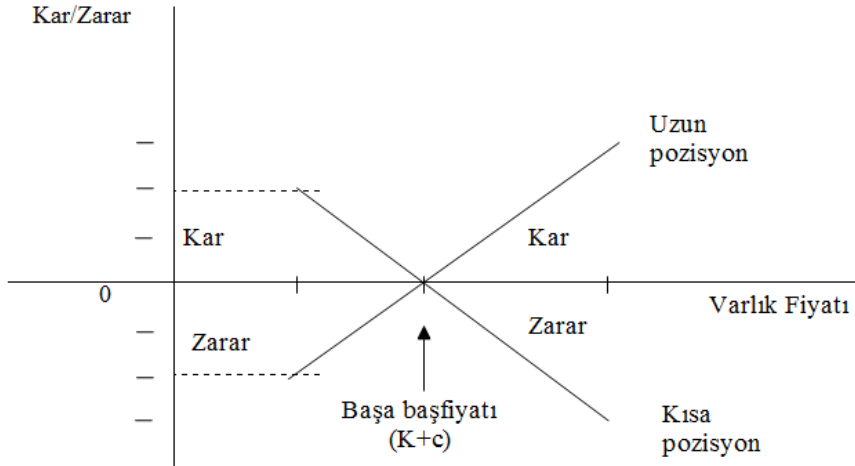
$$C = S_0 N(d_1) - Ke^{-rT} N(d_2) \tag{2}$$

$$d_1 = \frac{\ln(S_0/K) + (r + \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} \tag{3}$$

$$d_2 = \frac{\ln(S_0/K) + (r - \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} \tag{4}$$

- C: Alım opsiyon primi
- S₀: Dayanak varlığın spot piyasa fiyatı
- K: Opsiyonun kullanım fiyatı (exercise price)
- r: Risksiz faiz oranı
- T: Vadeye kadar olan zaman (yıl olarak)
- σ: Dayanak varlığın standart sapması
- σ²: Dayanak varlığın varyansı
- ln: Doğal logaritma
- N(d₁) ve N(d₂): Kümülatif standart olasılık normal dağılım fonksiyonunu göstermektedir.

Kullanım fiyatına göre belirlenen opsiyon primleri neticesinde toplam fiyat; sözleşmeye dayanak varlığın spot fiyatı ile opsiyon priminin toplamından oluşur. Başa başfiyatı olarak da adlandırılan bu fiyat sözleşme vadesi geldiğinde o andaki spot fiyatla karşılaştırılır. Eğer $K + c < S_T$ ise alıcı açısından kar, satıcı açısından zarar; eğer $K + c > S_T$ ise alıcı açısından zarar, satıcı açısından kar söz konusu olup tarafların kar zarar durumu Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3: Alım Opsiyon Sözleşmesindeki Kar/Zarar Durumu
Kaynak: Hull, 2012:220-228

Şekil 3'te görüldüğü üzere alım opsiyonu alıcısının (uzun pozisyon) maksimum karı sınırsız, maksimum zararı prim iken, alım opsiyonu satıcının (kısa pozisyon) maksimum karı prim, maksimum zararı ise sınırsızdır.

5. UYGULAMA

M/V P&A gemisi, 03.06.2013 tarihinde Rio de Janeiro limanından Paranagua- Bandar Imam Khomeini (BIK) arası soya fasulyesi taşımak için hareket edecektir. Ayrıca M/V P&A gemisinin Paranagua limanından hareket tarihi 17.06.2013 olarak planlanmakta olup geminin Paranagua-BIK arasındaki seyri için 774,8 mt. gemi yakıtına ihtiyaç duyulmaktadır. Seferin başladığı tarihte yapılan hesaplamalar neticesinde şirket yönetimi gemi yakıtı (IFO) fiyatlarının artacağını öngörmüştür. Söz konusu öngörü ışığında muhtemel yakıt riskine karşı koruma sağlamak ve kazanç elde edebilmek amacıyla 03.06.2013 tarihinde tezgâh üstü piyasada vadeli işlem sözleşmesi gerçekleştirebilir. Ayrıca şirket yönetimi, yakıt

fiyatlarının yükseleceği öngörüsünün gerçekleşmeme ihtimalini göz önüne alıp ihtiyatlı davranmak isterse alım opsiyonu sözleşmesine de girişebilir. Her iki duruma göre;

İstenilenler;

- Vadeli işlem sözleşmesine göre tarafların kar/zarar durumu
- Alım opsiyonu sözleşmesine göre tarafların kar/zarar durumu

İstenilen a:

Sözleşme tarihinde sözleşmeye konu olan gemi yakıt fiyatının spot piyasa fiyatı 778,58 USD'dir (Bunker Index, 03.06.2013). Amerikan Merkez Bankasının ilgili dönemi kapsayan sabit faiz oranı % 0,25'tir. Fiili ihtiyaca göre vade (T) 14 gün olarak dikkate alınmıştır. Bu veriler ışığında sözleşme kapsamında vadeli işlem fiyatı $F_{(0)} = 778,58 \times e^{0,0025 \times \left(\frac{14}{365}\right)} = 778,65 \text{ USD}$ olarak hesaplanmaktadır. Vadeli işlem sözleşmesi ile ilgili kar zarar durumu ise aşağıda Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2: Vadeli İşlem Sözleşmesi ile İlgili Seferde Korunma Mekanizması İşleyişi

03.06.2013	
Spot piyasa	Vadeli işlem piyasası
Spot yakıt fiyatı 778,58 USD/mt	17.06.2013 vadeli yakıt fiyatı 778,65 USD/mt
Toplam yakıt maliyeti 603.243, 78 USD/mt (774,8 mt×778,58 USD)	Beklenen toplam yakıt maliyeti: 603.298,02USD/mt (774,8 mt×778,65 USD)
Şirket yönetimi, vadeli işlem fiyatı 778,65 USD/mt'den vadeli işlem sözleşmesi ile yakıt alım anlaşması yapar. Böylelikle fiyatların yükselebileceği öngörüsü ile kazanç sağlamayı ya da en azından maliyetlerini sabitlemeyi planlamaktadır.	
17.06.2013	
Spot yakıt fiyatı 795,93USD/mt	Vadeli işlem fiyatı (778,65 USD/mt) spot fiyatın (795,93USD/mt) altındadır. Dolayısıyla firma açısından vadeli işlem sözleşmesi sayesinde ihtiyaç duyulan yakıtı daha ucuza temin edebilme durumu söz konusudur. Bu kapsamda ton başına vadeli işlem karı: 795,93 USD- 778,65 USD 17.28 USD olup;
Toplam yakıt maliyeti 616.686,56,-USD	Toplam işlem karı: 13.388, 54 USD'dir. (17, 28 USD×774,8 mt)
Not: Hesaplamalardaki spot fiyatlar Bunker Index sistemine kayıtlı BIX fiyatlarıdır.	

Tablo 2'de görüldüğü üzere vadeli işlem sözleşmesi ile şirket yönetimi, İlgili seferde 13.388, 54 USD tasarruf sağlamıştır.

İstenilen b:

Sözleşme tarihinde spot piyasa fiyatı 778,58 USD, risksiz faiz oranı % 0,25, vade 14 gün, standart sapma % 10,78'dir. Ayrıca daha öncede belirtildiği gibi opsiyon sözleşmelerinde kullanım fiyatı taraflar arasında pazarlık usulüne göre belirlenmektedir. Bu çalışmada taraflar arasında yapılan pazarlıklar sonucunda belirlenen kullanım fiyatı (K), sözleşmeye konu olan gemi yakıt fiyatının 2012 yılı standart sapmasının yarısının spot fiyattan düşülmesi ile hesaplanmıştır. Bu kapsamda $K = 778,58 \text{ USD} - \frac{10,78}{2} = 773,19 \text{ USD}$ olarak hesap edilecektir.

Bu bilgiler ışığında alım opsiyon primi Formül 5, 6 ve 7'deki gibi hesap edilecektir.

$$d_1 = \frac{\ln(S_0/K) + (r + \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln(778,58/773,19) + (0,0025 + \frac{0,1078^2}{2}) \times (\frac{14}{365})}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (5)$$

$$d_1 = 0,3441$$

$$d_2 = \frac{\ln(S_0/K) + (r - \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln(778,58/773,19) + (0,0025 - \frac{0,1078^2}{2}) \times (\frac{14}{365})}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (6)$$

$$d_2 = 0,3230$$

Normal dağılım tablosundan;

d	N(d)
0,30	0,6179
0,34	?
0,35	0,6368
—	
0,05	0,0189

Burada;

0,05 0,0189 ise

0,04 x'dir.

Buradan içler dışlar çarpımı yapılarak $x = 0,0151$ ve $N(d_1) = 0,6330$ olarak hesaplanır. Aynı yöntemle $N(d_2) = 0,6254$ olarak hesaplanacaktır. Sonuç olarak alım opsiyonu primi Formül 3.9'daki hesap edilecektir.

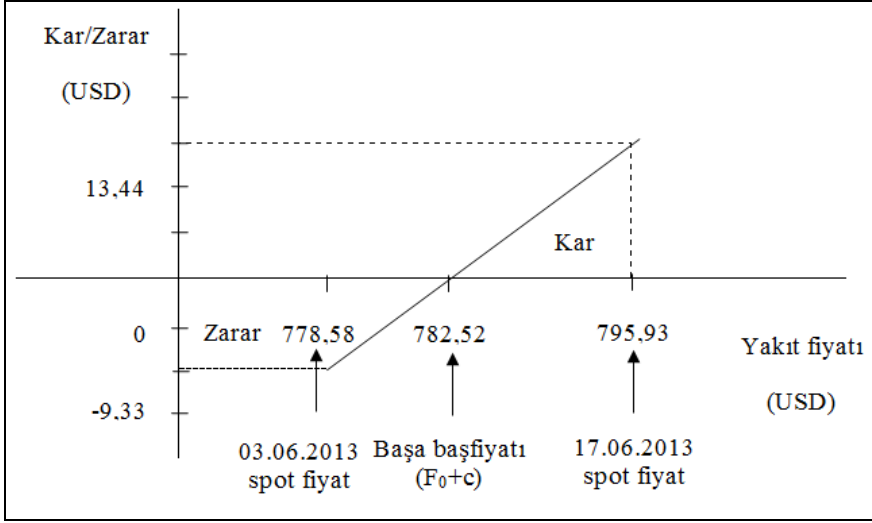
$$\begin{aligned}
C &= S_0 N(d_1) - K e^{-rT} N(d_2) \\
&= 778,58 \times 0,6330 - 773,19 e^{-0,0025 \times \left(\frac{14}{365}\right)} \\
&\quad \times 0,6254 \tag{7}
\end{aligned}$$

$C = 9,33 \text{ USD}$ olup alım opsiyonu sözleşmesi ile ilgili kar zarar durumu Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3: Alım Opsiyonu İle İlgili Kar/Zarar Durumu

03.06.2013	
Spot piyasa	Opsiyon piyasası
Spot yakıt fiyatı : 778,58 USD/mt	Kullanım fiyatı: 773,19 USD
Toplam yakıt maliyeti: 603.243, 78USD (774,8 mt×778,58 USD)	+ Opsiyon primi : 9,33 USD Toplam fiyat : 782,52 USD/mt
17.06.2013	
Spot yakıt fiyatı: 795,93USD/mt Toplam yakıt maliyeti: 616.686,56,-USD	Kullanım fiyatı artı opsiyon primi (782,52 USD/mt) spot fiyatın (795,93USD/mt) altındadır. Dolayısıyla firma açısından alım opsiyonu sözleşmesi sayesinde ihtiyaç duyulan yakıtı daha ucuza temin edebilme durumu söz konusudur. Bu kapsamda ton başına işlem karı: 795,93 USD-778,77 USD= 13,41 USD olup; Toplam işlem karı: 10.390,06 USD'dir. (13,41 USD×774,8 mt)
Not: Hesaplamalardaki spot fiyatlar Bunker Index sistemine kayıtlı BIX fiyatlarıdır.	

Tablo 3'te görüldüğü üzere şirket yönetimi ihtiyatlı davranmayı elden bırakmak istemezse ödeyeceği prim ile alım opsiyon sözleşmesi yaparak ilgili seferde 10.390,06 USD tasarruf sağlamıştır. Ayrıca Şekil 4'te işlemin kar zarar durumu başka bir açıdan görülmektedir.



Şekil 4: Alım Opsiyon Sözleşmesindeki Kar/Zarar Durumu

Şekil 4'te görüldüğü üzere alım opsiyonu sözleşmesinin yapıldığı tarihte alıcı taraf (uzun pozisyon sahibi) işleme 9,33 USD zararla başlamıştır. Söz konusu zararın sıfırlanabilmesi için yakıt fiyatlarının 782,52 USD'ye yükselmesi gerekmektedir. Fakat sözleşme vadesi geldiğinde spot fiyat 795,93 USD gerçekleştiği için ton başına işlem karı 13,44 USD olmuştur.

Eğer kullanım fiyatı spot fiyata eşit olmuş (at the money option) olsaydı, opsiyon primi Formül 8, 9 ve 10'dan

$$d_1 = \frac{\ln(S_0/K) + (r + \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln(778,58/778,58) + (0,0025 + \frac{0,1078^2}{2}) \times (\frac{14}{365})}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (8)$$

$$d_1 = 0,0151 \text{ ve } N(d_1) = 0,5060$$

$$d_2 = \frac{\ln(S_0/K) + (r + \frac{\sigma^2}{2})T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln(778,58/778,58) + (0,0025 - \frac{0,1078^2}{2}) \times (\frac{14}{365})}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (9)$$

$$d_2 = -0,0060 \text{ ve } N(d_2) = 0,4999$$

$$C = S_0 N(d_1) - K e^{-rT} N(d_2) =$$

$$778,58 \times 0,5060 - 778,58 e^{-0,0025 \times (\frac{14}{365})} \times 0,4976 \quad (10)$$

$C = 6,58 \text{ USD}$ ve toplam fiyat da, $K+C$ 'den 785,16 USD olarak hesap edilecekti.

17.06.2013 tarihi geldiğinde toplam fiyat yine spot fiyatın altında gerçekleşmiştir. Ton başına işlem karı 10,77 USD (795,93 USD-785,16 USD), toplam işlem karı ise 8.344,59 USD olarak belirlenmiştir.

Aynı şekilde taraflar arasında belirlenen kullanım fiyatı spot fiyattan yüksek olsaydı (out of the money option) kullanım fiyatı taraflar arasında daha önce belirlenen yöntemle $(K) = 778,58 \text{ USD} + \frac{10,78}{2} = 783,97 \text{ USD}$ ve alım opsiyon primi de Formül 11, 12 ve 13'ten;

$$\frac{\ln\left(\frac{S_0}{K}\right) + \left(r + \frac{\sigma^2}{2}\right)T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln\left(\frac{778,58}{783,97}\right) + \left(0,0025 + \frac{0,1078^2}{2}\right) \times \left(\frac{14}{365}\right)}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (11)$$

$$d_1 = -0,3116 \text{ ve } N(d_1) = 0,3778$$

$$d_2 = \frac{\ln\left(\frac{S_0}{K}\right) + \left(r - \frac{\sigma^2}{2}\right)T}{\sigma\sqrt{T}} = \frac{\ln\left(\frac{778,58}{783,97}\right) + \left(0,0025 - \frac{0,1078^2}{2}\right) \times \left(\frac{14}{365}\right)}{0,1078 \times \sqrt{\frac{14}{365}}} \quad (12)$$

$$d_2 = -0,3327 \text{ ve } N(d_2) = 0,3696$$

$$C = S_0 N(d_1) - K e^{-rT} N(d_2) = 778,58 \times 0,3778 - 783,97 e^{-0,0025 \times \left(\frac{14}{365}\right)} \times 0,3696 \quad (13)$$

$C = 4,25 \text{ USD}$ olarak belirlenecektir. Toplam fiyat da, $K+C$ 'den 788,22 USD olarak hesap edilecekti.

17.06.2013 tarihi geldiğinde toplam fiyat yine spot fiyatın altında gerçekleşmiştir. Ton başına işlem karı 7,71 USD (795,93 USD-788,22 USD), toplam işlem karı da 5.742,40 USD olarak belirlenecektir.

6. SONUÇ

Buharın makineyle buluşması ve yeni buluşların üretime olan etkisi ile ortaya çıkan sanayi devrimi, bir taraftan sermayenin birikimine imkân sağlarken diğer taraftan neredeyse tüm sektörlerle büyüme odaklı yansımaları olmuştur. Biriken sermayenin daha hızlı ve etkin aktarıldığı

sektörler, gelişimini hızlandırmış ve küresel ekonominin lokomotif sektörleri haline almışlardır. Bu sektörlerden biri olan denizyolu taşımacılığı sektörünün fon ihtiyacı, geçmişten günümüze belli başlı aşamalardan geçerek, fon ihtiyacının karşılanmasında çeşitli yöntem ve araçlar kullanılmıştır. Konuyla ilgili yapılan açıklamalar Denizyolu taşımacılığı sektöründe varlıkların çoğunun, borç sermaye ile finanse edilmesi bu sektörü borç verenlerin baskısı altında bıraktığını göstermektedir. Ayrıca, navlun oranlarındaki döngüsellik, sektörün kendine özgü finansman yapısı, gemilerin uluslararası düzeyde mobil olmaları ve buna bağlı oluşabilen güvensizlik ortamı gibi nedenlerle, denizyolu taşımacılığı sektörü ekonomik ve finansal açıdan oldukça riskli bir sektördür.

Dolayısıyla sözkonusu risklerin yönetimi denizyolu taşımacılığı sektörü açısından önem arz eden bir konudur. Finansal risk yönetiminde kullanılan birçok koruma tekniği geliştirmiş olup bunlardan biri de hedging mekanizmasına dayalı türev piyasalardır. Bu piyasada taraflar korunmaya yönelik birçok türev üründe dayalı sözleşme gerçekleştirebilir. Bu çalışmada denizyolu taşımacılığına özgü finansal riskler tanımlanmış ve bu riskleri bertaraf edebilmek için türev ürünlerin kullanımı örnek vaka çözümü ile anlatılmaya çalışılmıştır.

Bu kapsamda;

- Navlun riskine karşı organize olmuş borsalarda gelecek (future) ya da organize olmamış borsalarda opsiyon sözleşmeleri,
- Kur riskine karşı swap, vadeli (forward), gelecek (futures) ve opsiyon sözleşmeleri,
- Faiz riskine karşı swap sözleşmeleri,
- Yakıt riskine karşı geleceğe dönük vadeli (Future ya da forward) ya da opsiyon sözleşmeleri ile sözkonusu riskler yaşanabilecek dalgalanmalara ve belirsizliklere karşı korunma aracı olarak kullanılabilir.

Ayrıca tramp denizyolu taşımacılığının düzensiz yapısından ötürü, bu sektöre en uygun türev ürünlerin, tarafların kendi özel ihtiyaçlarını karşılayabilme özelliği açısından vadeli işlem (forward) ve alım opsiyonu sözleşmesi olduğu söylenebilir.

Öte yandan uygulamadan da anlaşılacağı üzere koruma mekanizmasının istenilen şekilde çalışabilmesi, geleceğe dönük etkin bir öngörünün geliştirilebilmesi ile mümkün kılınabilir. Aksi takdirde

koruma mekanizması, firma açısından zararlı sonuçlanabilmektedir. Dolayısıyla denizyolu taşıma işletmeleri, risk kaynaklarının gelecekte nasıl ve ne yönde bir seyir izleyebileceğini öncelikle tahmin etmelidir. Böylece geleceğe dönük öngörülerini kim daha isabetli gerçekleştirebilirse belirtilen mekanizmada istenilen amaca ulaşan taraf olacaktır. Çünkü korunma mekanizmasının çalışması tarafların geleceğe dönük beklentilerin farklı yönde veya boyutta olmasına bağlıdır.

AÇIKLAYICI NOTLAR

1- Denizyolu taşımacılığında finansman tabiri ile ana faaliyeti gemi işletmeciliği olan firmaların fon temini ile fon getiri ve maliyetlerinin belirlenmesine ilişkin konular ifade edilmektedir (Erdoğan, 1999: 174)

2- Finansal kaldıraç, borçtan yararlanma derecesi olarak ifade edilmektedir.

3- Faaliyet kaldırıcı, sermaye yoğun olan üretim teknolojilerinden yararlanma derecesi olarak.

4- Sistemik risk (beta), bir firmanın ağırlıklı ortalama sermaye maliyetinin bir temel bileşenidir (Homan, 2007: 70).

5- Finansal türev ürünler, koruma işlevinin yanı sıra spekülasyon amacıyla da kullanılabilen finansal araçlardır (Kayhan, 2009:24: Korkmaz vd., 2009: 77).

6- “Barings Bank” ve “Sumitomo Corporation” işletmeleri, korunma stratejilerinin yanlış uygulanması sonucu ciddi kayıplara maruz kalmıştır (Masry vd., 2010: 454).

7- Son yıllarda ise bu ürünlere dayalı çok sayıda ikinci jenerasyon ürünler geliştirilmiştir (Kayhan 2006: 238; Alizadeh ve Nomikos, 2009: 5-7; Okka, 2009: 533).

8- Bir finansal varlığın vadeli ve gelecek sözleşmesine konu olabilmesi için; adı, teknik özellikleri, kimyasal bileşimi, ebadı gibi özelliklerinin tanımlanmış olması gereklidir (Korkmaz vd., 2009: 79).

9- Burada fiyat, işlem açısından kullanım fiyatı (exercise price) olarak adlandırılmaktadır.

KAYNAKLAR

Alizadeh, A. H. & Nomikos, N. K. (2009). *Shipping Derivatives and Risk Management*. London: Faculty of Finance, Cass Business School, City University.

Alizadeh, A.H., Kavussanos, M. G. & Menachof, D. A. (2004). Hedging against bunker price fluctuations using petroleum futures contracts: Constant versus time-varying hedge ratios, *Applied Economics*, 36 (12), 1337-1353.

Anson, M.J.P., Fabozzi F.J., Choudhry, M. & Chen, R.R. (2004). *Credit Derivatives: Instruments, Applications and Pricing*, Hoboken. NJ, USA: John Wiley & Sons Incorporated.

Babali, T. (2009). *Dünya’da ve Türkiye’de denizcilik finansmanı ve global krizin etkileri*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Banks, E. (2004). *The Credit Risk of Complex Derivatives*. London: Palgrave Macmillan

Black, F. & Scholes, M. (1973). The pricing of options and corporate liabilities, *The Journal of Political Economy*, 81(3), 637-654.

Çonar, K.K. & Ata, H.A. (2002). Riskten korunma aracı olarak türev ürünlerin gelişmiş ülkeler ve Türkiye’de kullanımı, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, IV(2), 1-17.

Dowd, K. (2003). *An Introduction to Market Risk Measurement*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Drewry (2006). *Risk Management in Shipping*. England: Drewry Shipping Consultants Ltd.

DTGM (2012). *Dünyada ve Türkiye’de Ekonomik Gelişmeler ve Deniz Ticaretine Yansımaları*, T.C. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü, Ankara: Neyir Matbaacılık.

Dursun, A. & Erol, S. (2012). Denizyolu yük taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal yapı analizi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3), 367-382.

Erdoğan, O. (1999). Denizcilikte finansman ve hisse senedi fiyatlandırma modeli: Türkiye örneği. (Ed: Aldoğan, A.I, Ünsan, Y. ve Bayraktarkatal). *Gemi İnşaatı ve Deniz Teknolojisi Teknik Kongresi 99 – Bildiri Kitabı*, İstanbul: Yapım Matbaacılık Ltd., 172-193.

Erdoğan, O. & Madak, A. (2004). Gemi sanayi şirketleri için finansal risk yönetimi. *Gemi Mühendisliği ve Sanayimiz Sempozyumu*, İstanbul: On2 Tanıtım Hizmetleri Tic. Ltd. Şti., 213-221.

Erol, S. (2009). *Deniz Sigortacılığı: Primin Belirlenmesinde İnsan Faktörü*. Trabzon: Celepler Matbaacılık.

Erol, S. (2013). Denizyolu taşıma maliyetlerinin finansmanında türev ürünlerin kullanımına yönelik bir uygulama (Yayınlanmış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Froot, K., Scharfstein, D. & Stein, J. C. (1993). Risk management: Coordinating corporate investment and financing policies, *Journal Of Finance*, 48 (5), 1624–1658.

Ghiorghe, B. & Maria, B. A. (2011). Considerations on the financial risks in the shipping industry, *Constanta Maritime University Annuals*, 15 (1), 25-28.

Gilleshammer, P. K. & Hansen, J. Ø. (2010). *Hedging risks in shipping using futures contracts traded on Imarex*. (Published Master Thesis). Norwegian: Norges Handelshøyskole.

Gong, S. X., Ye, H.Q. & Zeng Y.Y. (2013). Impacts of the recent financial crisis on ship financing in Hong Kong: A research note, *Maritime Policy and Management*, 40 (1), 1–9.

Goulielmos, A. M. & Psifia, M. (2006). Shipping finance: Time to follow a new track?, *Maritime Policy and Management*, 33 (3), 301–320.

Hill, N. C. & Stone, B. K. (1980). Accounting betas, systematic operating risk, and financial leverage: A risk-composition approach to the determinants of systematic risk, *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 15(3), 595-637.

Hoffmann, J. (2010). Shipping out of the economic crisis, *Brown Journal of World Affairs*, XVI(II), 121-130.

Homan, A. C. (2007). The impact of MTSA on financial risk and volatility of marine firms, *Maritime Policy and Management*, 34 (1), 69-79.

Hull, J. C. (2012). *Options, Futures, and Other Derivatives*. Boston: Pearson Education.

Junxun, D. (2008). Credit derivatives and risk management in banking, *Management Science and Engineering*, 2 (4), 1-9.

Kavussanos, M. G. & Nomikos, N. (2000). Hedging in the freight futures market, *Journal of Derivatives*, 8 (1), 41-58.

Kavussanos, M. G., Visvikis, I. D. & Batchelor, R. A. (2004). Over the counter forward contracts and spot price volatility in shipping, *Transportation Research Part E*, 40, 273-296.

Kavussanos, M. G. & Visvikis I.D. (2006). *Derivatives and Risk Management in Shipping*. Greece: Witherby Publishing.

Kavussanos, M. G. & Visvikis, I.D. (2004). Market interactions in returns and volatilities between spot and forward shipping freight markets, *Journal of Banking & Finance*, 28, 2015-2049.

Kayahan C. (2006). Türev piyasa krizleri ve barings örneği, *AKÜ İİBF Dergisi*, 8 (2), 237-253.

Korkmaz, T., Gürkan, S. & Akman E. (2009). Çelik sektöründe vadeli işlem sözleşmesi (futures): Londra metal borsası örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (42), 76-89.

Köseoğlu, S. D. (2010). *Uluslararası denizyolu taşımacılığı sektöründe risklerin analizi ve gemi yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin araştırılması*. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Masry, A. E., Olugbode, M. & Pointon, J. (2010). The exposure of shipping firms stock returns to financial risks and oil prices: A global perspective, *Maritime Policy and Management*, 37 (5), 453-473.

Okka, O. (2009). *Finansal Yönetim Teori ve Çözümlü Problemler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Orfanidis, A. (2004). *Shipping Finance Approach to the Hellenic Market*. Athens: National Technical University.

Ross, S. A., Westerfield & R. W., Jaffe, J. (2006). *Corporate Finance 8th edition*. New York: McGraw-Hill Irwin.

SFAR, (2012). *Shipping Finance Annual Report (Report No: D.C. 20549)*. Washington: United States Securities And Exchange Commission.

Spring, L. (2000). *The Cost of Nontariff Barriers to Trade in Shipping, Constantino Stylianos Halkias Substantial Research Paper*. Erişim Tarihi:27.03.2012, http://www1.american.edu/ted/projects/halkias.htm#_ftn2.

Stopford, M. (2009). *Maritime Economics*. London and New York: Routledge.

Syriopoulos, T. C. (2007). Financing Greek shipping: Modern instruments, methods and markets, *Maritime Transport: The Greek Paradigm Research in Transportation Economics*, 21, 171–219.

TAM, (2004). *Risk Management Guideline TAM 04-12*, New South Wales: Total Asset Management.

Tsai, M. T., Regan, A. & Saphores, J.D. (2009). Freight transportation derivatives contracts: State of the art and future developments. *Transportation Journal*, 48 (4), 7-19.

Trivedi, S. M. (2010). An analysis of financial performance of state road transport corporation in Gujarat. (Published Ph.D. Thesis). Rajkot: Saurashtra University

URL-1, Erişim Tarihi: 23.6.2014, http://ec.europa.eu/transport/modes/maritime/safety/actions_en.htm

VOB, (2013). Erişim Tarihi: 04.09.2013, <http://www.vob.org.tr/VOBPortalTur/docs/vobSSS.pdf>.

Wang, S. & Meng, Q. (2012). Sailing speed optimization for container ships in a liner shipping network. *Transportation Research, Part E*, 48, 701-714.

Winters, L. A. (2007). Coherence and the WTO. *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (3), 461-480.

Wipperfurth, F. R. (1966). Financial structure and the value of the firm, *The Journal of Finance*, 9 (4), 615-633.

Yayın Geliş Tarihi: 02.10.2015
Yayına Kabul Tarihi : 17.11.2015
Online Yayın Tarihi: 24.12.2015
DOI: 10.18613/deudfd.84148

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:7 Sayı:2 Yıl:2015 Sayfa:202-226
ISSN:1309-4246

LOJİSTİK HİZMET SAĞLAYICI İŞLETMELERİN PAZARLAMA PERFORMANSI ÜZERİNE AĞ ORGANİZASYONLARININ ETKİLERİ: ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI

N. Gülfem GİDENER ÖZAYDIN ¹
D. Ali DEVECİ ²

ÖZET

İşletmelerin küreselleşmesi ve tedarik zincirlerinin gelişmesi ile birlikte bu işletme ve zincirlere hizmet veren lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler müşterilerine uluslararası ölçekte maliyet etkin ve kaliteli hizmet verebilmek için kendi aralarında ağ organizasyonları oluşturmuşlardır. Esasen küçük ve orta büyüklükteki lojistik işletmelerin çok uluslu lojistik işletmeler ile uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için geliştirdikleri bu ağ organizasyonları, üye işletmelere çeşitli faydalar sağlamaktadır. Bu çalışma, lojistik işletmeler arası ağ organizasyonları ve bunlara üye olan işletmelerin pazarlama performansları üzerine etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Örnek olay çalışması yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırmada ağ organizasyonlarının lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin pazarlama performanslarını oluşturan değişkenlerin çoğu üzerinde olumlu etkilerinin olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler, ağ organizasyonu, lojistik işletmeler arası ağ organizasyonları, pazarlama, pazarlama performansı.*

*Bu çalışma 18-22 Haziran 2014 tarihlerinde Gaziantep’de düzenlenen Ulusal Pazarlama Kongresi’nde bildiri olarak sunulmuş ve bildiri kitabında yer almıştır.

¹ Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, ngg.ozaydin@deu.edu.tr

² Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Fakültesi, İzmir, adeveci@deu.edu.tr

THE EFFECTS OF NETWORK ORGANIZATIONS ON THE MARKETING PERFORMANCE OF LOGISTICS SERVICE PROVIDERS: CASE STUDY

ABSTRACT

Following the effects of globalization on businesses and supply chain advancements, the logistics service providers that serve these businesses and supply chains have developed network organizations to enable them to offer their customers cost effective and high quality international services. To gain leverage whilst competing with multi national logistics companies in international scale, small and medium size enterprises have played a particularly specific role in developing these network organizations which provided them with various benefits. This study aims to clarify the logistics network organizations and their effects on the marketing performances of their members. After the case study method was utilized, it was found out that network organizations have a positive effect on most of the marketing performance indicators of logistics service providers.

