



Araştırma Makalesi

Demiryolu Taşımacılığının Liman Hizmet Pazarlamasına Etkileri

Ufuk DEMİRCAN¹

Yayın Geliş Tarihi

31 Mayıs 2021

Yayına Kabul Tarihi

28 Haziran 2021

Elektronik Yayın Tarihi

29 Haziran 2021

Öz

Küresel ticaret ulaştırma altyapıları sayesinde hayat bulmaktadır. Bugün küresel ticaretin %85'i denizyolu ile gerçekleştirilmektedir. Elbette bu bir tesadüf değildir. Dünya yüzeyinin %70 oranında denizlerle kaplı olması, sahip olduğu ölçek ekonomisi ve mesafe ekonomisi avantajları ile denizyolu taşımacılığı, diğer taşıma modlarına göre çok güçlü bir seçenektir. Limanlar denizyolu taşımacılığının en önemli altyapıları olarak kara ve deniz arasında bir ara yüz olma niteliğine sahiptir. Kara tarafından karayolu, demiryolu ve boru hatları ile gelen yükler limanlarda gemilere aktarılmakta, bu anlamıyla limanlar taşıma modunun değiştirildiği alanlar olarak hizmet vermektedir. Liman işletmeleri sağladığı avantajlar nedeniyle demiryolu bağlantısının olmasını istemekte, hatta bunu bir pazarlama enstrümanı olarak kullanmaktadır. Bu çalışmada demiryolu taşımacılığının liman hizmet pazarlamasına olan etkileri ölçülmüştür. Bu amaca yönelik olarak liman pazarlama profesyonellerine yönelik hazırlanan bir soru formu ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiş ve demiryolu taşımacılığının liman pazarlamasına olan olumlu ve olumsuz etkileri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Liman

Demiryolu

Pazarlama

Research Article

Effects of Rail Transport on Port Service Marketing

Article Submitted

31 May 2021

Article Accepted

28 June 2021

Available Online

29 June 2021

Abstract

Global trade is carried out through transport infrastructures. Today, 85% of global trade is carried out by seaway. Of course, this is not an accident. Sea transport is a very powerful option compared to other modes of transport, with 70% of the earth's surface covered by seas, economy of scale and distance economy advantages. Ports, as the most important infrastructures of maritime transport, have the quality of being an interface between land and sea. The cargoes coming from the land side by road, railway and pipelines are transferred to the ships at the ports, in this sense, the ports serve as areas where the mode of transport is changed. Due to the advantages of railways in land transportation, port operators want to have a railway connection to their ports, and even use it as a marketing instrument. In this study, the effects of railway transportation on port service marketing were measured. For this purpose, a qualitative research process with a questionnaire prepared for port marketing professionals has been carried out and the positive and negative effects of the railway transport on port marketing have been determined.

Keywords

Port

Railway

Marketing

1. Giriş

Deniz taşımacılığı uluslararası ticarete önemli bir yere sahiptir. Dünya ticareti büyük oranda deniz taşımacılığı ile gelişmiş ve ülke ekonomileri sanayileşme yanında, deniz ticaretinde etkin ve başarılı oldukları oranda kalkınmışlardır. Denizcilik sektörü, talebin uluslararası ticaretten geldiği uluslararası bir ortamda faaliyet göstermektedir.

Diğer taşıma modellerine göre denizyolu taşımacılığı farklı sebeplerle tercih edilebilir. Bu sebepler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

¹  İskenderun Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Hatay, Türkiye, ufukdemircan@hotmail.com.

•Özellikle sanayi hammaddesini oluşturan büyük miktarlardaki yükler, denizyolu taşımacılığı ile bir defada bir noktadan diğer bir noktaya kolaylıkla taşınabilmektedir. Bu özellik, diğer taşıma yöntemlerine göre düşük maliyet sunmasından dolayı bir avantajdır (Goss, 2002: 17).

•Denizyolu taşımacılığı, diğer ulaştırma modlarına göre daha emniyetlidir. Bunun sebebi, özellikle karayolu ve havayolu taşımacılığında, ülkeler arası taşımacılık yapılırken, diğer ülkelere ait karayolu ve havayolu sahalarının kullanılması, bu ülkelerde olabilecek farklı gerginlik ve sorunlara yol açabilmektedir. Bu da ticareti olumsuz etkileyebilmektedir (Davis ve Favicchio, 2002:23).

•Denizyolu ile yapılan taşımacılık gelişmeye devam eden yükleme boşaltma teknikleri ve yeni limanların da uygunluğu gibi faktörlerin etkisiyle daha hızlı olmaktadır.

•Ülkelerin birçoğu diğerlerinden denizlerle ayrılmıştır ve denizler dünyanın ¾'ünü oluşturmaktadır. Bu şartlar altında, birbirinden denizlerle ayrılmış ülkeler arası taşımacılık ancak denizyolu ya da havayolu ile yapılabilmektedir. Denizyolu taşımacılığının, havayolu taşımacılığına göre maliyetinin daha uygun olan bir taşımacılık türü olmasının sebebi, havayolu taşımacılığının pahalı olmasında yatmaktadır (Başoğlu, 1998: 6).

•Taşımacılığın ekonomik açıdan, noktalar arasından ulaşımının en kısa zaman ve en az maliyetle, bir bütün olarak yapılması hedeflenir.

Denizyolu taşımacılığı da bu konuda en avantajlı konuma sahiptir (Davis ve Favicchio, 2002: 24) Denizyolu taşımacılığının yukarıda sıralanan tercih edilme sebeplerinin yanı sıra, deniz ticaretinin ülke ekonomisinin ödemeler bilançosuna olan katkıları şöyle sıralanabilir (Pekdemir, 1991, s.24):

- Ulusal ambarlar ve gemi işletmecilerinin ülke dışında elde ettikleri navlun gelirleri,
- Yurtdışına deniz sigortacılığı hizmeti sunan ulusal sigorta şirketlerinin gelirleri,
- Ulusal limanlara yabancı gemilerin ödedikleri liman hizmet masrafları,
- Ulusal armatörlerin gemilerini kiralayan yabancı denizcilik şirketlerinin ödedikleri kira gelirleri,
- Ulusal tersanelerin yabancı envanterindeki gemilerden elde ettiği inşa, bakım, onarım vs. gelirler.

