

**TÜRKİYE'DE LOJİSTİK HİZMETLERİNDEKİ GELİŞİMİN
DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ**

Suna Göze

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Bülent ALTAY

Eylül 2014,

Afyonkarahisar

**T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE LOJİSTİK HİZMETLERİNDEKİ
GELİŞİMİN DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ**

Hazırlayan

Suna Göze

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Bülent ALTAY

AFYONKARAHİSAR 2014

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak Sunduğum “Türkiye’de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Etkileri” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

17/10/2014

Suna GÖZE

İmza :

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

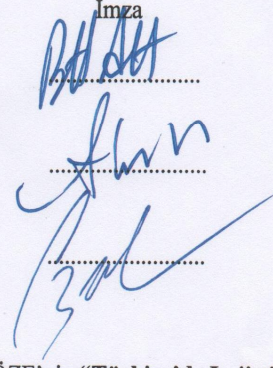
JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Yrd. Doç. Dr. Bülent ALTAY

Jüri Üyeleri : Yrd. Doç. Dr. Ahmet İNKAYA

: Yrd. Doç. Dr. Berfu İLTER

İmza



İktisat Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Suna GÖZE'nin "**Türkiye'de Lojistik Hizmetlerindeki Gelişimin Dış Ticaret Üzerine Etkileri**" başlıklı tezi, 19.09.2014 günü saat 15:00'te Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Selçuk AKÇAY
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü

ÖZET

TÜRKİYE'DE LOJİSTİK HİZMETLERİNDEKİ GELİŞİMİNİN DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ

Suna GÖZE

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

Eylül 2014

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Bülent ALTAY

Günümüzde giderek artan rekabet koşulları ve mal, hizmet, işgücü ve bilginin serbest dolaşımı ile işletmeler rekabet avantajı sağlayabilmek adına değer yaratan stratejiler belirlemektedirler. Böyle bir ortamda, işletmelerin tedarik zincirlerini ve lojistik faaliyetlerini rakiplerine oranla daha etkin ve verimli yönetmeleri onlara avantaj sağlamaktadır.

Yine günümüzde kişilerin ve devletlerin sürekli olarak çeşitli ekonomik ilişkiler içinde bulunması, uluslararası ticarete yeni boyutlar kazandırmıştır. Alıcı açısından ithalat, satıcı açısından ise ihracat olarak gerçekleştirilen dış ticaret, kıtaları birbirine bağlamakta, çok uzak mesafedeki alıcı ve satıcıyı aynı platformda karşı karşıya getirmektedir.

Son yıllarda lojistik sektöründe yaşanan gelişmeler neticesinde Türkiye’de ki lojistik olgusu gelişerek ulaştırma sistemleri üzerinde etkili olmaya başlamıştır. Bu çalışmada Türkiye’de gelişen lojistik olgusu içerisinde dış ticaret etkileri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, lojistik hizmetleri, dış ticaret

ABSTRACT
**THE EFFECTS OF FOREIGN TRADE TO DEVELOPMENT OF
LOGISTICS SERVICES IN TURKEY**

Suna GÖZE

AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT of ECONOMICS

September 2014

Advisor: Assist. Prof. Dr. Bülent ALTAY

Given the increasing competition conditions and free movement of goods, services, labor and information, firms determine value creating strategies in order to gain competitive advantage. Under such an environment, firms who are able to manage supply chain and logistic activities more efficient and productive than the other competitors provide an advantage.

Various economic interrelationships that individuals and states are perpetually in with each other have added new dimensions to international trade. Foreign trade, carried out as import in terms of buyer and as export in terms of seller, has linked continents and brings buyers and sellers from different locations together on the same stage.

As a result of current developments emerged in logistics industry in the recent years, logistics phenomenon in Turkey has improved and become effective on transportation systems. In existing study, foreign trade effects developed within logistics phenomenon in Turkey are examined.

Keywords: Logistics, Logistics services, foreign trade

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

YEMİN METNİ.....	i
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI Hata! Yer işareti tanımlanmamış.	
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
KISALTMALAR DİZİNİ	viii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

LOJİSTİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

1.LOJİSTİK KAVRAMI.....	4
1.1.LOJİSTİĞİN TANIMI.....	6
1.2. LOJİSTİĞİN ÖNEMİ VE KAPSAMI	9
1.3. ÜRETİM ÖNCESİ LOJİSTİK.....	12
1.4. ÜRETİM SONRASI LOJİSTİK.....	13
2.LOJİSTİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR	15
2.1.MALZEME YÖNETİMİ VE LOJİSTİK	15
2.2.FİZİKSEL DAĞITIM VE LOJİSTİK	17
2.3.TEDARİK ZİNCİRİ VE YÖNETİM.....	19
2.4.TERSİNE LOJİSTİK	23
3.LOJİSTİK YÖNETİMİ	25
3.1. LOJİSTİK YÖNETİMİNİN İŞLEVLERİ	29
4.LOJİSTİKTE DIŞ KAYNAK KULLANIMI.....	33
4.1. DIŞ KAYNAK KULLANIMININ ÖNEMİ	34
4.2. LOJİSTİK DIŞ KAYNAK KULLANMANIN YARARLARI	36
4.3.ÜÇÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK	39
4.4.DÖRDÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK (4PL).....	42
4.4.1. 3 PL ve 4 PL Etkileşimi	43
5.TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN GELİŞİMİ	45
5.1.TÜRKİYE'NİN LOJİSTİK AÇIDAN ÖNEMİ	46

İKİNCİ BÖLÜM

DIŞ TİCARET VE EKONOMİK BÜYÜME

1. DIŞ TİCARETİN TANIMI, KAPSAMI ve ÖNEMİ	48
1.1.DIŞ TİCARETİN TANIMI.....	49
1.2.DIŞ TİCARETİN ÖNEMİ VE KAPSAMI	54

1.3.DIŞ TİCARETİN EKONOMİ AÇISINDAN ÖNEMİ.....	55
1.4.DIŞ TİCARETİ ETKİLEYEN UNSURLAR.....	59
2.DIŞ TİCARET POLİTİKASI	60
3.DIŞ TİCARET TÜRLERİ.....	65
3.1.İHRACAT VE İHRACAT TÜRLERİ.....	66
3.2.İTHALAT VE İTHALAT TÜRLERİ.....	70
4. DIŞ TİCARETİN YAPISAL VE SEKTÖREL ÖZELLİKLERİ	72
5.EKONOMİK BÜYÜME	75
5.1.EKONOMİK BÜYÜMENİN ÖZELLİKLERİ	80
5.2.EKONOMİK BÜYÜMEYİ BELİRLEYEN UNSURLAR	81
5.2.1. Yatırım ve Sermaye Birikimi	82
5.2.2.Teknolojik Gelişme	85
5.2.3.Nüfus Artışı ve İstihdam	87
5.2.4.Beşeri Sermaye.....	89
5.2.5. Gelir Dağılımı	91
5.2.6. Dış Ticaret Büyüklüğü	92
6. EKONOMİK BÜYÜMEDE DIŞ TİCARETİN ROLÜ	94
6.1. İHRACAT VE EKONOMİK BÜYÜME	96
6.2. İTHALAT VE EKONOMİK BÜYÜME	98