Keywords: *Logistics service providers, network organizations, logistics network organizations, marketing, marketing performance.*

1. GİRİŞ

Lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler, varoluşları itibari ile uluslararası alanda faaliyet göstermekte ancak, müşterilerine daha kapsamlı ve katma değerli hizmetler sağlayabilmek için uluslararasılaşma süreci içerisine de girmektedirler. Bu süreçte lojistik hizmet sağlayıcılar arasında yatay işletme ağları son yıllarda giderek önem kazanmış ve uygulamada çoğu küçük ve orta büyüklükteki lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler ile taşıma işleri komisyoncuları (freight forwarder) uluslararası ve küresel ölçekte kendi aralarında oluşturdukları ağ organizasyonları içerisinde faaliyet göstermeye başlamışlardır. Bu ağ organizasyonunun üye lojistik işletmelerin performansları üzerinde çok önemli katkıları bulunmaktadır (Wallenburg ve Raue, 2011; Krajewska ve Kopfer, 2006; Krajewska vd. 2008).

Bu araştırma, lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler arası ağ organizasyonlarının lojistik işletmelerin pazarlama performansları üzerine etkilerini örnek olay yöntemiyle ortaya koymağı amaçlamaktadır. Söz konusu ağlar aynı kanal seviyesinde, farklı ülkelerdeki yerel lojistik işletmelerden oluşan yatay lojistik ağları kapsamaktadır. Lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin faaliyet gösterdikleri alan karakteristik olarak standardize olduğundan dolayı özellikle işletmenin başarısının pazara

veya kültürel öğelere değil, yeni girilen pazarda kurulan güçlü sosyal ve ekonomik ilişkilere göre ölçüldüğü (Erkutlu ve Eryiğit, 2001; Miller vd. 2010) ağ modeli kullanımı uygundur. İlerleyen bölümlerde öncelikle araştırmanın kuramsal çerçevesini oluşturan işletme endüstriyel ağ yaklaşımı, işletme ağları ve lojistik işletmeler arası organizasyonlarına değinilmektedir. Daha sonra araştırma yöntemi olarak kullanılan örnek olay yöntemi ve araştırma bulgularına yer verilmekte, son olarak ise araştırmanın sonuç ve önerilerine değinilmektedir.

2. ENDÜSTRİYEL AĞ YAKLAŞIMI, LOJİSTİK HİZMET SAĞLAYICI İŞLETMELER ARASI AĞ ORGANİZASYONLARI VE PAZARLAMA PERFORMANSI

Küreselleşme ile değişen iş yapma dinamikleri ile artık günümüzde ilişki bazlı pazarlama fenomeni doğmuştur. Bu değişimler sonucunda eskiden kullanılan uluslararasılaşma teorileri yetersiz kalmakta ve yerini bir firmanın başarısının örgütsel ve kişisel ilişkiler üzerine odaklandığı (Çiçek ve Demirer, 2009), ‘ağ oluşturma’ (networking) teorisine bırakmıştır. Bu ağların kullanımıyla deneyim (Erkutlu ve Eryiğit, 2001), yerel uzmanlık (know-how) ve küresel ağ avantajları edinmek (Lemoine ve Dahnaes, 2003), içsel kaynak yetersizliklerinin üstesinden gelmek (Young vd., 1999), yeni girilen pazara aşinalık kazanmak, (Abdul- Aziz ve Sing- Sing, 2011), riski en aza indirmek ve küçük olmanın (Rutahobya ve Jaensson, 2004), yurtdışındaki yetersiz varlıkların (Bjorkman ve Forsgren, 2000) ve pazara geç giriş yapmanın dezavantajlarını elimine etmek amaçlanmaktadır (Abdul- Aziz ve Sing- Sing, 2011). Sürdürülebilir şekilde maliyetleri düşürmek, organizasyon yapısının esnekliğini arttırmak, rekabetçi üstünlük sağlamak için işbirliğine gerek duyulması, ek olarak, hızla değişen ve dalgalı küresel çevreye uyum sağlamanın gerekliliği ile firmalar ağlar kullanmaya başlamışlardır (Cravens ve Piercy, 1994).

Ağ yapısı özellikle çevresel faktörler dengesiz ve öngörülemeyen durumlarda, bir firmanın tek olarak başa çıkmasının güç olduğu olaylarda, küresel pazarlarda rekabet ederken ve başka firmalarda bulunan bazı özelliklere gerek duyulduğunda avantaj sağlamaktadır.

Tablo 1: İşletme Ağlarının Yapıları

Ağ İlişkileri	Çevresel Dalgalanma	
	Yüksek	Düşük
İşbirlikçi	Esnek ağ	Sanal ağ
İşlem bazlı	Oyuk ağ	Katma değerli ağ

Kaynak: Cravens ve Piercy, 1994

Yukarıdaki şekilde çevresel dalgalanma derecesi ile ağ üyelerinin aralarındaki ilişkinin derecesine bağlı olarak oluşan 4 farklı ağ yapısı gösterilmektedir. Çevresel dalgalanmanın az olduğu yani daha durgun, sabit ortamlarda faaliyet gösteren ağ üyeleri arasında işbirlikçi bir ilişki varsa o zaman sanal ağ yapısı vardır. Aynı ortamda ağ üyeleri arasında sadece işlem bazlı yani daha yüzeysel bir ilişki varsa o ağ yapısı katma değerli ağlardır. Çevresel dalgalanmanın çok olduğu ortamlarda işbirlikçi ilişki içinde olan üyelerin oluşturduğu ağ yapısı ise esnek ağ olup üyelerine maksimum avantaj sağlamaktadır. Çevresel dalgalanmanın çok olduğu ortamda sadece işlem bazlı ilişki içine giren üyelere oluşan ağ ise oyuk ağ olarak adlandırılmakla birlikte üyelerine pek fayda sağlayamamaktadır. Lojistik hizmet sağlayıcıların faaliyet gösterdiği pazar türev taleptir, dolayısıyla mecburen müşteriyi takip etmeleri gerekir ve çevresel dalgalanmanın yüksek olduğu bir ortamdır. Ağ organizasyonları kullanımı ile geniş bir coğrafyaya hizmet sunarak alan ekonomisi elde etmeyi hedefleyen bu işletmelerin karşısına esnek ve oyuk ağlar çıkmaktadır. Lojistik hizmet sağlayıcılar ise ağ hakkında yeterli bilgi toplayarak esnek ağ yapısındaki ağlara üye olmayı hedeflemektedirler. Ağ organizasyonları, geleneksel organizasyonlar ile karşılaştırıldığında daha az katmanları bulunmakta ve bürokratik ve resmi idari prosedürler yerine piyasa mekanizmalarına göre yönetilmektedir (Miles ve Snow, 1995; Altuntaş ve Öztürkoğlu, 2013).

Lojistik hizmetler özelinde bakıldığında ise lojistik hizmet sağlayıcı işletmeleri bu ağları kullanmaya iten güçler arasında verimliliğin artırılması, hizmet portföyünün genişletilmesi, maliyetlerin düşürülmesi, daha iyi pazar konumlandırması, hizmet kalitesinin artırılması, sağlanan hizmetlerin çeşitlendirilmesi, risk ve maliyetin paylaşılması, coğrafi kapsamın genişletilmesi ve sağlamlştırılması, bilgi ve kaynakların elde edilmesi ve yeni pazarlara girme olanağı kazanılması olarak sıralanmıştır (Schmoltzi ve Wallenburg, 2011; Carbone ve Stone, 2005). Hızla değişen rekabet ve pazar koşulları, organizasyon yapısının değiştirilmesinin çok güç olması ve yeni düzende esnekliğin olmazsa olmaz olması, kısa ürün yaşam döngüsü, teknolojik gelişmeler ve sürdürülebilir başarı için firmaların işbirliğine gerek duymaları ağ yapısının güçlenmesinde etken olmuştur. Bu noktada taşıtanların küreselleşmesi ile birlikte küresel

lojistik sektöründe sayıları giderek artan lojistik işletmeler arası yatay ağ organizasyonları esnek bir yapıda olup, üye işletmelerin performansları üzerine olumlu etkileri araştırma konusu olmaya başlamıştır (Altuntaş ve Öztürkoğlu, 2013).

Pazarlama performansı son zamanlarda yapılan pazarlama araştırmaları ve uygulamalarının ana odak noktalarından biri olmuştur ve giderek önem kazanmaktadır (Mone vd. 2013). İlişkisel pazarlama alanı da bu gelişime kayıtsız kalmamıştır. İlişkisel pazarlama alanında performans ölçümü ile şirketlerin kaynaklarını müşterileri bazında ihtiyaca göre değişiklik gösterecek şekilde ayarlaması ve hedeften sapmayı gözlemesi yoluyla daha etkili kaynak kullanımı, önceliklerin saptanması ve ödüllendirme politikaları ile motivasyonu yükselterek desteklenmesi ile genel olarak ilişkisel pazarlamanın takibi ve geliştirilmesi hedeflenmektedir (Mone vd. 2013; Lages vd. 2008). İlişkisel pazarlama performansının ilişki uygulamaları ve politikaları, güven, bağlılık, karşılıklı işbirliği ve ilişki memnuniyeti olmak üzere beş boyutta incelenmesi öngörülmüştür (Lages vd. 2008).

Bu çalışmada lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarının lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin pazarlama performansına etkilerinin değerlendirilmesinde Çavuşgil ve Zou (1994), Kotler ve Keller (2012), Mone vd. (2013), Coviello vd. (2009), Chang vd. (2012), Clark vd. (2006) pazarlama performans ölçütleri yanında Lages vd. (2008) ilişkisel pazarlama performansı ölçütlerinden de yararlanılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarının küçük ve orta büyüklükteki lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin pazarlama performansı üzerine etkilerinin incelenmesidir. Bu amaca ulaşabilmek için öncelikle ilgili literatür taramasıyla lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarının yapıları, işleyişleri, sundukları hizmetler ile lojistik işletmeleri bu ağlara katılmaya yönelten sebepler incelenmiştir.

Araştırma kapsamında yatay lojistik ağlar, yani aynı kanal seviyesinde yer alan farklı ülkelerde yerleşik olan lojistik işletmelerin oluşturduğu lojistik ağ organizasyonları ve bunlara üye bireysel küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin pazarlama performanslarına etkileri ele alınmıştır. Tek bir işletmenin altında ve kontrolünde oluşturulan dikey lojistik ağlar araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Söz konusu Lojistik işletmeler arası yatay işletme ağları uluslararası veya küresel nitelik

taşımakta olup, üyeleri farklı ülkelerde bulunan, benzer veya tamamlayıcı hizmetler sunan, rakip olarak da değerlendirilebilecek lojistik işletmelerdir.

Araştırmada kullanılan yöntem örnek olay (vaka) çalışmasıdır. Örnek olay çalışması bir sınıf, bir örgüt gibi doğal bir çevre içerisinde gerçekleştirilir ve çalışmaya konu olan ortam veya olayların bütüncül bir yorumunu hedefler (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Yin (1984: 23) örnek olay çalışmasını, güncel bir olguyu kendi gerçeği içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül bir araştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır.

Araştırmada örnek olay çalışmasının kullanılmasının temel sebebi, araştırmanın konusu ve kapsamını oluşturan lojistik işletmeler arası ağ organizasyonu ve lojistik hizmetlerin pazarlaması gibi endüstriyel pazarlama konularında ağ yaklaşımlarının incelenmesinde bu yöntemin etkili olarak görülmesi ve literatürde ağırlıklı olarak kullanılmış olmasıdır (Armutlu, 2006). Aynı zamanda, örneklem boyutunun çok küçük olduğu ve araştırma konusunun derinlemesine bilgi almayı gerektirdiği bu tür araştırmalarda örnek olay çalışmasının kullanılmasının yerinde olduğu belirtilmektedir (Çırpan ve Koyuncu, 1998).

Örnek olay çalışması yapılırken izlenmesi gereken belli başlı aşamalardan bahsedilmektedir. Bu aşamalar aşağıda özetlenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2003):

- Araştırma (ana veya alt) sorularının geliştirilmesi
- Analiz biriminin belirlenmesi
- Çalışılacak durumun belirlenmesi
- Araştırmaya katılacak bireylerin seçimi
- Verilerin toplanması ve toplanan verilerin alt problemler ile ilişkilendirilmesi
- Verilerin analiz edilmesi ve yorumlanması
- Durum çalışmasının raporlanması

Yukarıda belirtilen örnek olay çalışmasının tüm aşamaları bu araştırma çerçevesinde uygulanmıştır.

3.1. Araştırma Sorularının Geliştirilmesi

Literatür taraması ve araştırma amaçları doğrultusunda bu çalışmada belirlenen temel sorular şu şekilde ifade edilmiştir:

- Lojistik hizmet sağlayıcı işletmeleri ağ organizasyonlarına girmeye yönelten itici güçler nelerdir?
- Lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin pazarlama performansları ağ organizasyonlarına katıldıktan sonra ne şekilde etkilenmiştir?

Örnek olay incelemesi hem kalitatif hem de kantitatif yöntemlerle geliştirilebileceğinden (Denktaş Şakar, 2010), araştırma amaçları doğrultusunda katılımcılara her iki türdeki soruları da cevaplamaları istenmiştir.

3.2. Araştırmada Analiz Birimlerinin Seçimi ve Tanımlanması

Araştırmanın temel analiz birimi olarak lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler seçilmişlerdir. Araştırma amaçları doğrultusunda, lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler analiz birimi olarak seçilirken aşağıdaki kriterler esas alınmıştır:

- Lojistik hizmet sağlayıcı işletmenin yatay bir ağ organizasyonu içerisinde yer alması
- Lojistik işletmelerin bu organizasyonlarda en az iki yıldır üye olması
- Lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin küçük ve orta büyüklükteki lojistik işletmeler kategorisinde yer alması
- İşletmelerin yerli lojistik hizmet sağlayıcı işletme olması
- İşletmelerin birden fazla pazarda, en az üç farklı lojistiği hizmeti sunabilen uluslararası lojistik hizmet sağlayıcı işletme olması
- İşletmelerin lojistik varlıkları olan ve olmayan işletmeler içerisinde seçilmesi

Araştırma kapsamında üç işletme yer almış olup bu işletmelerden veriler 5 Mayıs - 22 Mayıs 2014 tarihleri arasında derinlemesine yüz yüze görüşme yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma kapsamında derinlemesine görüşme yapılan lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin yansısı, bu işletmelerin üye olduğu lojistik ağ organizasyonları da incelenmiştir.

3.2.1. Araştırmada Analiz Birimi Olarak Kullanılan Lojistik İşletmeler

Bu bölümde yer alan araştırma kapsamındaki lojistik işletmeler ile ilgili bilgiler, ilgili işletmelerin yöneticileri ile yapılan derinlemesine görüşmelerden, işletmelerin internet sayfalarından ve işletme içi dokümanlardan elde edilmiş ve her bir işletmenin profiline değinilmiştir.

Tablo 2: Araştırmada Analiz Birimi Olarak Kullanılan Lojistik İşletmeler

Lojistik İşletmeler	Kuruluş Yılı	Çalışan Sayısı	Yıllık Elleçleme Hacmi	Bağlı Olduğu Ağ Organizasyonu	Üyelik Tarihi
Novel Uluslararası Taşımacılık	2006	7	1.800 TEU	C5C (Connecting Five Continents)	2011
Haliç Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik	2000	25	8.000 TEU	TOPS Logistics	2012
Kıta Lojistik	1995	180	14.000 TEU	WCA Family	2003
				IFLN	2012

3.2.1.1. Novel Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik İşletmesi

Novel'in yöneticisi ve sahibi ile yapılan görüşmeden elde edilen bilgilere göre Novel 2006 yılında İzmir'de kurulmuş küçük büyüklükteki bir lojistik hizmet sağlayıcı işletmedir. Merkezi İzmir'de olan işletmenin Mersin ve İstanbul'da kendi şubeleri bulunmaktadır. Merkez ve şubelerin bulunduğu şehirler ve hinterlandları dışında Gebze, Antalya, Trabzon, İskenderun, Samsun limanlarından da ihracat ve ithalat sevkiyatları gerçekleştirebilmektedir. Verdiği hizmetler arasında taşıma işleri komisyonculuğu, karayolu, denizyolu, havayolu taşıma organizatörlüğü, depolama ve gümrükleme hizmetleri ve konteyner kiralama hizmetleri bulunmaktadır. Komple ve parsiyel konteyner taşımacılığı, proje yüklerinin taşınması ve lojistiği de Novel'in verdiği hizmetleri arasında yer almaktadır (www.noveltrans.com). Novel, hâlihazırda toplam 8 personel ile faaliyet göstermektedir. İşletmenin depolama olanakları, taşıma araçları ve elleçleme ekipmanları gibi hiçbir lojistik olanak ve varlıklara bulunmamakta, ancak hizmetlerini verirken kullandığı "Palma" adlı bir lojistik bilgi sistemi bulunmaktadır. Novel, çoğunlukla gıda ve otomotiv sektörüne yönelik lojistik hizmetler vermektedir. 2013 yılında

toplam 1.800 TEU (20'lik konteyner) elleçleme hacmi olan Novel'in cirosu 2 milyon doları bulmuştur.

Novel, 2011 yılından bu yana "C5C" (Connecting Five Continents) adlı bir uluslararası Lojistik ağ organizasyonuna üye olup, hizmet verdiği bölgelerin hepsinde bu ağ organizasyonundan yararlanmaktadır. Novel'in hizmet verdiği bölgeler ve ülkeler Avrupa, Amerika, Orta Doğu ve Arap Körfezi ve Uzak Doğu ülkelerini kapsamaktadır. Novel, üye olduğu ağ organizasyonu ve bağlantılarıyla yaklaşık 100 ülkeye lojistik ve taşımacılık hizmetleri verebilmektedir (www.noveltrans.com). Novel, özellikle Sri Lanka pazarına bu ağ organizasyonu sayesinde girebilmiştir.

3.2.1.2. Haliç Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik İşletmesi

Haliç Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik İşletmesinin yönetici ortağı ile yapılan görüşme sonucunda elde edilen bilgiye göre işletme, 2000 yılında İstanbul'da kurulmuş olup, taşıma işleri komisyonculuğu ve lojistik hizmet sağlayıcı bir işletme olarak hizmet vermektedir. Haliç'in sunduğu lojistik hizmetler ağırlıklı olarak uluslararası karayolu, havayolu ve denizyolu taşıma hizmetlerini, depolama ve ambalajlama gibi lojistik hizmetleri kapsamaktadır (<http://www.halicint.com>). Ayrıca bu hizmetler ile ilgili diğer taşıma işleri komisyonculuğu hizmetleri de, işletmenin sunduğu lojistik hizmetler arasındadır. Haliç, lojistik hizmetler dışında, yurtdışındaki müşterilerine ürün tedariki, ihracat işlemleri ve ürünlerin yurtdışında istenen noktaya dağıtım ve kapıdan kapıya ürün teslimini içeren tedarik zinciri hizmetleri de sağlamaktadır. Haliç'in yoğun olarak hizmet verdiği yük türleri bilgisayar ve elektronik ürünlerinden oluşmaktadır. İşletmenin yönetici ortağına göre, büyüyen iş hacmi ve pazarda küresel oyuncuların artması ile birlikte Haliç, kendisi gibi % 100 Türk sermayeli Pasifik Uluslararası Nakliyat ile birleşerek pazardaki rekabet gücünü artırma yolunu seçmiştir. Bu birleşmenin etkisi ile işletme 2013 yılını 8.000 TEU'luk işlem hacmi ve 31 milyon TL ciro ile tamamlamıştır.

Haliç Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik İşletmesi'nde toplam 30 personel çalışmakta olup, işletme depo, elleçleme ekipmanları, taşıma araçları gibi lojistik olanak ve tesislere yatırım yapmamakta, bunları dış kaynaklama ile kullanma yolunu seçmiştir. İşletme lojistik hizmetleri sunarken "Boransal" adlı bir bilgi işlem yazılımı kullanmaktadır.

Haliç'in hizmet verdiği pazarlar bölgesel olarak Uzak Doğu, Orta Doğu, Avrupa ve Afrika'yı, ülke olarak ise Çin, Endonezya, Tayvan, Kore, Suudi Arabistan, İsrail, Nijerya, Fas ve Libya gibi ülkeleri

içermektedir. Haliç 2011 yılında “TOPS Logistics” adlı bir lojistik işletmeler arası bağımsız ağ organizasyonuna üyedir (www.tops-logistics.com). Haliç, uluslararası lojistik hizmet sunduğu ülkelerin hepsinde üye olduğu bu ağın hizmetlerinden yararlanmaktadır. İşletme özellikle Avrupa’da İsviçre ve Belçika pazarlarına, Afrika’da ise Nijerya, Libya, Tunus ve Fas gibi ülke pazarlarına “TOPS Logistics” sayesinde girebilmiştir.

3.2.1.3. Kıta Lojistik

Kıta Lojistik genel müdüründen elde edilen bilgiye göre Kıta Lojistik 1995 yılında kurulmuş bir bütünleşik lojistik hizmet sağlayıcısı işletmedir (www.kita.com.tr). İzmir ve İstanbul’da toplam 180 personeli olan Kıta Lojistik dünyanın çeşitli yerlerindeki iş ortakları ile birlikte müşterilerine beş ayrı lokasyonda hizmet vermektedir. Kendisine ait depolama olanakları ve elleçleme ekipmanları olan Kıta Lojistik’in 80 adet tırdan oluşan uluslararası araç filosu, 6 adet kamyonu ve 4 kamyoneti bulunmaktadır. İşletme, hizmetlerini “Cargomax” adlı bir bilgi işlem teknolojisi ile yürütmektedir.

Kıta Lojistik’in sunduğu lojistik hizmetler; taşıma hizmeti olarak küresel havayolu ve denizyolu yük taşımacılığı, karayolunda eşya taşımacılığı ve transit eşya taşımacılığını, depolama hizmeti olarak serbest ve gümrüklü depolama hizmetlerini, proje lojistiği olarak ağır ve gabari dışı taşımacılığı, tehlikeli madde taşımacılığı, gemi kiralama ve liman elleçleme hizmetleri, yol etüt ve fizibilitesini içermektedir (www.kita.com.tr). Ayrıca, katma değerli lojistik hizmetler, yurt içi dağıtım ve fuar lojistiği hizmetleri de işletmenin sunduğu hizmetler arasında yer almaktadır. Kıta Lojistik’in verdiği bu lojistik hizmetler temel olarak otomotiv, tekstil, ilaç, hızlı tüketim ürünleri, ulaştırma (araç ve ekipman), perakende, teknoloji, inşaat, enerji ve ağır sanayi sektörlerine yöneliktir. 2013 yılı işlem hacmi 14.000 TEU ve sadece denizyolu taşımacılığından elde ettiği cirosu 12 milyon dolardır.

On iki yıldır “WCA Family” adlı lojistik işletmeler arası ağ organizasyona üye olan Kıta Lojistik, üç yıldır da “IFLN” adlı lojistik işletmeler arası ağ organizasyonuna üyedir. Kıta Lojistik’in hizmet verdiği yerler Avrupa, Amerika, Ortadoğu ve Uzakdoğu bölgelerini içermekte olup, bu bölgelerin tamamında üye ağ organizasyonlarından yararlanmakta, özellikle de Güneydoğu Asya pazarına bu ağ organizasyonları sayesinde girebilmiştir.

3.2.2. Araştırma Kapsamındaki Lojistik İşletmelerin Üye Oldukları Ağ Organizasyonları

Bu bölümde yer alan araştırma kapsamındaki lojistik işletmelerin üye oldukları ağ organizasyonları ilgili bilgiler, ilgili lojistik işletmelerin yöneticileri ile yapılan derinlemesine görüşmelerden ve ağ organizasyonlarının internet sayfalarından elde edilmiştir.

Tablo 3: Araştırma Kapsamındaki Lojistik İşletmelerin Üye Oldukları Ağ Organizasyonları

AĞ ORGANİZASYONLARI	KURULUŞ YILI	ÜYE SAYISI	ÜYELİK ÜCRETİ
Connecting Five Continents (C5C)	2007	241	2000 €+ 500€ Sigorta Koruması
TOPS Lojistik İşletmeler arası Ağ Organizasyonu	1997	50	2000 €
WCA Advanced Professional Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonu	2005	943	3000\$
IFLN Lojistik İşletmeler arası Ağ Organizasyonu	2000	220	3500\$

3.2.2.1. “Connecting Five Continents” (C5C) Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonu

2007 yılında kurulan “C5C” lojistik ağ organizasyonu 91 ülkede 241 lojistik hizmet sağlayıcı ve taşıma işleri komisyoncusu üyesi bulunan, imtiyazlı olmayan bir lojistik işletmeler arası ağ organizasyonudur (www.con5con.com). Her ülkeden sadece bir lojistik işletmenin üyeliğine izin veren bu ağ organizasyonun Türkiye üyesi Novel Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik’tir. Bu ağa üyelik, lojistik işletmelere iş ziyaretlerinin yapılması, aday işletmenin işlerinin çeşitli analizlerinin gerçekleştirilmesi ve ağ organizasyonunun mevcut güvenilir üyelerden birinin tavsiyesi ile alınması gibi çeşitli prosedürler tamamlandıktan sonra yapılmaktadır. “C5C”, dört kişiden oluşan bir yönetici kadrosu tarafından idare edilmekte olup başkanı Helmut Gross’tur (www.con5con.com).

“C5C”de üyelerin günlük işlerini yaparlarken uymak zorunda oldukları kılavuzlar ve kurullar bulunmaktadır. Üyelik şartları ve koşullarında belirtilen bu hususlar; ağ üyeleri arasındaki iletişim, kar

paylaşımı şartları, ödeme şartları, alış ve satış oranları politikası, sevkiyat bilgisi ve satış bilgisi gibi konuları içermektedir. Yıllık üyelik ücreti 2000 avro olan bu ağ organizasyonun sigorta koruması almak isteyen üyelerin ayrıca 500 avro daha ödeme yapması gerekmektedir (www.con5con.com).

“C5C”nin verdiği hizmetler, çoğu lojistik ağ tarafından sağlanan; üyelerinin buluşarak işlerini geliştirme olanağı elde ettiği yıllık konferanslar düzenlemek, finansal korunma programı ve küresel kuvertür sağlamaktır. Bunlardan başka, “C5C” dünya çapında iş seyahatleri gerçekleştirerek ağa katılacak çok güvenilir ve istikrarlı üyelerin bulunması, üyelerinin birbirleri ile belirli bir dereceye kadar işbirliği yapmasını ve aynı zamanda uygun bir sevkiyat geliri elde etmesini sağlama, çevirim içi bir yazılımla takip edilebilen sevkiyat yükümlülüğü davranış kuralı belirleme, ağ içerisinde ödeme yükümlülüklerini yerine getirmeyen üyelere ödenmemiş faturaların hatırlatılması gibi fatura sevkiyat raporlama hizmeti gibi hizmetlerdir (www.con5con.com).

3.2.2.2. “TOPS” Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonu

“TOPS” ağ organizasyonu, uzman lojistik hizmetlerin sağlanması amacıyla bağımsız lojistik hizmet sağlayıcıların küresel olarak ittifak yaptığı bağımsız bir lojistik hizmet sağlayıcılar ağıdır. 1997 yılında Jozef Muyschondt tarafından yerel lojistik hizmet sağlayıcıların küresel olarak hareket edebilmelerini sağlayabilmek için kurulmuştur. Merkezi Hollanda'dadır. “TOPS”un yıllık üyeliği 2000 Avro'dur. Toplam 30 ülkede toplam 50 üyesi bulunmaktadır (www.tops-logistics.com). Üyeler, detaylı bir inceleme ve değerlendirme sonucunda üyeliğe kabul edilmektedir. “TOPS”, Avrupa, Asya, Güney Doğu Asya, Hindistan, Avustralya'daki şehirleri kapsayan ana ticaret merkezlerinde olduğu gibi, Güney ve Kuzey Amerika, Afrika ülkelerinde üyeliklerini genişleterek yaygınlaşmıştır. Üye lojistik hizmet sağlayıcı işletmeler ve üyelerin müşterilerinin çıkarları ağına belirlemiş olduğu bir davranış kodu ile korunmaktadır (www.tops-logistics.com).

“TOPS”un üyelerine sunduğu lojistik hizmetler sipariş işlemleri depolama ve dağıtım, gümrükleme, ithalat ve ihracat dokümantasyonu, havayolu, karayolu ve denizyolu taşımacılığı, sevkiyat planlama ve JIT teslimat, ulaştırma projesi analizi ve yönetimi gibi hizmetleri içermektedir. Üyelerine, gemi işletmeksizin tarifeli taşımacılık hizmeti sağlayan işletme sınıfıyla (NVOCC; Non-Vessel Operating Common Carrier), en uygun rotalama ve rekabetçi navlun analizi hizmetleri de sağlayan bu ağ organizasyonu, kendisinin düzenlemiş olduğu tek bir

taşıma dokümanıya (TOPS Container Line Konşimentosu) çeşitli taşıyıcıları baz alarak dünyanın çoğu limanından sevkiyat yapabileme olanağı sağlamaktadır (www.tops-logistics.com).

3.2.2.3. “WCA Advanced Professional” Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonu

“WCA Advanced Professional” ağı, “WCA World Family” ağ gurubuna bağlı bir ağ organizasyonudur. “WCA World Family”, 4 genel ağ ile 8 özellikli ağdan oluşan büyük bir lojistik işletmeler arası ağ organizasyonu gurubudur (www.wcaworld.com). “WCA Advanced Professional” ise 129 ülkedeki 345 şehir ve limanda 950 üye ofisiyle faaliyette bulunan tekolci olmayan bir ağıdır. Üyelerine 6 bölgesel hizmet merkezinde 90’dan fazla personel ile hizmet vermektedir (www.wcaadvancedprofessionals.com). Bu ağ, küresel bir ağ organizasyonu olarak üyelerine uzun süre birlikte çalışabilecekleri dünya çağında kaliteli ve güvenilir iş ortakları ve acenteler sağlamaktadır. Her bir üyesine, diğer bir “WCA Advanced Professional” üyesi ile iş yaparken 100.000 dolara kadar bir faturanın ödenmemesi durumunda finansal güvence programı sunmaktadır. Düzenlemekte olduğu yıllık konferanslar ile dünyanın çeşitli yerlerinden gelen çok sayıda lojistik işletmesinin yetkililerine birebir görüşme olanağı sağlayarak ile iş bağlantıları kurma ve geliştirme ortamı yaratmaktadır. (www.wcaadvancedprofessionals.com). WCA üyeleri Amerika’ya ihracatta yetkili NVOCC acentesi olmakta, lisanslı konşimento ve otomatik manifesto sistemini kullanmaya hak kazanmaktadır. WCA’nın yönetim kadrosu üyeler arasında yaşanan sorunluları ve anlaşmazlıkları çözümle ilgilenmektedir. Üyelerine, sevkiyat yönetim ve yük izleme ve takip sistemini içeren endüstrinin önde gelen lojistik uygulamalarını sağlamaktadır. Üyeler yapılan duyuru ve haberler ile güncel düzenlemelerden sürekli bilgilendirilmektedir. WCA risk yönetim programı üyelere sigorta programları dâhil kapsamlı ve güvenilir çözümler sunarak finansal korunma sağlanmaktadır (www.wcaadvancedprofessionals.com).

3.2.2.4. “IFLN” Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonu

Bu ağ organizasyonu, geniş kapsamlı tedarik zinciri çözümleri ve kapıdan kapıya proje lojistik hizmetleri sağlayabilmek için birlikte çalışan, 2000 yılında kurulmuş, merkezi Amerika Birleşik Devletleri’nin Houston şehrinde olan, üyeleri özel olarak seçilmiş lojistik işletmelerin olduğu bir lojistik işletmeler arası organizasyonudur. IFLN ağı, 90 ülkeden 220’den fazla kendisine üye uzman lojistik işletmesi ile

üyelerinin çokuluslu lojistik işletmeler ile küresel bazda rekabet edebilmesine olanak sağlamak amacıyla kurulmuş bir ağıdır (www.ifln.net). Bu ağın üyeleri dünya çapında 350'ofiste 13.800 profesyonel lojistik çalışanı ile faaliyette bulunmakta ve 5,6 milyar dolar yıllık kolektif satış gelirine sahiptir. IFLN ağı toplam 4,9 milyon metrekare depolama kapasitesi desteğiyle her kıtada varlık gösterebilmektedir (www.ifln.net).