“Limanların mikro ve makro açılardan çok farklı ve önemli fonksiyonları bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası pazarlama fonksiyonlarının yerine getirilmesinde bu fonksiyonların etkin ve ekonomik olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir.” (Esmer, 2010: 5; Zorlu, 2005). Bu fonksiyonlar arasında barınma, yük elleçleme ve depolama en yaygın olanlarıdır. Denizyolunun en önemli altyapısı olan limanlar genel olarak kara yolu taşımacılığı ile deniz yolu taşımacılığı arasında bir ara yüz (Alderton, 1999) ya da denizden karaya yük transferinin yapıldığı alanlar (Talley, 2009) olarak tanımlanabilir. Başka bir tanıma göre “Korunmuş bölgelerde eğer gemilerin çeşitli ihtiyaçları karşılanıyorsa, bakım ve onarım yapılıyor ve inşa edilebiliyorsa, yükleme ve boşaltma hizmetleri veriliyor ve depolama olanakları mevcutsa bu tip bölgelere liman denilebilmektedir” (Agerschou, Lundgren, Sørensen, Ernst, Korsgaard, Schmidt, ve Chi, 1985: 2).

Uluslararası ticaretini geliştirmek, istihdam ve dövizde tasarruf sağlamak gibi sosyal ve ekonomik hedefleri gerçekleştirebilmek adına, ülke ihtiyaçlarına en iyi uyabilecek bir ulaştırma sistemi kurmak gereklidir. (Başoğlu, 1998, s.6). Günümüzde, ülkelerin kısa ve uzun vadeli hedeflerinin uygulanmasında, denizcilik sektörü etkin görevler üstlenerek, ulaştırma sektörünün en önemli alt sistemlerinden birini oluşturmaktadır. Denizyolu taşımacılığının en önemli altyapısı olan limanlarda çeşitli hizmetler verilir. Bu hizmet dalları arasında yeterli uyumun sağlanamaması üretim hızını düşürür ve liman işletmesinin verimliliğini doğrudan etkiler. Bu durum tıkanıklığa sebep olur. Limanda oluşan tıkanıklık deniz işletmelerini, liman operatörlerini ve en önemlisi de ulusal ekonomiyi olumsuz yönde etkileyen bir tür hizmet aksaması olarak yorumlanabilir. Bu sorun, taşımacılıkta yabancı taşıyıcılar kullanan ekonomiler için günbegün artan döviz zayıtı biçiminde oluşmaktadır. Liman tıkanıklığı ekonomi açısından da bir problemdir. Bu problemin olumsuz etkileri bulunmaktadır (Akten ve Albayrak, 1988). Demiryolu kullanımı, sahip olduğu mesafe ve ölçek ekonomisi avantajı ile özellikle hinterlant ile karayolu ulaşım bağlantılarında olası sıkışıklıkları giderecek bir etkiye sahiptir.

Denizyolu taşımacılığının sahip olduğu ölçek ekonomisi avantajının hinterlant taşımalarında da kullanılması durumunda dolayı oldukça verimli sonuçlara ulaşılabilir. Bunun yolu ise hinterlantta demiryolu taşımacılığının etkin bir şekilde kullanılmasından geçmektedir. Demiryolu taşımacılığının özellikle konteyner taşımacılığında etkinliğinin artırılması fayda sağlayacaktır (Kasapoğlu ve Cerit, 2011). Bu taşımacılık türünün daha az enerji gerektirmesi ve çevre dostu olması nedeniyle özellikle çok yaygın kullanılan karayolu taşımacılığı kaynaklı

sorunları azaltmak için önemli bir alternatif olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle, son zamanlarda intermodal demiryolu taşımacılığı kullanımı hem AB’de hem de Türkiye’de de artmaktadır (Deveci ve Çavuşoğlu, 2013).

2019 yılı sonunda Çin’in Wuhan bölgesinde ortaya çıkarak günümüzde tüm dünyada etkisini sürdürmeye devam eden Covid 19 pandemisi denizyolu taşımacılığını ve konteyner tedarikini doğrudan etkilediğinden demiryolu alternatifi son dönemde daha çok duyulmaya başlanmıştır. Gemi acenteleri demiryolundan faydalanmak için iç nakliye firmaları kurarken, lojistik hizmet sağlayıcılar (freight forwarder) da şirket bünyesinde demiryolu departmanları açarak demiryolu taşımacılığında pastadan pay almaya çalışmaktadır. Limanlarda demiryolu bağlantısının olması dış ticaret ile uğraşan işletmelere avantajlar sağlamakta bu da limanın pazarlamasını olumlu etkilemektedir. Bu etkilerin somutlaştırılması adına bu çalışmada demiryolu taşımacılığının liman hizmet pazarlaması üzerine etkileri incelenmiştir.

2. Liman İşletmelerinde Hizmet Pazarlaması

Hizmetlerin aksaması, hammaddesi dış kaynaklardan sağlanan sanayilerde üretim ve piyasadaki malın dolaşım hızının yavaşlaması, mal arzında kesinti ve benzeri durumların ulusal ekonomiye olumsuz etkileri yanı sıra, düzenli hat gemi taşımacılığı yapan gemilerin sefer programlarında gecikmeler taşıma maliyetlerinde artışa neden olmaktadır. Hizmetlerin sağlıklı bir şekilde sağlanması bütün ulaştırma sürecinin verimli ilerlemesinde kritik rol oynar.

Pazarlama en sade şekliyle gereksinim ve isteklerin karşılanmasına yönelik bir mübadele (değiş-tokuş) işlemidir. İki veya daha fazla taraftan her biri kendi ihtiyacını karşılamak amacı ile diğer tarafa bir şeyleri (mal, hizmet veya fikir) verip karşılığında başka şeyleri (para, alacak, kredi) elde etmektedir. Bu mübadele işlemi tamamen tarafların karşılıklı isteğine bağlı olarak ve ilgili tarafların birbiri ile iletişim kurması ile gerçekleşmektedir. Ayrıca, sürece katılım sağlayan tarafların belirli değerleri başka değerlerle değiş-tokuş etmekten fayda sağladığına inanması gerekmektedir (Mucuk, 2004). Limanlar yük elleçleme ve depolama gibi hizmetleri üreten işletmelerdir. Liman hizmetleri işletmeden işletmeye sunuldukları için örgütsel (B2B) pazarlama kapsamına da girmektedir ve endüstriyel ortamdaki iki işletme arasında gerçekleştiğinden endüstriyel hizmet olarak sınıflandırılmaktadır. (Plomaritou, 2006; Dedeoğlu, 1997).