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LOJİSTİK HİZMETLERİNDEKİ GELİŞMENİN TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ

1.LOJİSTİĞİN TARİHÇESİ	105
1.1.GENEL OLARAK LOJİSTİĞİN TARİHÇESİ	105
1.2.TÜRKİYE'DE LOJİSTİK TARİHÇESİ	107
1.3.TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN GELİŞİMİ	110
1.4. TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN ÖNEMİ.....	113
1.5. TÜRKİYE'DE LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU	115
1.6.TÜRKİYE'DE LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN KURULUŞLAR	121
2. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN EKONOMİ VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNE ETKİSİ	130
3.TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ	135
3.1. TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ	135
3.2. TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ AÇISINDAN LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN ÖNEMİ.....	140
3.3. LOJİSTİĞİN TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ ÜZERİNE ETKİLERİ.....	144
SONUÇ VE ÖNERİLER	154
KAYNAKÇA.....	157

TABLolar VE ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. 1930-1945 Döneminde Türkiye Dış Ticaretinin Durumu (000 \$)	136
Şekil 1. Türkiye'nin Lojistik Üssü Olma Potansiyeli	152

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ARLOD	: Araç Lojistikçileri Derneği
Bkz.	: Bakınız
C.	: Cilt
ÇSGB	: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
DTD	:Demiryolu Taşımacılığı Derneği
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
Ed.	: Editör
LODER	: Lojistik Derneği
OECD	: Organisation for Economic Co-Operation and Development
RODER	:RO-RO Gemi İşletmecileri ve Kombine Taşımacılar Derneği
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TDK	: Türk Dil Kurumu
TND	: Türkiye Nakliyeciler Derneği

- TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu
- UKAT :Uluslararası Karayolu ile Yük Taşımacıları ve Acente Sahipleri Derneği
- UND : Uluslararası Nakliyeciler Derneği
- UTIKAD : Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet ÜretenleriDerneği
- yy. : Yayın Yeri Yok

GİRİŞ

Ticari sınırların ortadan kalkması ile beraber rekabette önemli boyutlarda artış görülmüş, ülkelerin dünya pazarında yaşamlarını sürdürebilme çabaları yeni alanlara yönelmelerine neden olmuştur. Özellikle ülkelerin ekonomi dengeleri açısından önemli olan dış ticaret rekabeti ciddi boyutlara ulaşmıştır. Günümüzde artık firmalar ve ülkeler fark yaratarak pazara egemen olmaya çalışmaktadır. Bu da ancak lojistik gibi destekleyici hizmetler ile mümkün olacaktır.

Lojistik sektörü dünya ekonomisi için olduğu kadar Türkiye ekonomisi içinde önemlidir. Bunun en önemli nedeni de, lojistik sektörünü ilgilendiren kararların ülke ticareti için kritik özellikte olması ve sektörün günümüz Türkiye'sinde iş oluşturma ve büyüme potansiyeli yönünden öne çıkan sektörlerden biri olma konusunda hızla ilerlemesidir. Lojistik sektörü Türkiye'de hizmet sektörü içerisinde turizmden sonra gelen ikinci büyük sektör olma niteliğindedir.

Mal ve hizmet maliyeti içinde sektöre bağlı olarak önemli bir payı olan lojistik sistemlerindeki yüksek verimlilik Türk işletmelerinin ve buna bağlı olarak tüm ülke ekonomisinin rekabet kapasitesini belirleyici önemli bir unsurdur. Lojistikve Türkiye ekonomisi arasındaki diğer önemli bir bağlantıda lojistik iş potansiyelinin ülke ekonomisinin genel gidişinden birebir etkilenmesidir. Ekonominin canlı olduğu dönemde lojistik iş hacmi artmakta diğer taraftan durgunluk olması durumunda lojistik hizmetlere olan talep düşmektedir. Bugün dünyada, mal üretmek kadar onu satabilmek, hatta üretilen emtiayı son alıcıya ulaşıncaya kadar zarar vermeden taşımakta büyük önem taşımaktadır.

Dış ticaret ülkelerin cari işlemler dengesi üzerinde etkili olarak ve ülkelere döviz geliri sağlayarak dünya ekonomisi üzerinde de etkili olmaktadır. Bu sebeple ülkeler dış ticaret politikaları aracılığıyla ekonomilerine yön vermektedirler. Dış ticaret gerek gelir sağlaması gerekse de maliyetleri ile ekonomi açısından son derece önemli olmakta, gelir ve

maliyetlerine ise büyük ölçüde lojistik yön vermektedir.

Sadece dünya dış ticaretindeki etkinlik açısından değil ülke ekonomisinde iç ve dış dengenin sağlanabilmesi için de dış ticaret önemli bir aktör konumunda bulunmaktadır. Dış ticaretin ulaşımı ve dış ticarete yönelik hemen hemen tüm faaliyetleri kapsayan lojistik ise bu döngüde dış ticareti ayakta tutan sektördür. Özellikle 2008 yılı krizi sonrasında ekonomide yaşanan dalgalanmalar lojistik sektörünü önemli derecede etkilemiş, iç pazarda talepte daralma yaşanmıştır. Türk lirasının devalüasyonlar nedeniyle değer kaybetmesi sonucunda ithalatta yavaşlama görülürken iş hacmi ve fiyatlarda büyük düşüşler yaşanmıştır. Kâr oranlarındaki düşüşler var olan yatırım projelerinin ertelenmesi, proje aşamasındakilerin ise iptal edilmesine yol açmıştır.

Lojistik sektörü istihdam yönünden de önem taşımaktadır. Uluslararası taşımacılık ve lojistik sektörünün gelişimine bağlı olarak özel sektörde kurulan firmaların sayısı artmakta ve sektör büyüdükçe istihdam edilen personel sayısı artmaktadır. Ülkelerin bazıları buldukları coğrafi karakteristiklerinden dolayı sadece bir taşıma türüne önem verirken, bazıları ise tüm taşıma türlerinde yeteneklerini geliştirmişlerdir. Bir ülkede hangi taşıma türü gelişmiş ve yoğun olarak kullanılıyorsa o ülkenin istihdam profili de bu yönde yükselmektedir.