IFLN ağı, üyeliği herkese açık olan bir lojistik ağ organizasyonudur. Bu ağ, Amerika, Çin ve Hindistan gibi büyük pazarlardaki durumun istisna olması dışında, eş zamanlı olarak bir hizmet ve yetenek çeşitliliği sunacak olan, her bir ülke veya ana şehirde en azından üç üye tercihi sağlamayı hedeflemektedir. Tüm üyeler için amaç birlikte çalışmak ve karşılıklı iş geliştirmek olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, üyeler mevcut denizaşırı ortakları ile çalışmayı sürdürebilir ve aynı zamanda IFLN ağı içerisinde yeni ittifaklar geliştirerek varlıklarını genişletebilirler. IFLN'in temel amacı kendi yerel pazarlarında veya uzmanlık alanlarında mevcut güçlü ve kaliteli lojistik işletmeleri kendisine çekerek küresel olarak büyümeyi sürdürmek ve güçlenmek olarak tanımlanmaktadır (www.ifln.net).

IFLN'in üyelerine verdiği hizmetler şu şekilde belirtilmektedir (www.ifln.net): Her yıl dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan konferanslar düzenleme, içsel kalite standartlarını (operasyonel, finansal, satış ve pazarlama standartları) oluşturma, finansal güvence garanti programı sağlama, üyeler arasında tarafsız olarak hakemlik yapma, çevrim içi iletişim bilgisi platformu sağlama, taşıyıcıların konsolide grup hacimlerinden yararlanma olanağı yaratma, grup olarak taşıyıcılarla pazarlık yoluyla hacim indirimleri ve tercihli rezervasyon olanağı sağlama, ileri düzey ve yenilikçi e-yönetim platformu oluşturma. Ayrıca bu ağ, küresel müşteriler (taşıtanlar), büyük ölçekli projeler ve ağır yük taşımaları söz konusu olduğunda üyelerine satış ve pazarlama desteği, küresel ihalelerde ve taşıyıcılarla pazarlıklarda destek, bu işlerin yapılmasında birbirleri ile uyumlu partnerlerin bir araya getirilmesi gibi hizmetleri de vermektedir.

IFLN uluslararası lojistik yazılım işletmesi "CargoWise" ile küresel bir ortaklık kurmuştur. Bu işletme, lojistik hizmet sağlayıcılarının görünürlüğü, etkinliği, hizmet kalitesi ve karlılığı için yenilikçi ve tek bir platform sunan bir bilgi teknolojisi hizmeti sağlayıcı işletmedir.

3.3. Araştırmada Çalışılan Durum (Örnek Olay)

Araştırmada çalışılan durum, araştırma problemi çerçevesinde belirlenmiş olup, öncelikle lojistik ağ organizasyonlarının yapısı ve işleyişinin ortaya konmasını kapsamaktadır. Daha sonra ise, söz konusu lojistik ağ organizasyonlarının bu organizasyonlara üye olan bireysel lojistik işletmelerinin pazarlama performansları üzerine etkilerinin değerlendirilmesi araştırmanın temelini teşkil etmektedir.

3.4. Araştırmaya Katılan Bireylerin Seçimi

Araştırma konusunun lojistik işletmeler ile ilgili stratejik konuları içermesi sebebiyle araştırmaya katılacak bireylerin lojistik işletmelerin sahipleri veya üst düzey yöneticileri olmasına özen gösterilmiştir. Derinlemesine görüşmenin gerçekleştirildiği üç lojistik hizmet sağlayıcı işletmenin ikisinde görüşülen bireyler işletmenin hem sahibi hem de genel müdürü pozisyonunda iken, bir lojistik hizmet sağlayıcıda görüşülen kişi ise işletmenin genel müdürü konumundadır.

3.5. Araştırma Verilerinin Toplanması

Lojistik işletmeler arası ağ organizasyonların lojistik işletmelerin pazarlama performansı üzerine etkilerinin incelendiği bu araştırmanın derinlemesine bilgi gerektirmesi ve örneklem gurubunun az sayıda olması, araştırma yöntemi olarak örnek olay çalışmasını ve veri toplama yöntemi olarak da derinlemesine görüşme tekniğinden yararlanılmasını (Çırpan ve Koyuncu, 1998) gerektirmiştir. Bu bağlamda görüşülen lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin yöneticilerine konu ile ilgili sorulan çeşitli türdeki sorular ile önemli görülen hususlar üzerinde derinlemesine bilgi edinme yoluna gidilmiştir.

Araştırma kapsamında lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerden veriler yüz yüze derinlemesine görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Görüşme yapılan kişilere önceden araştırmanın konusu ve kapsamı açıklanarak randevu alınmıştır. Görüşmeler belirlenen tarihte gerçekleştirilmiş ve önceden hazırlanmış formlara kaydedilmiştir. Görüşmeler ortalama 1 saat sürmüştür. Verilerin toplanmasında araştırma amaçları doğrultusunda hazırlanmış olan açık uçlu, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmış soru formlarından yararlanılmıştır. Ayrıca bu işletmelerin internet sayfaları ve tanıtım kataloglarından da araştırma kapsamında yararlanılmıştır. Ağ organizasyonlara ilişkin veriler ise bu organizasyonların internet sayfaları ve dokümanlarından elde edilmiştir.

3.6. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırmanın verileri, çalışmanın başında oluşturulmuş olan araştırma problemleri temel alınarak düzenlenmiş ve yorumlanmıştır. Hem derinlemesine görüşme yöntemiyle lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerden toplanan veriler, hem de doküman incelemesiyle elde edilen veriler araştırma amaçları doğrultusunda içerik analizi yoluyla analiz edilmiştir. Araştırmada toplanan verilerden araştırma problemi ile ilgisi olmayan veriler analiz dışında bırakılmıştır. Ayrıca, verilerin analiz edilmesi ve yorumlanmasında çalışılan problemle ilgili literatür yoğun olarak kullanılmıştır.

3.7. Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen 3 örnek olay, aşağıda ilgili başlıklar altında yer almaktadır.

3.7.1. Örnek Olay 1: “C5C” Lojistik İşletmeler arası Ağ Organizasyonunun Novel’in Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

“C5C” ağ organizasyonunun, Novel’in sayısal olarak ölçülen pazarlama performansı üzerine etkileri şu şekilde gerçekleştiği belirtilmiştir: Yıllık toplam satış içerisinde “C5C” yoluyla satış hacmi TEU bazında % 30 ve satış cirosu bazında ise % 35 gibi bir oranı oluşturmuştur. Toplam müşterileri içerisinde “C5C” sayesinde Novel’in elde ettiği müşterilerin oranı yaklaşık % 25 olarak ortaya çıkmış, “C5C”ye üye olduktan sonra satış hacmi TEU bazında ve ciro bazında % 30 oranında artış göstermiştir.

C5C’nin Novel’in pazarlama performansını oluşturan diğer değişkenler üzerine etkisi Şekil 1’de gösterildiği gibidir. Lojistik işletmeler arası ağ organizasyonunun Novel’in pazarlama performansı değişkenleri üzerine etkisi olumsuz (0), nötr (1) ve olumlu (2) olarak değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmede “C5C” ağının işletmenin pazarlama performansı değişkenlerinin hiçbiri üzerinde olumsuz bir etkisi olmadığı, özellikle işletmenin itibarı, marka imajı, pazar payı, yeni müşterilerin kazanılması, fiyatlandırma, hizmet dağıtım ve sunum, satış gücü ve inovasyon etkinliği, hizmetin coğrafi kapsamı, uluslararası pazar geliştirme, pazar bilgisi, pazarlama maliyetlerinin düşürülmesi ve karlılık yönlerinden olumlu yönde katkılarının bulunduğu belirtilmiştir. Bu katkılara örnek olarak, C5C’nin logosunu kullanmanın müşterileri

olumlu etkilediği, Novel'in "C5C"nin dünyanın çeşitli yerlerindeki üye acenteleri yoluyla müşterilere fiyat alternatifleri ve esnekliği yaratabildiği, yine "C5C"ye üyelik sayesinde Novel'in dökme yüklerin taşınmasında inovasyon elde ettiği ve bu yolla yeni yüklerin taşınması işi ile yeni pazarlara girebildikleri verilmiştir.

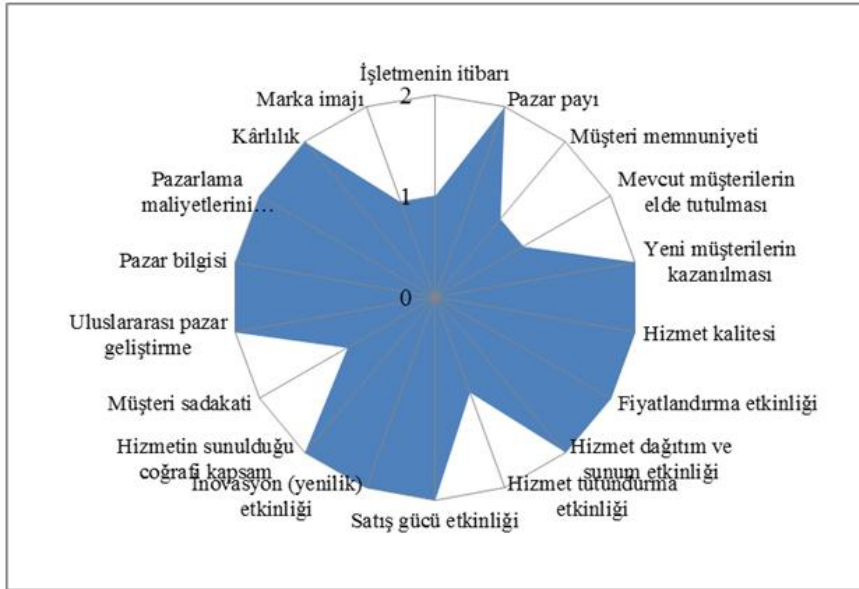
Novel, müşterilerine yurt dışında hizmet dağıtım ve sunumunda kendi acentesini kurarak yatırım ve işletme maliyetlerine katlanma yerine, "C5C" yoluyla üye lojistik işletmeler ile iş ortaklığı ilişkisi içerisinde çalışarak, hem değişken maliyet esasına göre çalışma, hem de ağ organizasyonu sayesinde çok fazla araştırmaya gerek kalmadan güvenilir bir iş otağı bularak müşterilerine sunduğu hizmetin kalitesini arttırabilme ve pazarlama ve diğer maliyetlerini düşürebilme olanağı elde etmiştir.



Şekil 1: C5C Ağ Organizasyonunun Novel Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik İşletmesinin Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

3.7.2. Örnek Olay 2: “TOPS” Lojistik İşletmeler Arası Ağ Organizasyonunun Haliç’in Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

“TOPS” ağ organizasyonunun Haliç’in sayısal olarak ölçülen pazarlama performansı üzerine etkileri işletmenin yönetici ortağı tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir: Haliç’in yıllık toplam satışları içerisinde “TOPS” ağ organizasyonu yoluyla satış hacmi TEU bazında % 20, satış cirosu bazında % 15 gibi bir oranı oluşturmuştur. Toplam müşteriler içerisinde “TOPS” sayesinde elde edilen müşterilerin oranı yaklaşık % 10 olarak ortaya çıkmıştır. Haliç, “TOPS”a üye olduktan sonra satış hacmi TEU bazında ve ciro bazında % 15 oranında artış göstermiştir. “TOPS” lojistik ağ organizasyonunun Haliç’in pazarlama performansını oluşturan diğer değişkenler üzerine etkisi Şekil 2’de gösterildiği gibidir.



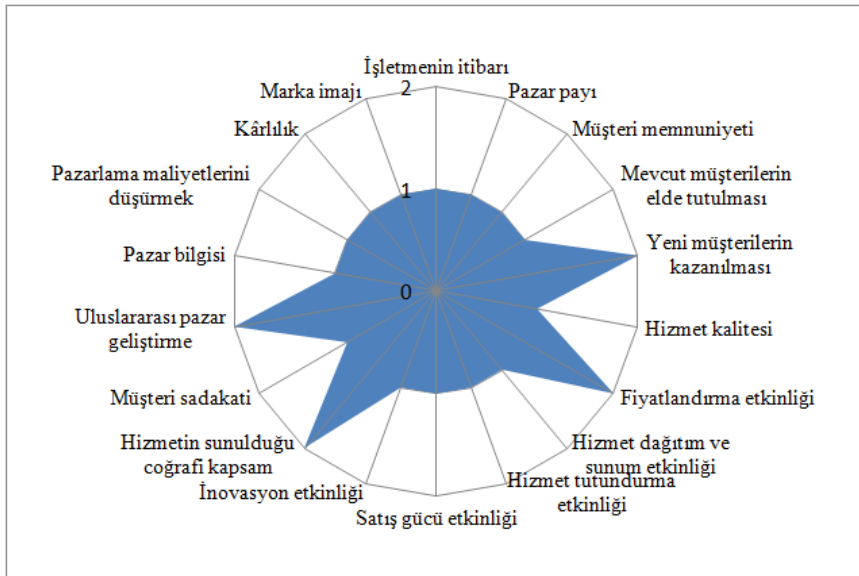
Şekil 2: “TOPS” Ağ Organizasyonunun Haliç’in Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

“TOPS”un Haliç’in pazarlama performansını oluşturan değişkenlerin hiçbirine olumsuz etkisi olmadığı gibi, özellikle olumlu etkiler ise pazar payı, yeni müşterilerin kazanılması, hizmet kalitesi, fiyatlandırma, hizmet dağıtım ve sunumunun, satış gücü, inovasyon, coğrafi kapsam, uluslararası pazar geliştirme, pazar bilgisi,

pazarlama maliyetlerinin düşürülmesi ve karlılık değişkenleri üzerinde olmuştur.

3.7.3. “WCA” ve “IFLN” Lojistik Ağ Organizasyonlarının Kıta Lojistik’in Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

“WCA” ve “IFLN” lojistik ağ organizasyonunun Kıta Lojistik’in sayısal olarak ölçülen pazarlama performansı üzerine etkileri işletmenin üst düzey yöneticisi tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir: Kıta Lojistik’in yıllık toplam satışları içerisinde üye olunan iki ağ organizasyonu yoluyla yapılan satış hacmi TEU bazında ve ciro bazında % 10 gibi bir oranı oluşturmuştur. Bu iki ağ organizasyonu sayesinde elde ettikleri müşterilerin toplam müşteriler içerisindeki oranı yaklaşık % 5 olmuştur. Kıta Lojistik, “WCA” ve “IFLN”e üye olduktan sonra satış hacmi TEU bazında ve ciro bazında % 11 oranında artış göstermiştir.



Şekil 3: “WCA” ve “IFLN” Lojistik Ağ Organizasyonlarının Kıta Lojistik’in Pazarlama Performansı Üzerine Etkileri

Bu iki lojistik ağ organizasyonunun Kıta Lojistik’in pazarlama performansını oluşturan diğer değişkenler üzerine etkileri Şekil 3’de gösterildiği gibi olduğu belirtilmiştir. Şekil ’den de görüleceği üzere, “WCA” ve “IFLN” ağlarının Kıta Lojistik’in pazarlama performansı üzerine etkileri çok fazla belirgin değildir ama yine de olumsuz bir etkiden bahsetmek söz konusu değildir. Pazarlama performansının

olumlu yönde etkilenen değişkenleri: yeni müşterilerin kazanılması, fiyatlandırma etkinliği, hizmetin sunulduğu coğrafi kapsam, uluslararası pazar geliştirme değişkenleri olmuştur. Kıta Lojistik yöneticisi, üye oldukları lojistik ağlar ile ilgili olarak, üye firmaların belli bir değerlendirmeden geçmiş ve finansal yapısı nispeten güçlü olan firmalar olduğunu, bu ön değerlendirmenin kendileri için çok önemli olduğunu, ayrıca “WCA” ve “IFLN” gibi ağ organizasyonlarında üyeler arası yapılan işlerde bir ödeme sigortası bulunduğu, iflas eden ya da borcunu zamanında ödeyemeyen firmalarla ilgili olarak bu ağ organizasyonlarının devreye girdiği, kendileri için de bunun önemli olduğu, hatta ağ organizasyonlarına üyelik macerasının da bu nedenle başladığını belirtmiştir. Özellikle yurt dışında tahsilatı yapılacak uluslararası taşıma hizmetlerinde, karşı taraftaki lojistik işletmesi tahsilatı Kıta Lojistik adına yapabildiği, ancak bu ödemeyi kendilerine transfer etmeyebildiğini, ağ organizasyonlarının da bu tip konularda yurt dışındaki aynı ağ organizasyonuna üye lojistik işletmesine yaptırım uyguladığını belirtilmiştir. Kıta Lojistik yöneticisi ayrıca, Türkiye’de varlıkları olmayan küçük ölçekli lojistik işletmeler ile taşıma işleri komisyoncularının bu ağ organizasyonlarını pazarlama aracı olarak yoğun olarak kullandıklarını ancak, Kıta Lojistik olarak 20 yıllık geçmişleri ve piyasada bilinirlikleri olduğu için müşterilere karşı pazarlama faaliyetlerinde bu konuyu genellikle gündeme getirmediğini belirtmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN SONUÇ VE ÖNERİLERİ

Örnek olay incelemesi yöntemiyle lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarının, bu ağlara üye olan lojistik işletmelerin pazarlama performansı üzerine etkilerinin incelendiği bu çalışmanın sonuçlarının genel olarak ilgili literatür ile paralellik gösterdiği ve lojistik işletmelerin pazarlama performanslarının, lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarından olumlu yönde etkilendiği söylenebilir. Üzerinde örnek olay çalışması yapılan üç lojistik işletmesinde de pazarlama performansını oluşturan değişkenler arasında özellikle, “hizmetin sunulduğu coğrafi kapsam”, “uluslararası pazar geliştirme”, “fiyatlandırma etkinliği” ve “yeni müşteriler kazanma” değişkenlerinin lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarından pozitif olarak etkilenmiştir. Bu değişkenlerden “hizmetin sunulduğu coğrafi kapsam” değişkenine literatürde Schmolzi ve Wallenburg (2011) ile Carbone ve Stone (2005)’un çalışmalarında yer verilmiş ve lojistik işletmelerin, verdikleri hizmetlerin coğrafi kapsamlarını lojistik ağ organizasyonlarına katılım yolu ile arttırabildiklerine değinmişlerdir. Ağ organizasyonları ile ilgili yapılan çalışmalarda ağ organizasyonlarının işletmelerin pazarlama

performansını oluşturan değişkenlerinden “uluslararası pazar geliştirme” ye Çavuşgil ve Zou (1994) ve Coviello vd. (2009)’nin çalışmalarında, “fiyatlandırma etkinliği” Kotler ve Keller (2012)’in araştırmalarında, “yeni müşteriler kazanma” da Mone vd. (2013)’nin çalışmalarında değinilmiş ve ağ organizasyonlarının bu pazarlama performans değişkenleri üzerinde olumlu katkısı olduğu tespit edilmiştir.

Pazarlama performansını oluşturan diğer değişkenler, üye olunan lojistik ağ organizasyonu ve üye lojistik işletmeye bağlı olarak farklılık gösterse de genel olarak lojistik ağ organizasyonlarına üye olmanın özellikle küçük ölçekli lojistik işlemlerin pazarlama performansı üzerinde pozitif etkisi olduğu literatüre paralel şekilde ortaya çıkmıştır (Carbone ve Stone, 2005).

Literatürde ortaya konduğu üzere, ağ organizasyonu kullanım ile daha küçük olmanın verdiği dezavantajların elimine edildiği bu çalışmada da ortaya konmuştur. Aynı zamanda bu işbirliği ilişkileri ile pazarlama performansını oluşturan değişkenler hususunda avantaj elde edilmesi mümkündür. Sonuç olarak, bu çalışma ağ organizasyonları kullanmanın işletmenin genel performansı üzerine katkılarının bulunduğunu gösteren literatürdeki çalışmaları (Wallenburg ve Raue, 2011; Krajewska ve Kopfer,2006; Krajewska vd. 2008) desteklediği gibi, aynı zamanda pazarlama performansı özelinde de literatürde belirtilen performans göstergelerine (Çavuşgil ve Zou, 1994, Kotler ve Keller, 2012, Mone vd. 2013, Coviello vd. 2009, Chang vd. 2012, Clark vd. 2006) olumlu katkılar sağladığı değerlendirilmiştir.

Bu çalışma, uygulama açısından özellikle Türkiye’deki gibi küçük ve orta büyüklükteki lojistik işletmelerin dünyadaki diğer lojistik işletmeler ile birlikte lojistik işletmeler arası yatay ağ organizasyonları kurmalarının küresel pazarlarda bilgi, beceri, olanak ve kaynak yetersizliklerinin üstesinden gelebilme, işletme ve pazarlama performanslarını arttırabilme, dolayısıyla da hem yerel hem de küresel pazarlarda küresel lojistik işletmeler ile rekabet edebilme olanaklarına kavuşmalarında iyi bir yöntem olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmayla, lojistik işletmeler arası ağ organizasyonlarının işleyiş sistemleri, genel olarak işletme performansları, özel olarak ise pazarlama performansları üzerine etkileri incelenerek uygulamada lojistik işletmelerin ağ organizasyonu kurmaları, kurulmuş olan ağ organizasyonlarına katılmaları ve işletme ve pazarlama performanslarını geliştirmelerine katkı sağlanmaktadır. Sundukları hizmetin doğası gereği uluslararası pazarlarda varlıklarını sürdüren lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerin, özellikle küçük ve orta büyüklükteki olanlarının çok uluslu lojistik

işletmeler ile rekabet ederken karşılaştıkları güçlükleri aşmada ve pazarlama performanslarını arttırmada uluslararası lojistik ağ organizasyonlarından faydalanabilecekleri değerlendirilmektedir.

5. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Bu çalışma, az sayıda lojistik hizmet sağlayıcı işletme ile örnek olay çalışması çerçevesinde yürütülmüş nitel bir araştırmadır. İleriki çalışmalarda örneklem genişletilerek lojistik hizmet sağlayıcılar ve ağ kullanımının pazarlama performansına etkileri anket yöntemi gibi daha büyük bir örneklem ve zaman aralığına ihtiyaç duyan nicel araştırmalar ile gerçekleştirilerek daha geniş kapsamlı şekilde araştırılabilir. İleriki çalışmalarda ağ organizasyonlarının işletmelerin pazarlama performansı üzerine etkileri daha spesifik olarak, örneğin sadece satış performansı üzerine etkileri şeklinde, araştırmalar yapılabilir. Bu araştırmada aynı sektörde ve aynı kanal seviyesindeki işletmelerin oluşturduğu yatay ağ organizasyonları ve bu organizasyonlara üye işletmelerin pazarlama performansı üzerine etkileri incelenmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda farklı kanal düzeylerinde yer alan işletmeler tarafından oluşturulmuş olan dikey ağ organizasyonları araştırılabilir. Bu çalışma, ağ organizasyonlarını ve işletmelerin pazarlama performansına etkilerini uluslararası lojistik sektöründe faaliyette bulunan işletmeler üzerinde incelemektedir. Karşılaştırılma yapılmasına imkân sağlaması açısından bundan sonraki çalışmalar yerel pazarlarda veya farklı hizmet sektörlerinde faaliyette bulunan işletmeler üzerinde gerçekleştirilebilir.

KAYNAKLAR

Abdul-Rashid, A. & Sing-Sing, W. (2011). Business networks and internationalisation of contractors from developing countries: An explorative study. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 18 (3), 282-296.

Altuntaş, C. & Öztürkoğlu, Y. (2013). Forwarding agent selection throughout global freight forwarder networks: A fuzzy TOPSIS analysis. *in Proceedings of XI. International Logistics and Supply Chain Congress*, Kayseri, Turkey, 7-9 November, 2013, pp. 37-48.

Armutlu, C. E. (2006). İlişkisel pazarlamanın teorik temelleri: Etkileşim ve şebeke yaklaşımları. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 1-16.

Björkman, I. & Forsgren, M. (2000). Nordic international business research: A review of its development. *International Studies of Management & Organization*, 30 (1), 6-25.

Carbone, V. & Stone, M. A. (2005). Growth and relational strategies used by the European logistics service providers: Rationale and outcomes. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41(6), 495-510.

Cavusgil, S. T. & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58 (1), 1-21.

Chang, S.H., Chen, C.H. & Ho, Y.C. (2012). A study of marketing performance evaluation system for notebook distributors. *International Journal of Business and Management*, 7 (13), 85-93.

Clark, B.H., Abela, A.V. & Ambler, T. (2006). An information processing model of marketing performance measurement. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 14 (3), 191-208.

Coviello, N., Winklhofer, H. & Hamilton, K. (2009). Marketing practices and performance of small service firms. *Journal of Service Research*. 9 (1), 38-58.

Cravens, D. W. & Piercy, N. F. (1994). Relationship marketing and collaborative networks in service organizations. *International Journal of Service Industry Management*, 5(5), 39-53.

Çırpan, H. & Koyuncu, M. (1998). İşletme kültürünün alt kademe yöneticileri üzerindeki etkisi: Bir örnek olay çalışması. *Öneri*, 2 (9), 223-230.

Çiçek, R. & Demirer, O. (2009). Geleneksel uluslararasılaşma teorisine karşı çıkan yeni bir uluslararasılaşma modeli: Global doğan işletmeler. *Akademik Bakış*, 16, 69 – 80.

Denktaş Şakar, G. (2010). *Mode choice decisions and the organisational buying process in multimodal transport: A triangulated approach*, Doctoral dissertation, Cardiff University.

Erkutlu, H. & Eryiğit, S. (2001). Uluslararasılaşma süreci. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (3), 1-15.

Kotler, P. & Keller, K. (2011). *Marketing Management, 14th Edition*. Prentice Hall.

Krajewska, M.A. & Kopfer, H. (2006). Collaborating freight forwarding enterprises. *OR Spectrum*, 28(3), 301-317.

Krajewska, M.A., Kopfer, H., Laporte, G., Ropke, S. & Zaccour, G. (2008). Horizontal cooperation among freight carriers: request allocation and profit sharing. *Journal of the Operational Research Society*, 59 (11), 1483- 1491.

Lages, L.F., Lancaster, A. & Lages, C. (2008), The B2B-RELPERF scale and scorecard: Bringing relationship marketing theory into business-to-business practice. *Industrial Marketing Management*, 37(6), 686-97.

Lemoine, W. & Dagnæs, L. (2002). Globalization and networking organisation of European freight, forwarding and logistics provider. In *2nd International Conference on Co-operation & Competition, Approaches to the Organization of the Future*, Vaxjo University, Sweden.

Miles, R.E. & Snow, C.C. (1995). The new network firm: A spherical structure built on a human investment philosophy. *Organizational Dynamics*, 23 (4), 5-18.

Miller, N. J., Besser, T. L. & Weber, S. S. (2010). Networking as marketing strategy: a case study of small community businesses. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13(3), 253-270.

Mone, S.D., Pop, M. D. & Racolta-Paina, N. D. (2013). The “what” and “how” of marketing performance management. *Management and Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 8(1), 129-146.

Rutahobya, L. & Jaensson, J. E. (2004). Small firms’ internationalization for development in Tanzania: exploring the network phenomenon. *International Journal of Social Economics*, 31(1/2), 159-72.

Schmoltzi, C. & Wallenburg, C.M. (2011). Horizontal cooperations between logistics service provider: motives, structure, performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41 (6), 552-576

Wallenburg, C.M & Raue, J. S. (2011). Conflict and its governance in horizontal cooperations of logistics service providers. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(4), 385-400.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.

Yin, R. K. (1984). *Case Study Research: Design and Methods*. Beverly Hills, CA: Sage.

Young, S., Bell, J.D. & Crick, D. (1999). The Resource-based Perspective and Small Firm Internationalisation: An Exploratory Approach, in C. Miller, R. Grant, and C. Choi, (Eds), *International Business, Emerging Issues and Emerging Markets*, pp. 79-101. London: Macmillan Press.

İnternet Kaynakları:

<http://www.con5con.com> (Erişim Tarihi:10.03.2014)

<http://www.tops-logistics.com> (Erişim Tarihi: 10.03.2014)

<http://www.wcaworld.com>. (Erişim Tarihi: 12.03.2014)

<http://www.wcaadvancedprofessionals.com> (Erişim Tarihi: 12.03.2014)

<http://www.noveltrans.com> (Erişim Tarihi: 26.03.2014)

<http://www.halicint.com> (Erişim Tarihi: 26.03.2014)

<http://www.kita.com.tr> (Erişim Tarihi: 26.03.2014)

Yayın Geliş Tarihi: 16.07.2015
Yayına Kabul Tarihi : 18.11.2015
Online Yayın Tarihi: 24.12.2015
DOI: 10.18613/deudfd.38268

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:7 Sayı:2 Yıl:2015 Sayfa:228-257
ISSN:1309-4246

DESTİNASYON OLARAK MARİNALARIN ÇEKİM UNSURLARI VE YATÇILIĞA YÖNELMEDE ETKİLİ İTİCİ MOTİVASYON FAKTÖRLERİ

Neslihan PAKER¹
Ceren ALTUNTAŞ VURAL²

ÖZET

Marina pazarı gittikçe büyümekte ve marina yatırımları artmaktadır. Dolayısıyla, marinaların etkin bir pazarlama ürün karması belirlemesi önem kazanmaktadır. Bu çalışma, marinaları birer destinasyon olarak ele almış ve bu destinasyonların çekim unsurları ile yatçı müşterilerini yatçılığa iten motivasyon faktörlerini keşfetmeyi amaçlamıştır. Ayrıca bu faktörlerin yatçıların bazı profil özelliklerine göre değişiklik gösterip göstermediğini açıklamak da çalışmanın amaçları arasındadır. Araştırmanın kuramsal çerçevesi, turizm yazınında yer alan; itici turist motivasyon faktörleri ve destinasyon çekim unsurlarına dayandırılmıştır. İzmir ve Aydın illerindeki marinaların 261 yatçı müşterisi üzerinde, Ağustos-Eylül 2014 aylarında gerçekleştirilen bir anket çalışması yapılmıştır. Anket verileri, tesadüfi olmayan yargısal örnekleme metodunun ağırlıklı yüz yüze uygulanmasıyla toplanmış, keşifsel faktör analizi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, en etkili marina çekiciliklerinin; güvenlik, hizmet ve altyapı kalitesi ve en önemli itici motivasyon sebeplerinin ise; özgür hissetmek ve istediğini yapabilmek, aile ve arkadaşlarla birlikte vakit geçirmek olduğunu göstermektedir. Marina çekicilikleri; hizmet, prestij, ulaşılabilirlik, turistik çekicilik, yerel kültür, eğlence ve destekleyici elementler, itici motivasyonlar ise; sosyal, macera ve özgürlük faktörleri altında toplanmıştır. Bu faktörlere verilen

*Bu çalışma, Neslihan Paker ve Ceren Altuntaş Vural tarafından 10-13 Haziran 2015 tarihlerinde Anadolu Üniversitesi-Eskişehir'de düzenlenen 20. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde sunulmuştur. Bildirinin genişletilmiş özeti bildiriler kitabında basılmıştır (529-536). Bu çalışma ise bildirinin makaleye dönüştürülmüş tam metnidir.