Liman pazarlaması ticari işyerleri pazarlama kapsamında değerlendirilmelidir. Liman içi depolarının, üst yapı donanımlarının müşterilere kiralanması ayrıca liman içinde gemi işletmecilerine ya da nakliye yüklenicilerine ofis açma olanağı sağlaması ticari mekân pazarlaması olarak değerlendirilebilir. Bir bütün olarak da limanın kurulduğu yer liman pazarlamasında belirleyici bir etkidir. Limanın bağlantıları, alt ve üst yapıları hizmet kalitesini etkilediğinden pazarlama stratejisinde önemli bir unsurdur (Dedeoğlu, 1997).

Liman sunulan hizmetler donanımına (ekipmana) dayalı hizmet grubundandır (Frankel, 1987). Terminallerde pazarlama, pazar araştırması ve pazarlama uygulaması faaliyetlerden oluşmaktadır. Pazarlama araştırması limanlara, pazarlarının analiz edilmesine, pazarlama hedeflerinin belirlenmesine, hedef pazarlarının tanımlanmasına, pazarlama stratejilerinin oluşturulmasına olanak vermektedir. Uygulama aşamasında ise belirlenen hedefleri başarmak için pazarlama araçlarının kullanımı gerçekleştirilecektir (Deveci, 2007).

Limanların ana kaygısı, gemi ve yük trafiğini çekebilmek için yük elleçleme hizmetlerini geliştirmek, müşterilere katma değerli lojistik hizmetleri layıkıyla sunabilmektir. Yük ve gemi trafiğini terminale çekebilmeyi amaçlayan ticari stratejiyi geliştirmek liman hizmetleri pazarlaması kapsamında ve profesyonel olarak yapılması gereken bir konudur. Limanlara deniz tarafına gemiler ile erişilebilirken kara tarafından demiryolu, karayolu, boru hatları ve iç suyolları ile erişim sağlanabilmektedir. İç su yollarının olmadığı Türkiye gibi ülkelerde demiryolu ile iç taşımaların gerçekleştirilmesi, ölçek ekonomisinin sağlanması açısından oldukça kritiktir. Bu sayede ihracatçı ve ithalatçıların uluslararası pazarlarda maliyet avantajı sağlaması mümkün olabilmektedir. Bu çalışma bu stratejiler içinde demiryolu bağlantılarının önemi üzerine kurgulanmıştır.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma kapsamında 6 adet açık uçlu sorudan ve profil sorularından oluşan bir soru formu geliştirilmiştir. Çalışma keşifsel bir nitelik taşıdığı için geliştirilen sorular konu hakkındaki farkındalığın ortaya çıkarılmasına yöneliktir. Çalışmanın temel problemi ve yanıtlamaya çalıştığı araştırma sorusu “liman hizmetlerinin pazarlanmasında demiryolu kullanımının etkilerini keşifsel boyutta ölçmek” olduğu için sorular bu kapsamda ve temel düzeyde hazırlanmıştır. Soru formu geliştirme süreci kapsamında hazırlanan sorular bir pilot çalışma ile bir sektör uzmanına ve bir akademisyene sorulmuş, olumlu tepkiler alınması üzerine sorular nihai halini almıştır. Araştırma katılımcılarının seçiminde yargısal örneklem yöntemi kullanılmış bu sayede konunun uzmanlarının soruları yanıtlaması sağlanmıştır. Katılımcıların tamamı deniz taşımacılığı sektöründe belirli bir tecrübeye sahip

olan, Türkiye’de ikamet eden ve aynı zamanda demiryolu taşımacılığının önemini bilen uzmanlardır. Uzmanların kimlikleri talepleri üzerine gizlenmiştir. Araştırmanın amacı kapsamında hazırlanan sorular aşağıdaki gibidir:

1. Liman hizmet pazarlaması sizin için ne ifade ediyor?
2. Demiryolu taşımacılığının denizyolu taşımacılığı üzerinde gelecekteki etkileri ile ilgili düşünceleriniz nedir?
3. Demiryolu taşımacılığının avantajlarını dikkate alarak elde edeceğimiz fayda ve fırsatları nasıl tanımlarsınız?
4. Liman hizmet pazarlamacılarının demiryolu taşımacılığının artmasıyla ne çeşit tehditlerle karşı karşıya kalacağı hakkında yorumlarınız nelerdir?
5. Ülkemizdeki demiryolu bağlantıları ve istasyonları limanların hacimlerini etkileme yönünde yeterli altyapıya sahip midir?
6. Hizmet pazarlaması konusunda liman işletmelerimizin yeterli ekip ve altyapıya sahip olup olmadığı konusunda yorumlarınız nelerdir?

4. Araştırmanın Bulguları

Çalışma kapsamında 03.05.2021 – 21.05.2021 tarihleri arasında veriler e-posta yoluyla toplanmıştır. Görüşmeye katılan katılımcıların tamamı limanlarda görev almaktadır. Katılımcıların profili Tablo 1’de görülebilir.

Tablo 1. Katılımcı profili.

Katılımcı Kodu	Toplam Sektör Tecrübesi	Pozisyonu
Katılımcı 1	9 Yıl	Lojistik Sorumlusu
Katılımcı 2	5 Yıl	İş Geliştirme Müdürü
Katılımcı 3	4 Yıl	Satış Pazarlama Müdürü
Katılımcı 4	3 Yıl	Satış Pazarlama Müdürü
Katılımcı 5	14 Yıl	Satış Müdürü
Katılımcı 6	8 Yıl	Satış Pazarlama Müdürü
Katılımcı 7	7 Yıl	Satış Pazarlama Müdürü
Katılımcı 8	7 Yıl	Müşteri Hizmetleri Müdürü

Yarı yapılandırılmış görüşme formunda katılımcılara sorulan sorular ve yanıtları aşağıda sunulmuştur.

SORU 1. Liman hizmet pazarlaması sizin için ne ifade ediyor?