Türkiye küresel ekonomiye ve tek pazar hedefine uyum sağlarken diğer ülkeler ile de dış ticaret yapmaktadır. Her geçen gün daha da çok büyüyen ve dünya ekonomisi içerisindeki yeri son derece önemli olan lojistik sektörünün Türkiye ekonomisi ve dış ticareti üzerindeki etkisi de oldukça büyüktür. Öyle ki lojistik sektörünün gelişmesi ve dış ticaret açısından etkin kullanımı ile Türkiye'nin büyük bir ekonomik güç haline gelmesi mümkündür. Diğer ülke ekonomileri ile rekabet edebilmesi ve pazar payını koruyabilmesi ancak dış ticarete yönelik hizmetlerin etkinliği ile mümkün olacaktır. Bu noktada Türkiye önemli bir konumda yer almaktadır. Çünkü dış ticarete yönelik hizmetlerden en önemlisi olan lojistik hizmetine coğrafi olarak oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır. Asya

ve Avrupa arasında bir köprü işlevini görmesi açısından Türkiye, hem dünya dış ticareti hem de lojistik sektörü yönünden büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de dış ticaret ve lojistik sektörü birbiri açısından tamamlayıcı nitelikte yapılara sahiptir.

Türkiye’de lojistik hizmetlerinin gelişiminin dış ticaret üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde lojistik kavramı genel olarak değerlendirilerek ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde dış ticaret ve ekonomik büyümeye yer verilmiştir. Bu bölümde dış ticaretin ekonomi açısından önemi ve dış ticareti etkileyen unsurlar incelenerek ekonomik büyüme ve kalkınmada dış ticaretin rolünden söz edilmiştir. Üçüncü bölümde ise lojistik hizmetlerdeki gelişimin Türkiye’de dış ticaret üzerine etkileri irdelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

LOJİSTİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ

1.LOJİSTİK KAVRAMI

Küreselleşmenin etkisiyle artan ve önem kazanan dış ticaret, günümüzde bilinen haliyle lojistik kavramının bu derece geniş bir alana yayılmasında şüphesiz en büyük etkidir. Siyasi, sosyal, askeri ve kültürel alanda yaşanan değişimler lojistiğin gün geçtikçe gelişmesine neden olmuştur. Teknolojik gelişmelerin de etkisiyle oluşan bilişim ve ulaşım sektörleri lojistik sektörünü önemli miktarda etkilemekte ve giderek gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Gelişen teknoloji, değişen ihtiyaçlar, değişen talep yapısı ve ülkelerin sınırlarını ortadan kaldıran ticaret anlayışı yeni ihtiyaçları ortaya çıkarmıştır. İkinci Dünya Savaşından sonra ticaret şeklinin değişmesi yeni kavramların ticaret hayatına girmesini sağlamıştır. Lojistik kavramı da değişen ticaret anlayışı ile birlikte askeri alandan ticaret alanına geçmiştir.

1960'lı yıllarda Sanayi Devrimi ile birlikte dünyadaki ekonomik konjonktür ve değişen eğilimler lojistik kavramının gelişmesi için uygun bir zemin hazırlamıştır. Özellikle pazarlama yaklaşımının gelişmesiyle, pazarlamanın destekleyen faaliyetlerinden biri olarak ele alınan lojistik kavramı da gündeme gelmeye başlamıştır.

Dünyada küreselleşme ile birlikte lojistiğin önemi de artmıştır. 1970'li yıllarda artan faiz oranları ve enerji maliyetleri, global ekonomiyi ve bir ekonominin damar sistemi olan lojistiği ciddi anlamda sarsmıştır. Birçok uluslararası işletme için çok önemli bir dönem yaşanmıştır. Bu krizle birlikte ülkeler arası rekabet daha da artmıştır. Bu rekabetin yoğunlaşması işletmelerin ürün ve kurum yapılarını rakiplerine göre farklılaştırmalarını da beraberinde getirmiştir. Bu noktada işletmeler hangi sektörde olurlarsa olsunlar maliyetleri azaltmak için lojistiğin ne kadar önemli olduğunu hızla

keşfetmişlerdir (Çancı ve Erdal, 2007: 19).

1970'li yıllarda daha hızlı taşıma, gerektirdiği gibi depolama, ürünlerin ihtiyaç anında hazır bulunması, raf ömürlerini kaybetmemesi, saklanırken korunması, geri dönüşlerin sağlanması gibi lojistik yönetiminin temel esasları ortaya çıkmıştır (Koban ve Keser, 2007: 43).

İşletmeler, küreselleşme arttıkça çok daha fazla ihracat ve ithalat gerçekleştirdikleri için tedarik zincirlerine eğilmek zorunda kalmışlardır. Çünkü tedarik zincirleri daha uzun, daha maliyetli ve daha karmaşık bir hal almaya başlamıştır. Bu nedenle işletmeler küresel rekabeti başarmak için mükemmel bir lojistik yönetimi kurmayı en önemli iş süreci olarak belirlemişlerdir (Baki, 2004: 20).

1970'li yıllarda günümüzün modern lojistik anlayışının temelleri atılmıştır. Bu yıllarda işletmeler lojistik yönetimini ele almış ve lojistik faaliyetlerinin daha az maliyetle daha iyi gerçekleşmesi için çalışmalar yapmıştır. Buna göre daha önce fiziksel tedarik ve fiziksel dağıtım olarak ayrı ayrı ele alınan işletme faaliyetlerinin, aslında ortak faaliyetlerden oluştuğu ve bir arada düşünülmesi gerektiği fark edilmiştir (Orhan, 2003: 17).

Günümüz iş dünyası, savaşın yerini uluslararası rekabetin, erzak ve cephanenin yerini mal, teknoloji ve varlıkların aldığı bir arenaya dönüşmüştür. Başarıya ulaşmak için kullanılan stratejiler ve bunlara uygun etkinliklerin, yani lojistiğin önemi gittikçe artmıştır. Lojistik, 21. yüzyılda amaca ulaşmak için tüm organizasyonu ve kaynaklarını en uyumlu şekilde hareket ettirebilme yeteneği olarak iş dünyasının gündemine girmiştir. Bu çerçevede satın alma, nakliye (*kara, deniz, hava, demiryolu*), gümrük, sigorta, elleçleme (*malzeme aktarımı*), depolama, talep tahmini, envanter yönetimi, lojistik bilgi sistemi, yedek parça desteği, dağıtım, iade işlemleri, üretime malzeme verme, katma değerli işlemler (*etiketleme, fiyat-barkod, paketleme, müşteri taleplerine göre ürün hazırlama vb.*), rota planlaması ve sevkiyat gibi çok çeşitli faaliyetler günümüzde lojistik ile eşanlamlı hale

gelmiştir (Long, 2012: 16)

1.1.LOJİSTİĞİN TANIMI

Lojistik kavramı çok genel olarak, “Bir ürünü kaynağından (*tedarikçiler*), nihai tüketicisine (müşteriler) ulaştırmak için gerekli tüm faaliyetler olarak” tanımlanabilir (Orhan, 2003: 7).