¹Yaşar Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, pakerneslihan@gmail.com

²Yrd.Doç.Dr., Yaşar Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, ceren.altuntas@yasar.edu.tr

önem seviyeleri yatçıların yaş grubu, cinsiyetleri, medeni durumları, sahiplik durumları ve destinasyon tercihlerine göre anlamlı değişiklikler göstermektedir. Sonuçlar marina yöneticileri ve akademisyenler için çeşitli önerilere ışık tutmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Turist motivasyon faktörleri, destinasyon pazarlaması, marinalar, deniz turizmi, hizmet pazarlaması.*

ATTRACTIVENESS OF MARINAS AS DESTINATIONS AND EFFECTIVE PUSH MOTIVATION FACTORS TOWARDS YACHTING

ABSTRACT

Marina market sustains a steady growth rate and marina investments keep increasing. Consequently, it becomes more important for marinas to determine an effective market mix. This study considers marinas as destinations and aims to discover the pull factors of marinas and push factors that motivate their yachter customers. The study also aims to discover whether these factors are likely to change based on the profile specifications of the yachters. The conceptual framework of the study depends on the push motivation factors for tourists and pulls motivation factors of destinations from tourism literature. A survey research was applied to 261 yachters at İzmir and Aydın marinas between August-September 2014. Data was collected mostly face to face by using nonrandom judgmental sampling method, and analyzed by exploratory factor analysis. According to the results, the most attractive marina characteristics are security, service and infrastructure quality. Feeling free, doing anything oneself wants and spending time together with family and friends are the most important push factors. Marina attractiveness factors are gathered under service, prestige, accessibilities, touristic attractiveness, local culture, entertainment, and supportive elements dimensions where push factors are gathered under social, adventure, and freedom dimensions. The importance levels attained to these factors have significant differences depending on the age groups, gender, marital status, ownership status and destination preferences of yachters. Results lead to several suggestions for both marina managers and scholars working in the field.

Keywords: *Tourist motivation factors, destination marketing, marinas, marine tourism, service marketing.*

1.GİRİŞ

Deniz turizmine ilgi, özellikle 1960'lı yıllardan sonra başlamış, denizde faaliyeti kolaylaştıran teknoloji ve farkındalığı artıran medya etkinlikleri ile her geçen gün daha büyük bir ivme kazanmıştır (Orams,

1999: 14-20). İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz Bölgeleri (İMEAK) Deniz Ticaret Odası (İMEAK DTO, 2014: 212) sektör raporuna göre, Türkiye'nin turizm gelirlerinin %20'si deniz turizminden sağlanmaktadır. Öte yandan, deniz turizminin en önemli alanlarından biri olarak kabul edilmekte olan yatçılık, günümüzün yoğun tempolu, boş zamanı kısıtlı insanına, seyahat arzusunu deniz sevgisiyle birleştirme olanağı sağlamaktadır (Stone, 2000: 1). Türkiye, sahip olduğu son derece uygun iklim özellikleri, doğal güzelliklerle dolu coğrafyası, hizmet sektörünün katalizörü misafirperver kültür özelliği ile Akdeniz Havzası'nda yer alan ülkeler arasında yatçılık sektörü için son derece avantajlı bir konumdadır (Eriş, 2007: 38, 44). Ancak, 2002 yılı sonu itibariyle ülkemizin sahip olduğu marina sayısı, 2011 yılı sonunda ulaşılan 46 marinayla kıyaslandığında %94'lük bir artış sağlanmış olmakla birlikte, Akdeniz Havzası'ndaki öncü ülkelerin marina sayısı, kıyı uzunluklarıyla birlikte dikkate alındığında, 8333 km kıyı uzunluğuna sahip, yatçılık potansiyeli yüksek Türkiye'nin daha çok marina yatırımına ihtiyaç duyduğu ve aynı zamanda mevcut marinaların kullanım kapasitelerini artırma gerekliliği açıktır. Öte yandan, Türkiye'nin marina sayısının artışına dönük devam eden yat limanı projeleri ve ihale edilecek yat limanları bulunmaktadır (İMEAK DTO, 2014: 218).

Gelişmekte olan marina pazarının etkin bir pazarlama stratejisi oluşturması üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Pazarlama stratejisini oluşturmak için de müşteriler, rakipler ve pazar çevresi hakkında detaylı bilgiye sahip olmak ve bu bilgiyi fonksiyonlar arasında koordineli şekilde paylaşmak, pazar yönlü hareket etmek gerekmektedir (Narver ve Slater, 1990). Kohli ve Jaworski (1990) pazar yönlülük kavramını pazar bilgisinin toplanması, işletmenin tüm fonksiyonları içinde dağıtılarak koordineli hale getirilmesi ve bu bilgi ile gelen talebe hızlıca yanıt verilebilmesi üzerinden tanımlamıştır. Bu noktada müşterilerin ihtiyaç ve tercihlerine yönelik bilginin edinilmesinin, işletmelerin pazar zekasına yüksek oranda katkıda bulunacağı söylenebilir. Tek ve Özgül (2013: 13) pazar yönlülüğü bir işletme kültürü olarak benimsemiş işletmelerin birinci önceliğini; müşteri ihtiyaç ve isteklerini tanımlaması ve pazardaki değişiklikleri takip etmesi olarak ifade etmektedirler. Day (1990) pazar yönlülüğü, müşteri isteklerini anlama ve karşılama konusunda olağanüstü bir yetenek olarak tanımlamıştır. Odabaşı ve Barış (2002: 16-17) ise, pazarı araştırırken; pazarı oluşturan tüketicilerin kimler olduğu, neyi satın aldıkları ve satın alma kararının kimlerle ilgili olduğu gibi soruların cevaplanmaya çalışıldığını belirtmektedirler. Ayrıca, bu tip soruların cevaplanmaya çalışılmasının temel nedenlerini; çağdaş pazarlama anlayışının, tüketicilerin ihtiyaçlarını tatmin etmeye yönelik pazarlama karması

yaratılmasını zorunlu kılıyor olmasına bağlamaktadırlar. Sektördeki gelişmeler ve pazarlama yaklaşımları dikkate alındığında, marina pazarı ihtiyaçlarının öncelikleriyle belirlenmesi ve buna uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi üzerinde önemle durulması gereken konulardır. Öte yandan, gerek yazında gerekse sektörde bu anlamda yapılan çalışmalar son derece sınırlıdır (Kozan vd. 2014: 11).

Araştırma, hem mevcut ve yeni yatırımı yapılan marinaların pazarlama stratejilerini geliştirmelerinde kullanabilecekleri bir kaynak oluşturarak marina sektörüne, hem de deniz turizminin az çalışılmış bir alanı olan yatçılık ve marinacılık yazınına katkı sağlamayı hedeflemektedir. Özellikle marina yönetimine ilişkin yazında pazarlama yönlü çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Hizmet pazarlaması yazını farklı hizmet sektörlerine ilişkin araştırmalarla zenginleşmektedir. Destinasyon pazarlaması yazını ise özellikle çeşitli turistik bölgeler ve ülkelere yönelik pazarlama stratejileri ile ilgili çalışmaları bünyesinde barındırmaktadır. Kişilerin belli rota, bölge veya tesisleri seçimlerinde rol oynayan motivasyon faktörleri turizm ve pazarlamanın kesiştiği birçok alanda araştırmacılar tarafından kullanılsa da (Dimitrios, 2000: 97; Kim vd. 2000: 33; Jang ve Wu, 2006: 306) marina müşterilerine yönelik bir çalışmaya bu yazın taraması kapsamında rastlanmamıştır. Yatçıları yatçılığa yönelten kişisel motivasyon faktörleri ve marina tercihlerine etki eden marina özellikleri yazında mevcut bir boşluğu hedef alan araştırma alanlarıdır. Bu boşluklara katkı sağlamayı hedefleyen çalışmanın amaçları, aşağıdaki şekilde listelenmiştir:

- Yatçı müşterilerin demografik ve yatçılık özelliklerini tanımlamak
- Marina tercihinin karar vericilerini, destinasyon tercihinin marina seçimindeki rolünü ve kullanılan bilgi kaynaklarını keşfetmek
- Yatçıların marinadan beklentilerini önem dereceleriyle birlikte analiz etmek
- Yatçılığa yönelmelerinde etkili kişisel motivasyon faktörlerini belirlemek
- Müşteri beklentileri ve kişisel motivasyon faktörlerinin müşteri profiline göre değişkenlik gösterdiği noktaları belirlemek

Bu doğrultuda çalışmanın ilk bölümünde destinasyon pazarlaması ve destinasyon seçimi, marinaların pazarlanması ve yatçıların marinalardan beklentileri ile ilgili yazın ayrıntılı şekilde taranmıştır. Daha sonra araştırma tasarımı ve kullanılan metodoloji aktarılmıştır. Analiz sonuçlarına göre hem marina yöneticileri hem de pazarlama ve deniz

turizmi alanında çalışan akademisyenler için çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

2.YAZIN TARAMASI

2.1.Destinasyon Pazarlaması

Turizm yazınında, turistlerin bir destinasyona yönelimlerini açıklamada itici ve çekici olmak üzere iki temel motivasyon faktörü ele alınmaktadır. İtici faktörler, bir turistin seyahat etmeye dair ihtiyaçları veya arzuları olarak tariflenirken (Baloğlu ve Uysal, 1996: 32), çekici faktörler destinasyonun cazibesi veya seçiminde rol oynayan unsurlar olarak belirtilmektedir (Özdemir, 2014: 41). Rutinden kaçmak, dinlenmek ve rahatlamak, macera arayışı, farklı yaşam ve kültürleri tanımak, aile ve arkadaşlarla vakit geçirmek, yeni insanlarla tanışmak turizm yazınında bir turistin seyahat arzusunun açıklama sıklıkla kullanılan itici faktörler olarak ele alınmışlardır (Hanquin ve Lam,1999: 589; Kim vd., 2003: 174; Beerli ve Martin, 2004: 625; Jang ve Wu, 2006: 311; Correia vd., 2007: 78; Hsu vd., 2009: 291; Demir, 2010: 164; Hung ve Petrick, 2011: 388-389; İçöz, 2013: 296).

Öte yandan, emniyet, güvenlik, destinasyona ulaşılabilirlik, tarihi ve kültürel kaynaklar, iklim, doğal güzellik, alışveriş imkanlarının çeşitliliği, restoranlar, özel etkinlikler, gece hayatı, konaklama seçenekleri, yerel halkın turistlere karşı tutumu ve fiyat politikası destinasyon seçim sebeplerini açıklamada en çok kullanılan kriterler olmuşlardır (Baloğlu ve Uysal, 1996: 35; Correia vd., 2007: 77; Cracolici ve Nijkamp, 2008: 339; Hsu vd., 2009: 291; Demir, 2010: 164; Yüncü, 2011: 272-273; Güripek, 2013: 255; İçöz, 2013: 296; Sukiman vd., 2013: 85 ; Zainuddin vd., 2013: 808; Araslı ve Baradarani, 2014: 1420-1421).

Yazında, bir turizm destinasyonu, sahip olduğu çeşitli turizm kaynakları ve doğrudan ya da dolaylı pek çok şirketin sağladığı turizm hizmetlerinin bütünüyle, turistleri yoğun olarak çeken, karmaşık bir ürün olarak tanımlanmaktadır (Özdemir, 2014: 3). Sarı (2013: 44) bazı marinaların sahip olduğu özellikler dolayısıyla tatil destinasyonu marinalar olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir. Uluslararası Marina Örgütü'nün yaptığı tanıma göre tatil destinasyonu marinalar marinanın temel hizmetlerine ilave olarak, tatil köyü atmosferi yaratan konaklama tesisi, restoran, yüzme havuzu gibi öğeleri de bulunduran marinalardır (Sarı, 2013: 44-45). Canlandırılmış deniz kıyısı alanları örneğin Sydney Darling Limanı, deniz kıyısı tatil yerleri turist destinasyonları olarak

kabul edilmektedir (Page, 1995: 1). Ayrıca, Stone (2000:3) marinaların aynı zamanda turist destinasyonları olarak yapılandırıldığından bahsetmektedir. Dolayısıyla bazı marinalar destinasyon olarak kabul edilebileceği gibi bazılarının en azından destinasyonun hizmet sağlayıcıları olarak kabulü mümkündür.

2.2.Marina Pazarlaması

Marinalar, hizmet sektörü içerisinde tanımlanan işletmeler olup (Sarı, 2013: 1), müşterilerine geniş bir hizmet yelpazesi içerisinde; altyapı, bağlama, bakım / onarım ve sosyal olanaklar sunmaktadırlar. Öte yandan, hizmet sektöründe yer alan her işletme gibi çeşitli güçlüklerle de karşılaşmaktadırlar. Sarı (2013: 2) müşterinin hizmet kalitesine dair algısını anlamının ve bunun satın alma sürecine etkisini kestirmenin güçlüğünden bahsetmektedir. Kotler ve Keller (2012: 380) ise, hizmet sektörünün güçlükleriyle başa çıkma konusunda, hizmet kalitesini fiziksel olarak görünür kılmak için hizmet bileşenlerini müşteri gözünde somutlaştırmaya yönelik faaliyetleri önermekte ve müşteri tatminini sürekli olarak izlemenin faydalı olacağını belirtmektedirler. Sarı (2012: 115-116) yatçıların algıladığı hizmet kalitesi boyutlarını araştırmış; marinanın somut özellikleri (donanımın modernliği, tesis temizliği, personel görüntüsü), güvenilirliği, inanılabilirliği, müşteriye anlamadaki başarısı gibi faktörlerin önemine değinmiştir. Heron ve Juju (2012: 98) ise, yatçı müşterilerin yüksek beklentide müşteriler olduğunu ifade etmekte, dolayısıyla marina çalışanlarının aynı zamanda iyi eğitilmiş ve marinayı temsil yeteneği olan kişiler arasından seçilmesi gerekliliğini dile getirmektedirler.

Yazında, marinaların tutundurma araçları konusunda da çalışmalar yapılmıştır. Gerek Eriş (2007: 48) gerekse Arlı (2012b: 167) ağızdan ağıza pazarlamanın marinalar için en etkili tutundurma araçlarından biri olduğunu çalışmalarında ortaya koymuşlardır. Öte yandan, Arlı (2012b: 168) ağızdan ağıza pazarlamanın kontrol ve yönetiminin güçlüğünü de vurgulamıştır. Yat kulübü hizmetleri sunmak, yat sahipleri ve kaptanlarla birlikte vakit geçirmek ve onlardan biriymiş gibi davranmak tavsiyeleri arasında yer almaktadır. Medeni durum, yaş ve eğitim seviyesinin tutundurma bileşenlerini uygularken farklılık yaratabileceği Arlı (2012a: 47-48)'nın başka bir çalışmasında ayrıca belirtilmiştir. Yatçılık üzerine eğitimler vermek, halkla ilişkileri güçlendirici etkinliklerde bulunmak da önerileri arasındadır. Özdemir (2014: 8) bir destinasyonun farklı özelliklerini vurgulayarak, farklı beklentideki müşteri gruplarına, aynı anda farklı şekilde pazarlanabileceğini belirtirken, Nas ve Coşar (2014: 122) bir marinanın müşterilerine mevcut kaynaklarıyla tüm hizmetleri

sunamayabileceğinden bahsetmiş, hem denizcilik hem de turizm bakış açısıyla farklılaşma stratejileri belirleyip uygulamanın daha iyi bir yol olabileceğini vurgulamışlardır. Öte yandan, pazarlama karmasında farklılaşmanın marina pazarlamasına pozitif etkisinin olabileceği belirtilirken (Heron ve Juju, 2012: 97), Işık (2010, s: 297) fiyat farklılaşmasının bir rekabet değişkeni olarak tek başına ele alınmasının, Türkiye’de bazı problemlere sebep olabileceğine değinmiştir.

2.3.Yatçıların Marinadan Beklentileri

Marina ve deniz turizmi yazını tarandığında, mevcut çalışmaların müşterilerden ziyade hizmet sunucularının görüşlerine odaklandığı gözlenmiştir. Örneğin Sarı (2012: 203) marinanın sahip olması gereken özelliklerini konu alan bir araştırmasında, marina yöneticilerinin görüşlerine başvurmuştur. Marina yöneticileri, çoğu marinanın %20-%35 oranlarında yat parkı olarak kullanıldığını vurgulamış ve marina havzasındaki manevra alanının, yatların tipine, uzunluğuna ve kaptanın tecrübesine göre yeterli alana sahip olması gerekliliğini belirtmiştir. Conti (1993: 2), Denizcilik Kurultayları Uluslararası Daimi Birliği (PIANC)’nin marinadan beklentilere dair dünya çapında yat üreticileri, yat birlikleri ve marina operatörlerince cevaplanan anketin sonuçlarına değinirken, Sarı (2012: 203)’nın bu görüşlerine paralel benzer gereksinimlerin altını çizmiştir. Ayrıca, birinci seviye kullanıcılar olarak nitelendirilen yat sahiplerinin su, tuvalet, atık bertarafı, emniyet ekipmanları, elektrik, yakıt ve yangın koruyucu gibi temel ihtiyaçlarının marina tarafından karşılanmasının zorunluluğuna dikkat çekmiştir. Raviv ve diğerleri de (2009: 204) marina yöneticilerinin görüşlerine dayalı olarak yaptıkları çalışmada, birinci seviye kullanıcı ihtiyaçlarının karşılanması konusunda hemfikir olmakla birlikte, marinaların sunduğu hizmet karmalarının marina karlılığına etkisinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini söylemektedirler.

Türk yatçılık turizminin değerlendirilmesi konusunda da bazı çalışmaları gözlemek mümkündür. Örneğin, Sarıışık vd. (2011: 1020), Türkiye’nin yatçılık turizmine dair stratejik önerilerde bulunmak üzere, İstanbul’da yer alan iki marinanın özelliklerini KZFT analizi ile karşılaştırmışlardır. Analize konu olan özellikler; marinanın konumu, marina çalışanının tecrübesi, şehir marinası olması, beş altın çıpa, mavi bayrak, kalite ve yüksek güvenliğe sahip olmasıdır. Marina yöneticileriyle yapılan Türkiye yatçılığına dair başka bir çalışmada Eriş (2007: 45), marinanın doğal güzelliği, eğlenceye yakınlığı, huzurlu bir atmosfere sahip olması, iklimi ve deniz karakteristiklerinin önemini konu alırken, diğer yandan Türkiye’ye gelen yatçıların eşsiz güzellikteki

kıyılara sahip güzelliğinden etkilendiklerini, marinadan önce destinasyon tercihinde bulduklarını da ayrıca çalışmasında belirtmiştir.

Yatçıların marinadan beklentilerinin yarışçı, denizci, tatilci gibi hangi amaçla yatçılığa yöneldiklerine göre değiştiği Parker'ın (2011: 143) çeşitli sektör temsilcileriyle yaptığı görüşmelerde dile getirilmiştir. Örneğin, bazı sektör uzmanları, yarışçının sadece yarışa yoğunlaştığını, bunun dışındaki marina etkinliklerinden hiçbirinin bu profilin beklentileri için çekici olmadığını dile getirmişlerdir. Öte yandan, Kissman (1996: 2), güvenliğin yatçılar için en temel beklenti olduğunu vurgulamakta, ancak yatçıların sahip oldukları yat tipine göre beklentilerinin farklılaşabileceğini belirtmektedir. Kissman'ın görüşüne göre, küçük yata sahip olan yatçılar, sadece korunaklı olduğu için bir marinaya yönelebilecek iken, 15 m üzeri yat sahipleri marinadaki tesislerin çekicilikleri ile de ilgilenmektedirler. Heron ve Juju (2012:12) ise, mega yatçıların taleplerinin çok farklı olabileceğinin altını çizmektedirler. Bu yatların elektrik, su, yakıt ikmali, manevra alanı gibi talepleri küçük ya da orta büyüklükteki yatlara göre çok daha fazla olacaktır. İlave olarak, mega yat sahipleri daha yüksek güvenlik özellikleri bekleyecek ve marina tesislerinin kendilerini diğer yat sahiplerinden fiziksel olarak ayırmalarını talep edebileceklerdir. Eriş (2007: 45) yat sahibinin yerli veya yabancı olmasının ve yatçılığa ayrılan veya marina da geçirilen zamanın da müşteri beklentileri üzerinde farklılık yaratabileceğini eklemektedir. Loke (2005: 5) gelişmekte olan ülkelerde yatçılığın bir statü göstergesi, prestij sembolü olabileceğine değinirken, zamanı kısıtlı ve yatçılığa ileri yaşlarda yönelmiş yat sahiplerinin teknelerinde ücretli kaptan bulduklarını ve daha çok motor yat tipini tercih ettiklerini belirtmektedir.

Öte yandan, yazında doğrudan marina müşterisine dönük yapılan kısıtlı sayıda çalışmada, marina müşterilerinin en çok kendilerine sunulan sosyal çevreden etkilendikleri belirtilmiştir (Nas ve Coşar, 2014: 119). İlginç bir şekilde, araştırma sonuçları arasında, hizmet faktörünün en etkileyici bileşeni olarak marina tesislerinin hijyen ve temizliği bulunmuştur (Nas ve Coşar, 2014: 119; Akaltan ve Nas, 2014: 327). Ayrıca, marinanın müşterinin gezi rotası üzerinde bulunmasının da marina için ciddi bir avantaj yarattığı belirtilmektedir (Akaltan ve Nas, 2014: 327).

3.ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEM

Çalışma, araştırma sorularına cevap bulmak üzere nitel ve nicel olmak üzere iki ana aşamadan oluşmuş ve dolayısıyla araştırma yönteminde çeşitleme yaklaşımını kullanmıştır. Araştırmanın nitel

aşamasında, nicel araştırma kısmında uygulanacak anketin geliştirmesinde kullanılacak soruları belirlemek üzere, 2014 yılında deniz turizmi ve marinalar üzerine düzenlenen bir dizi seminer ve konferans takip edilmiş; pazarlama, deniz turizmi, destinasyon seçimi üzerine yazın taraması yapılmış; üç marina yöneticisi ve bir marina tedarikçisi ile yapılandırılmamış, iki marina yöneticisi ve konunun uzmanı bir akademisyenle yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışmalar sonrası elde edilen 50 marina özelliği ve 35 kişisel motivasyon değişkeni, nitel çalışmaların her birindeki (konferans, görüşme, yazında yer alan çalışmalar) frekans sayılarını gösterir bir tablo ile konunun uzmanı 8 akademisyenin görüşlerine sunulmuştur. Daha sonra her bir değişkene dair akademisyenlerin görüşlerinin frekansı dikkate alınarak bazıları elenmiş, benzer anlam taşıyanlar birleştirilmiştir. Sonrasında, 10 marina müşterisiyle soruların anlaşılabilirliği ve yat müşterisiyle doğrudan ilişkili olup olmadığı sorgulanmıştır. 38 marina özelliği (36'sı yazında ölçek geliştirme çalışmalarında kullanılmış, 2'si marinaya özel çeşitli konferanslarda sektör temsilcileri tarafından dile getirilen) ve tamamı yazında sıklıkla kullanılan 12 kişisel motivasyon faktörü soru formuna eklenmek üzere seçilmiştir. (Değişkenlerin kaynakları Ek 1 ve Ek 2 de yer almaktadır). Anket soruları Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanmıştır. Söz konusu iki dil arasındaki farklılıkları bertaraf etmek amacıyla; sorular İngilizce dilinde yetkin bir dilbilimci ile Türkçeden İngilizceye ve daha sonra İngilizceden Türkçeye çevrilmiş ve her iki dildeki anketin aynı kavramları içerdiği hususunda güvenilirlik artırılmaya çalışılmıştır. Ölçekte yer alan değişken sayısı toplam 50 adet olup, keşifsel faktör analizi sonuçlarının güvenilirliğinde genel olarak kullanılan değişken sayısının 5 katı olması gerekliliği dikkate alınarak (Hair, 2014: 100) en az 250 müşteriye ulaşmak hedeflenmiştir.

Soru formu İzmir ve Aydın'da yer alan; Levent Marina, Port Alaçatı, Setur Altınyunus, IC Çeşme, Teos Marina, Didim D Marin ve Setur Kuşadası marinalarının yatçı müşterilerine, Ağustos-Eylül 2014 aylarında uygulanmış ve 261 kişiye ulaşılmıştır.

Cevapların %71'i yüz yüze görüşme, %29'u internet ve başkaları kanalıyla yanıt alma yöntemiyle toplanmıştır. Yatçılık, özellikle Türkiye'de, kesintisiz uğraşılan bir faaliyet değildir. Öte yandan yatçı müşteriler, yatçılıkla ilgilendikleri sürenin bir kısmını denizde geçirmekte ve bu durum onlara ulaşımı güçleştirmektedir. Yatçı müşterilere ulaşılacak en hızlı ortam, yatlarını bağladıkları marinanın deniz tarafıdır. Dolayısıyla, örnekleme yüz yüze görüşülenler, yatçı müşterilerin özellikle bulunacağı ortam olan marinaların deniz tarafında bulunanlar arasından seçilerek tesadüfi olmayan örnekleme yapılmıştır.

Ancak, deniz tarafında bulunan herkes yatçı müşteri (yat sahibi veya kiralayanı) olmayacağı için, bu durum araştırmacının örneklem seçimini yaparken yat müşterisi olabilmeye dair yargılarını da dikkate almasını gerektirmiştir. Diğer yöntemlerle toplanan örneklem de yine araştırmacının yargılarıyla yönlendirilerek elde edilmiştir. Dolayısıyla, tesadüfi olmayan, yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir (Gegez, 2005: 193-194).

Anket, 3 farklı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, yatçıların demografik özelliklerini belirlemek üzerine tasarlanmıştır. Anketin 2. bölümünde, marina özelliklerinin yatçılar tarafından hangi önem derecesine sahip olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. 3. bölüm ise, yatçıların hangi motivasyon faktörlerinden daha çok etkilenecek yatçılığa yöneldiklerini sorgulamaktadır. Anket uygulamasından sonra, veriler istatistiksel analizler yoluyla incelenmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerinin frekans analizleri yapılmış ve 2. ve 3. bölümde 5 li Likert önem ölçeğine göre (“5” Çok önemli, “1” Hiç önemli değil) verdikleri puanların ortalamaları hesaplanmıştır. Öte yandan, gerek marina özellikleri gerekse kişisel motivasyon değişkenlerine kişisel faktör analizi uygulanarak, ilgili faktörler belirlenmiştir. Varimax döndürme metodu kullanılmış ve öz değeri 1’den küçük olan faktörler değerlendirme dışında bırakılmıştır. Döndürülmüş komponent matrisi sonuçları değerlendirildiğinde, dokuz marina özelliği ve iki kişisel motivasyon değişkeni farklı faktörlere yakın değerlerde yüklendiği veya 0,4’ten daha düşük faktör yüklerine sahip oldukları için elenmiştir. Faktör analizinin uygulanacağı örneklemin yeterliliğini ölçmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçümü yapılmıştır. Hesaplanan değer her iki faktör grubu için de yeterli kabul edilen 0,5 değerinden büyük sırasıyla ; 0,84 ve 0,82 olarak bulunmuştur (Hair vd., 2014: 130). İstatistiki olarak anlamlı olup olmadığını değerlendirmek için Bartlett testine başvurulmuştur. “p” değeri 0,000 olarak hesaplanmış, $p < 0,05$ ten küçük olduğu için yeterli kabul edilmiştir (Hair vd., 2014: 130). Elde edilen faktörlerin toplam varyansı açıklama oranı, marina özelliklerine dair faktörler için % 61,36 ve yatçılığa yönelmede etkili kişisel motivasyon faktörleri için % 64, 67 dir. Faktör analizi sonuçları, bağımsız iki örnek t testi uygulanarak, yatçı profillerine göre gösterdikleri değişiklikler incelenmiştir. Bağımsız örnek t-testi sonuçları için aşağıdaki iki ana hipotez her profil değişkeni açısından incelenmiş ve bulgular kısmında yalnızca desteklenen hipotezlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

H0: Yatçıların marinaların çekim unsurlarına verdikleri önem yatçı profili değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H1: Yatçıların marinaların çekim unsurlarına verdikleri önem yatçı profili değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H0: Yatçıları yatçılığa yönelten kişisel motivasyon faktörleri yatçı profili değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

H2: Yatçıları yatçılığa yönelten kişisel motivasyon faktörleri yatçı profili değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1.Yatçı Müşterilerin Profil Özellikleri

Anket uygulanan yatçıların özellikleri 3 alt başlık altında toplanabilir: demografik, yatçılık ve diğer özellikler (destinasyon seçim önceliği, bilgi kaynakları kullanımı, marina seçimi kararını kimin aldığı). Tablo 1.1.'in demografik özellikler bölümü incelendiğinde; yatçıların ağırlıklı olarak 40 yaş üstü, yüksek gelirli, evli ve yüksek eğitilmiş erkeklerden oluştuğu gözlenmiştir. Müşterilerin çoğu İzmir'de yaşayan Türklerdir. Çalışan müşterilerin oranı, incelenen örneklem içerisinde daha büyük bir paya sahip olup, bu müşteriler yaklaşık aynı dağılımda, kendi işini yapmakta veya bir şirket için çalışmaktadır. Öte yandan, yatçılık özellikleri incelendiğinde çoğunluğun deniz tecrübesinin 4 yılı aşkın olduğu, kendilerini denizci olarak nitelendirdikleri, yat sahibi oldukları, 15 m altı ve yelkenli tipi yat tercih ettikleri, ücretli personel bulundurmadıkları ve marinalarla en uzun sözleşme süresi olan 1 yıla yönelimli oldukları gözlenmiştir. Yaz mevsimi anketi cevaplayanlar arasında favori mevsim olarak belirtilmiş, kış mevsiminin ise çok fazla tercih edilmediği görülmüştür. Ayrıca, yatçılar marina tercih kararlarını kendileri almakta veya ailecek belirlemektedirler. Marinayı belirlemeden önce, destinasyon öncelikli olarak belirlenmekte ve arkadaş tavsiyesi marina seçimine karar verirken en etkileyici bilgi kaynağı olmaktadır. Bazı müşteriler bizzat marinayı gezip bilgi aldıktan sonra karar vermekte, yabancı müşteriler ise turizm acenteleri tarafından yönlendirilebilmektedir. Araştırmaya katılan yatçılar, marina seçiminde kullanılan bilgi kaynaklarından reklam ve haberlerin marina seçiminde, diğer kaynaklara göre, daha az tercih edildiğini belirtmişlerdir.

4.2.Yatçı Müşterilerin Marinadan Beklentileri

Tablo 1.2.'de yer alan müşteri beklentileri ortalama değerlerine göre en yüksek öneme sahip özellikler: güvenlik, hizmet kalitesi, altyapı kalitesi, temizlik/hijyen, çalışanların marina müşterisine gösterdiği tutum ve emniyettir. Öte yandan gece hayatı, otel/pansiyon gibi konaklama

seçenekleri marina müşterileri tarafından göreceli olarak daha düşük öneme sahip özellikler olarak değerlendirilmiştir. Keşifsel faktör analizi sonrası, ölçekte yer alan marina özellikleri 7 farklı faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler ve faktörlere ait marina özellikleri Tablo 1.4.'te görüldüğü gibi; hizmet, prestij, ulaşılabilirlik, turistik çekicilik, yerel kültür, eğlence ve destekleyici bileşenlerdir. Hizmet faktörünün altında yer alan değişkenler; çalışanların marina müşterisine karşı tutumları, temizlik ve hijyen düzeyi, güvenli olması, hizmet kalitesi, altyapı kalitesi, emniyetli ve çevre dostu olması, uyguladığı fiyat politikası, donanımlı çekek yerine sahip olması ve iklim özellikleri olup, daha çok marinanın bir yatçı gözünde taşınması gereken temel özellikleridir. Varyansı açıklayan en önemli faktör budur. Öte yandan, prestij faktörü; marinanın lüks olması, imajı, 5 altın çıpalı olması özellikleriyle ilgiliyken; ulaşılabilirlik faktörü altında; marinaya ve destinasyona ulaşım kolaylığı, şehir merkezine ve havaalanına yakınlık toplanmıştır. Turistik çekicilik hem marinanın diğer çekici destinasyonlara yakınlığını, yatçının gezi rotası üzerinde olmasını hem de marinayı çevreleyen destinasyondaki kültürel kaynakların varlığını kapsamaktadır. Yerel kültür faktörü altında, yerel halkın benzer ve farklı özelliklere sahip olmasına dair değişkenler, ilginç bir şekilde, birlikte yer almışlardır. Eğlence faktörü içerisinde, marinateda düzenlenen etkinlik, bireysel etkinlik fırsatları, denize girilebilecek ve güneşlenebilecek sahil bulunmaktadır. Son olarak destekleyici faktör, marinanın konaklama seçeneklerine sahip olması, enformasyon ve turist hizmetlerini sunması ve yat personeline uygun sosyal ortamın varlığını içermektedir.