- Katılımcı 1. Çok limanlı bölgelerde rekabetçi fiyat ve servis sunumunu ifade ediyor. Bana göre en iyi pazarlama limanda sunulan hizmettir. Bu hizmet öncelikle limanın birincil hinterlandı içinde yer alan ve doğrudan bağlantı kurulabilen bölgelere verilir.
- Katılımcı 2. Liman hizmet pazarlaması benim için müşteri memnuniyetini ifade ediyor. Hizmet pazarlaması konusunda uzman olan limanların müşterilerine daha çok opsiyon ve servis sunarak onların işlerini kolaylaştırdıklarını düşünüyorum. Sunulan çözüm sayısının ve çeşitliliğinin yanı sıra hız ve istikrarın bu pazarlamada en büyük etken olduğunu düşünüyorum.
- Katılımcı 3. Limanların sahip olduğu standart ve özel hizmetlerin müşterilere kullanım amaçları ve ihtiyaçları doğrultusunda tanıtılmasıdır. Örneğin hedef müşteriler halihazırda benzer hizmetleri farklı limanlardan alırken fiyat avantajlarının ya da hizmet kalitesinin pazarlamasının sözü olabileceği gibi Limanın ayırt edici hizmetleri de tanıtılarak yeni ihtiyaçlar yaratılması sağlanabilir.
- Katılımcı 4. Limanlarda artan rekabet baz alınarak hizmet pazarlamasının özellikle son dönemlerde önem kazandığını görebiliriz. Var olan ve aday müşteriler ile limanlar aktif olarak çalışabilmek için rekabetçi ortamda ithalatçı-ihracatçı firmalara özel hizmet sunarlar. Diğer limanlara kıyasla hem operasyonel hem maliyet açısından sunulan avantajlar ile müşteri bağlılığını sağlamaya çalışırlar.
- Katılımcı 5. Tekelliğe yol açmadan rekabetin gücünü gösteren önemli bir araç. Bölgenin gelişmesi açısından önemli.
- Katılımcı 6. Taşımacılığı deniz yoluyla yapan, liman hizmeti kullanan ve/veya sağlayan tüm firmalar.
- Katılımcı 7. Limanda verilen hizmetin limanı kullanan ya da kullanma potansiyeli olan paydaşlara tanım ve işleyiş olarak anlatılması, sunulması. Örneğin limanın alanı, kullanılan teknolojik ürünler, operatörlerin yetkinliği vb., Ürünün limana girişinden çıkışına kadar tabi tutulduğu sürecin pazarlamasının yapılması.
- Katılımcı 8. Liman da yapılan veya yapılması planlanan hizmet ve projeler ile ilgili müşterilere liman hakkında tüm detayların ve tanıtımların iletilmesini ifade ediyor.

SORU 2. Demiryolu taşımacılığının denizyolu taşımacılığı üzerinde gelecekteki etkileri ile ilgili düşünceleriniz nedir?

- Katılımcı 1. Çin'den ithalatlar 1-2 aktarma ile getirilebiliyor ve özellikle ara limanlardan transit süreler 2,5 aya kadar çıkıyor. Halihazırda çalışmaya başlayan Xi'an-Köseköy hattı ülkemiz denizyolu taşımacılığına (Çin ithalatı özelinde) çok iyi bir alternatif oluşturmuştur. Demiryolu, ağının artırılmasıyla, denizyoluna ciddi rakip haline gelmektedir.
- Katılımcı 2. Demiryolu taşımalarının gelecekte çok daha iyi yerlere geleceğine inanıyorum. Özellikle Kuşak ve Yol İnisiyatifi ile birlikte daha da ön plana çıkan demiryolu taşımaları yakın zamanda demiryolunun limanlarla birleşerek denizlere ulaşılmasını da sağlayacaktır. Demiryolu bağlantısı olan limanlar ön plana çıkacak, yakın mesafelerde ise Ro-Ro gibi intermodal taşımaların artacağını, daha da kısa mesafeler için tekrar Tren-Ferry'lerin gündeme geleceğini düşünüyorum. Tedarik zincirindeki esnekliğini kullanan denizyolu armatörleri demiryolu bağlantıları ile ön plana çıkarak kâr marjlarını artırırken, diğer armatörler adapte olmaya gayret ederken odaklarını kaybedeceklerdir. Bu durum denizyollarında yeni yapılanmaları meydana getirecek ve Intermodal/Multimodal taşımacılık komiteleri kurulacaktır. Asya Bölgesinde Yeni İpek Yolu Yatırımları ön plana çıkarken, Avrupa'da TEN-T koridorları önem kazanacaktır. Yeni yapılanmalar ile birlikte Trieste gibi demiryolu hub limanları ön plana çıkarken, denizyolunu Adriyatik hattına kaydıracaktır.
- Katılımcı 3. Denizyolu taşımacılığı en ucuz taşıma şekli olsa dahi bu hizmet sadece belirli noktalardan yani Limanların olduğu bölgelerden hizmet verebilmektedir. Bu, denizyolunu kullanacak firmaların ürünlerini / konteynerlerini limana kadar taşımalarını ve ek masraflara katlanmasını gerektirmektedir ve yaygınlığı nedeniyle kara nakliyesi tercih edilmektedir. Bazı noktalarda özellikle yakın destinasyonlarda denizyolu taşıması maliyeti ve iç kara nakliyesi toplam masrafı doğrudan karayolu ile ithalat/ihracat maliyetlerine yaklaşmaktadır, üstelik karayolu taşımacılığında transit süre avantajı bulunmaktadır. Demiryolu karayoluna alternatif düşünüldüğünde maliyet olarak avantajlı durumdadır. Demiryolu bağlantılı limanlar aracılığıyla iç nakliye masrafları düşürülerek müşterilerin denizyolunu tercih etmesi sağlanabilir. Intermodal taşımacılık ve denizyolu taşımacılığına oldukça büyük destek sağlayacaktır.
- Katılımcı 4. Limanlar hizmet satarken rekabetçi ortamı dikkate alarak yatırımlar yaparlar. Bu yatırımların son dönemlerde intermodal hizmete yöneldiğini gözlemlemekteyiz. Limanlar hinterlandları doğrultusunda limanlara yakın olmayan konumlardaki firmalara hızlı ve güvenilir yollardan hizmet verebilmek için intermodal liman olma eğilimine gitmişlerdir. İleriki süreçlerde bu yatırımlar çevre limanlarına kıyasla intermodal limanı ön plana çıkartacak ve hacimsel artış denizyolu ithalat-ihracatlarına yansıtacaktır.
- Katılımcı 5. Demiryolu ne kadar gelişse de aynı kapasitede çalışmayacağı için olumsuz yönde etkileyeceğini düşünmüyorum. Aksine tren artı denizyolu multimodal taşımaların daha çok artacağına inanıyorum.
- Katılımcı 6. Demiryolu hem özelliği bakımından kolaylık hem de zorluk yaratan bir taşıma şekli. Kapasite sorunu ve döşenmiş demiryolu ağı azlığı sebebiyle denizyolu taşımacılığına alternatif olamayacaktır ancak denizyolu öncesi-sonrası ön-son taşıma şeklinde geliştirilmesi durumunda pozitif etkisi olacaktır denize. Çin İpekyolu demir hattı güzel bir alternatif ancak burada da vagon kapasite sorunu ve uzun transit süre dezavantajı.
- Katılımcı 7. Avrupa örneğinden yola çıkalım, kapı teslim bir adrese bir armatör x liman üzerinden fiyatlandırma yapıyorken, sadece karayolu teklifi verilebilecektir. Demiryolu en güvenli ve ucuz taşıma yöntemi olduğundan dolayı tüm dünyada yerleşik ve geniş bir demiryolu ağı olsa denizyolu ile ön taşıma ve son taşıma entegrasyonunu hızlandırır. Ancak tüm ülkeler arası bir demiryolu ağı olsa bile transit sürelerin denizyoluna kıyasla uzun olması sebebiyle denizyolu kullanımının taşıma türleri içerisindeki yüzdesinde bir değişiklik yapacağını düşünmüyorum. Ama belirttiğim gibi satıcı ile alıcı arasında intermodal/depo veya kapı teslim fiyat verilmesi oranını kesin olarak arttırdı. Bu da denizyolunda hizmet veren hatların intermodal konusunda da tekelleşmeye doğru gitmesine sebep olurdu.
- Katılımcı 8. Demiryolu taşımacılığının denizyolu taşımacılığı üzerinde taşımacılık yöntemini değiştirecek herhangi bir etkisi olacağını düşünmüyorum. Demiryolu denizyoluna ancak tamamlayıcı bir taşıma yöntemi olarak sayılabilir. Sebebi, demiryolu taşımacılığı denizyolu taşımacılığı kadar lotlu yüklerin taşımalarını yapamamaktadır. Bu durumda maliyet açısından fazla masraflara neden olmaktadır.