Lojistik, uzun dönemde toplumun genel refah düzeyini arttırmaya yardım amacıyla, mal ve hizmetin menşeyinden müşterisine ulaşmasını planlamak, organize etmek, mal taşınması ve depolamasını yapmak ve bu süreci verimli ve optimal seviyede çalıştırmak (Genç, 2009: 39) olarak da tanımlanabileceği gibi işletmelerin kar maksimizasyonu amacıyla madde ve malzemeleri, parçaları ve tamamlanan mamulleri stratejik bir şekilde depolayan, akışını sağlayan ve kontrol eden; yönetsel sorumluluk dizayn etmeye yarayan bir sistem olarak da tanımlanabilir. (Hacıüstemoğlu ve Şakrak, 2002: 96).

Küresel ticari eğilimler ve teknolojik gelişmeler sonucunda köklüdeğişimlere uğrayan geleneksel taşımacılık ve ulaşım anlayışı günümüzde lojistik kavramı için de ele alınmaktadır. Lojistik, başka bir tanıma göre “bir malın doğru yerde, doğru zamanda, doğru miktarda, en yüksek kalitede, en güvenli bir biçimde ve uygun maliyetlerle bulundurulmasıdır.”(Kaynak: 78)

Günümüzde çoğunlukla taşıma ile lojistik eşanlamli kullanılmasına karşın lojistik, taşımadan çok daha geniş bir alanı içine almaktadır. “Lojistik; hammadde, malzeme, ara malları ve diğer hizmetlerin tedarik edilmesini, stoklanmasını, işletme içindeki hareketini ve üretilmiş olan ürünlerin tüketicilere ulaştırmaları ile söz konusu ürünlerin herhangi bir nedenle geri dönüşleri için gerekli tüm faaliyetleri ifade etmektedir” (Tokayvd., 2011: 3).

Lojistik Yönetim Konseyi'nin (*CLM-The Council of Logistics*

Management) yaptığı tanıma göre lojistik, “tedarik zincirinin bir parçası olarak malların, hizmetlerin ve bunlara ilişkin bilgilerin, başlangıç noktası ile tüketim noktası arasında müşteri gereksinimlerini karşılamak amacıyla, en etkin şekilde ileri ve geri akış ve depolanmasının planlanması, uygulanması ve kontrol edilmesidir” (Dirik, 2012: 5).

Lojistik, çıktıların üretildikleri noktadan tüketiciye kadar olan eyleminin yönetimi olarak ele alınsa da, birçok ürünün yaşam süreci tüketiciye ulaşmasıyla bitmeyeceği için, kullanılmaz duruma geçen ürünlere yönelik olarak işletme için aynı zamanda tersine bir lojistik kanalının da yönetilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, modası geçmiş, hasarlı ya da işlevini kaybetmiş ürünler, onarılmak veya elden çıkarılmak için kaynak noktalarına geri dönmektedirler.

Lojistik, bilginin ve üretim için gerekli olan her türlü hammadde, yarı işlenmiş, işlenmiş ve malzemelerin şirketler ve tüketiciler arasında ulaştırılmasının yönetildiği etkinlikleri kapsamaktadır (Kotler, 2000:540).

Lojistik en genel tanımıyla bir ürünü kaynağından müşterilere ulaştırmak için gerekli tüm etkinlikler olarak da değerlendirilebilir. Bu etkinlikler tedarik zinciri olarak adlandırılan bir akış içinde gerçekleştirilmektedir. Burada tedarik zinciriyle anlatılmak istenen ise tedarikçiler, üreticiler, toptancı ve dağıtımıcılar ile mağaza ve tüketicilerdir (Tunçbilek, 2004: 1).

“Lojistik; bir ürünün ilk üreticiden son tüketiciye kadar olan nakliye, depolama, gümrükleme, ambalajlama, dağıtım gibi tüm süreçlerini ifade eder. Bir başka tanımla lojistik; doğru ürünü, doğru yerde, doğru zamanda, doğru miktarda, doğru şekilde, doğru kalitede, rekabetçi bir fiyatla sağlamaktır” (MÜSİAD, 2013: 15).

Lojistik genelde doğru algılanmadığından dolayı insanların gözünde değişik bir kavram olarak ortaya çıkmakta, anlam olarak bilinmemekte ve genelde taşımacılık ve depolamadan söz edilmektedir. Taşımacılık ve

depoculuk etkinlikleri lojistik zincirinin yalnızca birer halkaları olmaktadır. Lojistik çok daha karmaşık bir yapı, hatta sistemin kendisi olmaktadır. Bu sistemin etkin olarak çalışabilmesi için taşıma ve depo faaliyetleri tek başına yeterli olmamakta, sistem bir bütün olarak ele alınıp uygulanmalıdır (Tunçbilek, 2004: 42).

Genel olarak alınan başka bir tanım ise; malzeme yönetimi ve fiziksel dağıtım etkinliklerini kapsayan bir fonksiyon olarak kabul edilerek, kullanılmış ya da atık maddelerin geri kazanılması da dahil olmak üzere, ikmal maddelerin tedarik zinciri boyunca elde edilmesi, depolanması ve aktarılması işlemlerinin planlanması gerçekleştirilmesine ilişkin tümü şeklinde olmaktadır (Tanyaş, 2003: 18).

Askeri anlamda lojistik, “muharip unsurlara strateji, taktiğine uygun ve gerekli olan ikmal maddeleri ile hizmet desteğini sağlamak için yapılan etkinlikler”, sivil anlamda ise “sevkiyat noktası ile teslim noktaları arasındaki malzeme, bilgi ve hizmetlerin iki yönlü akışı” olarak tanımlanmaktadır (Koban ve Keser, 2007: 8).

Günümüzde modern lojistiğin tanımı ise “eşya ve belgelerin hareketleri” ile sınırlandırılmanın dışına çıkarak, uluslararası ticaretin bir işlevi olarak gelişme göstermiştir. Lojistik, müşteri siparişlerinin alımındanmal bedellerinin tahsiline, gümrük ve transit geçiş belgelerinin hizmet çerçevesinde bütüncülüğüne kadar çok daha geniş bir boyuta varmıştır.