4.3.Yatçılığa Yönelmede Etkili Olan Kişisel Motivasyonlar

Tablo 1.3.'ten de görüldüğü gibi; özgür hissetmek ve istediğini yapabilmek ve aile/arkadaşlarla vakit geçirme arzusu en büyük motivasyon kaynaklarıdır. Birçok konferansta ve yazında (Loke, 2005: 5) aksi belirtilmiş olmasına rağmen, özsaygı ve sosyal tanınırlık en düşük öneme sahip motivasyon değişkeni olarak değerlendirilmiştir. Keşifsel faktör analizi ile kişisel motivasyon değişkenleri; sosyal, macera ve özgürlük olmak üzere 3 faktör altında toplanmıştır. Tablo 1.5.'te ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir. Faktörlerin her biri, varyansı yaklaşık aynı düzeyde açıklamaktadır. Sosyal motivasyon faktörü, yatçıların gerek benzer ilgilere sahip gerekse farklı kültürden insanlarla tanışarak yakın arkadaşlıklar geliştirmesine ve toplumda sosyal tanınırlık sağlamasına dair değişkenlerden oluşmuştur. Macera faktörü, yatçılığa yönelimde macera ve yenilik arayışını ve aynı zamanda eğlenme değişkenlerini kapsamaktadır. Özgürlük ise rutin hayattan kaçmak, istediğini

yapabilmek ve yanı sıra sağlık ve spor için yatçılığa yönelim değişkenlerini içermektedir.

4.4.Marina Çekim Unsurları, Kişisel Motivasyon Faktörleri ve Yatçılara Ait Farklı Profil Özellikleri

Müşteri beklentileri ve kişisel motivasyon faktörleri müşteri profiline bağlı olarak farklılık göstermektedir. Tablo 1.6.'dan da görülebileceği gibi, bağımsız iki örnek t testi sonuçlarına göre marina özelliklerine ve kişisel motivasyon faktörlerine verilen önem; yaş, cinsiyet, ilişki durumu gibi demografik özellikler, yat sahibi veya kiralayanı olması ve destinasyona göre marina seçiminin yapıp yapılmadığı gibi özelliklere göre farklılık göstermektedir. Bu noktada H1 ve H2 hipotezlerinin desteklendiği görülmektedir.

Örneğin, araştırmaya katılan 18-29 yaş aralığındaki yatçıların hem “eğlence” hem de “macera” faktörlerine verdiği önem düzeyi 40-49 yaş grubuna göre çok daha yüksek düzeydedir. Ayrıca, “eğlence” faktörü erkeklere kıyasla kadınlar için çok daha önemlidir. Bekar yatçıların “hizmet” faktörü ortalaması, evli/ ilişkisi olan yatçılara göre oldukça düşüktür. Yat sahiplerinin, yatçılığa yönelmedeki “sosyalleşme” ihtiyaçları, yat kiralayıcılarına göre çok daha yüksek düzeydedir. Marina tercihinde, öncelikli destinasyon tercihini göz önünde bulunduranlar bulundurmayanlara göre daha çok “turistik çekicilik” arayışındadırlar.

5.SONUÇLAR VE UYGULAYICILARA ÖNERİLER

Pazarlama yazınında, yatçıların marina beklentilerine ve onları yatçılığa yönelten itici motivasyon faktörlerine dair yapılan çalışmalar oldukça azdır. Bu çalışma, marinalara aynı zamanda destinasyon oldukları kabulüyle yaklaşarak, marinaların pazarlama karmasını oluştururken hangi unsurların göz önünde bulundurulabileceği konusunda hem pazarlama alanındaki bu teorik boşluğa hem de marinanın hizmet sunucularına öneriler geliştirerek katkılar sağlamayı hedeflemiştir.

Yazında da belirtildiği üzere (Stone, 2000:4; Sarıışık vd., 2011: 1022; Heron ve Juju, 2012:101), yatçılar yüksek hizmet kalitesi beklentisinde olan müşterilerdir. Araştırmanın bulguları da hizmet faktörünün (çalışanların marina müşterisine karşı tutumları, temizlik ve hijyen şartları, emniyet, hizmet kalitesi, altyapı kalitesi, güvenlik, çevre dostu olmak, fiyat politikası ve donanımlı çekek yeri) en yüksek önem düzeyine sahip faktör olduğunu göstermekte ve dolayısıyla mevcut yazını

desteklemektedir. Marina yöneticileri, marinanın verdiği hizmet kalitesinin yüksek düzeyde olduğundan mutlaka emin olmalıdırlar. Aksi takdirde, marinanın hiçbir üstün özelliği müşteri tatminini sağlamayacaktır. Öte yandan, marinanın deniz tarafı müşterisi (yatçılar) marinanın sakin, gürültüden uzak bir ortama sahip olmasını istemektedirler. Marina yöneticileri deniz tarafını ses kirliliğinden koruyacak önlemler geliştirmeli, yatçılar kendileri istedikleri zaman marinanın canlı, hareketli hayatına dahil olabilmelidirler. Diğer bir konu, yatçıların ağırlıklı olarak evli veya uzun süreli ilişki içerisinde oldukları, marinateda arkadaş ve aileleriyle vakit geçirmekten keyif aldıklarıdır. Marina etkinlerinde aile temasını kullanmak marinanın yatçılar gözünde çekiciliğini artırabilir. Yüz yüze yapılan anket uygulamalarında, küçük çocuğu olan yatçılar, marinateda çocuklarının da hoşça vakit geçirebileceği ve birkaç saat bırakabilecekleri kreş tarzı tesislere ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Marina yönetiminin bu ihtiyacı dikkate alarak gerekli yatırımları organize etmesi faydalı olacaktır.

Işık (2010:301) 'ın da çalışmasında belirttiği gibi, fiyat yatçılar tarafından marina seçiminde önemli bir değişken olmakla birlikte, pazarlama karmasında tek başına değerlendirilmemelidir. Araştırma sonuçlarına göre fiyat, hizmet faktörünün bir bileşenidir ve sunulan diğer hizmetlerle arasında bir denge olmalıdır. Marinayla yapılan uzun dönemli sözleşme kampanyalarının sağladığı fiyat cazibesinin, Arlı'nın (2013: 73) çalışmasında da dile getirdiği gibi, etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla fiyatlandırmada ve tutundurmada bu kampanyaların önemi dikkate alınmalıdır. Ayrıca, Eriş (2007:48) ve Arlı (2012b:167) 'nın da değindiği gibi, ağızdan ağıza pazarlama yatçılar tarafından marina seçiminde en etkili yol olarak tarif edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, bazı yatçılar marinaya kendileri gelip bilgi almakta ve sonrasında karar vermektedir. Dolayısıyla marinanın ön büro elemanlarının yetkinliği, müşterilerle iyi ilişkiler kurabiliyor olmaları son derece önemlidir. Öte yandan, turizm acenteleri yabancı müşterileri marinaya yönlendirme konusunda son derece etkilidir; marinaların bu işletmelerle işbirliği içerisinde olması gerekmektedir.

Araştırmanın ölçeğini oluşturmak için yapılan nitel çalışmalar kapsamında, sektör temsilcilerinin de belirtmiş olduğu gibi, anketi cevaplayan yatçılar, marinanın yaşadıkları yere yakınlığı kadar, diğer çekici destinasyonlara da yakın olması ve gezi rotalarını üzerinde bulunmasının önemli olduğunu belirtmektedir. Yatçıların yarısından fazlası çalışan ve boş zamanı kısıtlı insanlardır. Dolayısıyla marinaya kısa zamanda ulaşmayı ve zamanlarını mümkün olduğunca verimli kullanmayı hedeflemektedir. Özellikle yeni inşa edilecek marinaların yer

seçiminde bu özellikleri göz önünde bulundurmaları tavsiye edilir. Bu önerilere ek olarak, marinanın bulunduğu destinasyondaki insanların marina müşterisine karşı tutumlarının önemi göz ardı edilmemelidir. Marinaların buldukları destinasyona sağladıkları sosyo-ekonomik katkı sürekli olarak vurgulanmalı, yerel halkla yakın ilişkiler kurulmalı ve işbirliği içinde olunmalıdır.

6.Kısıtlar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Araştırmanın çeşitli kısıtları mevcuttur. Anket soruları sadece Türkçe ve İngilizce olarak hazırlanmıştır. Dolayısıyla, anketi yanıtlayan müşterilerin tamamı kendi dillerinde soruları cevaplayamamış, bazıları dil engeli dolayısıyla araştırmacıdan yardım almak durumunda kalmıştır. Ayrıca zaman ve maliyet kısıtları dolayısıyla, sadece İzmir ve Aydın'daki marinalarda anket uygulaması yapılabilmektedir.

Gelecek çalışmalarda araştırma Türkiye'nin diğer illerindeki ve dünyadaki diğer ülkelerdeki marinalara uygulanarak mevcut çalışmadaki bölgelerde gözlenemeyen, ancak sektör temsilcileriyle yapılan görüşmelerde dile getirilen, şehir marinası müşterilerinin ve "teknede yaşayan" (live aboard) müşterilerin farklı beklentilerde olup olmadığı araştırılabilir. Öte yandan, çeşitli konferanslarda ve Heron ve Juju'nun (2012: 9) çalışmasında önemi ve gelişimi vurgulanan, özellikle yüksek oranda Avrupa ve Amerika'da gözlenen süper/mega yat müşterilerinin beklentileri de bu sayede araştırılabilecektir. Ayrıca, farklı coğrafyadaki marinalarda, kültür boyutları eklenerek, farklı kültürlerin (cross-cultural) beklentilere ve motivasyona etkisi konu alınabilir.

Çalışma, marinanın deniz yönlü müşterilerine, yatçılara konsantre olmuştur. Birçok marinanın aynı zamanda kara yönlü müşterileri de vardır. Araştırmaya katılan birçok yatçı, kara yönlü ve deniz yönlü müşterilerinin çok farklı beklentide olabileceklerini vurgulamışlardır. Dolayısıyla çalışma, kara yönlü müşterilerin de analizi ile güçlendirilebilir, bütünsel pazarlama aracı olabilir. Marinanın paydaşları ve iç müşterileri olarak tanımlanabilecek yat kiralama acenteleri, çekek alanı tedarikçileri, alışveriş merkezi ve restoran şirketleri de ayrıca bir araştırma konusu olabilir.

Araştırma sonuçlarına göre, marina çekicilikleri yatçı müşteriler için farklı önem düzeyinde gözlenmektedir. Farklı profildeki müşteri gruplarının beklentileri de farklıdır. Pazar bölümlenmesi işletme kaynaklarının etkin kullanımına, gereksiz yatırımlardan kaçınmayı sağlanmasına (Odabaşı ve Barış, 2006: 61) ve hedef müşteri grubuna en

uygun stratejinin seçilerek uzun dönemli müşteri sadakati yaratılmasına olanak vermesi sayesinde pazarlama yazınında sıklıkla kullanılan bir araçtır. Dolayısıyla, bu çalışmanın devamında marina pazarındaki farklı pazar bölümlerinin varlığının araştırılması son derece faydalı olacaktır. Destinasyon pazarlaması yazını ile deniz turizmi yazınının marinalar gibi turistik destinasyonlar üzerinde birleştirilmesi kuramsal açıdan yeni tartışmalara yön verebilir. Ayrıca marinaların karma hizmet sunucuları olarak tanımlanması, verdikleri hizmetler ışığında hem tüketici pazarlarıyla hem de endüstriyel pazarlarla olan ilişkilerini araştırma açısından yeni bir bakış açısı sunabilir.

EKLER

Tablo 1.1: Ankete Katılan Yatçıların Profil Özellikleri

A) Demografik Özellikler	%	Frekans	B) Yatçılık Özellikleri	%	Frekans	C) Diğer Özellikler	%	Frekans
1)Yaş			1)Deniz Tecrübesi			1)Marina Seçimi Kararını Alan		
40 yaş altı	36	93	4 yıldan az	14	52	Kendim	55	136
40 yaş ve üstü	64	167	4 yıl ve üstü	86	208	Ailecek	30	75
2)Cinsiyet			2)Yat sahipliği			Diğer (Arkadaş, kaptan...)	15	38
Erkek	73	191	Yat sahibi	70	182	2)Destinasyona Göre Marina Seçimi		
Kadın	27	70	Yat kiralayanı	30	77	Destinasyonu Öncelikle Tercih Ederim	76	186
3)Milliyet			3)Kendini Nasıl Tanımladığı			Marinayı Öncelikle Belirlerim	24	60
Türk	86	224	Denizci	68	162	3)Marina Seçiminde Kullanılan Kaynakları		
Yabancı	14	36	Tatilci	31	75	Arkadaş, Çevre Tavsiyesi	64	167
4)Yaşadığı Yer			Diğer	2	3	Direk İletişim	35	91
İzmir	52	135	4)Yat Uzunluğu (m)			İnternet	35	91
İstanbul	19	49	15 m altı	79	186	Diğer (Turizm acenteleri v.d.)	13	34
Aydın	5	12	15 m ve üstü	21	50	Reklam	5	13
Türkiye'deki diğer şehirler	9	22	5)Yatta Ücretli Personel			Haberler	3	8
Diğer ülkeler	15	39	Yok	61	144			
5)İlişki			1	15	34			
Evli- Uzun Süreli İlişki	78	203	1 den fazla	24	58			
Bekar	22	58	6)Denizde geçirilen zaman (ay/ yıl)					
6)Gelir Düzeyi			5 ay dan kısa	54	134			
Orta Düzey ve Altı	38	98	5 ay ve fazlası	46	114			
Yüksek ve Üstü	62	160	7)Favori Mevsim					

Tablo 1.1: Ankete Katılan Yatçıların Profil Özellikleri (Devam)

A) Demografik Özellikler	%	Frekans	B) Yatçılık Özellikleri	%	Frekans	C) Diğer Özellikler	%	Frekans
7) İş Durumu			Yaz	86	224			
Çalışan	37	95	Sonbahar	51	133			
İşyeri sahibi	38	96	İlkbahar	48	125			
Emekli	14	35	Kış	15	39			
Diğer (Öğrenci, çalışmıyor)	11	29	8) Ana Liman Sözleşme Süresi					
			10 aydan az	30	54			
			10-12 ay	70	128			
			9) Sahip Olunan veya Kiralanan Yat Tipi					
			Yelkenli	68	162			
			Motor Yat	31	75			
			Diğer	1	3			

Tablo 1.2: Yatçıların Marinadan Beklediği Özelliklerin Önem Düzeyi

Özellik	Önem Düzeyi*	Standart Sapma	Özellik	Önem Düzeyi*	Standart Sapma
Güvenlik	4.8	0.6	Restoran, kafeterya çeşitliliği	3.5	1.2
Hizmet Kalitesi	4.7	0.8	Yerel halkın turiste karşı tutumu	3.4	1.3
Altyapı Kalitesi	4.7	0.8	Yaşadığım yere yakınlık	3.4	1.5
Temizlik ve Hijyen Şartları	4.7	0.8	Güneşlenilecek ve denize girilebilecek sahili olması	3.4	1.3
Çalışanların marina müşterisine karşı tutumları	4.6	0.7	Enformasyon ve turist hizmetleri	3.3	1.1
Emniyet	4.6	0.7	5 çıpalı olması	3.2	1.3
Fiyat Politikası	4.4	0.9	Alışveriş merkezi varlığı ve çeşitliliği	3.2	1.2
Çevre Dostu	4.4	0.9	Destinasyondaki tarihi ve kültürel kaynaklar	3.1	1.2
Donanımlı Çekek Yeri	4.3	1.0	Lüks olması	2.9	1.2
Mavi Bayraklı Olması	4.2	1.0	Etkinlik	2.8	1.3
Marinaya Ulaşım Kolaylığı	4.2	1.0	Yat personeline uygun sosyal ortam	2.8	1.4
İklimi	4.2	1.0	Spor tesisleri	2.8	1.3
Doğal Çekiciliği	4.0	1.1	İmajı ve iyi tanınır olması	2.7	1.3

Tablo 1.2: Yatçıların Marinadan Beklediği Özelliklerin Önem Düzeyi (Devam)

Özellik	Önem Düzeyi*	Standart Sapma	Özellik	Önem Düzeyi*	Standart Sapma
Acil hizmetlere hızlı ulaşım	4.0	1.2	Yerel halkın sıra dışı, farklı kültüre sahip olması	2.7	1.2
Destinasyona ulaşım kolaylığı	3.8	1.2	Havaalanına yakınlık	2.7	1.4
Sakin ve kalabalıktan uzak olması	3.8	1.2	Bireysel etkinlik fırsatları	2.5	1.2
Gezi rotası veya transit noktası üzerinde bulunması	3.7	1.2	Yerel halkın benzer kültüre sahip olması	2.5	1.2
Diğer gezilmeye değer destinasyonlara yakınlığı	3.6	1.2	Konaklama seçenekleri (Otel, pansiyon v.b.)	2.5	1.3
Şehir merkezine yakın olması	3.6	1.3	Gece hayatı	2.4	1.4

***Önem düzeyi** : “5” Çok önemli, “1” Hiç önemli değil.

Tablo 1.3: Yatçılığa Yönelmede Etkili Olan Kişisel Motivasyonların Önem Düzeyi

Motivasyon Değişkeni	Önem Düzeyi*	Standart Sapma	Motivasyon Değişkeni	Önem Düzeyi*	Standart Sapma
Özgür hissetmek ve isteğini yapabilmek	4.4	0.9	Farklı Kültür ve Yaşam Tarzlarını Tanıma	3.7	1.1
Aile ve arkadaşlarla birlikte vakit geçirme	4.4	2.8	Yenilik Arama	3.6	1.2
Rutin hayattan kaçmak	4.1	1.1	Yakın arkadaşlıklar geliştirmek	3.6	1.2
Eğlenmek	4.0	1.1	Macera Arayışı	3.5	1.2
Sağlık ve spor	4.0	1.1	Kendini Yeniden Keşfetmek	3.3	1.4
Benzer ilgilere sahip insanlarla tanışmak	3.8	1.1	Özsaygı ve sosyal tanınırlık	3.1	1.3

***Önem düzeyi** : “5” Çok önemli, “1” Hiç önemli değil.

Tablo 1.4: Keşifsel Faktör Analizine Göre, Yatçıların Marinadan Beklediği Özelliklere Dair Elde Edilen Faktörler

	Faktörler*						
	1	2	3	4	5	6	7
Çalışanların marina müşterisine karşı tutumları	0,86						
Temizlik ve hijyen	0,85						
Güvenlik	0,85						
Hizmet Kalitesi	0,80						
Altyapı kalitesi	0,80						
Emniyet	0,76						
Çevre Dostu	0,69						
Fiyat Politikası	0,67						
Donanımlı Çekek Yeri	0,62						
İklimi	0,49						
Lüks olması		0,81					
İmajı ve iyi tanınır olması		0,76					
5 altın çıpalı olması		0,71					
Şehir merkezine yakınlığı			0,77				
Destinasyona ulaşım kolaylığı			0,71				
Marinaya ulaşım kolaylığı			0,67				
Havaalanına yakınlık			0,57				
Diğer Çekici destinasyonlara yakınlığı				0,83			
Gezi rotası veya transit noktası üzerinde olması				0,80			
Destinasyondaki tarihi ve kültürel kaynaklar				0,59			
Yerel halkın benzersiz, farklı kültüre sahip olması					0,87		
Yerel halkın benzer kültüre sahip olması					0,76		
Yerel halkın turiste karşı tutumu					0,50		
Etkinlik						0,71	
Bireysel etkinlik fırsatları						0,69	
Denize girilebilecek ve güneşlenebilecek sahil						0,43	
Konaklama seçenekleri							0,77
Enformasyon ve turist hizmetleri							0,61
Yat personeline uygun sosyal ortam							0,58
Özdeğerler	6,07	2,24	2,08	2,02	2,01	1,69	1,68
Varyansı açıklama %'si	20,92	7,73	7,18	6,96	6,94	5,82	5,80
Cronbach Alpha Değeri	0,91	0,73	0,68	0,68	0,66	0,53	0,55

*1: Hizmet; 2: Prestij; 3: Ulaşılabilirlik; 4: Turistik Çekicilik; 5: Yerel Kültür; 6: Eğlence; 7: Destekleyici Elementler

- Varimax döndürme metodu kullanılmış, öz değeri 1'den küçük faktörler dışarıda bırakılmıştır.
- Dokuz marina özelliği farklı faktörlere yakın değerlerde yüklendiği veya 0,4'ten daha düşük faktör yüklerine sahip oldukları için elenmiştir.

Tablo 1.5: Kişisel Faktör Analizine Göre Yatçılığa Yönelmede Etkili Olan Kişisel Motivasyonlara Ait Elde Edilen Faktörler

	Faktörler		
	Sosyal	Macera	Özgürlük
Benzer ilgilere sahip insanlarla tanışmak	0,84		
Yakın arkadaşlıklar geliştirmek	0,79		
Özsaygı ve sosyal tanınırlık	0,75		
Farklı kültür ve yaşam tarzlarını tanıma	0,49		
Macera arayışı		0,84	
Yenilik arayışı		0,72	
Eğlenmek		0,63	
Özgür hissetmek ve isteğini yapabilmek			0,84
Rutin hayattan kaçmak			0,81
Sağlık ve spor			0,57
Özdeğerler	2,41	2,05	2,00
Varyansı açıklama %'si	24,11	20,51	20,05
Cronbach Alpha Değeri	0,79	0,72	0,72

- Varimax döndürme metodu kullanılmış, öz değeri 1'den küçük faktörler dışarıda bırakılmıştır.
- İki kişisel motivasyon değişkeni farklı faktörlere yakın değerlerde yüklendiği veya 0,4'ten daha düşük faktör yüklerine sahip oldukları için elenmiştir.

Tablo 1.6: Marina Çekicilik ve Kişisel Motivasyon Faktörlerinin Yatçılara Ait Profil Özelliklerine Göre Bağımsız İki Örnek t Testi (p<0,05)

		Örneklem Büyüklüğü	Faktörler	Faktör	Serbestlik Derecesi	t değeri	p değeri
				Ortalaması			
Yaş Grubu	18-29	31	Eğlence	0,31	92	2,15	0,03
	40-49	69		-0,22			
Yaş Grubu	18-29	31	Macera	0,44	97	2,52	0,01
	40-49	69		-0,94			
Cinsiyet	Erkek	175	Eğlence	-0,09	236	-2,40	0,02
	Kadın	63		0,26			
İlişki Durumu	Evli/İlişkisi	54	Hizmet	0,07	236	1,90	0,05
	Bekar	184		-0,23			
Yat Sahipliği	Yat Sahibi	175	Sosyalleşme	0,11	246	2,84	0,01
	Yat Kiralayıcısı	73		-0,28			
Destinasyona Göre Marina Tercih	Evettir	171	Turistik Çekicilik	0,11	223	3,38	0,00
	Hayır	54		-0,40			

KAYNAKLAR

Akaltan, C. & Nas, S. (2014). Ziyaretçi yatçıların yat limanlarını tercih etme sebepleri: IC Çeşme Marina uygulaması. 2. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 323-329. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

Araslı, H. & Baradarani, S. (2014). European tourist perspective on destination satisfaction in Jordan's industries. *Social and Behavioral Sciences*, 109, 1416 – 1425.

Arlı, E. (2012a). Marina işletmeciliğinde tutundurma bileşenlerinden etkilenme düzeyinin demografik özellikler açısından incelenmesi. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 25-52.

Arlı, E. (2012b). Müşterilerin kulaktan kulağa iletişime bağlı satın alma kararları üzerinde referans gruplarının etkisi: Deniz turizm işletmeciliği üzerine bir çalışma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (17), 155-170.

Arlı, E. (2013). Marina işletmeciliğinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve memnuniyet üzerindeki etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 61-76.

Baloğlu, S. & Uysal, M. (1996). Market segmentation of push and pull motivations: a canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8 (3), 32-38.

Bansal, H.S. & Eiselt, H.A. (2004). An exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*, 25 (3), 387-396.

Beerli, A. & Martin, J. (2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis-a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, 25 (5), 623-636.

Chen, J. S.& Gürsoy, D. (2001). An investigation of tourist destination loyalty and preferences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 79-85.

Conti, M. (August 6, 1993). *A WorldWide Survey on the Requests of Yacht Harbour users*. Erişim Tarihi: 03.11.2014, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1077>

Correia, A., Valle, P. & Moço, C. (2007). Modelling motivations and perceptions of Portuguese tourists. *Journal of Business Research*, 60, 76-80.

Cracolici & Nijkamp (2008). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern Italian regions. *Tourism Management*, 30, 336-344.

Çalhan, H. (2010). *Tüketici odaklı yaklaşımla destinasyon performansının değerlendirilmesi: Kapadokya örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Day, G. S. (1990), *Market-Driven Strategy: Processes for Creating Value*. New York: The Free Press.

Demir, Ş. (2010). *Turizmde tüketici davranışları modelini oluşturan aşamalar arasındaki ilişki: Turistler üzerine bir araştırma*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Dimitrios, B. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97.

Enright, M. & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25, 777-788.

Eriş, E.D. (2007). Uluslararası pazarlarda Türk marinalarının çekiciliği ve pazarlama stratejileri. *Ege Akademik Bakış*, 7 (1), 37-55.

Fallon, P. & Schofield, P. (2006). The dynamics of destination attribute importance. *Journal of Business Research*, 59, 709-713.

Gegez, E. (2005). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta.

Guzman, A., Leones, J., Tapia, K. Wong, W. & Catro, B. (2006). Segmenting motivation. *Annals of Tourism Research*, 33 (3), 863-867.

Güripek, E. (2013). *Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7. edition). England: Pearson Prentice Hall.

Hanqin, Z. & Lam, T. (1999). An analysis of mainland Chinese visitor's motivations to visit Hong Kong. *Tourism Management*, 20, 587-594.

Heron, R. & Juju, W. (2012). *The Marina: Sustainable Solutions for a profitable Business*. Erişim Tarihi: 01.09.2014, <http://www.amazon.es/The-Marina-Sustainable-Solutions-Profitable-Business/dp/1300359641>

Hsu, T., Tsai, Y. & Wu, H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30 (2), 288-297.

Hung, K. & Petrick, J. (2011). Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale. *Tourism Management*, 32, 386-393.

Huybers, T. (2004). Modelling short-break holiday destination choices. *Tourism Economics*, 9, 389-405.

Işık, D.A. (2010). *Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

İçöz, O. (2013). *Turistik Ürün Pazarlamasında Marka İmajının Rolü ve Bölgesel Marka İmajı Yaratma*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

İMEAK Deniz Ticaret Odası. (2014). *2013 Maritime Sector Report*. Erişim Tarihi: 02.11.2014, <http://www.dto.org.tr/>

Jang, S. & Wu, C. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27, 306-316.

Kim, S., Lee, C. & Klenosky, D. (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24 (2), 169-180.

Kim, S., Crompton, J. & Botha, C., (2000). Responding to competition: A strategy for Sun/Lost City. South Africa. *Tourism Management*, 21, 33-41.

Kissman, D. (August 17, 1996). *Meeting Your Customers Needs and Expectations through a Sound Approach to Management*. Erişim Tarihi: 01.11.2014,

<http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1100>

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54 (2), 1-18.

Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Marketing Management* (14.edition). England: Pearson.

Kozan, G., Özdemir, S. & Günlü, Ö. (2014). Turizm yazınında “deniz turizminin olgusal gelişimi. 2. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 1-12. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

Loke, YP. (January 1, 2005). *Marina Development in Emerging Markets*. Erişim Tarihi: 03.11.2014,

<http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1102>

McCalla, R. (1998). An investigation into site and situation: Cruise ship boards. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 89 (1), 44-55.

Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54 (4): 20-35.

Nas, S. & Coşar, B. (2014). Deniz turizminde yat limanı tercihini etkileyen faktörlerin tespiti: Çeşme bölgesi yat marinaları üzerine bir çalışma. 2. *Ulusal Deniz Turizmi Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 111-123. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

Odabaşı, Y, & Barış, G. (2006). *Tüketici Davranışı* (6.baskı). İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri.

Orams, M. (1999). *Marine Tourism: Development, Impacts and Management*. London & New York: Routledge.

Özdemir, G. (2014). *Destinasyon Yönetimi ve Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Page, S. (1995). *Urban Tourism*. London & New York: Routledge.

Paker, S. (2011). *Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası.

Raviv, A., Tarba, S., & Weber, Y. (2009). Strategic planning for increasing profitability: The case of marina industry. *EuroMed Journal of Business*, 4 (2), 200-214.

Sarı, F. Ö. (2011). *Marina işletmelerinde hizmet yönetimi: Yatçıların hizmet kalitesi algılamaları ile marinadan tatminleri, tekrar tercih ve tavsiye etme eğilimleri arasındaki ilişkinin analitik incelemesi*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir

Sarı, F. Ö. (2012). In depth analysis of marinas. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4 (2), 199-205.

Sarı, F.Ö. (2013). *Marina İşletmeciliği*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Sariisik, M., Turkay, O. & Akova, O. (2011). How to manage yacht tourism in Turkey: A swot analysis and related strategies. *Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014–1025.

Stone, Ron. (December 12, 2000). *The Key Role of Marinas in Nautical Tourism*. Erişim Tarihi: 03.11.2014, <http://www.icomia.com/library/Default.aspx?LibraryDocumentId=1148>

Sukiman, M., Omar, S., Muhibudin, M., Yussof, I.& Mohamed, B. (2013). Tourist satisfaction as the key to destination survival in Pahang. *Social and Behavioral Sciences*, 91, 78 – 87

Tek, Ö & Özgül, E. (2013). *Modern Pazarlama İlkeleri* (4.baskı). İzmir: Birleşik Matbaacılık.

Wang, Y., Jung, K.A., Yeo, G.T. & Chou, C.C. (2014). Selecting a cruise port of call location using the fuzzy-AHP method: A case study in East Asia. *Tourism Management*, 42, 262-270.

Yooshik, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.

Yüncü, D. (2011). *Destinasyon uzantılarının turistlerin duygusal tepkileri, bilişsel algılamaları ve davranışsal niyetleri ile ilişkisi*, Doktora Tezi, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Zainuddin, Z., Radzi, M. & Zahari, M. (2013). Perceived destination competitiveness of Langkawi Island, Malaysia: A preliminary finding. *Social and Behavioral Sciences*, 105, 801 – 810.

Zhang, H., Qu, H. & Tang, V. (2004). A case study of Hong Kong residents' outbound leisure travel. *Tourism Management*, 25, 267–273.