SORU 3. Demiryolu taşımacılığının avantajlarını dikkate alarak elde edeceğimiz fayda ve fırsatları nasıl tanımlarsınız?

- Katılımcı 1. En önemli avantaj transit süredir. Transit sürenin az ve sabit olması (aktarma limanında gecikme diye bir şeyin söz konusu olmaması) alıcı tarafında oluşabilecek memnuniyetsizliklerin önüne geçmektedir.

- Katılımcı 2. Özellikle Asya(Çin) hattında demiryolu denizyolundan 3 kat daha hızlı, genel olarak hava yolundan ise 7 kat daha ucuzdur. Aynı zamanda denizyolunda yaşanan kapasite kısıtlamalarına karşın demiryolları tıkanıklıkları açmakta faydalı olmuştur. Demiryolu tek beyanname ile yüksek hacimli taşımalara fırsat vermekte ve uzak coğrafyalara hızlı erişim sağlamaktadır. Asya ve Avrupa'da gelişen demiryolu konsepti ile küçük üreticilerin de E-ticaret yoluyla pazarlara adapte olmasının yolu açılmıştır. Demiryolu ile beraber Orta Doğu ve Afrika hattı yeni fırsatlara gebe olacaktır. Basra körfezinin önemi artacak ve İran'ın konumu yeniden tartışmaya açılacaktır. Orta Asya'da ise yeni pazarlar yaratılacaktır.
- Katılımcı 3. Denizyolu taşımacılığı en ucuz taşıma şekli olsa dahi bu hizmet sadece belirli noktalardan yani Limanların olduğu bölgelerden hizmet verebilmektedir. Bu, denizyolunu kullanacak firmaların ürünlerini / konteynerlerini Limana kadar taşımalarını ve ek masraflara katlanmasını gerektirmektedir ve yaygınlığı nedeniyle kara nakliyesi tercih edilmektedir. Bazı noktalarda özellikle yakın destinasyonlarda denizyolu taşıması maliyeti ve iç kara nakliyesi toplam masrafı doğrudan karayolu ile ithalat/ihracat maliyetlerine yaklaşmaktadır, üstelik karayolu taşımacılığında transit süre avantajı bulunmaktadır. Demiryolu karayoluna alternatif düşünüldüğünde maliyet olarak avantajlı durumdadır. Demiryolu bağlantılı limanlar aracılığıyla iç nakliye masrafları düşürülerek müşterilerin denizyolunu tercih etmesi sağlanabilir. İntermodal taşımacılık ve denizyolu taşımacılığına oldukça büyük destek sağlayacaktır.
- Katılımcı 4. Demiryolu taşımacılığı Avrupa ve ABD'de yatırımlarına önem verilen bir hizmet türü olmuştur. İntermodal hizmet diğer tüm ulaşım yollarını birbirine bağlayan bir noktada, özellikle müşteri tarafında hem düşük maliyet sağlaması açısından hem de müşteri ihtiyaçlarını sağlayarak kesintisiz ulaşım sağlamasından dolayı önemli bir yere sahiptir.
- Katılımcı 5. Özellikle karbon ayak izini azaltmaya politikacılara yardımcı daha yeşilci bir taşıma modeli.
- Katılımcı 6. Demiryolunun en güzel faydalarından bir tanesi karbon footprint açısından kara taşımasından daha doğa dostu olması.
- Katılımcı 7. Düşük maliyet, karayollarında daha az trafik, daha güvenilir kargo taşımacılığı, düşük karbon salınımı.
- Katılımcı 8. Demiryolu taşımacılığı yükün gideceği lokasyonlar arası bağlantı var ise karayoluna istinaden daha güvenli hızlı ve maliyeti düşük bir taşımacılık yöntemidir.

SORU 4. Liman hizmet pazarlamacılarının demiryolu taşımacılığının artmasıyla ne çeşit tehditlerle karşı karşıya kalacağı hakkında yorumlarınız nelerdir?