Ticaret sektöründe ise lojistik kavramı daha çok iş odaklıdır. Ticaret sektörüne göre lojistik; müşterilerin gereksinimlerini sağlamak için hammaddenin etkin maliyetle akışı, depolanması, işlenmesi ile tamamlanmış ürün elde edilmesi ve ilgili bilginin kaynak noktasından tüketim noktasına kadar ulaşmasını planlayan, uygulayan ve denetleyen işlemdir. Lojistik, her zaman hazır olma durumu için basit bir destek sistemi yerine, üstün müşteri hizmetlerinin temel alınmasıdır. Lojistik sistemin hızlı tepki verebilmesi, hızlı şekilde ihtiyaca göre oluşabilmesi ve değişkenliğe

uyum sağlayabilecek yaratıcılıkta olması gerekmektedir. (Orhan, 2003: 12).

Lojistik yönetimi ise; eşyanın tedarik noktasından nihai tüketim noktasına kadar tüm bağlantılı hareket ve işlemlerin ara noktalarda depolama faaliyetlerinin verimli, maliyet kazanımlı biçimde yönetimidir.

1.2. LOJİSTİĞİN ÖNEMİ VE KAPSAMI

Lojistik, üretim öncesi aşamalardan müşteriye ürünün teslimi sonrası teknik destek ve atıkların geri dönüşümüne kadar tüm alanlarda üreticiyi ve tüketiciyi etkilemektedir. Bu etki hem tüketici tercihi açısından hem de üreticiye ve tüketiciye yansıyan maliyetler açısından olmaktadır. Bu nedenle lojistik, firmalar ve tüketiciler için büyük önem taşımaktadır.

Lojistiğin firmalar üzerindeki etkisine bakıldığında, ürünün nihai noktaya istenilen standartlar, kalite ve doğru zamanda ulaşmasını sağlayan firmaların lojistik süreçte engellerin en aza indirilmesi sayesinde gelişen ve değişen koşullara uygun çözüm yolları oluşturabildikleri görülmektedir (Koban ve Keser, 2007: 54). Ayrıca firmalar doğru planlanmış lojistik faaliyetler ile maliyet ve zaman yönetiminde etkinliklerini arttırmaktadır. Lojistik maliyetler lojistik alt yapısının kurulmasından, tercih edilecek ulaşım sistemi, kullanılacak enerji maliyeti, lojistik için ayrılan kullanım alanı, lojistik faaliyetler aracılığıyla elde edilen gelir, lojistiğin diğer sektörler üzerindeki etkisi ve benzeri nedenlerle sanayileşmiş ülkelerin gayri safi milli hasılasının çok önemli bir kısmında etkili olmaktadır. (Kayabaşı, 2010: 85). Ayrıca lojistik faaliyetlerin hammadde temininden teslimat sonrası teknik desteğe kadar her aşamasında iş gücü ihtiyacı oldukça büyüktür. Böylece lojistik istihdam yaratıcı etkisi sayesinde de ekonomiye katkı sağlamaktadır.

Lojistik faaliyetlerin önemli olduğu bir başka konu ise çevredir. Lojistik faaliyetlerin birim ürün başına karbondioksit emisyonu, gürültü kirliliği, depolama alanlarının yeri ve benzeri birçok etkisi olmaktadır. Faaliyetlerin çevreye etkilerini ölçmek ve en az düzeyde tutmak için

gerçekleştirilen girişimler yeşil lojistik olarak ifade edilmektedir. (Orhan, 2003: 14). İktisat biliminin de konusu olan kıt kaynaklarla insan ihtiyaçlarının tatmini ancak kaynaklara zarar verilmemesi ve kaynakların korunması ile mümkündür. Lojistiğin bu konudaki katkısı ise yeşil lojistik sayesinde olmaktadır.

Lojistiği sadece yük taşımacılığı olarak tanımlamak doğru olmayacaktır. Lojistik hammadde temininden, ürünün tesliminden sonra teknik müşteri desteğine kadar birçok faaliyeti içermektedir.

Lojistiğin kapsadığı faaliyetler aşağıda kısaca anlatılmıştır:(Çancı ve Erdal, 2003: ss.35-36);

Pazar stratejisi; hangi pazarlara nasıl ve ne zaman girileceği konularını içermektedir.

Üretim planlaması; kapasite yönetimi, imalat programının oluşumu, kontrolü ve desteklenmesini ifade etmektedir.

Satın alma; işletmenin ihtiyaç duyduğu hammadde ya da ürün vearaçların tedarikçiler vasıtasıyla teminini ifade etmektedir.

Envanter yönetimi ise; envanterin denetlenmesi, kullanıma imkân verecek stok seviyelerinin sürdürülmesi, kayıp ve zarar yönetimini içermektedir.

Depolama; ürünlerin belirli bir süre için belirli bir yerde alıcıya gönderilmek amacıyla korunmasıdır.

Dağıtım ise üretimi tamamlanmış ürünlerin alıcılara ulaştırılması şeklinde açıklanmaktadır.

Malzeme elleçlenmesi; ürünün yer değiştirmesi, bakımı, niteliklerinde değişiklik yapılmadan tamiri anlamına gelmektedir.

Müşteri hizmetleri; sipariş yönetimi ve satış sonrası destek

faaliyetlerini içermektedir.

Sigorta ise, söz konusu eşya, taşıma aracı ve sürücüsünün sigorta ile koruma altına alınmasını ifade etmektedir.

Lojistik sistem, bütün olarak lojistik süreç içerisinde ele alındığında, katma değer yaratan mal akışı ve ihtiyaçlara ilişkin bilgi akışı yaratarak ekonomide önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Geçmişten günümüze kadar ekonomik yaşamda oluşan değişimler, lojistik sistemin ekonomiye olan katkısını önemli ölçüde arttırmıştır. Artan tüketici refahı ve dolayısıyla tüketici beklentilerindeki artış ulusal ve uluslararası pazarlardaki mal ve hizmetlerin artmasına yol açmıştır. (Long, 2012: 34)

Birçok yeni ürün ve hizmet, dünyanın çeşitli yerlerindeki tüketicilere sunulmuş, satılmış ve dağıtılmıştır. İşletmeler, giderek genişleyen pazarların ve hızla artan yeni ürün ve servislerin ortaya çıkardığı bu yeni durumun üstesinden gelmek için daha büyük ve daha karmaşık bir yapı kazanmışlardır. Ürünlerin tek bir kuruluştaki üretimini, montajını, paketlenmesini yaptırdığı sistemin yerini üretimin her bir aşamasının farklı tesislerde hatta farklı ülkelerde yapıldığı yeni bir sistem almıştır (Baki, 2004: 23-24). Bu durum; amacı, firmanın varlığını sürdürebilmesi açısından organizasyonu kalite, fiyat, zaman ve hizmet gibi hayati pazar değişkenlerine karşı dayanıklı hale getirmek olan lojistik sistemin öneminin artmasına neden olmuştur.