Ek 1. Yatçların Marinadan Beklentilerine Dair Ölçekte Kullanılan Değişkenlerin Kaynakları

Ölçekte Yer Alan Değişkenler	Nitel Çalışmalar	Nitel Çalışmalar
1- Şehir merkezine yakın olması		Sariisik vd., 2011
2- Havaalanma yakınlık	Güripek ,2013	McCalla, 1998
3- Destinasyona ulaşım kolaylığı	Hanquin ve Lam, 1999; Kim vd., 2000; Chen ve Gürsoy, 2001; Kim vd., 2003; Enright ve Newton, 2004; Zhang vd., 2004; Correia vd.,2007; Hsu vd.,2009; Çalhan, 2010; Demir, 2010;Güripek,2013; Sukiman vd., 2013; Zainuddin vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006; Raviv vd., 2009; Wang vd., 2014
4- Marinaya ulaşım kolaylığı	Hanquin ve Lam, 1999; Kim vd., 2000; Chen ve Gürsoy, 2001; Kim vd., 2003; Enright ve Newton, 2004; Zhang vd., 2004; Correia vd., 2007; Hsu vd.,2009; Çalhan, 2010; Demir,2010; Güripek, 2013; Sukiman vd., 2013; . Zainuddin vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006; Raviv vd., 2009; Wang vd., 2014
5- Yaşadığınız yere yakınlık	Huybers, 2004; Zhang vd., 2004; Correia vd., 2007; Çalhan,2010	Raviv, vd., 2009
6- Acil hizmetlere hızlı ulaşım (itfaiye, ambulans v.b.)	Güripek, 2013	
7- Gezi rotası veya transit noktası üzerinde bulunması		
8- Diğer gezilmeye değer destinasyonlara yakınlığı		McCalla, 1998
9- Destinasyondaki tarihi ve kültürel kaynaklar	Baloğlu ve Uysal,1996; Kim vd., 2003; Beerli ve Martin, 2004; Huybers, 2004; Zhang vd., 2004;Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu ,2006; Correia vd., 2007; Cracolici ve Nijkamp ,2008; Hsu vd.,2009; Çalhan, 2010; Yüncü, 2011; Güripek, 2013; İçöz, 2013;Sukiman vd., 2013	Fallon ve Schofield, 2006; Sariisik, vd., 2011;Wang vd., 2014
10- İklimi (Rüzgar, sıcaklık, dalga karakteristikleri v.b.)	Baloğlu ve Uysal, 1996; Hanquin ve Lam ,1999; Kim vd.,2000; Beerli ve Martin, 2004; Enright ve Newton, 2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Correia vd., 2007; Özdemir, 2007; Çalhan, 2010; Demir, 2010; Güripek ,2013	Fallon ve Schofield ,2006; Wang vd., 2014
11- Doğal çekicilik	Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim, vd.,2000;Kim, vd., 2003;Beerli ve Martin, 2004; Enright ve Newton, 2004; Huybers, 2004; Zhang, vd.,2004; Correia vd., 2007; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp 2008; Sukiman vd., 2013; Demir, 2010; Güripek, 2013; İçöz, 2013; Yüncü, 2011	Raviv vd.,2009; Sariisik vd., 2011; Wang vd., 2014
12.Güneşlenilecek ve denize girilebilecek sahili olması	Baloğlu ve Uysal, 1996; Beerli ve Martin, 2004; Zhang vd.,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Correia vd., 2007; Demir, 2010; Sukiman, 2013	McCalla, 1998 ; Sariisik vd., 2011
13- Sakin ve kalabalıktan uzak olması	Huybers, 2004;Yooshik ve Uysal, 2005; İçöz, 2013	Raviv vd., 2009
14- Alışveriş merkezi varlığı ve çeşitliliği	Hanquin ve Lam, 1999; Beerli ve Martin, 2004; Enright ve Newton, 2004; Zhang vd.,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Correia vd.,2007; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Hsu vd.,2009; Yüncü, 2011; Güripek, 2013;Sukiman vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	McCalla, 1998; Fallon ve Schofield, 2006

Ölçekte Yer Alan Değişkenler	Nitel Çalışmalar	Nitel Çalışmalar
15- Restoran, kafeterya çeşitliliği	Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim, Crompton ve Botha, 2000; Yooshik ve Uysal, 2005; Kim vd., 2003; Enright ve Newton, 2004; Beerli ve Martin, 2004; Zhang vd., 2004; Correia, vd., 2007; Özdemir, 2007; Hsu vd.,2009; Demir, 2010; Yüncü, 2011; Güripek, 2013; İçöz, 2013;Sukiman vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	McCalla, 1998; Fallon ve Schofield, 2006
16- Etkinlik (Yarış, konser, festival, sanat galerisi v.b.)	Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim ve Crompton ve Botha,2000; Enright ve Newton, 2004; Huybers, 2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; ; Demir, 2010; Güripek, 2013;Sukiman vd.,2013;Araslı ve Baradarani, 2014	Sariisik vd., 2011; Wang vd., 2014
17- Bireysel etkinlik fırsatları (Kütüphane,hobi bahçesi v.b.)	Huybers, 2004	
18- Gece hayatı	Baloğlu ve Uysal, 1996; Beerli ve Martin, 2004; Enright ve Newton, 2004; Zhang vd.,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Correia vd., 2007; Özdemir, 2007;Çalhan, 2010; Yüncü, 2011; Sukiman vd., 2013; İçöz, 2013; Güripek, 2013	Fallon ve Schofield, 2006
19- Yat personeline uygun sosyal ortam		
20- Spor tesisleri (fitness merkezi, su sporları v.b.)	Beerli ve Martin, 2004; Zhang, vd.,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Correia vd., 2007; Demir, 2010; Yüncü, 2011; Güripek, 2013 İçöz, 2013	Fallon ve Schofield, 2006
21- Konaklama seçenekleri (Otel, pansiyon v.b.)	Kim, vd., 2000; Lee ve Klenosky, 2003; Enright ve Newton, 2004; Zhang, vd.,2004; Correia, vd., 2007; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp,2008; Hsu vd., 2009; Güripek, 2013;Sukiman vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	McCalla, 1998; Fallon ve Schofield, 2006; Wang vd., 2014
22- Temizlik ve hijyen	Baloğlu ve Uysal, 1996; Beerli ve Martin, 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Özdemir, 2007; Yüncü, 2011;Sukiman vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006
23- Mavi bayraklı olması		Raviv, vd.,2009; Sariisik vd., 2011
24- Hizmet kalitesi (yanaştırma, bağlama, ön büro v.b.)	Beerli ve Martin, 2004; Huybers, 2004; Zhang, vd.,2004; Çalhan, 2010; Demir, 2010; Güripek, 2013; Sukiman vd.,2013; Zainuddin, vd., 2013	McCalla, 1998; Raviv vd., 2009; Sariisik vd., 2011; Wang vd., 2014
25- Altyapı kalitesi (yakıt, su, elektrik, duş, çamaşırhane, internet, tonoz yeterliliği v.b.)	Beerli ve Martin, 2004; Huybers, 2004; Zhang, Qu ve Tang,2004; Çalhan, 2010; Demir, 2010; ; Güripek, 2013; Sukiman vd.,2013; Zainuddin vd., 2013	McCalla, 1998; Raviv vd.,2009; Sariisik vd., 2011; Wang vd., 2014
26- Donanımlı çekek yerine sahip olması		McCalla, 1998; Sariisik vd., 2011;Wang vd., 2014
27- Çalışanların marina müşterisine karşı tutumları	Hanquin ve Lam, 1999;Kim vd., 2000; ;Yüncü, 2011; ; Güripek, 2013; Zainuddin vd., 2013	Sariisik vd.,2011
28- Yerel halkın turiste karşı tutumu	Baloğlu ve Uysal, 1996; Hanquin ve Lam,1999; Beerli ve Martin, 2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Correia, vd., 2007; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Hsu vd., 2009; ; Yüncü, 2011; Güripek, 2013; Sukiman vd., 2013; Zainuddin vd., 2013;Araslı ve Baradarani, 2014	McCalla,1998; Fallon ve Schofield, 2006; Raviv vd., 2009
29- Emniyet (Yangın, deniz trafiği v.b.)	Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim vd., 2000; Chen ve Gürsoy, 2001; Beerli ve Martin, 2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Correia vd., 2007; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Hsu vd., 2009; Demir, 2010; Yüncü, 2011; İçöz, 2013; Güripek, 2013; Sukiman vd., 2013; Zainuddin vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006; Raviv vd., 2009; Sariisik, vd.,2011; Wang vd., 2014

Ölçekte Yer Alan Değişkenler	Nicel Çalışmalar	Nitel Çalışmalar
30- Güvenlik (Teknem ve benim için dış tehditlere karşı)	Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim vd., 2000; Chen ve Gürsoy, 2001; Beerli ve Martin, 2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Correia vd., 2007; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Hsu, vd., 2009; Demir, 2010; Yüncü, 2011; Güripek, 2013; İçöz, 2013; Sukiman vd., 2013; Zainuddin vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006; Raviv vd., 2009; Sariisik vd., 2011; Wang vd., 2014
31- Enformasyon ve turist hizmetleri	Baloğlu ve Uysal, 1996; Hanquin, ve Lam ,1999; Kim vd., 2003; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Demir, 2010; Güripek, 2013; Sukiman vd., 2013	
32- Çevreci olması		Raviv vd., 2009; Sariisik vd., 2011
33- İmajı ve şöhretli olması	Beerli ve Martin ,2004; Enright ve Newton, 2004; Beerli ve Martin, 2004; Hsu vd., 2009; Demir, 2010; İçöz , 2013; Zainuddin vd., 2013	
34- 5 çipalı olması	Sarı ,2011	Sariisik vd., 2011
35- Yerel halkın sıradışı, farklı kültüre sahip olması	Chen ve Gürsoy, 2001; Beerli ve Martin, 2004; Enright ve Newton, 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Correia vd., 2007; Çalhan, 2010	
36- Yerel halkın benzer kültüre sahip olması	Çalhan, 2010	
37- Fiyat politikası	Huybers ,2004; Zhang vd., 2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Jang, ve Wu ,2006; Özdemir, 2007; Cracolici ve Nijkamp, 2008; Hsu vd., 2009; Çalhan, 2010; Sukiman vd., 2013; Araslı ve Baradarani, 2014	Fallon ve Schofield, 2006; Sariisik, vd., 2011; Wang vd., 2014
38- Lüks olması	Beerli ve Martin, 2004; Yooshik ve Uysal, 2005	

Ek 2. Yatçılığa Yönelmede Etkili Olan Kişisel Motivasyonlara Dair Ölçekte Kullanılan Değişkenlerin Kaynakları

Ölçekte Yer Alan Değişkenler	Nicel Çalışmalar
1- Rutin hayattan kaçmak	Kim vd., 2003; Beerli ve Martin ,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Guzman vd., 2006; Correia vd., 2007; Hsu vd., 2009 ; Hung ve Petrick, 2011; Demir, 2010; İçöz, 2013
2- Özgür hissetmek ve istediğini yapabilmek	Yooshik ve Uysal, 2005; Jang ve Wu ,2006; ; Demir, 2010; Hung ve Petrick, 2011
3- Sağlık ve spor	Kim, vd., 2003; ; Yooshik ve Uysal, 2005; Hsu, vd., 2009 ; İçöz, 2013
4- Yenilik arama	Guzman vd., 2006; Hsu, vd.,2009 ; İçöz, 2013
5- Macera arayışı	Kim vd., 2003;Beerli ve Martin ,2004; Yooshik ve Uysal, 2005;Correia vd., 2007; Guzman vd., 2006; Jang ve Wu ,2006; Hsu, vd., 2009; Hung ve Petrick, 2011
6- Eğlenmek	Beerli ve Martin ,2004; Yooshik ve Uysal, 2005; Guzman vd.,2006;Correia, vd.,2007; İçöz, 2013
Ölçekte Yer Alan Değişkenler	Nicel Çalışmalar
7- Farklı kültür ve yaşam tarzlarını tanıma	Hanquin ve Lam, 1999; Bansal ve Eiselt, 2004; Beerli ve Martin ,2004;Yooshik ve Uysal, 2005; Guzman vd., 2006; Jang ve Wu ,2006; Correia, vd., 2007; Hsu, vd.,2009;Hung ve Petrick, 2011; İçöz, 2013
8- Özsaygı ve sosyal tanınırlılık	Jang ve Wu ,2006; Hung ve Petrick, 2011
9- Kendini yeniden keşfetmek	Yooshik ve Uysal, 2005
10-Aile ve arkadaşlarla birlikte vakit geçirme	Hanquin ve Lam, 1999; Kim, vd., 2003; Yooshik ve Uysal, 2005; Guzman vd., 2006; Jang ve Wu ,2006; Demir, 2010; Hung ve Petrick, 2011
11-Yakın arkadaşlıklar geliştirmek	Correia vd., 2007
12-Benzer ilgilere sahip insanlarla tanışmak	İçöz, 2013

Yayın Geliş Tarihi: 06.07.2015
Yayına Kabul Tarihi : 25.11.2015
Online Yayın Tarihi: 24.12.2015
DOI: 10.18613/deudfd.24333

Dokuz Eylül Üniversitesi
Denizcilik Fakültesi Dergisi
Cilt:7 Sayı:2 Yıl:2015 Sayfa:258-287
ISSN:1309-4246

BÖLGESEL ULAŞTIRMA VE LOJİSTİK PROBLEMİNE BELGESEL BAKIŞ: “MERSİN ÖRNEĞİ”

**Esat KOÇAK¹
Hakkı KİŞİ²**

ÖZET

Ulusal ve yerel seviyede uygulanan dış ticaret, lojistik ve ulaştırma politikalarının etkilerini belirlemek, takip eden politika uygulamalarının daha isabetli gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bakış açısı ile araştırmada; Mersin kenti örnekleme üzerinden, uygulanan söz konusu politikaların tarihsel bir süreçte etkileri, sonuçları ile sorun alanları ‘Belge İncelemesi’ veri toplama tekniği ile toplanan verilerin analizi ile belirlenmiştir. Mevzuat düzenlemeleri ile bürokrasi uygulamalarının basitleştirilmesi, eşgüdüm ve örgütlenmenin geliştirilmesi ile istikrarın devamı beklentisi çok yüksek bir frekansla ön sırada yer almaktadır. Elde edilen bulguların benzer hedeflere ulaşma yönünde politikalar uygulayan bölgeler için de örnek oluşturabileceği varsayılmıştır.

***Anahtar Kelimeler:** Ulaştırma politikası, lojistik, belge incelemesi, Mersin, dış ticaret.*

A DOCUMENTARY REVIEW OF REGIONAL TRANSPORTATION AND LOGISTICS PROBLEM: CASE OF MERSİN

ABSTRACT

It is important to determine the impacts of applied national and local policies of foreign trade, logistics, and transportation from the viewpoint of practicing successive policies much more to the point. Having this perspective, impacts of the policies in the historical process, and problem fields with their consequences are analysed via ‘Document Study’ data collection technique for the case of Mersin in this study. The overall findings reveal that expectations for simplification of regulations and bureaucratic implementations, improvement of organization and coordination, and continuous stability take the front lines with

¹ Dr., esatkocak@yahoo.com

² Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, hakki.kisi@deu.edu.tr

high frequency rates. The findings of the study are supposed to serve as a model for the regions implementing the policies to accomplish similar objectives.

Keywords : *Transportation policy, logistics, document study, Mersin, foreign trade.*

1. GİRİŞ

Bazı coğrafi bölgeler, ulaştırma problemine yönelik politikaların askeri gereksinimler ve öncelikler odaklı olarak belirlendiği dönemden, hammaddelerin ve enerji kaynaklarının sanayi devrimini yaşayan ülkelere ulaştırılmasının öncelikli olduğu döneme ve sonrasında ayakta kalabilmenin rekabet üstünlüğü elde etmeye bağlı olduğu döneme kadar önemini daima korumuştur. Bu bölgeler coğrafyanın kendilerine sunduğu üstünlük nedeniyle ticaret yolları üzerinde kalmışlar, ulaştırma ve dış ticaret üzerinde uzmanlaşmış, bu yönde bir ticaret kültürüne sahip olmuşlardır.

Bu bölgelerden bir tanesi de bu araştırmanın konusunu ve örneklemini oluşturan Mersin ilidir. Uluslararası ticaret ile ulaştırma ve lojistiğin iç içe geçtiği bu bölge aynı zamanda Türkiye'nin makro ulaştırma politikaları içinde önemli bir rekabet aracı olarak yer almıştır. Uygulanan ulaştırma, dış ticaret ve lojistik politikalarından doğrudan ve dolaylı etkilenen Mersin aynı zamanda siyasi olarak istikrarsız bir bölge olan ortadoğu coğrafyasındaki gelişmelerden de olumsuz etkilenmektedir.

Ancak, Türkiye'deki iki deniz ticaret odasından birisine, ülkenin en büyük limanlarından birine ve ilk serbest bölgeye sahip, dış ticaret ve ulaştırma kültürünün yoğun olarak yaşandığı bu kentin gelişmiş bir ulaştırma ve lojistik merkezi olma yönündeki çalışmalarının incelenmeye değer bir yapısı bulunduğu düşünülmektedir. Mersin'de bu anlamda yürütülen çalışmaların ayrıntılı olarak incelenerek elde edilen sonuçların diğer bölgeler için de bir çeşit "alınan dersler" bakış açısıyla kullanılabileceği değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan araştırmanın incelediği sorun alanı, kullandığı yöntem ve elde edilen bulgular ile getirdiği somut ve gerçekçi öneriler açısından alanyazına ve uygulayıcılara çok önemli bir katkı sağladığı, bu anlamda farklılık yarattığı düşünülmektedir.

Sorun alanı açısından; ülkemiz için son derece hayati olan ulaştırma ve lojistik probleminin en azından bölgesel ölçekte irdelenmesi büyük önem taşımaktadır. Böylelikle yerel politikaların ulusal ölçüğe

uyarlanması ile çok önemli bir sorun alanının tümevarım biçiminde çözümüne katkı sağlanacaktır.

Kullandığı yöntem açısından; geçmişe ilişkin önemli çıkarımlar elde edilmesine imkan veren tarihsel veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Ulaştırma ve lojistik ana temalı bir meslek örgütü yayınının bu anlamda bir veri kaynağı olarak seçilmesi ile verilere ulaşılmıştır. Böylelikle alanyazında hakim olan algı ölçümü, geleceğe yönelik önermelere dayalı veya sadece alanyazın taramasından oluşan araştırmaların yanında tamamlayıcı bir araştırma olarak bir özgünlük taşımaktadır. Aynı zamanda, bu yöntemin söz konusu disiplinlerde kullanılmasıyla bilimsel anlamda da yazına katkı sağlandığı, gelecek araştırmaların benzer yöntemleri kullanmaları konusunda yönlendirildiği ve araştırmacıların cesaretlendirildiği düşünülmektedir.

Elde edilen bulgular açısından ise, bilimsel yazına katkısının yanında doğrudan somut, gerçekçi ve gerçeğe dayalı politikalar üretmesi ve önermesi ile “bilim için bilim” konseptinin dışına çıkarak “politika üretici/uygulayıcıları için bilim” konseptine kapı aralamıştır. Bu yönde de alanyazındaki boşluğun doldurulmasına katkı sağlandığı değerlendirilmektedir.

Bu haliyle araştırma; bir yandan kullanılan yöntem açısından alanyazına, diğer yandan sahaya yönelik önermeleri ile hayatın gerçeğine katkı sunmaktadır. Ayrıca, bir diğer katkısı ise; söz konusu bölge ve zaman dilimine yönelik olarak yapılan analiz sonucu elde edilen bulguların gelecek araştırmalar için de önemli bir veri kaynağı olabileceğidir.

Sonraki bölümlerde, öncelikle araştırma probleminin sunumu ve araştırma amacına ulaşmak adına kullanılan yöntem ile bu yöntemin uygulanması sonucu elde edilen bulgular yer alacaktır.

Mersin; ulaştırma, lojistik ve dış ticaret alanlarında, meslek örgütleri, kamu kurumları, üniversiteleri, limanı ve lojistik odakları ile Türkiye'nin önemli bir bölgesidir. Bu araştırmada; uluslararası rekabet üstünlüğünü yakalamayı hedefleyen Mersin'de yerel ve ulusal dinamiklerce bugüne kadar uygulanan stratejiler, politikalar ve sonuçlarının belirlenerek diğer bölgelere örnek olabilecek şekilde geleceğe yönelik çıkarımlar yapmak amaçlanmaktadır.

2. ALANYAZIN

Yaklaşık bir buçuk asırlık geçmişi ile Anadolu'nun en genç kentlerinden birisi olan Mersin'in ortaya çıkıp gelişmesinde kendine has coğrafyasının yanısıra geliştiği yüzyıldaki konjonktürün etkisi büyüktür (Mazak ve Doğan, 2014:34). Osmanlı Devletinin ve dünyanın değişen şartları Mersin'in ticaret ve ulaştırma odaklı gelişimini hızlandırmıştır. Bu gelişim ve değişim sadece ticari hayatta yaşanmamış demografik ve kültürel anlamda da büyük değişimler oluşmuştur.

18. yüzyılın sonlarından itibaren Mersin'e göre tarımsal üretim merkezi olan Çukurova'ya yakınlığı nedeniyle önemli bir merkez olan Tarsus iskelesi, coğrafi şartlarla işlevselliğini kaybetmiş, önceleri Tarsus iskelesine göre daha küçük olan Mersin iskelesi Doğu Akdeniz Liman kentinin çekirdeği olarak büyümeye başlamıştır. Tarsus iskelesinin devre dışı kalmasının yanında, 1854 Kırım savaşında ihtiyaç duyulan kurşun madeninin İstanbul'a buradan nakledilmesi, 1859 yılında inşasına başlanan Süveyş Kanalında kullanılan kerestelerin yine Mersin iskelesinden taşınması, Amerikan iç savaşında pamuk ihtiyacının çukurovadan karşılanması, Mersin'in gelişimine olumlu etki etmiştir (Mazak ve Doğan, 2014:39).

Geleneksel Tarsus İskelesi'nin işlevini yitirmesi, Mersin'in yeniden kimlik kazanmasındaki en önemli etkidir. İskelenin oluşmasıyla birlikte, yerleşim artmış, ticari ve resmi kurumlar oluşmuş ve paralelinde kent idari bir statüye kavuşmuştur. Mersin'de idari yapının çok hızlı gelişmesi ve 1864'te kaza, 1888'de sancak olması, diğer kentlerde eşine rastlanmayacak bir oluşumdur ve kentin önemini anlatması bakımından da dikkat çekicidir (Güneş, 2010:20).

Sonrasında artan ticaret hacmi ile Mersin bölgesinin Çukurovaya kara ve demiryolu ile bağlanması projeleri yürütülmeye başlanmıştır. Bu projelerin bölgeye yönelik uygulanan ilk ulaştırma politikaları olduğu söylenebilir. Sonrasında mevcut iskelenin yanısıra yeni iskeleler planlanması da ticareti kolaylaştırıcı birer ulaştırma politika uygulamasıdır.

Bu politika uygulamaları çerçevesinde; ilk özel iskele Fransız Messageries Maritimes tarafından 1874'te, ikincisi ise 1883'de Rum tüccar Mavromatis tarafından inşa edilmiştir. 1892 yılına gelindiğinde Mersin'de dördü ahşap, birisi taş, diğeri taş temelli ahşap ve bir diğeri de şimendifere ait demir olan toplam yedi iskele bulunmaktadır (Mazak ve Doğan, 2014: 44).

Ulaştırma altyapısına yönelik bu gelişmelerin yanısıra Mersin’de göçle gelen tüccarlar şehrin demografik ve kültürel yapısını değiştirmişlerdir. Ayrıca, artan ticaret hacmi ile birlikte konsolosluklar, ulusal ve uluslar arası bankaların şubeleri de açılmıştır (Durak, 2006:67). Böylelikle bir küçük balıkçı köyü olarak yola çıkan Mersin iklimini ve altyapısını değiştirerek bir ticaret, ulaştırma ve lojistik merkezi haline dönüşmeye başlamıştır. Bugün ise bu yolculuğun halen devam ettiğini söylemek mümkündür.

Bugün tartışılan sorunlara paralel olarak 1800’lerin sonu 1900’lerin başlarında artan ticaret hacmi ve talebe rağmen planlanan yatırımların ve uygulanan ulaştırma politikalarının yetersizliğinden bahsedilen belgeler bulunmaktadır. Bu şikayetlerin sonucu olarak Mersin’de bir liman inşasına duyulan ihtiyaç ilk defa bu tarihlere tartışılmaya başlamıştır. 1900’lerin başında imtiyaz hakkı karşılığında Mersin limanının inşası Atnaş Tahinci Efendi ve David dö Toledo kumpanyasına verilmiş olmasına rağmen liman inşaatı gerçekleşmemiş, ancak 3 Nisan 1954 yılında temeli atılan liman 27 Nisan 1960 tarihinde hizmete girebilmiştir (Mazak ve Doğan, 2014: 63-127).

Bugün Mersin, limanı, serbest bölgesi, büyük sanayi ve ticari kuruluşlarıyla çok kültürlü toplumsal yapısıyla hızla gelişen çok kimlikli bir kenttir. Genç bir kent olmasına rağmen, kısa sürede sanayi kenti haline gelen, ticaret ve hizmet sektörü ağırlıklı bir kent görünümüne bürünen Mersin, sanayi, tarım ve ticaretle Türkiye’nin ilk on ili içinde yer almıştır.

Mersin ili il genelinde sosyal ve ekonomik refahı yakalamak adına sivil toplum ve meslek örgütleri ile kamu kurumlarının ortak akıyla birtakım projeler geliştirmektedir. Bu kapsamda, Türkiye’de ilk kez, Mersin ilinde, yenilikçiliğin (innovation) artırılması ve mevcut altyapı ile insan sermayesinin en iyi şekilde kullanılması ve geliştirilmesi amacıyla bir inovasyon projesi ve stratejisi geliştirilmiştir. Mersin, küreselleşen dünyada ve çetin rekabet şartlarında, sahip olduğu tüm değerleri kullanmaya ve organize etmeye çalışarak, rekabetçi üstünlüğü elde etmek ve sürdürmek hedefiyle değişmekte ve yenilenmektedir (Koçak, 2007:4).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, ülkemizdeki lojistik potansiyeli yüksek olan kentlerden birisi de Mersin’dir. Mersin, ekonomi, ticaret, sanayi, tarım, lojistik eğitim ve iç turizmin bir arada geliştiği çok odaklı bir yapıya sahiptir (Turaboğlu vd. 2008:1270).

3. YÖNTEM VE UYGULAMA

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kapsamında “Belge İncelemesi” veri toplama tekniği kullanılarak veriler toplanmış ve analiz edilerek bulgulara ulaşılmıştır. Bu araştırma çerçevesinde, Mersin Deniz Ticaret Odası (MDTO) yayını olan “Mersin Deniz Ticareti Dergisi”nin Ocak 1993-Ocak 2013 tarihleri arasındaki 20 yıllık (toplam 240 sayı) arşivi izlenmiş ve incelenmiştir.

Araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin içerik analizini kapsayan (Yıldırım ve Şimşek, 2008:187) “Belge İncelenmesi” ile; Mersin’de ulusal ve yerel dinamiklerin ulaştırma ve lojistik sektörünün geliştirilmesi ve sorunlarının çözülmesine yönelik geliştirdikleri politikalar ve sonuçları - etkileri Deniz Ticareti Dergisi kaynaklı olarak tespit edilmiştir.

3.1. Belge İncelemesi

Belge incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar. Hangi belgelerin önemli olduğu ve veri kaynağı olarak kullanılabileceği araştırma problemi ile doğrudan ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008:187).

Anılar, günlükler, özel mektuplar, itiraflar gibi kişisel belge ve dokümanların yanı sıra yazılı basın, periyodik yazılı kaynaklar, dergi ve kitaplar da belge incelemesinde kullanılabilirler (Bailey, 1982:122).

Nitel araştırmalarda araştırma konusunun geçmişi ya da tarihsel süreci de araştırmanın bulgularının yorumlanmasında kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda araştırmacı iki tür veri toplayabilir (Baş ve Akturan, 2008:117);

- Arşiv verisi
- Tarihsel veri.

Bu araştırmada, geçmişe ilişkin önemli çıkarımlar elde edilmesine imkan veren tarihsel veri toplanmıştır.

Duverger (1973)’in “Belgesel Gözlem” dediği bu tekniği, Rummel (1968) ve daha birçoğu “Doküman Metodu” olarak tanımlamaktadırlar.

Bu noktada belirtilen amaçlara ulaşılması yönünde en uygun veri kaynağı olarak Mersin Deniz Ticaret Odası’nca yayınlanan “Deniz Ticareti Dergisi” arşivinin olduğu düşünülmektedir.

3.2. Belge İncelemesinin Uygulanması

Veri toplama tekniği olarak belge incelemesinin seçiminin ardından araştırma konusuna özel bir bakış açısıyla Mersin Deniz Ticaret Odası'ndan sağlanan destek ile Ocak 1993- Ocak 2013 yılları arasındaki Mersin Deniz Ticareti Dergisi arşivi incelenmiştir. İnceleme esnasında araştırma sorusu ile ilgili olduğu değerlendirilen ulaştırma, lojistik, dış ticaret kategorileri altında, sanayi, yatırımlar, fuarlar, eğitim faaliyetleri, toplantı-seminer-kongre-sempozyum, raporlar, sivil toplum ve meslek örgütlerinin açıklamaları, bölgesel anlaşmalar, ziyaretler, anahtar kelimeleri kullanılarak tarama gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelimeleri içeren bölümlerin tıpkıçekimi alınarak analiz edilmek üzere kronolojik olarak tasnif edilmiştir.

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

4.1. Genel Değerlendirme

Mersin Deniz Ticareti Dergisi; yayıncı kuruluş olan Mersin Deniz Ticaret Odası'nın varoluş sebebi olan deniz ticareti odaklı bir yayın akışına ve içeriğine sahiptir. MDTO deniz ticaretine yönelik bir meslek örgütü olması dolayısıyla üyelerinin faaliyet alanlarına paralel olarak yerel, ulusal ve uluslararası çapta, liman ve limana yönelik incelemeler, lojistik, deniz ticareti ve alt sahalarına yönelik analizler, raporlar, demeçler ve haberler sıkça yer almaktadır. Bu sayede Mersin özelinde ulaştırma sorun alanları ve bu sorun alanlarının çözümüne meslek örgütü odaklı bakış gözlemlenebilmektedir.

Elde edilen bulgular, değişen ve küreselleşen dünyaya ve dünya ticaretine paralel olarak iki ana bölüme ayrılmaktadır;

- 1993-2007 tarihleri arasında ağırlıklı olarak Mersin limanı ve limanda yaşanan sorunlar ile çözüm önerilerine yönelik bulgular,
- 2007-2013 yılları arasında Mersin liman özelleştirmesi sonrasındaki gelişmeler ile küresel ulaştırma ve lojistik üzerine bulgular.

Diğer yandan, 2000'li yıllardan itibaren AB ulaştırma politikalarında karayolu ulaştırma ağırlığının deniz ve demiryoluna kaydırılmasına yönelik uygulanan politikalar ile ulaştırma koridorları yaklaşımının küresel boyutta tartışılmaya başlanması, taşımacılıkta devrim yaratan konteynerin gelişimi ile birlikte Mersin Deniz Ticareti

Dergisinden uluslararası ticaret, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi gibi konularda veriler elde edilmiştir.

4.2. Bulgular

Mersin'in 1993-2013 yılları arasında 20 yıllık dönemde lojistik ve liman konusundaki sorun alanları ve çözüm önerileri ile çabalara ilişkin bazı çarpıcı saptamalar aşağıda verilmiştir.

Ocak 1993 tarihli sayıda, A.Refik YOKSULBAKAN (1993:10) tarafından kaleme alınan yazıda limana ilişkin tespit edilen ilk sorun alanları yer almaktadır. Yazar, ağırlıklı olarak limanda yaşanan sorunların küçük sorunlar olduğunu belirtmekte ve bunların çözülememesini “*onur kırıcı*” olarak nitelendirmektedir. Yoksulbakan tarafından ortaya konan bu sorun alanları şu şekilde sıralanmaktadır;

- Limanda hırsızlığın önlenememesi-azaltılamaması,
- İhraç konteynerlerinin liman dışında kolaylıkla ve hızla yüklenebilmeleri,
- Birkaç kilometrelik liman yolunun hızla onarılarak hizmete sokulması,
- Yaşamsal önem taşıyan vinçlerin gerektiğinde süratle onarılması,
- On yıllardır ülkenin gündeminde olan, ülkeye büyük kazançlar sağlayan konteynerin adının konularak gerçek kişiliğine kavuşturulması: konteynerin kap mı eşya mı olduğunu saptamak,
- Büyük umut ve beklentilerle kurulmuş bulunan Mersin Serbest Bölgesinin limanla ilişkilerini akılcı ve pratik bir temele oturtmak, limanda boşaltılan bir malın Mersin Serbest Bölgesine geçişini aksamadan ve hızla sağlamak.

Yine aynı sayıda dönemin MDTO Genel Sekreteri tarafından yapılan ve manşet olarak dergide yer alan “*Mersin limanında işler kesat gidiyor*” Yoksulbakan tarafından yapılan değerlendirmenin bir özeti gibidir.