- Katılımcı 1. Demiryolu istasyonları, bölge limanları için yeni ve ciddi bir rakip haline gelmiştir. Liman hizmet pazarlamacılarının sunamadığı transit süreyi sunabilmektedir.
- Katılımcı 2. Demiryolu erişimi olmayan limanlar arası denizyolu rekabetinin daha da artacağını söyleyebiliriz.
- Katılımcı 3. Demiryolunun limanlar üzerinde olumsuz etki yaratacağını düşünmüyorum. Yapısı gereği her yere hizmet sağlanamamakta ve denizyolu kadar ucuz bir taşıma modeli değildir. Bazı durumlarda denizyolu müşterisi demiryolunu alternatif olarak seçebilir fakat çok kısıtlı bölgelerde ve kısıtlı müşteri kesimi tarafından tercih edilmektedir. Dünyada ticareti yapılan ürünlerin çok büyük bir kısmının denizyolu ile yapıldığını ve demiryolunun kısıtlı yük taşıma kapasitesi, hat trafiği, kısıtlı erişim bölgelerini düşündüğümüzde uluslararası ticarete alternatif olabilir fakat doğrudan rakip olamaz, destekleyici bir hizmet olarak da görülebilir.
- Katılımcı 4. Liman hizmet pazarlamacılarının artan avantajları bir güç olarak kullanmasının dışında rekabetçi ortam sayesinde liman içerisinde verilen hizmetin de kalitesini ve fiyat politikasını sahada aktif ve sistemli bir şekilde pazarlaması gerekmektedir. İntermodal yatırımların artmasıyla artan müşteri portföyünü kontrol etmek ve limanlarda verilen hizmet kalitesinin düşmemesini sağlamak önemli bir husustur. Artan hacim yüzünden operasyonel aksaklıklar ve yoğunluğu yönetememe pazarlamacıyı sahada müşteri karşısında zor durumda kalabilir.
- Katılımcı 5. Tren yolu bağlantısı olmayan limanlar daha az tercih edilecek bu yüzden gerçekten liman ve tren yolu bağlantısı önemli. Bunun için gerekli alt yapıyı oluşturmayan limanlar daha az tercih edilecek.
- Katılımcı 6. Şahsi fikrim denizyoluna demiryolu rakip olamayacağı için çeşitli sebeplerden limanlardan pay alması düşük seviyede kalacaktır. Demiryolunun artması kapasite sorunu yaşayan limanlarda sıkıntı çıkaracaktır. Liman girişi sırasında uzun vagon kuyrukları olacaktır. Demiryolu operasyonu ve gümrüğü daha zor olduğu için vagonlardan yere temas etmeyen yüklerde beyanname açılmadığı için tahliye ve gemiye yüklenme sıraları oluşacaktır.

- Katılımcı 7. Daha geniş hinterlandlarının olması gerekliliği ortaya çıkacaktır sanıyorum ki, daha çok depolamaya alanına ihtiyaç duyulacak ve konteynerler daha uzun süre bu alanlarda bekletilecektir demiryolunun karayoluna kıyasla daha çok tercih edildiği bir senaryoda. Çünkü kamyonu konteynerleri yükler gönderirsiniz ama her yarım saatte bir limandan tren kaldıramazsınız. Ayrıca artan konteyner sayısı sebebiyle artan tehlikeli madde adedi de liman güvenliği açısından sıkıntı yaratabilir. Özetle limanda oluşacak sıkışıklıklar müşterinin gözünü korkutabilir.
- Katılımcı 8. Eğer limanda demiryolu bağlantısı yok ise aynı şartlara sahip demiryolu bağlantısı olan limanlar demiryolu taşımacılığını kullanacak müşteriler tarafından tercih sebebi olup, demiryolu bağlantısı olmayan limanlarda hacim düşüşleri yaşanacaktır.

SORU 5. Ülkemizdeki demiryolu bağlantıları ve istasyonları limanların yük hacimlerini etkileme yönünde yeterli altyapıya sahip midir?

- Katılımcı 1. Halkalı ve Gebze istasyon bölgelerinin yavaş yavaş hacmi etkileyecek boyuta geldiğini düşünüyorum. Diğer bölgeler için henüz yeterli altyapının olduğunu sanmıyorum.
- Katılımcı 2. Şu an ülkemizdeki demiryolu bağlantıları ve istasyonları limanların hacimlerini etkileme yönünde yeterli altyapıya sahip değildir. Tekirdağ ve Mersin limanları bu konuda avantajlı iken diğer limanların/istasyonların tekrar multimodal yapıya uygun hale getirilmesi gerekmektedir.
- Katılımcı 3. Pek çok limanımızda demiryolu bağlantısı olsa dahi yeterli kapasitede çalışmamaktadır. Yolcu trenleri ile yük trenleri aynı hatta hizmet verdiği için ekstra beklemler oluşabilmektedir. Kapasitelerin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum.
- Katılımcı 4. Ülkemizde demiryoluna yatırımların artmasıyla birlikte bir hareketlilik başladığı söylenebilir ancak demiryoluna Türkiye’de henüz gereken önem verilmemektedir. Türkiye’deki karayolu taşımacılığının güçlü bir yapısının olması sebebiyle demiryolu daha arka planda kalmaktadır. İstasyonlar sanayinin yoğun olduğu yerlerde bulunduğu için aynı zamanda limanlara da yakın konumlandırılmaktadır. Limanlar karayolu-denizyolu ve tren yolu taşımacılığının ortak buluşma noktası olduğu için de hacimlere teki etmektedir.
- Katılımcı 5. Hayır kesinlikle değil. Bu hizmeti sunan liman çok az bu yüzden geliştirilmesi gereken çok nokta var.
- Katılımcı 6. Şu anda bile çoğu liman belirli vagonlardan fazla operasyon kaldıramıyor. Hacmin artması liman işletmelerinin operasyonlarını sıkıntıya düşüreceğinden, limanların kapasite artışı için proaktif gelişim göstermeleri gerekiyor.
- Katılımcı 7. Kesinlikle değil maalesef, limanlardan her şehre ulaşabilecek bir demiryolu altyapısına ihtiyacımız var.
- Katılımcı 8. Maalesef yeterli alt yapıya sahip değildir.

SORU 6. Hizmet pazarlaması konusunda liman işletmelerimizin yeterli ekip ve altyapıya sahip olup olmadığı konusunda yorumlarınız nelerdir?