Sonuç olarak, küreselleşmeye bağlı olarak farklılaşan ve çeşitlenen ürün ve hizmet ihtiyacı ile talebin piyasanın değişen görünümü, rekabet stratejilerinin çekirdek ögesi olarak üretim sisteminin yanı sıra lojistik olgusunu da yönetir konuma gelmiştir.

Lojistik penceresinden bakıldığında, lojistik algılamanın artık sadece dağıtım yönetimi şeklinde olmaması önemli bir gelişmedir. “Bugün gelinen noktada işletmeler artık lojistik faaliyetleri; işleri tamamlayan ve değer yaratan bir süreç olarak görmeye başlamışlardır.” (Koban ve Keser, 2007:

43)

1.3. ÜRETİM ÖNCESİ LOJİSTİK

Genel olarak bakıldığında lojistik faaliyetleri iki farklı aşamada gerçekleştirilmektedir. Temel olarak iki ana başlık altında toplanan bu faaliyetler, ikisi de birbirine bağlı olan, giriş ve çıkış lojistik hizmetlerini tanımlarlar. Bunlardan birincisi lojistik olarak isimlendirilen, giriş lojistiği etrafında hammaddelerin tedarikçiden toplanmasını, depolanmasını ve üretimini tedarik zinciri yönetimi çerçevesinde düzenleyen faaliyettir.

Lojistik yönetimi ile özdeş olan *tedarik zinciri* kavramını Lee ve Billington, “malzemelerin tedarik edilmesi, tedarik edilen malzemelerin yarı mamul veya son ürünlere dönüştürülmesi ve son ürünlerin müşterilere dağıtım fonksiyonlarını yerine getiren tedarikçiler, fabrikalar, depolar, dağıtım merkezleri ve perakendeciler ağıdır” şeklinde tanımlamıştır. Üretim öncesi lojistik süreci, imalat konusunda çalışan işletmelerin lojistik faaliyetleri; hammadde, yarı mamul ve hazır parçaların üretim ortamına taşınması işlemlerinin takip edildiği bir süreçtir (Çancı ve Erdal, 2003: 44-45).

Üretim öncesi lojistik, fiziksel tedarik olarak da adlandırılmaktadır.

Giriş lojistiğinin temel felsefesini; işletmelere hammadde, yarı mamul gibi üretim için gerekli olan unsurları sağlayan tedarikçi işletmeler ile bu ürün ya da hizmetleri kendi içerisinde işleyip tüketiciler için faydalı mal ve hizmetler üreten firmalar arasında bir uyumun sağlanması oluşturmaktadır.

“Üretim öncesi lojistik; işletmenin üretmiş ve satmış olduğu mal ve hizmetlerde kullandığı ilk madde ve malzemelerin satın alınması ve depolanması faaliyetlerini kapsar” (Gümüş, 2009: 105).

Giriş lojistiğindeki temel amaç ise, gerek tedarikçi firmanın ve gerekse üretici firmanın her yaptıkları alışverişten ayrı ayrı kendi kar

paylarını maksimum yapmak değil karşılıklı olarak her iki tarafında yarar elde etmesini sağlamaktır.

Üretim öncesi lojistik süreci, imalat konusunda çalışan işletmelerin lojistik faaliyetleri; hammadde, yan mamul ve hazır parçaların üretim ortamına taşınması işlemlerinin takip edildiği bir süreçtir. (Erdal ve Çancı, 2003: 24).

Kısaca ifade etmek gerekirse bu süreç tamamen üretim öncesi gerçekleştirilen ve kaynakların üretim hattına taşınmasına hizmet eden bir süreçtir. Üretim öncesi lojistik, lojistik süreç içerisinde hammaddelerin firma adına daha ucuz bir şekilde temin edilerek üretim hattına kadar getirilmesini sağlar.

Bu tamamen üretim öncesi gerçekleştirilen ve kaynakların üretim hattına taşınmasına hizmeteden bir süreçtir.

Temel esası; tedarik piyasaları ve üretim arasında bağlantıyı kurmak ve burada bir köprü görevi görmektir. Değer artışı yönü ile işletme içindeki katma değerlerin ilk basamağıdır denilebilir. Üretim öncesi lojistik sürecinin doğru planlanmasının işletmelere önemli maliyet üstünlüğü sağladığı göz ardı edilmemelidir.

1.4. ÜRETİM SONRASI LOJİSTİK

Lojistik kelimesi kullanıldığında akla ilk gelen hizmet üretim sonrası (outband) çıkış lojistiğidir.

“Üretim sonrası lojistik faaliyetleri; üretimi tamamlanmış mal ve hizmetlerin müşterilere dağıtım faaliyetlerini kapsar” (Gümüş, 2009: 105).

Çıkış lojistiği sürecinde üretim işlemi tamamlanmış olup üretilen malların pazara ve müşterilere ulaştırılması temin edilmektedir.

Üretim sonrası lojistik faaliyetlerin büyük bir bölümünü fiziksel dağıtım hizmetleri oluşturmaktadır. Fiziksel dağıtım malın uygun fiyatlarla

rekabet edilebilir şartlarda müşterilerle buluşturulmasını sağlar.

Fiziksel dağıtım hizmetiyle öne çıkan çıkış lojistiğinin temel aşamaları üretim hattından sonra malın satış noktasına hatta nihai müşteriye kadar olan süreç arasında gerçekleştirilen depolama ve nakliye gibi hizmetleri içine alır. Bu süreç içerisinde stok yönetiminden malın müşteriye ulaşmasına kadar olan faaliyetlerin çift taraflı bilgilendirilme yolu ile kontrol altında tutulmasına, böylece de müşteriye en uygun şartlar altında ulaştırılmasına imkân tanınmaktadır (Genç, 2009: 56-57).

Bu faaliyetler birinci operasyon olan bilgi akışı ile ilgilidir. Operasyonun bütün aşamaları taraflar arasında sağlanan bilgi akışı ile kontrol altında tutulur. Diğeri ise fiziksel akışı sağlayan operasyondur. (Gülen, 2010: 78). Bu operasyonla üretim hattının hemen bitiminde ürünün paketlenmesi ve etiketlenmesiyle başlayan, ardından depolanması ile devam eden, ardından verilen siparişlerin hazırlanmasını sağlayan ki, bu aşamada zamanlama oldukça önemlidir, müşteri isteklerine yönelik bazı hizmetlerin yapılması ve son olarak bazı durumlarda müşterilere yönelik paketlerin açılması ve malların raflara yerleştirilmesi gibi dağıtım sonrası bazı hizmetlerin de verilmesi amaçlanır (Erdal ve Çancı, 2003: 36).