Limana yönelik getirilen bu eleştirilere karşılık ortaya konulan çözüm önerileri ise limanın TCDD yönetiminde arzu edilen verimliliğe ulaşamayacağı ana fikrinin üzerine kurulmuştur. İlk önerilerden bir tanesi, Ocak 1993 sayısında dönemin Mersin Belediye Başkan yardımcılığı görevini yürüten Neşet TARHAN tarafından dile getirilen Mersin limanının Rotterdam, Hamburg ve Yokohama limanları gibi

belediye tarafından işletilmesidir. Tarhan analizini “2000’li yıllara yaklaştığımız şu dönemde halkımıza ve oluşturdukları yönetimlere daha çok güvenmeli, limanlarımızın fiziksel olarak da halk idaresi olan belediye yönetimleri ile daha barışık kılmak amaçlanmalıdır” çıkarımı ile sonuca bağlamaktadır.

Kaptan Refik AKDOĞAN (1993:38), ise Ocak 1993 sayısında çözüm önerilerine “vergi” penceresinden yaklaşmıştır. Akdoğan; Rotterdam ve Anvers limanlarının sifira yakın vergi politikaları ile ticari hayatı bölgelerinde canlandırdıklarını iddia etmekte “...bir limanı dünya limanı yapmak için malların giriş ve çıkışını önleyen ne kadar vergi ve formaliteler varsa bunların kaldırılması için çalışmaya başlamalıdır” ifadesi ile Mersin limanı içinde benzer bir formülün uygulanabileceğini dile getirmektedir. Yine kendi ifadesi ile “...Mersin limanını bir dünya limanı yapabilmek için her şeyden önce limana özgürlük vermek, hareket vermek, hareket yeteneklerini çoğaltmak gerekir” diyerek serbest bir limanı çözüm olarak işaret etmektedir. Örnek olarak; Aydınoglu Beyi olan Umur Bey’in, eşkiyalara karşı tüccarların ve mallarının korunması karşılığında alınan “bedraka” isimli vergiyi İzmir’i bir ticaret üssü haline getirmek adına kaldırmasını ve böylelikle artan ticaret hacmi ile vazgeçtiği vergiden fazlasını kazanmasını göstermektedir.

Akdoğan; genel anlamda limanlarda yaşanan sorunları tespitinde “Devletin yaptığı işler çok iyi, çok hastır da çok yavaş yürür.” diyerek tek cümle ile tanımlamaktadır. Hemen arkasından sorunlar dönemin bakış açısı ile şöyle sıralanmaktadır;

- *Yasalar, mevzuat, yönetmelikler,*
- *Memurların tutumları,*
- *Vergi,*
- *Resim ve harçlar.*

Aynı dönemde Mersin limanının rekabetçiliğinin artırılması konusunda yapılan toplantılarda da benzer sorunlar masaya yatırılmıştır. En önemli sorun olarak bu toplantılarda, “...gümrük mevzuatı ve işlemlerinin çok karmaşık ve zaman alıcı olduğu...” tespiti yer almaktadır.

Benzer şekilde sorunlar 1993 Ocak sayısında MDTO Yönetim Kurulu Başkanı M. Cihat LOKMANOĞLU (1993: 3), tarafından “Gümrük işleri alabildiğine ağır ve uzundur. Konteyner hala kimliksizdir, işlem sayısı gereksiz ölçüde kabarıktır” şeklinde ifade edilmektedir. Lokmanoğlu tarafından Mersin limanı paydaşlarının beklentileri şu

şekilde özetlenmektedir; “Yükleyici, forvarder ve gemi sahipleri limanlardan azami verimlilik, iyi bir altyapı ve etkin bir yönetim istemektedirler. Bunlar ayrıca limanlardan, giren çıkan malların hinterlanda akışını kesmeyecek mükemmel bir kara ve demiryolu bağlantısı sağlamalarını bunun en az kırtasiyecilikle yapılmasını beklemektedirler”

Lokmanoğlu tarafından tespit edilen sorun alanları;

- Liman işletmesi ve gümrük idaresi koordineli çalışmamaktadır,
 - Gümrük mevzuatı eski ve yetersiz kalmaktadır (bir ihracat işleminin tamamlanması için sadece gümrükte kırktan fazla işlem gerekmektedir),
 - Bürokratik işlemler ağır aksak yürümektedir (bir konteynerin yüklenmesi ve boşaltılması için yaklaşık 42 imza, 36 işlem gerekmektedir),
 - Makine ve teçizat yetersizdir ve demodendir,
 - Römorkör eksikliği vardır,
 - Liman içi nakliye vasıta sayısı yok denecek kadar azdır,
 - Altyapı yetersizdir,
 - TCDD tarafından işletilen Mersin limanı kar etmektedir.
- Ancak ettiği kar TCDD zararının kapatılmasında kullanılmaktadır.

Bununla birlikte “Mersin limanı yatırım yapmadığı için ve vermediği hizmetlerden de ücret aldığı için kar etmektedir” tespitini de paylaşmaktadır.

Çözüm önerileri ise;

- Mersin Limanının acilen özelleştirilmesi,
- Gümrük mevzuatının basitleştirilmesi,
- Mersin limanının tümüyle serbest bir liman haline getirilmesi,
- Gümrük işlemlerinin mutlaka liman sahası dışına çıkarılması, olarak sıralanmaktadır.

Mersin Deniz Ticareti Dergisi’nde Mersin limanına yönelik tespit ve önerilerin yanında ulaştırma politikalarına ilişkin tespit ve çözüm önerileri de sıklıkla yer bulmaktadır. Bunlardan en dikkat çekici olan öneri denizcilik sektörü ile ilgili tüm yetki ve sorumlulukların tek çatı altında toplanabileceği bir Denizcilik Bakanlığının kurulması önerisidir. Bu önerinin yaşanan sorun alanlarının birçoğuna çözüm olabileceği

yönünde bir fikirbirliği bulunduğu söylenebilir. Dönemin Devlet Bakanı İbrahim TEZ (1993: 5) Ocak 1993 sayısında yer alan yazısında sorun alanlarını;

- Denizcilik Bakanlığının olmaması nedeniyle yaşanan eşgüdüm sorunu ve aşırı bürokrasi,
 - Denizcilik sektörünün finansman sorunu,
 - Ulusal denizcilik politikasının yokluğu,
 - Siyasi çıkarların ulusal denizcilik politikalarını etkilemesi,
 - Denizcilik alanında yetersiz örgütlenme ve eşgüdüm eksikliği,
 - Türk bayraklı gemilerin taşıma oranının %33 dolayında bulunması,
 - Türk bayraklı gemilerin taşıma oranlarının artırılmasına yönelik olarak, ihracatta CIF, ithalatta FOB alım satım uygulamasının tercih edilmesi,
 - Liman yönetiminin ve işçilerinin konularında ehil olmayanlar arasından istihdamı,
 - Limanlardaki altyapı eksiklikleri,
 - Gemi inşa sanayinin sıkıntıları,
 - Denizcilik ile ilgili mevzuatın dağınıklığı,
 - Denizcilik üniversitesinin yokluğu,
 - Yatırımların zamanında tamamlanamaması,
 - Teknolojik gelişmelerin takip edilememesi,
- şeklinde sıralamış, bu sorun alanlarıyla ilgili uygulanacak politikaları da paylaşmıştır.

1993 yılı içerisinde çeşitli yazarlar tarafından dergide paylaşılan sorun alanları ise şu şekilde özetlenebilir;

- Mersin limanında hırsızlık had safhadadır,
- Gemilere içme suyu verilememektedir,
- Gemiler ile sağlıklı bir muhabere yapılamamaktadır,
- Yükleme-boşaltma işlemleri çağdışı yöntem, araç gereçlerle yapılmaktadır,
- Liman içinde derinlik yetersizdir,
- Mersin liman tüzüğü'nün yürürlük durumu tartışmalıdır.

Buna karşılık paydaşların neredeyse tamamının hemfikir olduğu politika önerisi Mersin Limanının özelleştirilmesidir. Bu noktada tartışılan ise hangi yöntemle özelleştirmenin gerçekleştirileceği konusudur. Özelleştirmeye yöntemi tartışılırken hemfikir olunan konu

satılma değil hizmet devrinin yönteminin tartışılmasıdır. Bu aşamada ağırlıklı olarak iki seçenek ön plana çıkmaktadır.

Birincisi, öncelikle belediye, meslek ve sivil toplum örgütleri ile diğer paydaşlardan oluşan bir yapının işletmeyi devralması, ikincisi, ihale ile özel bir şirketin işletme hakkını devralması seçeneğidir.

Bu noktada MDTO, bir TCDD tekelinden çıkarken yeni bir tekele maruz kalma yönündeki endişelerini de dile getirerek bu seçeneklerden birincisine daha yakın olduklarını beyan etmişlerdir.

Eylül 1994 sayısında MDTO Genel Sekreter Yardımcısı H.Nevzat ÖZKENEL (1994:5), tarafından kaleme alınan bir yazıda özetle; limanın işletme hizmet seviyesinin yükseltilmesi için özelleştirilmesinin gerekli olduğundan bahisle hizmet devri yöntemiyle yapılacak bu özelleştirmede dikkat edilmesi gereken hususları şöyle sıralamaktadır;

- Tekelleşmeyi önleyecek her türlü tedbir alınmalıdır,
- Limanlar için ehli kurumlara devredilmelidir,
- Kiralama dönemi içinde yapılacak tüm yatırımlar, süreç iyileştirmeleri, modernizasyonlar, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri bir takvim içinde belirlenmelidir,
 - Mevcut çalışanların hakları gözetilmelidir,
 - En yüksek teklifi verene değil en iyi projeyi getirip bunu taahhüt eden tercih edilmelidir,
 - Azami etkinliğin ve faydanın sağlanabilmesi için rekabet mutlaka gözetilmelidir.

Haziran 1994 sayısında Abdi KÜKNER (1994:10), tarafından, dünya denizcilik sektöründeki gelişmeleri anında Türkiye'ye aktarabilmek için Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı bünyesinde Londra ve New York gibi dünya denizcilik merkezlerinde "Deniz Ticaret Ataşelikleri" açılması önerilmektedir.

1995 yılından itibaren Mersin limanının sorunları dışında rakip limanların uyguladıkları politikalar ve modernizasyon projeleri de irdelenemeye başlanmıştır. Doğu Akdeniz limanları arasında ana konteyner limanı hedefi doğrultusunda yapılması gerekenlere yoğunlaşmıştır. Ancak Mersin limanının mevcut hali ile bir ana liman olamayacağı, dahası mevcut yönetim şekli ile bu yönde bir gelişim gösteremeyeceğine dair görüşler dile getirilmektedir.

İlk defa bu dönemde deniz limanı dışında yeni bir hava limanına olan ihtiyaç ve bu havaalanının yeri konusunda tartışmalar yaşanmaktadır. MDTO bu konudaki görüşünü “*MDTO olarak yeni yapılacak hava limanının Tarsus / Adana arasında yapılmasının daha uygun olacağı görüşündeyiz.*” şeklinde ortaya koymuştur.

1996 Nisan ayında MDTO Genel Sekreteri Atahan ÇUKUROVA tarafından yapılan değerlendirmede, Mersin Limanı açısından çok fazla bir değişim ve gelişim olmadığı açıkça görülmektedir. Çukurova değerlendirmesinde Mersin’e rakip limanlar olarak değerlendirdiği limanlardan Beyrut, Laskiye, Tartus ve Akabe limanlarının ortadoğu taşımalarından pay aldıklarını belirtmektedir. Ancak Mersin limanının da dağılan eski Sovyetler Birliğinden kopan Türk Cumhuriyetlerinin üçüncü ülkelere olan ticaretlerinde önem taşıdığı ve Mersin’in de konteyner aktarma merkezi olmasının bir zorunluluk olduğunu değerlendirmesi yer almaktadır.

1997 yılına gelindiğinde gündemde halen Denizcilik Bakanlığına olan ihtiyaç ve bu yöndeki tartışmalar, liman özelleştirilmesi, bölgesel havalimanı ihtiyacı ile mevzuatın değişiklik ve basitleştirilmesinin gerekliliği gündemde kalmaya devam etmektedir.

1998 yılı ise benzer şekilde limanlar ve sorunları ile çözüm önerileri üzerine yoğunlaşan bir dönem olmuştur. Bu dönemde de gündeme getirilen sorunlar ve çözüm politika önerileri değişiklik göstermemiştir. Geçen süreye ve harcanan çabaya rağmen sorunların çözümünde gelişme olmamıştır.

1999 yılında limanlar ve liman performansına yönelik eleştiri ve öneriler ile çözüm olarak düşünülen liman özelleştirmesinin yöntemi de tartışılmaya devam etmiştir.

Yerel sorun alanları arasında Doğu Akdeniz’de gemilerin bakım ve onarımlarının yapılabileceği bir çekek yerinin eksikliği Seka-Taşucu limanının bu amaçla kullanılabileceği ilk defa 1999 yılında gündeme getirilmiştir.

Bu dönemde genel denizcilik sorunlarına çözüm önerileri de yer almaktadır. Bu kapsamda denizcilik sektörünün finansman sorununa çözüm önerisi olarak bir denizcilik ihtisas bankasının kurulması tartışmaya açılmıştır.

2000 yılı değişen ulaştırma politikalarının dünyada ve Türkiye’de etkilerinin görülmeye başladığı bir yıl olarak düşünülmektedir. Bu dönemde taşımacılıkta bir devrim olarak tanımlanabilecek konteynerin kullanımı yaygınlaşmış dolayısıyla kombine taşımacılık modelleri gelişmiş, kapıdan-kapıya taşımacılık artan ticaret hacmi ile yaygınlaşmış uluslararası ulaştırma koridorları şekillenmeye başlamış ve bu konuda ülkeler arasında rekabet kızışmıştır. İlave olarak lojistik faaliyetler artan rekabet koşulları ve küreselleşme nedeniyle önem kazanmaya başlamıştır.

Aynı zamanda uluslararası ulaştırma koridorlarından dışlanma tehlikesinden bahsedilerek bunun engellenmesi ve Türk limanlarının da bu ulaştırma koridorlarına dahil edilmesi konusu önemle vurgulanmaktadır.

Ancak diğer yandan Mersin limanına ve gümrük başta olmak üzere mevzuata yönelik eleştiriler de devam etmektedir. Bu kapsamda; Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO) tarafından Almanya merkezli Senior Experten Service firmasından uzman Dieter WILKING (2000:30), tarafından bir rapor hazırlanmıştır. 2000 yılındaki raporda özetle;

- Mersin limanında neredeyse hiçbir kurumun bilgisayar ortamında çalışmadığı,
- Limanda yetki sahibi kurumların yarattığı karmaşa,
- Özellikle konteyner terminalinde yetkili-yetkisiz birçok insan ve kurumun yarattığı kaos,
- Gemi kontrollerindeki karmaşa, bürokrasi ve zaman kaybı,
- Liman altyapı ve işletme sorumluluklarının farklı kurumlarda olması,
- Tahmil tahliye hizmetlerinin kabul edilebilir standartların dışında olması, hususları dile getirilmiştir.

Aynı dönemde MDTO da İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ)’nden Prof.Dr.Abdi KÜKNER ve Vedat DEMİREL’e Mersin limanına yönelik bir başka rapor hazırlatmıştır. Bu raporda da Mersin limanının sorunları şu şekilde sıralanmıştır (Kükner ve Demirel, 2000:92);

- Tarife,
- Siyasi otoritenin yönetime karışmasının yarattığı kaos,
- Gümrük işlemlerinin karmaşık olması ve aşırı bürokrasi,
- Gümrük mevzuatının günün koşullarına uygun olmaması,
- Limanın pazarlama ve tanıtım eksikliği,
- Bilgisayar ortamında çalışmaların gerçekleştirilmemesi,

- Modern elleçleme ekipmanlarının kullanılmaması,
- Elleçleme verimliliğinin düşük olması.

Açıkça görüldüğü gibi gerek kişiler gerekse kurumlarca yapılan analizlerde tespit edilen sorun alanları ve çözüm önerileri önemli bir paralellik göstermektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan bir tanesi de yerel meslek örgütlerinin Mersin'in limanı ile birlikte bir ticaret, bir aktarma, bir lojistik merkez olmasını sağlamak ve bu yöndeki sorun alanlarını ve çözüm önerilerini belirlemek yönünde sürekli bir çalışma içinde bulunmalarıdır.

2001 Aralık sayısında MDTO Genel Sekreter Yardımcısı Halil DELİBAŞ tarafından yapılan değerlendirmenin bir bölümünde, Mersin Serbest Bölgesinden gıda ithalatına Tarım Bakanlığı tasarrufunda getirilen yasaklama yer almaktadır. Bu yasaklamanın sonucu olarak gıda ithalatı yapan işletmelerin kapanmaya, yabancı yatırımcıların da işçilerini çıkararak serbest bölge yatırımlarına son verdikleri yine aynı değerlendirmede yer almaktadır. Bu bulgu da istikrarın yabancı yatırımcı için ne denli önemli olduğu açıkça göstermektedir.

2001 yılında Avrupa Birliği (AB) tarafından hazırlanan 2010 Yılı İçin Avrupa Taşımacılık Politikası Raporu ile birlikte AB ulaştırma politikaları ve Türkiye'nin bu politikalara uyumu da tartışılmaya başlanmıştır.

2002 yılına gelindiğinde Mersin Deniz Ticareti Dergisinde yayınlanan yazılarda Denizcilik Bakanlığının kurulmasının ve liman özelleştirmesinin gerekliliğinin tartışılmaya devam edildiği ve bu konuda bir gelişme olmamasından duyulan rahatsızlığın her geçen gün arttığı görülmektedir. Ancak bununla birlikte, 2002 yılının 10 yıllık dönem içinde bu konulardaki tartışmaların en alt seviyede olduğu yıldır.

2003 yılında dergide yer alan incelemelere bakıldığında artık rekabetin gitgide kızıştığı, kombine taşımacılığın ön plana çıktığı, kombine taşımacılık ile birlikte ulaştırma koridorlarının geliştirildiği konularında bir fikir birliğinin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca, söz konusu ulaştırma koridorlarında daha fazla yer ve pay almak gerektiği tezi de yer almaktadır. Bu dönemde limanların fonksiyonları ve lojistik anlamda, değeri de tartışılmaya başlamıştır.

Ayrıca 2003 yılında Denizcilik Bakanlığı talebine karşılık olarak Denizcilik Müsteşarlığının Ulaştırma Bakanlığına bağlanması Denizcilik Bakanlığının kurulmasına giden yolda bir kilometre taşı olarak dergi tarafından değerlendirilmiştir.

Ayrıca, Mersin limanının özelleştirilmesi ve özelleştirme sonrası modellerde tartışılmaya devam edilmiştir. Bu kapsamda MDTO'nun önerisi geniş bir katılım ile otonom bir liman yönetim yapısını işaret etmektedir. MDTO mevcut TCDD tekelinin kalkarak yerine yeni bir tekel gelmesinden duyduğu endişeyi sık sık dile getirmektedir.

2004 yılı Şubat sayısından Muhteşem KAYNAK (2004:16), tarafından yayınlanan makalede “lojistik” ve “kombine taşımacılık” ulaşırmada yeni eğilimler olarak sunulmakta, Avrupada ulaşırmada sistemlerinin bütünleştirilmesi çalışmalarına ve ulaşırmada koridorlarına atıf ile ulaşırmada ve dünya ticaretinin yeniden şekillenmesi anlatılmaktadır. Buna paralel olarak Türkiye'nin “bölgesel lojistik güç” olma potansiyeli de tartışılmaktadır.

Yeni ulaşırmada konseptine geçiş döneminde durum tespiti ve geleceğe yönelik projeksiyonlar sunması açısından makalenin önemli olduğu düşünülmektedir. Söz konusu değişimin farkında olan MDTO da bu önemli makaleye yer vererek tartışmaların zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Kaynak, “...limanlarımız ne kadar çok transit geçiş koridorlarının bir parçası olma niteliğine kavuşturulabilirse, o kadar çok dünya ulaşım sistemi içinde yer alabilecek ve o kadar lojistik merkezler olma yolunda ilerleyebileceklerdir” diyerek limanların son dönemdeki ulaşırmada politikalarının neresinde olduğunu özetlemektedir. Ayrıca Türkiye'nin limanlarını ve ulaşırmada altyapısını kombine taşımacılık anlayışı doğrultusunda uyarlamak zorunda olduğunu da eklemektedir.

2005 yılında Mersin Deniz Ticareti Dergisinin gündemini en çok meşgul eden ve heyecan yaratan konu, Özelleştirme Yüksek Kurulunun 30 Aralık 2004 tarihli kararı ile Mersin limanı için özelleştirme ihalesinin yayınlanmış olmasıdır. Bu heyecanın bir sonucu olarak otonom ve geniş katılımlı bir özelleştirme modelini savunan MDTO da bir ortak girişim grubu oluşturulması yolunda çalışmalara başlamıştır. Ancak yeterli sermaye toplanamadığı için bu girişim sonuçsuz kalmıştır.

4 Ağustos 2005 tarihinde yapılan özelleştirme ile Mersin Limanı İşletme Hakkı Devri 36 yıllığına 755 milyon ABD Doları karşılığında Akfen-PSA ortaklığına devredilmiştir. Bu dönemde MDTO başta olmak üzere Mersin'deki ticaret erbabının genel anlamda olumlu ve beklentili olduğu söylenebilir.

Özelleştirme ihalesinin hemen ardından limanın tek parça halinde özelleştirilmesinin kamu menfaatine ve öteden beri varolan yeni “*özel sektör tekeli*” endişesine paralel olarak, rekabet ilkesine aykırı olduğu gerekçesiyle idare mahkemesi tarafından yürütme durdurulmuştur. Böylelikle yaklaşık iki yıl sürecek olan hukuksal süreç başlamıştır.

2006 yılına gelindiğinde ulaştırma koridorlarına Türkiye limanlarının dahil edilmesi yönündeki politikaların yanında Ulaştırma Bakanlığı tarafından, Mersin, Çandarlı ve Filyos limanlarının aktarma limanı yapılarak, doğu-batı ve kuzey-güney aksından ulaştırma koridorlarına dahil olunması ve kombine taşımacılığın desteklenmesi hedef olarak ortaya konulmuştur.

Aynı yıl, Mersin'de de RIS (Regional Innovation Strategy- Bölgesel İnovasyon Stratejisi) Mersin Projesi ile birlikte Mersin'in bir “lojistik Merkez (üs)” olması ve bu yöndeki üstünlük ve eksiklikler de tartışılmaya başlamıştır. Mersin'in coğrafi üstünlüğü başta olmak üzere, limanın her türlü yüke işlem yapabilen bir liman olması, Türk tır filosunun üçte birinin Mersin'de bulunması gibi üstünlüklerin liman özelleştirilmesi ile birlikte Mersin'i çağdaş bir lojistik merkez yapabileceğine yönelik değerlendirmeler gündemi oluşturmuştur.

Bu olumlu havanın yanında, aynı dönemde Mersin Serbest Bölgesinde faaliyet gösteren işletmelere mal bedeli üzerinden giriş ve çıkışlarda fon alınmasının dışında vergi alınmaya başlanmasına yönelik uygulamaların olumsuz etkileri de yine Mersin Deniz Ticaret Dergisinde ayrıntılı olarak tartışılmakta fonun veya verginin kaldırılmasına acilen ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir.

2006 yılında Mersin'in lojistik bir merkezi olması hedefi sonrasında 2007 yılında da Mersin limanı özelleştirmesinin ve devrinin tamamlanması ile dikkatler çevredeki diğer ulaştırma ve lojistik odalara çevrilmiştir. Bu aşamada Taşucu Seka limanının da Mersin limanına benzer şekilde özelleştirilerek ulaştırma hizmet arzında bir çeşitlilik sağlanması beklenmektedir.

Bu dönemde, Mersin limanının özelleştirme sonrasında kargo, gemi ve konteyner bazında en az %25'lik bir artış beklentisi MDTO tarafından bir öngörü olarak dile getirilmektedir.

2007 yılı, Mersin Limanı özelleştirilmesinin de tamamlanmasıyla birlikte ulaştırma politikalarında yıllar önce başlayan değişimin daha belirgin hale geldiği bir yıl olmuştur. Bir süredir tartışılan koridor yaklaşımı ve buna dahil olma gayretleri, kombine taşımacılığın ön plana çıkması ile bütünleşik, tüm ulaştırma sistemlerinin ortak kullanımının amaçlandığı bir modele doğru gidiş söz konusudur. Bu dönemde Türkiye'de AB ulaştırma politikalarındaki karadan denize ve demiryoluna yaklaşımına paralel olarak politikalar uygulanmaya ve tartışılmaya başlamıştır. Aynı süreçte gelişen lojistik kavramı ve lojistik merkez yaklaşımı da dönem için önemli gelişmelerdir ve Mersin Deniz Ticareti Dergisinde yer bulmaktadır.

Artık bu dönemde; Mersin limanı ve sorunları ile sınırlı dar ve kısa vadeli bakış limanda sorunların hızla çözülmeye başlamasıyla birlikte yerini daha uzun vadeli ve küresel bakışa bırakmıştır. Bu yeni süreçte küresel ulaştırma politikalarının yanında küresel lojistik politikaları da tartışılmaya başlamıştır. Örneğin Mersin limanının Samsun limanına demir/karayoluyla bağlanması ile TRACECA projesine dahil edilmesi bu çerçevede değerlendirilebilir.

Gelinen noktada, ulaştırma sektöründe müşteri tatmini ve yeşil lojistik gibi kavramlarda artık ulaştırma ve lojistik politikalarının daha nitelikli olması gerektiği konusunu dikte ettirmektedir.

Bu arada, Mersin Limanının özelleştirilmesi ve işletme hakkının PSA-AKFEN ortaklığına devri ile birlikte liman MIP (Mersin International Port) adını almış ve hızla yatırımlar başlamıştır. MIP Genel Müdür Yardımcısı tarafından, gerçekleşen yatırımlar ve planlamalar konusunda basın bilgilendirilmiştir. MIP Genel Müdür Yardımcısı tarafından MIP'nin hedefi kısaca "*ithalatçımız buraya kamyonunu gönderecek, bir saat sonra buradan malzemesini alacak ve gidecek*" şeklinde ifade edilmektedir. Bu hedefin bir yansıması olarak yapılan alt ve üstyapı yatırımları ile Mersin limanının işlem hacminin ilk üç ayda %32 oranında arttığı belirtilmiştir. AKFEN Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi AKIN ise Mersin Deniz Ticaret Dergisine verdiği mülakatta "uluslararasılaşma" gibi uzun dönemli hedeflerini ortaya koymuştur.

Mersin Limanının özelleştirilerek devredilmesinin ardından Mersin ili gündeminde dikkatlerin RIS Mersin Projesi ile anahtar sektörler olarak belirlenen Lojistik, Turizm ve Tarım konularındaki çalışmalara yöneldiği görülmektedir.

Küresel lojistik alanında dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak liman özelleştirilmesinin verdiği moral ve ivme ile çalışmaları hızlanmıştır. Bu anlamda Mersin Lojistik Platformunun etkinlikleri dikkat çekmektedir. Bir yandan eğitim projeleri ile lojistik insan kaynaklarına yönelik çalışmalar yapılırken diğer yandan dünyada lojistik konusundaki gelişmeleri yerinde izlemek üzere inceleme gezileri düzenlenmektedir.

“Örnekleme Çalışmaları” olarak adlandırılan bu çalışma kapsamında gelişmiş ülkelerdeki başarılı örnekler incelenmiştir. Bu inceleme gezilerinde tespit edilen konulardan bir tanesi tüm oluşumlarda yerel belediye başkanlığının işin liderliğini yaptığının tespitidir.

Mersin Lojistik Platformunun en önemli projelerinden birisi de lojistik merkez olarak adlandırılan lojistik ihtisas bölgesinin kurulmasıdır.

Bu konuda 2008 yılında Mersin Lojistik Platformu Başkanı Jozef ATAT (2008:20), tarafından yapılan açıklamalar Mersin’in bir lojistik ve ticaret merkezi olması yönünde projelendirilen Mersin Lojistik İhtisas Bölgesinin ne denli önem taşıdığına işaret etmektedir. Atat’ın *“Türkiye’de ilk kez Mersin’de kurulmakta olan lojistik merkezi, ekonomik ivme, işsizliğe çare, çevre, görüntü ve gürültü kirliliğine ise ilaç olacaktır”*, *“Lojistik Merkez, kentin ekonomik gelişiminde lokomotif görevi üstlenen Mersin Limanı’nın getirisinden fazla katma değer yaratacak”* ifadesinden limanın, lojistik merkezin önemli ögesi olarak kalmaya devam edeceği de anlaşılmaktadır.

Atat, planlanan lojistik merkezin TCDD tarafından projelendirilen lojistik köylerden farklı olarak bütün birimleri bünyesinde barındıran fiziksel olarak çok daha büyük ve Mersin’in çağdaş bir lojistik merkez olmasına katkı sağlayacak bir odak olacağını ifade ederken katkılarını ise şu şekilde belirtmiştir;

- İşletmecilerin maliyetlerinde düşüş,
- İşlemlerin daha düzenli, kısa süre içinde tamamlanması,
- Çevre, görüntü ve gürültü kirliliğinin ortadan kaldırılması.

Diğer yandan, Mersin Serbest Bölgesinde yatırımcıların en fazla şikayet ettikleri ve yatırımlarını sonlandırma kararlarında etkili olan çifte vergilendirmenin Mart 2007’de bitirilmesiyle Mersin Serbest Bölge ticaret hacminde %36’lık bir artış yaşanmıştır. Bu bulgu vergi politikalarının ticaret ve yatırım üzerindeki etkisinin ne denli belirleyici olduğunun bir işaretidir.

Aynı dönemde Mersin Lojistik Platformunun da yoğun faaliyetleri devam etmektedir. Mersin’in lojistikteki yol haritasının belirlenmesi amacıyla “Mersin Lojistik Strateji Planı”nın bir özel danışmanlık firmasına hazırlanması, böylelikle Mersin ve çevre illerin “lojistik rontgenleri”nin çekilmesi amaçlanmıştır.

Bu projelere ilave olarak, Mersin Üniversitesi bünyesinde “Lojistik ve Dış Ticaret Araştırma Merkezi” kurulması sağlanmıştır.

2008 yılından sonra, liman etkinliğinin ve verimliliğinin artmasıyla, artık gözler liman dışına çevrilmiştir. Mersin Limanının tamamlayıcısı olacak tesisler ve uluslararası ulaştırma koridorlarına uyum daha yoğun olarak tartışılmaya devam etmektedir. Bu kapsamda Tiflis-Kars demiryolu ile Ortaasya’ya, Samsun limanının TRACECA’ya dahil edilmesi ile kuzey ülkelerine Mersin’in bağlanması konularına odaklanılmıştır. Bir yandan uluslararası ulaştırma koridorlarına uyum tartışılırken diğer yandan yurtiçi talebin Mersin üzerinden taşınmasını sağlayacak projeler analiz edilmektedir. Bunlardan bir tanesi de Konya’daki üretimin Mersin ve Taşucu Seka limanları üzerinden taşınmasının sağlanmasıdır.

Ayrıca çifte vergilendirmenin kaldırılmasıyla ticaret hacminde yaşanan artışla Mersin Serbest Bölgesi de Mersin’in çağdaş bir lojistik merkez olması yolunda önemli odak noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Mersin Serbest Bölgesi Mersin limanına bitişik yapısı ve kendi rıhtımlarına sahip tek serbest bölge olma ayrıcalığıyla bu yolda Mersin’e büyük değer katmaktadır.

TCDD tarafından projelendirilen Yenice Lojistik Köy projesinin de Mersin’in Uluslararası Kentsel Lojistik Merkez olması yolunda önemli adımlardan bir tanesi olduğu yönündeki düşünceler dergide yer almaktadır.