- Katılımcı 1. Boş bırakılmıştır.
- Katılımcı 2. Hizmet pazarlaması konusunda yeterli altyapıya sahip limanlarımızın bulunduğunu düşünüyorum, fakat teknolojik altyapıların daha da arttırılmasıyla blockchain teknolojisine adapte edilmesi gerektiğini düşünmekteyim.
- Katılımcı 3. Pek çok limanımızda demiryolu bağlantısı olsa dahi yeterli kapasitede çalışmamaktadır. Yolcu trenleri ile yük trenleri aynı hatta hizmet verdiği için ekstra beklemler oluşabilmektedir. Kapasitelerin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum.
- Katılımcı 4. Liman işletmelerinde hizmet pazarlama stratejisi farklılık göstermektedir. Global ortaklığı bulunan limanlar acente/hat memnuniyeti odaklı ilerlerken daha butik hizmet veren limanlar müşteri memnuniyeti odaklı ilerlemektedir. Her limanda hacim oranlı yeterli ekip ve altyapı hizmeti vardır.
- Katılımcı 5. Bence değiller. Ama günden güne kendini geliştiren limanlar var.
- Katılımcı 6. Liman işletmelerinin çoğunluğu gemi acenteleriyle entegre bilişim altyapılarına sahip değiller. Ara yazılımlarla EDI vs entegrasyonlar sağlanıyor. Çoğu bilgi akışı kapı girişi ya da konteyner hareketleri uzun zaman aralıklı olduğu için sıkıntı yaşıyor. Büyük gemilerin yanaşacağı draftı kırtaran operasyon için yeterli crane’i olan çok sayıda rıhtım yok o yüzden berth windowlarda sıra oluyor gemiler açıkta bekliyor operasyonel cost oluşuyor. TOKI dolum sahası olan liman çok az.

- Katılımcı 7. Genel olarak tüm limanlarımız iyi hizmet verildiği kanısındayım bugüne kadar ki tecrübelerim göz önünde bulundurulduğunda, dolayısıyla ortalamanın üzerinde yetkinlikle limanlarımızın çalıştırıldığını söyleyebilirim.
- Katılımcı 8. Ülkemiz de revaçta olmadığından yatırım yapılmayan bir taşımacılık yöntemidir. Ama ileride maddi kazanç elde edileceğini anladıkları zaman liman işletmeleri gerekli yatırımı yapacaklarını düşünüyorum.

5. Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Liman hizmetlerindeki aksaklıklar, ürünlerin tedarik zinciri içindeki hareketini olumsuz etkilemektedir (Thai, 2016). Bu nedenle bu aksaklıkların kapsamlı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Limanların entegre lojistik merkezi olması (Wang, 2011) uzun mesafelere ulaşmada demiryolunun önemini özellikle açığa çıkarmaktadır. Günümüzde rekabetin pek çok unsurunun olması rekabetin düzeyini artırıcı bir etkiye sahiptir. Bu noktada limanların verdikleri hizmette ve hinterlant erişiminde daha fazla değer yaratabilmesi, bir rekabetçi unsur olarak değerlendirilebilir (Yeo ve diğerleri, 2015). Literatürde limanların hizmet kalitesini ve hizmet performansını arttırmaları gerektiği pek çok çalışmada dile getirilmiştir (Phan ve diğerleri, 2020). Bu kapsamda alınan yanıtlar liman hizmetlerinin geliştirilmesinde demiryolların önemini altını çizmekte ve literatürdeki bu bilgileri destekler niteliktedir.

Görüşülen sekiz katılımcının cevaplarını yorumladığımızda, çoğunluğun liman hizmet pazarlamasının tanımını “diğer limanlardan fiyat ve imkanlara ek olarak sağlanacak farklı hizmetler ve hizmet kalitesinde diğerlerine göre iyi olması” olarak yorumladığını söyleyebiliriz. Burada hizmet kalitesi ön plana çıkarken, diğerlerinden farklı ne yapıldığı sorusu önem kazanmaktadır. Hizmet pazarlamasının en önemli unsurları arka plandaki operasyon süreci ve limanın altyapı ve teknolojik imkanları olarak görülmektedir. Liman sektöründe verdiğiniz hizmetleri ne kadar pazarlarsanız pazarlayın, gün sonunda dikkat çekilen en önemli konunun hizmet kalitesi olduğu açık olarak görülmektedir.

Demiryolunun denizyoluna etkilerinin gelecekte nasıl olacağıyla ilgili görüşlerde genel olarak intermodal taşımacılığa dikkat çekilmiştir. Katılımcıların bir kısmı demiryolunun denizyolunun her bölgeye ulaşmadığından ve yeni demiryolu atılımları sayesinde demiryolunun limanların işlerin etkileyeceğini düşünmektedir. Görüşülen kişilerin büyük kısmı ise demiryolu ve limanların birbiriyle bağlantılı olması gerektiği görüşündedir.

Demiryolunun denizyoluna rakip olmasından ziyade destekleyici olarak iç destinasyonlarla bağlantı kurması konusunda görüşler ön plana çıkmaktadır. Demiryolu ve denizyolu taşımacılığının birbiriyle bağlantılı olduğu takdirde daha güçlü olacağı görülmektedir. Demiryolu tek başına kıtalararası ticarete etkili olamayacaktır, denizyolu ile büyük anakarası olan yerlerde yetersiz kalacaktır. Küresel ticarete başarılı olmak için en doğru yöntemlerden birisinin demiryolu bağlantılı limanları güçlendirmek olduğu görülmektedir.

Demiryolu taşımacılığı denizyoluna göre daha fazla bölgeye ulaşabildiğinden özellikle Çin’den Avrupa’ya olan koridorda yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Katılımcıların yorumlarına göre intermodal taşımacılıkta demiryolu kullanmak avantajlı olacaktır. Bu avantajların yanı sıra karbon salınımından dolayı da demiryolunun avantajlı olacağı düşünülmektedir. Bir önceki soruda olduğu gibi bu sorunun cevabı için de limanlarla rekabetten ziyade, demiryolunun limanların tamamlayıcısı olarak görüldüğünü söyleyebiliriz. Özellikle gelişmiş ülkelerde demiryolu kullanım oranlarının yüksekliği yanıtlarda vurgulanmıştır.

Demiryolu, denizyoluna göre daha kısa transit süre sunacağından dolayı katılımcılardan bir kısmı demiryolunun son dönemdeki stratejileriyle denizyolundan yük alabileceğinden dolayı liman hizmet pazarlaması konusunda daha çok çalışmak gerektiğini düşünmektedir. Katılımcılardan bazılarıysa limanlardan çok karayolunu etkileyeceğini ve deniz limanlarından demiryolu bağlantısı olmayan limanların olumsuz etkilenirken, demiryolu bağlantılı limanların olumlu yönde etkileneceği yönünde görüş bildirmişlerdir. Bazı katılımcılar da demiryolunun bir rekabetçi üstünlük sağladığını vurgulamıştır.