Fiziksel dağıtım malın uygun fiyatlarla rekabet edebilir koşullarda müşterilerle buluşmasını sağlar. Fiziksel dağıtım, çoğu kez taşıma ile eşanlı görülmektedir. Bu anlamda fiziksel dağıtım, bitmiş malların üreticiden tüketiciye ve hammaddelerin tedarik kaynaklarından üreticiye doğru akışını kapsamaktadır.

Taşıma işleminde üç temel aşama olduğu görülmektedir (Porter, 2000: 63-64). İlk olarak ürünün nakliye noktasına hareketi görülmektedir. Bu da toplu bir şekilde yapılacak nakliyenin avantajlarından faydalanmak üzere ürünün trene, kamyonu kadar olan hareketini içerir. Buna nakliye öncesi operasyon da denilebilir. İkincisi transfer noktasındaki hizmetlerdir. Burada sipariş hazırlama veya ürün üzerinde kısmi değişim yapılması, ambalajlama vb. hususlardan söz edilebilir. Üçüncüsü ise, ürünün nihai

müşteriye ulaşmasıdır. Bu durum da nakliye sonrası faaliyet olarak ele alınabilir.

Bu faaliyet içinde ürünler daha küçük taşıyıcılarla son kullanıcıyla buluşacakları satış noktalarına ulaştırılırlar. Taşıma, fiziksel dağıtım işlemlerinden sadece birisidir. Fiziksel dağıtım, taşımanın yanı sıra; yükleme boşaltma, depolama, stok denetimi, koruyucu ambalajlama gibi türlü alt fonksiyon ya da işlevlerden oluşan bir bütünü oluşturmaktadır (Sabuncu, 2009: 72).

Bu süreç içinde tedarik zincirinin en önemli ayaklarından birisi de depolamadır. Bu konu, yani depolama ve depo yönetimi ayrı bir uzmanlık alanı olarak gelişme göstermiş ve lojistik faaliyetlerin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Lojistik faaliyetlerinin zamanında ve sağlıklı bir şekilde gerçekleştirilmesinde malın niteliği ve niceliğine göre güvenli bir şekilde bir araya getirilmesi, depolanması ve bilgisayar desteği ile kayıt altına alınması gerekmektedir. Lojistik işletmelerinin depolama hizmetlerini vermesiyle birlikte ticari işletmelerin stok, döküm maliyetlerinin düşürülmesi ve zamanında malların hedef pazara sunulması dikkate alınması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.LOJİSTİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Lojistik ile ilgili temel kavramlar bu bölümde malzeme yönetimi, fiziksel dağıtım, tedarik zinciri yönetimi ve geri dönüş lojistiği olarak değerlendirilecektir.

2.1.MALZEME YÖNETİMİ VE LOJİSTİK

Malzemenin örgüt için anlamının çok yüksek olduğu açıktır. Özellikle, teknolojik gelişmelerin malzeme yönetimine daha da fazla önem kazandırmaktadır. Öyle ki “parasal ve maddesel olanakların bol olduğu

durumlarda bile ikmal sisteminin planlanması, uygulanması, denetimi yetersiz olursa hizmetin sağlanmasındaki aksaklıklar yine de artabilmektedir” (Karalar, 2004: 58).

“İşletmeler de hizmetlerin aksamadan yürütülmesi, öncelikle gerekli olan malzemelerin istenilen yer ve zamanda istenilen miktarda ve nitelikte hazır bulundurulmasına bağlıdır” (Baki, 2004: 46). Bu ise, ancak etkin bir malzeme yönetimi ile mümkündür.

Malzeme yönetimi, bir işletmenin malzeme hizmetlerinin en uygun zaman, yer, yöntem ve imkânlarla planlanması, uygulanması ve kontrolü sürecidir. Literatürde “lojistik” teriminin çoğu kez “malzeme yönetimi” ile eşanlamlı kullanıldığı görülmektedir. Malzeme kodlandırma sistemi, ikmal denetimi, stok denetimi konuları malzeme yönetiminin önemli alt bölümleri sayılmaktadır” (Acar, 2001: 31).

Malzeme yönetimi malzemelerin asıl kullanımından önce tüm malzeme aktivitelerini daha verimli planlama, koordinasyon ve kontrolünü sağlayan örgütsel bir kavramdır. Malzeme yönetiminin faaliyet alanı geniştir. Planlama aktivitelerini ve malzeme gereksinimlerini, satın almayı, gerekli malzemeleri ve kaynakları elde etmeyi, malzemeleri organizasyona sunmada ve durumlarını geçerli aktifler olarak maddeleştirmeyi ve kullanılmış madde ihtiyaçlarını karşılamak için malları doğru zamanda ve doğru yerde sağlamayı içerir. Sorumlulukları malzeme ihtiyaçlarının planlanmasıyla başlar ve ancak malzemeler başarılı bir şekilde kullanıldığında sona erer (Genç, 2009: 64).

Malzeme yönetiminin başarısı, satın almanın gerçekleştirilmesinde alternatif satış kaynaklarını bulmak değerlendirmek, geliştirmek, bunların sağlayacakları katkılarının tespitini doğru olarak yapmak ve aralarından en uygun satıcıyı seçme becerisine dayanır. Bir işletmenin iş yaşamındaki itibarı büyük oranda tedarikçilerle olan ilişkileri ile belirlenir. Tedarikçileri ile iyi ilişkileri olan bir işletme müşteri açısından daha caziptir. (Acar, 2001: 33)

Tedarikçiler ürün geliştirme ve kalite araştırmaları ile müşterileri tatmin edecek ürün ve malzemelerin üretilmesi yoluyla işletmenin başarısında yardımcı olur.

2.2.FİZİKSEL DAĞITIM VE LOJİSTİK

Fiziksel dağıtım, üretim, pazarlama ve müşteriler arasında ve faaliyetlerin başarısı üzerinde etkili rol oynayan bir bağlantı noktasıdır. Lojistik yönetiminde bu bağlantıyı sağlayan bir süreç olduğundan, fiziksel dağıtım fonksiyonu işletmelerin rekabet avantajı sağlamada kullandıkları etkin bir araç olmaktadır (Görçün, 2010: 22).