Ulaştırma Bakanlığı tarafından yayınlanan 2009-2013 Stratejik Planında; karayolunun artan kullanıcı sayısı ile oluşan yapısal ve işletim sorunları, ağır trafik yükünü taşınamayacak boyuta getirdiğine dikkat çekilerek; kombine taşımacılığın geliştirilmesi, yük taşımacılığının demiryoluna kaydırılması, limanların ise kombine taşımacılık yapabilen lojistik merkezler haline getirilmesi öngörülmektedir.

Mersin Deniz Ticareti Dergisinde gerçekleştirilen belge incelemesinde, liman özelleştirme öncesindeki kötümser havanın işletme hakkının devri ile birlikte yerini genel bir iyimser hava ve geleceğe yönelik projelere bıraktığı açıkça görülmektedir. Bu iyimserlikle beraber meslek örgütleri ve özel işletmelerin Mersin’i ticari, lojistik ve ulaştırma anlamında geliştirecek projeleri önermeye başlamışlardır. Limanın küçük sorunları ile uğraşan zihinlerin artık daha ileriye planladığı ve hayal ettiğini görmek mümkündür.

Bu düşüncenin bir ürünü olarak yürütülen tüm projelerin dışında özelleştirilen Mersin limanının Türkiye’nin 2023 hedefleri doğrultusunda yetersiz kalacağı öngörüsünden hareketle yeni bir konteyner limanı projesi ortaya konulmuştur.

2010 yılına gelindiğinde işletici kuruluş MIP Mersin’in lojistik merkez olması yönünde yürütülen çalışmaları desteklediğini ve hatta oluşacak ilave talebi karşılayacak şekilde kapasite artırıcı yatırımları planladığını dergide kendine ayrılan sayfalardan okuyucular ile paylaşmıştır. Ayrıca MIP, yatırımlar dışında pazar payını artırmak için pazarlama faaliyetlerine devam ettiğini uluslararası yük trafiğinin Mersin’e çekilmesinin öncelikli hedefleri arasında olduğunu belirtmiştir.

Belge incelemesinde elde edilen verilerin analizi sonucu ortaya çıkan frekans tablosu Tablo 1’de sunulmuştur. Bu tabloda elde edilen bulgulardaki kavramların periyodu ve frekansı görülmektedir.

Tablo 1: Belge İncelemede (Mersin Deniz Ticareti Dergisi) Elde Edilen Bulgular

Konu Başlığı	Sorun Alanları ve Yakınmalar	Periyod	Sayı, Tekrarlanma Sıklığı (Frekans-x/yıl)	Devam Süresi (Yıl)
1	Bürokrasi Uygulamaları	1993-2013	212	20
2	Mevzuat Düzenlemeleri	1993-2013	201	20
3	Eşgüdüm ve Örgütlenme	1993-2013	192	20
4	İstikrar	1993-2013	194	20
5	Deniz Ticareti Hukuku	1993-2013	166	20
6	Denizcilik Bakanlığı	1993-2013	162	20
7	Gümrük Uygulamaları	1993-2013	156	20
8	Uzun Dönemli Ulaştırma Planları	1993-2013	132	20
9	İşletme-Yönetim	1993-2007	121	14
10	Liman Verimliliği	1993-2007	101	14
11	Hizmet Sunum Düzeyi (Liman özelleştirme Öncesi)	1993-2007	97	14
12	Liman İçi Derinlikler	1993-2013	89	20
13	Liman ve Yerel Dinamiklerin Etkileşimi	1993-2013	88	20
14	Altyapı İhtiyacı-Yatırımları	1993-2007	78	14
15	Denizcilik İhtisas Mahkemeleri	1993-2013	75	20
16	Üstyapı ve Teknoloji	1993-2007	64	14
17	Belediyelerin Ulaştırma Problemi İçindeki Yeri	1993-2013	43	20

Tablo 1: Belge İncelemede (Mersin Deniz Ticareti Dergisi) Elde Edilen Bulgular (Devam)

Konu Başlığı	Sorun Alanları ve Yakınmalar	Periyod	Sayı, Tekrarlanma Sıklığı (Frekans-x/yıl)	Devam Süresi (Yıl)
18	Denizcilik İhtisas Finansman Çözümleri	1993-2013	43	20
19	Vergi, Rüsüm ve Harçlar	1993-2007	41	14
20	AB Ulaştırma Politikaları	2000-2010	40	10
21	Hava Limanı İhtiyacı	1993-2013	34	20
22	Liman Özelleştirme Modelleri	1993-2005	32	12
23	Lojistik Politikalar, Uygulamalar	2005-2013	32	8
24	Küresel ve Bölgesel Lojistik Uygulamaları	2005-2013	31	8
25	İnsan Kaynakları	2005-2013	29	8
26	Rekabet Yönetimi	2007-2013	28	6
27	Çok Modlu Entegre Taşımacılık Modelleri	2005-2013	28	8
28	Liman Tarifeleri	2007-2013	27	6
29	Deniz Turizmi	2005-2013	26	8
30	Güvenlik	1993-2007	23	14
31	Serbest Bölgeler	2000-2013	23	13
32	Tanıtım-Pazarlama	2005-2013	23	8
33	Uluslararası Ulaştırma Koridorları	2003-2013	22	10
34	Liman Rekabetinin Sağlanması	2005-2013	22	8
35	Lojistik İhtisas Bölgesi	2006-2013	21	7

Tablo 1: Belge İncelemede (Mersin Deniz Ticareti Dergisi) Elde Edilen Bulgular (Devam)

Konu Başlığı	Sorun Alanları ve Yakınmalar	Periyod	Sayı, Tekrarlanma Sıklığı (Frekans-x/yıl)	Devam Süresi (Yıl)
36	Hizmet Sunum Düzeyi (Liman Özelleştirme Sonrası)	2007-2013	20	6
37	Tersane İhtiyacı	2006-2013	12	7
38	Yeni Konteyner Limanı Projesi ve İhtiyacın Değerlendirilmesi	2009-2013	9	4

4.3. Bulguların İrdelenmesi

1800'lerin sonundan ticaret hacminin ve dolayısıyla ulaşırmaya yönelik talebin arttığı, ancak ulaştırma arzının altyapı ve hizmet olarak bunu karşılayamadığı dönemden başlayarak benzer sorun alanlarının halen ortada olduğu görülmektedir.

İskeleler dönemi ile modern liman tesisi sonrası dönemde yaşanan sorun alanları ile beklentilerin paralellik gösterdiği görülmektedir. Bu durum, ticaret ve ulaştırma sorunsalında paradigmanın küçük değişiklikler göstermekle birlikte temel olarak aynılığını koruduğunu açıkça göstermektedir. Değişen sadece teknoloji ile birlikte taşıma vasıta ve kaplarıdır. Müşterinin altyapı ve hizmet talebi-beklentisi aynı şekilde devam etmektedir.

Bugüne kadar uygulanan ulaştırma/ticaret/lojistik politikalarının bu beklentileri karşılayamadığı aşikardır. Beklenti, bürokratik işlemlerin ve mevzuatın kolaylaştırılması-basitleştirilmesi, kurumsal örgütlenme ve eşgüdüm mekanizmaları ile bunun devamının garanti altına alınmasıdır. Elbette oluşturulan bu sistemin değişken politika uygulamaları ile istikrarsızlaştırılmaması bir diğer beklentidir.

Belge incelemesi kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucu ortaya çıkan frekans tablosu incelendiğinde, yukarıda bahsedilen önermenin ispatlandığı görülmektedir. Bulgulara; Bürokrasi

Uygulamaları, Mevzuat Düzenlemeleri, Eşgüdüm ve Örgütlenme ile İstikrar beklentisi çok yüksek bir frekansla ön sıralarda yer almaktadır.

Tablonun incelenmesi sonucu yüksek frekans ile ilk dört sırayı alan yakınmaların tamamının kamu yönteminin tasarrufunda ve yetkisinde olan konular olduğu açıkça görülmektedir. Öncelikle bürokratik işlemlerin ve süreçlerin basitleştirilmesi, hızlandırılması ve azaltılması büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte; “oyunun kuralını” belirleyen mevzuat düzenlemeleri ile bunların uygulanmasından doğan sonuçlara gönderme yapan eşgüdüm ve örgütlenme konusu da önemli bir yakınma olarak ortada durmaktadır. Tüm bu yakınmaların yanında bir diğer önemli beklenti eksikleriyle birlikte mevcut durumun en azından sürdürülerek istikrarın sağlanmasıdır. Politika yapıcı ve uygulayıcı olarak kamu yönetiminin öncelikli sorun alanlarının çözümüne yönelik stratejiler geliştirmesi gerekliliktir.

Bulgular kapsamında;

- Bürokrasinin hızlandırılması ve işlemlerin basitleştirilmesi,
- Mevzuatın AB kurallarına uyumlu, basit ve güncel gelişme ve ihtiyaçları karşılar hale dönüştürülmesi,
- Hızlı, güvenilir, basit ve sürdürülebilir bir gümrük sisteminin geliştirilmesi,
- Yerel ve ulusal seviyede meslek örgütlerinin politika oluşturma ve uygulamasında daha etkin olarak yer almasının sağlanması,
- Uzun vadeli plan ve programların sivil toplum-meslek örgütleri ile istişare edilerek, geniş bir tabana sahip şekilde ve kabul görmüş olarak hazırlanması ve daha da önemlisi sadakatle uygulanması,
- Lojistiğin ulaşırmadan farklı bir olgu oluşundan hareketle ayrı bir planlama ve yasal düzenlemeye kavuşturulması,
- Başta limanlarda ve lojistik odalarda olmak üzere uygun rekabet ortamının oluşması yönünde politikaların uygulanması,
- Yeni liman ve lojistik odak planlamalarının talep ve rekabet eksenli olarak değerlendirilmesi,
- Uluslar arası örgüt ve oluşumlarda aktif rol alınması ve uluslar arası ulaştırma koridorlarında konumlanması, öneriler olarak belirlenmiştir.

5. SONUÇ

Tarihsel süreç içerisinde araştırmanın örneklemini oluşturan Mersin'e bakılacak olursa, kent in basit bir köy iken gelişerek kısa sayılabilecek bir süre içerisinde bir ulaştırma/ticaret/lojistik merkezine dönüşmesinin hikayesi bu araştırma ile ortaya çıkarılmaktadır.

Yerel ve ulusal çapta ve hatta kuruluş aşamasında küresel çapta uygulanan ulaştırma ve ticaret politikalarının etkileri-sonuçları ile sorun alanlarının araştırma bulgularıyla ortaya konulmuştur.

Elde edilen bulgulardan anlaşılacağı üzere ulaştırma ve lojistik problemi ortadadır ve neredeyse tüm paydaşlar tarafından büyük bir uzlaşma ile tanımlanmaktadır. Aynı paydaşlar çözümüne yönelik hemen hemen aynı önerileri getirmektedirler. Diğer bir deyişle aslında sorun ve çözüm tüm boyutlarıyla herkesçe bilinmektedir. Bu nedenle gerçekte çözümün de çok basit olabileceği söylenebilir. Bugüne kadar bahsedilen bu basit çözümlerin uygulanmamasının bilimsel veri toplama teknikleri ile ulaşılamayan verilerin var olduğunun bir işareti olduğu düşünülmektedir.

Elde edilen bulguların bir çeşit "alınan dersler" felsefesiyle ulaştırma/ticaret/lojistik merkezi olma hedefiyle politikalar üreten ve yürüten bölgeler için de kullanılabileceği değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak ulusal ve bölgesel seviyede üzerinde uzlaşmış geniş bir düşünsel tabana oturan uzun dönemli planlamaların yapılması ve sadakatle uygulanmasının yanında çağdaş mevzuat ve basit bürokrasi ile ulaştırma ve lojistik probleminde rekabetçi sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

Belge incelemesinin yapısında var olan kaynağın taraflılığının bu araştırmada da bulguları etkilemesi araştırmanın kısıtı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelecek araştırmalarda bu kısıttan yola çıkarak aynı coğrafi bölgeye yönelik arşiv verileri kullanılarak yeni bir çalışma yapılabilir ve her iki araştırmanın sonuçları karşılaştırılarak çok kıymetli bulgulara ulaşılabilir.

KAYNAKLAR

Akdoğan, R. (1993). Mersin Limanı'nda bedraka vergisi kaldırılmalıdır. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 11, 38-39.

Atat, J. (2008). Lojistik üs 30 bin kişiye iş kapısı olacak. *Deniz Ticareti Dergisi*, 154, 20-22

Bailey, K.D. (1982). *Methods of Social Research* (2. Baskı). New York: The Free Press.

Baş, T. & Akturan, U. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri NVivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Durak, S. (2006). *1929 dünya ekonomik buhranı'nın Mersin Limanı üzerine etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

Duverger, M. (1973). *Sosyal Bilimlere Giriş: Metodoloji Açısından* (Çev: Ünsal Oskay), Ankara: Bilgi Yayınevi.

Güneş, G.A., (2010). *Mersin Levanten yapıları üzerine bir inceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

Kaynak, M. (2004). Ulaştırmada yeni eğilimler ve bölgesel lojistik güç olma potansiyeli. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 112,16-19

Koçak, E. (2007). Lojistik üs olma yolunda lojistik inovasyon politikaları ve Mersin RIS Projesi, 8. *İyileştirme Kalite Kongresi Bildiriler Kitabı*, Düzenleyen Donanma Komutanlığı. Kocaeli. 6-8 Ekim 2007.

Kükner, A. (1994). Ülkemiz ve bölgemizin denizcilikteki konumu konulu oturum. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 20, 10.

Kükner, A. & Demirel, V. (2000). *Mersin liman incelemesi raporu*. İTÜ Gemi İnşaatı ve Deniz Bilimleri Fakültesi, İstanbul, 92-93.

Lokmanoğlu, C. (1993). Mersin limanı kaybedilebilir. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 8, 3.

Mazak, M., & Doğan, A. (2014). *Osmanlı Arşiv Vesikaları ve Fotoğraflarla Mersin Limanı Tarihi*. İstanbul: Yeditepe Yayınevi.

Mersin Deniz Ticaret Odası (1993 – 2013). *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, Mersin.

Özkenel, H.N. (1994), Denizcilikte Mersin. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 30, 4-7.

Rummel, J.F. (1968). *Eğitimde Araştırmaya Giriş* (Çev:R.Taşçıoğlu). Ankara: Ajans Türk Yayınları.

Tez, İ. (1993). Limanların işlevleri ve ekonomik etki ve katkılarını saptama çalışması. *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 8,5-6.

Turaboğlu, T., Ekiz, D.Z., & Karaoğlu, M. (2008). Kentsel lojistik merkez olma yolundaki Mersin’de lojistik ar-ge altyapısının oluşturulması, *Mersin Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (ss. 1245-1276). Düzenleyen Mersin Üniversitesi. Mersin. 19-22 Kasım 2008.

Wilking, D. (2000). *Mersin Limanı’ında var olan avantajların, zaafların, gelecekte beklenen fırsat ve tehlikelerin kısa değerlendirilmesi raporu*. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ve Mersin Deniz Ticaret Odası, Mersin, 29-33.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yoksulbakan, A.R. (1993). Söz limandan dışarı, *Mersin Deniz Ticareti Dergisi*, 8, 9-11.

EK Tablo 1: 1993 – 2013 Yılları Arası Dönemde Mersin'in Lojistik Konusunda Belge Analizi Yoluyla Belirlenen Sorun Alanları ile Çözüm Önerileri ve Girişimleri Kronolojik Özet Tablosu

Dönem	Sorun Alanları	Çözüm Öneri ve Girişimleri
1993	Limanda Hırsızlık, Konteyner Yükleme, Liman Karayolu, Yük Elleçleme Donanımı, Konteynerin Hukuki Durumu, Liman Yönetimi, Verimlilik, Vergi politikaları, Formaliteler, Ağır Bürokrasi, Eşgüdüm, Altyapı, Teçhizat, Finansman, Siyasi Müdahaleler, Denizcilik ve Lojistik Eğitimi	Özerk (otonom) Liman, Yönetimde yerel yönetim ve STK lara yetki, Ulusal Denizcilik politikası, Rekabetçi gücün kazandırılması, İstihdamda liyakat esası, Liman-Hinterland bağlantıları, Özelleştirme, Mevzuatın basitleştirilmesi, Denizcilik Bakanlığı kurulması, Türk Bayraklı gemilerin kayrılması
1994	Limana Hizmet Düzeyi, Özelleştirmede Kaygılar, Mevcut Çalışanların Hakları	Özelleştirmede Uzman Kuruluşların Tercih, Etkinlik, Rekabet Gücü, Özelleştirmede yeni tekelleşmelere meydan vermeme
1995	Rakip Limanların Politikaları	Modernizasyon, Ana konteyner limanı, Yeni Havalimanı
1996	Rakip limanların pazarda artan payı	Konteyner Aktarma Merkezi
1997	Mevzuat, Özelleştirme	Denizcilik Bakanlığı, Bölgesel Havalimanı
1998	Benzer sorunlar ve ihtiyaçlar	
1999	Limana Performansı, Gemi Bakım-Onarım Tesisi, Finansman	Denizcilik İhtisas Bankası
2000	Dünyada gelişen taşıma biçimleri ve ulaştırma koridorları ile yaşanan sıkı rekabet, Küreselleşme, Bilgisayar ortamında bütünleşik işlemler, Yetki karmaşası, Denetimlerde kargaşa, Bürokrasi, Gümrük işlemleri, Verimlilik, Pazarlama ve Tanıtım	Küresel gelişmelerin izlenmesi ve uyum
2001	İstikrarsızlık, AB ulaştırma politikalarına uyum	Siyasi istikrarın sağlanması. Uzun dönemli planların sadakatle uygulanması
2002	Limana özelleştirmesinde belirsizlik	Uzun dönemli özelleştirme programlarının yapılarak sadakatle uygulanması
2003	Rekabet, Limanın lojistik anlamda değerlendirilememesi	Uluslararası ulaştırma koridorlarında etkin yer alma, Geniş katılımlı özerk liman

EK Tablo 1: 1993 – 2013 Yılları Arası Dönemde Mersin’in Lojistik Konusunda Belge Analizi Yoluyla Belirlenen Sorun Alanları ile Çözüm Önerileri ve Girişimleri Kronolojik Özet Tablosu (Devam)

Dönem	Sorun Alanları	Çözüm Öneri ve Girişimleri
2004	Avrupa’daki ulaşırma sistemlerinin Bütünleştirilmesine uyum	Bölgesel Lojistik güç haline gelme, Çoklu taşımacılık anlayışı
2005	Sermaye Yetersizliği, Limanın tek parça halinde özelleştirilmesi ile yeni özel sektör tekeli oluşması endişeleri	Sağlıklı rekabet ortamı oluşumunu destekleyici politikaların uygulanması.
2006	Mersin Serbest Bölgesinde yeni / ek vergilendirme	Mersin Bölgesel İnovasyon Stratejisi, Lojistik Merkez Oluşturma
2007	Müşteri Tatmini, Yeşil Lojistik	Mersin Lojistik Platformu, Lojistik İhtisas Bölgesi, Küresel ulaşırma ve lojistik Politikaları, TRACECA’ya bağlantı
2008		Mersin Lojistik Strateji Planı, Lojistik ve Dış ticaret Araştırma Merkezi
2009	Karayolu trafik yükü	Limannın tamamlayıcısı olacak tesisler, TCDD Yenice Lojistik Köyü Projesi, UDH Bakanlığı 2009-2013 Strateji Planı, Yük taşımacılığının demiryollarına kaydırılması
2010		Limannın Kapasite Artırımı Yatırımları Liman –STK- Kamu işbirliği, Mersin-Tarsus OSB

YAZARLARA DUYURU

Dokuz Eylül Üniversitesi, Denizcilik Dergisi'ne gönderilecek yazılar aşağıda belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmalıdır.

Yazı Karakteri ve Sayfa Düzeni

· Denizcilik Fakültesi Dergisi'ne gönderilen yazılar, Microsoft Word ortamında Times New Roman yazı karakteri kullanılarak, ana metin 11 punto ve tek satır aralıklı olarak yazılmalıdır. Söz konusu şekil şartlarına uymayan yazılar, hakemlere gönderilmeden yazarlarına iade edilir.

· Yazılar A4 kağıdına tek taraflı olarak yazılmalı ve üst:5 sol:5 alt:5 sağ:4,5 cm boşluk bırakılmalıdır.

Uzunluk ve Sayfa Numaraları

Yayınlanmak üzere gönderilen çalışmaların uzunluğu, ekler ve kaynakça dahil 30 sayfayı geçmemelidir. Buna karşın, Editör ve/veya Yayın Komisyonunun uygun görmesi durumunda, daha uzun çalışmalar da değerlendirme sürecine alınabilir. Gönderilen çalışmaların en az 10 sayfa uzunluğunda olması beklenmektedir. Çalışmaya sayfa numarası verilmemelidir.

Makale

Yazar bilgilerinin yer almadığı makale dosyası; makale başlığı, özet, anahtar kelimeler, giriş, ana metin, sonuç, kaynakça ve eklerden oluşan bölümdür. Dergiye gönderilen makalelerde aşağıdaki sıra izlenmelidir:

- Başlık,
- Öz, anahtar kelimeler,
- Giriş,
- Ana metin,
- Sonuç,
- Açıklayıcı notlar (eğer varsa),
- Kaynakça
- Ekler (eğer varsa).

Makalenin Başlığı

· Tüm harfler büyük, kalın (bold), Times New Romanyazı tipinde 12 punto ortalanmış olarak yazılmalı ve iki satırı aşmamalıdır. Türkçe makaleler için başlığın İngilizcesi ve İngilizce makaleler için de başlığın Türkçesi yazılmalıdır.

· Başlığın altında yazar(lar)ın, Adı Soyadı bulunmalıdır. Birden fazla yazarın bulunması durumunda yazarlar üst bilgi ile numaralandırılmalıdır.

Örnek: ilk yazar adı (1) ve _inci yazar adı (2) vb.

Yazar(lar)ın kimliklerini belli edecek bilgiler (bağlı buldukları kurum, elektronik posta adresleri) alt bilgi alanında bulunmalıdır. Yazar sayısının birden fazla olması durumunda, Dergi Editörlüğü ile yazarlar arasındaki iletişimi sağlayacak yazar belirtilmelidir. İletişim kurulacak yazarın belirtilmemesi durumunda, makaleyi dergiye gönderen yazar ile iletişim kurulur.

Öz ve Anahtar Kelimeler

Makalenin başında, en az 150, en fazla 180 kelimedenden oluşan Türkçe ve İngilizce özetler yer almalıdır. Özetlerde; amaç, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerinin yer almasına özen gösterilmelidir. Türkçe ve İngilizce özetler içerisinde atıfta bulunulmamalı ve kısaltma kullanılmamalıdır.

· **Öz (abstract) başlığı:** Tüm harfler büyük, kalın (bold), Times New Roman yazı tipinde 10 punto ortalanmış ve italik olmalıdır.

· **Öz (abstract) metni:** Times New Roman yazı tipinde 10 punto ve italik olmalıdır.

· Özetlerin altında bir satır boşluk bırakılarak, Türkçe ve İngilizce olarak, konuyu en iyi şekilde ifade eden beş (5) anahtar kelime yazılmalıdır.

- Yazılar Türkçe ve İngilizce dillerinde yazılmış olabilir. Ancak tüm çalışmalarda Türkçe ve İngilizce başlıkları ile birlikte Özet / Abstract bulunmalıdır.

Ana Metin ve Bölüm Başlıkları

- Ana metin Microsoft Times New Roman yazı karakteri kullanılarak 11 punto ve iki yana yaslı olarak yazılmalıdır. Paragraf öncesi ve sonrası tek paragraf aralığı (0 nk) verilmelidir. Paragrafların ilk satırları 1 cm içerden başlamalıdır. Makalenin ana başlık ve alt başlıkları 1., 1.1., 1.1.1 gibi ondalıklı şekilde, Giriş'ten başlayarak (Kaynakça hariç) numaralandırılmalıdır. Metin içerisinde en fazla üçüncü düzeye (1.2.4. gibi) kadar alt ayırım açılmalı, ihtiyaç duyulması halinde, daha alt düzeydeki başlıklar numara verilmeden italik ve koyu olarak yazılmalıdır.
- Yazıların ana başlığını oluşturan cümlenin tümü **“BÜYÜK HARFLERLE ve KOYU (BOLD)”** yazılmalıdır. İkinci alt başlıklar ise **“İlk Harfleri Büyük ve Koyu (Bold)”** yazılmalıdır. Ana ve alt başlıklar Times New Roman yazı tipinde, 12 punto ile yazılmış olmalıdır.

Tablo ve Şekiller

Tablo ve şekiller sırasıyla numaralandırılmalı (Tablo 1, Tablo 2, Şekil 1 gibi) ve metin içerisinde bulunması gereken yerde olmalıdır. Tablonun ismi tablonun üstünde yer almalıdır. Şekillerin ismi ise şeklin altında yer almalıdır. Tablo ya da şeklin başlığının ilk harfleri büyük olmalıdır. Tablo veya şekle ilişkin kaynakça ise tablo ya da şeklin altına yazılmalıdır. Tablo ve şekiller, başlıklarıyla beraber metin içine ortalananarak yerleştirilmelidir. Tablo ve şekiller ile metin arasında bir satır başlık bırakılmalıdır. Tablo, şekil vs. içindeki metin 9-11 punto aralığında olmalıdır. Akışı bozan tablo veya veriler, çalışmanın sonuna “Ek” olarak konulabilir.

Tablo ve Şekil Başlığı Örnek:

Tablo 1:Limanlarda Performans Ölçümüne Yönelik Yazın Taraması (11 punto)

Şekil 1:Çalışmanın Kavramsal Modeli (11 punto)

Matematiksel Denklemler ve Formüller

Metin içerisinde yer alan matematiksel denklem ve formüller ortalanarak yazılmalıdır. Matematiksel ifadelerle sıra numarası verilmeli ve sıra numaraları parantez içerisinde sayfanın sağına yaslı olarak yazılmalıdır. Denklem ile metin arasında (6 nk) boşluk bırakılmalıdır.

Kaynak Gösterme

· Kaynaklara yapılan atıflar dipnotlar ile değil, metin içinde yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yıl, sayfa numaraları şeklinde yapılmalıdır.

Örnek : sonucu elde edilmiştir (Saçaklıoğlu, 2008 : 18–22).

· İki yazarlı çalışmalara atıfta bulunulduğunda her iki yazarın da soyadını yazılmalıdır. Yazar sayısı üç ve üçten fazla olan çalışmalara atıf yapıldığında, sadece ilk yazarın soyadı ve “vd.” yazılmalıdır. Yazar(lar)ın aynı yıl birden fazla eser yayınlanmış çalışmalara atıf yapılmış ise, yayın yılının sonuna (a,b,c, vb.) gibi semboller yazılarak kaynaklar birbirinden ayrılması sağlanmalıdır. Cümle sonunda birden fazla çalışmaya atıfta bulunuluyorsa, bu kaynaklar parantez içerisinde yayın tarihine sıralanmalı ve aralarına noktalı virgöl (;) konulmalıdır.

Metin İçinde Atıf Gösterimi

Kitap, makale, konferans bildirisi, editörlü kitap veya editörlü kitapta bölüme yapılacak olan atıflarda;

Tek yazar için:
(Stopford, 1997: 67)

İki yazar için:
(Bryman ve Teevan, 2005: 13)

İkiden fazla yazar için:
(Rodrigue et al. 2006: 54) İngilizce çalışmalar için
(Rodrigue vd. 2006: 54) Türkçe çalışmalar için

Açıklayıcı (Son) Notlar

Metin içindeki açıklayıcı (son) notlar, makalenin sonunda, kaynakçadan önce yer almalı ve metin içindeki sıraya uygun olarak (1, 2, 3, vb.) yazılmalıdır.

Kaynakça

Kaynakça makalenin bittiği sayfadan başlatılmalı ve çalışmalar soyadına göre alfabetik olarak yazılmalıdır. Metin içerisinde atıfta bulunulan bütün kaynaklar, kaynakçada belirtilmeli; atıfta bulunulmayan kaynaklar, kaynakçaya konulmamalıdır. Aynı yazar(lar)ın birden fazla çalışmasına atıfta bulunulmuş ise, yayın tarihi en eski olandan başlanılmalıdır. Yazar(lar)ın aynı tarihli birden fazla çalışmasına atıfta bulunulmuş ise, metin içerisinde olduğu gibi, kaynakça bölümünde de, yayın tarihinden sonra (a, b, c, ...) harfleri kullanarak kaynaklar sıralanmalıdır. Bir yazarın tek ve birden fazla yazarlı çalışmasına atıfta bulunulması durumunda, önce tek yazarlı çalışmalar yazılmalıdır. Dergilerde yayımlanan makalelerin ve derleme niteliğindeki (editörlü) kitaplarda yer alan bölümlerin sayfa numaraları mutlaka yazılmalıdır.

Metin içinde atıfta bulunulan veya alıntı yapılan eserlerin kaynakçada gösterilmesine ilişkin bazı örnekler aşağıda görülmektedir.

KİTAP:

Stopford, M. (1997). Maritime Economics. New York:Routledge.
Bryman, A., & Teevan, J. (2005). Social Research Methods. Canamda: Oxford University Press.

Rodrigue, J. Comtois, C., & Slack, B. (2006). *The Geography of Transport Systems*. New York: Routledge

Alpugan, O., Demir, H., Oktav, M., & Üner, N. (1995). *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınları.

MAKALE:

Mangan, J., Lalwani, C., & Gardner, B. (2001). Identifying relevant variables and modelling the choice process in freight transportation. *International Journal of Maritime Economics*, 3 (3), 278-297.

Anderson, E.W., Fornell, C., & Lehmann, D.R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53–66.

KONFERANS/SEMPOZYUM/ÇALIŞTAY BİLDİRİSİ

Atik, O. & Cerit, G. (2008). Government support for sustainability of marine salvage services: a case for Turkey. In: *Proceedings of IAME 2008 Conference*. Dalian, China.

RAPORLAR

DPT (2000). *İklim değişikliği özel ihtisas komisyonu raporu*. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma planı, Ankara.

EDİTÖRLÜ KİTAPTA BÖLÜM

Heaver, T. (2002). Supply Chain and Logistics Management: Implications for Liner Shipping, in C. Grammenos (Ed.), *The Handbook of Maritime Economics and Business*, pp. 375-396. London: LLP Informa Publishing.

Cerit, A.G., Deveci, D.A., & Denктаş Şakar, G. (2013). Denizcilik İşletmeleri Yönetimi: Sınıflamalar, İşlevler ve Deniz Ulaştırması. A. G. Cerit, D.A. Deveci & S. Esmer (Ed.), *Denizcilik İşletmeleri Yönetimi* (s.3-21). İstanbul: Beta Yayınları.

TEZ

Atlay Işık, D. (2010). *Yat turizminde holistik pazarlama ve Türkiye için farklılaşma stratejileri*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

INTERNET

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü. (2012). *Deniz Ticareti Analizleri*. Erişim Tarihi: 04.01.2014, http://www.ubak.gov.tr/BLSM_WIYS/DTGM/tr/YAYINLAR/20120816_142103_64032_1_64346.pdf,

Metin İçerisinde Kaynak Gösterilmesine İlişkin Örnekler

Deniz taşımacılığında brokerler, gemilerin ve taşımacılık hizmetlerinin alıcı ve satıcılarını biraraya getiren taraflar olarak tanımlanmaktadır (Strandenes, 2000:17).

Collins (2000: 102)'in aktarmasıyla 1993 tarihli Lloyd's List dergisinde gemi brokeri şu şekilde tanımlanmaktadır:.....

Christopher vd. (1991: 4), ilişki pazarlamasının müşterileri elde etme ve elde edilen müşterileri koruma gibi çift yönlü bir amacı gerçekleştirmek üzere işletmenin mevcut ve potansiyel müşterileriyle uzun dönemli ilişki kurmayı hedefleyen müşteri odaklı bir pazarlama yaklaşımı olduğunu belirtmişlerdir.