Katılımcıların cevaplarına baktığımızda ülkemizdeki limanların demiryolu bağlantısı konusunda yetersiz kaldığı görüşü hakimdir. Demiryolu bağlantısı olan limanların da vagon elleçleme kapasitesi düşük olduğundan ya da demiryoluyla bağlanacak denizyolu servisinin yeterli olmamasından dolayı olması gereken seviyenin altında kaldığından söz edilmektedir. Limanların demiryoluna daha fazla önem vermesi için de ülkedeki hemen hemen her limanın demiryolu bağlantısı olması gerekliliği hakkında yorumlar da vardır. Hatta demiryolu bağlantılarının hinterlanttaki tüm şehirlere yaygınlaştırılması gerektiği özellikle vurgulanmıştır.

Katılımcılardan bazıları limanların hizmet pazarlaması konusunda kendilerini geliştirmeye başladıklarını belirtmektedir. Bazı katılımcılar da limanların hizmet pazarlamasından daha çok altyapılarının yetersiz olduğu için altyapıya önem vermesi gerektiğini düşünmektedir. Limanlardan hizmet pazarlamasından önce beklenen konulardan bazıları da gemi acenteleriyle entegre sistem kurmaları gerektiğidir. Limanlarımız özellikle rekabetin artmasıyla birlikte hizmet pazarlamasına daha çok önem vermeye başlamışlardır. Bazı katılımcılar Türkiye'deki limanların aslında iyi hizmet verdiklerini fakat demiryolu altyapısının iyileştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

6. Sonuçlar

Çalışma sonuçlarına göre rekabetçi olarak görülen denizyolu ve demiryolunun verimli olabilmesi için birbirini tamamlaması gerektiği ve entegre olması gerektiği görülmüştür. Araştırma yaparken görüşülen katılımcıların yorumlarını dikkate aldığımızda demiryolunun taşıma modelleri arasındaki yerinin artırılması gerektiği görüşü hakim olmuştur.

Mevcut altyapısından ve denizyolundaki gemi kapasitelerinin günden güne artmasından dolayı demiryolunun denizyolu karşısında rakip olamayacağı görüşü ortaya çıkmıştır. Demiryolu taşımacılığı, altyapısını arttırsa bile özellikle denizyolu taşımacılığında denizyolu ile rakip olacak kapasiteye ya da yeteneğe sahip olamayacaktır. Rekabet yerine demiryolunun limanlara entegrasyonu konusuna daha çok önem vermesi gerekliliği açıktır.

Son dönemde geleneksel limancılığın aksine hizmet pazarlamasına önem vermeye başlayan limanlar demiryolu bağlantısına ciddi yatırımlar yapmaktadır. Limanların demiryolu bağlantısının olması, karayolu kullanımını daha aza indireceğinden dolayı limanlar karbon salınımı konusunda daha çevreci olacaktır. Karbon salınımına verilen önem özellikle son yıllarda daha çok daha iyi anlaşılmalı ve bu konuya daha fazla önem verilmektedir.

Katılımcı yorumlarını dikkate aldığımızda limanların hizmet pazarlaması konusunda daha titiz davrandıkları ve demiryolunu tehdit görmemelerinin yanı sıra tamamlayıcı hizmet olarak pazarladıkları görülmektedir. Demiryolu ve denizyolunun rekabetin aksine birbirinin tamamlayıcısı olduğu çalışmanın sonuçları arasında net olarak görülmüştür. Keşifsel nitelikte yapılan bu çalışma sonrasında demiryolu hizmetlerinin liman hizmet satışlarına olan somut etkileri de incelenmelidir.

Bu çalışma demiryolu taşımacılığının limanların hizmet pazarlamasına olan etkilerini keşfetmeye yöneliktir. Bu nedenle çalışma liman hizmetlerini pazarlayan profesyoneller üzerinden yürütülmüştür. Sonraki çalışmalarda liman kullanıcılarının konu hakkındaki görüşlerini dikkate alan bir araştırma kapsamı tanımlanabilir.

Kaynakça

- Agerschou, H., Lundgren, H., Sørensen, T., Ernst, T., Korsgaard, J., Schmidt, L.R., ve Chi, W.K. (1985). *Planning and design of ports and marine terminals*. UK: John Wiley and Sons Ltd.
- Akten, N., ve M. Ali, Albayrak. (1988). *Deniz Taşımacılığı Kılavuzu*, İstanbul.
- Alderton, P. M. (1999). *Port Management and Operations*. Londra: LLP Reference Publishing.
- Başoğlu, Mehmet. (1998). *Globalleşme sürecinde Türk Deniz Sektörü* (Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Davis, A., ve Favicchio, A. (2002). State of the maritime industry. *World Wide Shipping*, 65(1).
- Dedeoğlu, A. (1997). *Liman işletmeciliğinde pazarlama uygulamaları İzmir Alsancak Limanı için bir model önerisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Deveci, D. , Çavuşoğlu, D . (2013). İntermodal demiryolu taşımacılığı: Türkiye için fırsatlar ve tehditler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 5 (1) , 93-120.
- Esmer, S. (2010). *Konteyner terminallerinde lojistik süreçlerin optimizasyonu ve bir simülasyon modeli*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dokuz Eylül Yayınları.
- Goss, R.O. (2002). An early history of maritime economics. *International Journal of Maritime Economics*, 4, 390-404.
- Kasapoğlu, L., ve Cerit, A. G. (2011). Türkiye'de intermodal konteyner taşımacılığında demiryolu ulaştırma potansiyelinin analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 3(1), 59-72.
- Mucuk, İ. (2004). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Phan, T. M., Thai, V. V., ve Vu, T. P. (2020). Port service quality (PSQ) and customer satisfaction: An exploratory study of container ports in Vietnam. *Maritime Business Review*, 6(1), 72-94.

- Plomaritou E. (2006). *The implementation of marketing in shipping companies as a tool for improvement of chartering policy. A comparative analysis of marketing implementation in shipping companies worldwide and in Greece: A case study in containership market and tanker market* (Doktora Tezi), University of Piraeus.
- Talley, W. (2009). *Port Economics*. New York: Routledge.
- Thai, V. V. (2016). The impact of port service quality on customer satisfaction: The case of Singapore. *Maritime Economics and Logistics*, 18(4), 458-475.
- Wang, L. (2011). Study on port logistics marketing under the environment of supply chain. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 267.
- Yeo, G. T., Thai, V. V., ve Roh, S. Y. (2015). An analysis of port service quality and customer satisfaction: The case of Korean container ports. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 437-447.
- Zorlu, Ö. (2005). *Konteyner Limanlarının Verimlilięi* (Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, İstanbul.