Fiziksel dağıtım; çeşitli faaliyetlerle ürünlerin hazır duruma getirildikleri noktalardan alıcılar veya tüketicilere, işletmenin hedef aldığı pazarlara, işletmenin sahip olduğu amaç ve politikalara uygun bir biçimde ulaştırılmasını sağlayan; taşıma, depolama ve bilgi işleme faaliyetlerinden oluşan bir sistemdir (Kaya, 1976: 9). Daha genel bir tanımlamayla fiziksel dağıtım; hammadde, yarı mamul ve mamullerin, üretim noktasından tüketim noktasına kadar ulaştırılmasının etkili bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak üzere planlama, uygulama ve kontrol faaliyetlerinin bütünleştirilmesidir.

Fiziksel dağıtım, ürünlerin ilişkili noktalar arasında fiziksel olarak hareket ettirilmesine ilişkin yapılan tüm işlemlerdir ve zaman ve yer faydası yaratmaya yönelik olarak; mamulün depolanması, sınıflandırılması, nakledilmesi, ambalajlanması, depo yeri seçimi, müşteri hizmetleri gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Aşıcı ve Tek, 1985: 19-20). “Ürünlerin müşterilere ve nihai tüketicilere ulaştırılması anlamına gelen dağıtım lojistiği, müşterilere yani son kullanıcılara doğru eşyaların, doğru miktarda, doğru zamanda, doğru yerde, istenilen kalite ve uygun maliyetle teslimini amaçlamaktadır.

Dağıtım işlevinin temelini oluşturan eşyaların teslimatı çeşitli şekillerde olmaktadır: (MEB, 2011: 28).

- Üretim sürecinin hemen ardından,
- Üretim yeri veya tüketim noktası yakınındaki dağıtım merkezinden,
- Lojistik hizmet sağlayıcıları tarafından işletilen dağıtım depolarından gerçekleştirilmektedir.

Lojistik faaliyetlerin düzeyini, ürün ve hizmetleri tüketicilerin arzu ettiği yer ve koşullarda, işletmeye rekabet avantajı ve kârlılık sağlamak, fiziksel dağıtıma ilişkin faaliyetlerin temel amacını oluşturmaktadır. Fiziksel dağıtımın yararları şöyle sıralanabilir (Tek, 1999: 642-643):

- Fiziksel dağıtımda işletmelerde kurulan iyi bir stok yönetimi sayesinde müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verilerek satışların artması sağlanmaktadır.
- Fiziksel dağıtım sistemiyle uzak pazarlara ulaşma imkanı sağlanarak rekabet avantajı elde edilmektedir.
- Fiziksel dağıtımla faaliyetler sistemli hale getirilerek, depo sayısının azaltılması, daha az stok miktarının bulunması, etkin yöntem ve tekniklerle yükleme sağlanması, taşıma, ulaştırma faaliyetlerine ilişkin maliyetler azaltılabilmektedir.
- Üretimle tüketim arasındaki yer ve zaman farkı bakımından ortaya çıkacak uyumsuzluklar ortadan kaldırılır.
- Etkin bir fiziksel dağıtım sistem ile pazarın her yerine ulaşma imkanı ile oluşabilecek gereksiz fiyat artışları önlenir.

Tüm bunlardan hareketle, üretim sonrası lojistik faaliyetlerin büyük bir bölümünün fiziksel dağıtım hizmetlerinin oluşturduğu söylenebilir. Fiziksel dağıtım malın uygun fiyatlarla rekabet edilebilir şartlarda müşterilerle buluşturulmasını sağlar. Fiziksel dağıtım hizmetiyle öne çıkan çıkış lojistiğinin temel aşamaları üretim hattından sonra malın satış

noktasına hatta nihai müşteriye kadar olan süreç arasında gerçekleştirilen depolama ve nakliye gibi hizmetleri içine alır.

2.3.TEDARİK ZİNCİRİ VE YÖNETİM

Tedarik zinciri yönetiminden bahsetmeden önce, kısaca tedarik zinciri kavramına yer vermek gerekir. Tedarik Zinciri; mal ve hizmetlerin tedarik aşamasından, üretimine ve nihai tüketiciye ulaşmasına kadar birbirini izleyen tüm halkaları kapsar. Hammadde, yarı mamul ve hazır ürünlerin üretim ortamına taşınmasından kurum içi taşımalara, üretim süreci sonunda çıkış ambarından dağıtım kanallarına ve müşterilere kadar uzanan zincirin tamamını kapsayan lojistik hizmetlerin yönetimi ve planlamasıdır. (Alkan ve Erdal, 2007: 384)

İş süreçleri açısından bakıldığında tedarik zinciri; satış süreci, üretim, envanter yönetimi, malzeme temini, dağıtım, tedarik, satış tahmini ve müşteri hizmetleri gibi pek çok alanı kapsamaktadır. (Şen, 2006: 9)

Küreselleşen ekonomi ve artan rekabet satılan ürünün niteliği dışında ürünü satan firmanın müşteriye sunduğu hizmetlerin de önemli hale gelmesine sebep olmuştur. Firmalar müşteri memnuniyeti sağlamak ve pazar paylarını koruyabilmek için üretim ve ürün ile ilgili hizmet veren faaliyetlere yönelmiştir. Bunlardan en önemlisi tedarik zinciri yönetimidir (Koban ve Keser, 2007: 67).

Tedarik zinciri, hammadde tedarikinden depolama, stok kontrolü ve siparişlerin yönetimi, dağıtımını, ürünün müşteriye ulaştırılması faaliyetleri ve bu faaliyetlerin takibi için bilgi akışını sağlayan sistemlerden oluşmaktadır. Tedarik zinciri faaliyetleri genellikle tedarik lojistiği olarak da ifade edilmektedir (Özceylan, Bülbül ve Güleş, 2010: 107).

Tedarik lojistiği her aşamada oluşabilecek olumsuzlukların önüne geçilmesinde ve oluşan olumsuzlukların giderilmesinde üretici firmalara destek sağlayan en önemli lojistik faaliyetler arasında yer almaktadır. Tedarik zinciri yönetimi ise; tedarikçi, üretici, toptancı, bayi, müşteri

ilişkileri ile bilgi ve para akışını düzenlemek, kontrol etmek ve yönetmektir (Akman ve Alkan, 2006: 25).

Tedarik zinciri yönetimi kısaca üretim ve tüketim faaliyetlerini gerçekleştiren birey ya da firmalar arasında bilgi ve malzeme akışını sağlayan köprü görevini üstlenmektedir. Günümüzde etkin tedarik zinciri yönetimi ancak işletmenin iç ve dış bağlantılarının entegrasyonu ile mümkün olmaktadır ve tüm tedarik zinciri unsurları arasında tedarikçi, tedarik zinciri yönetiminin başarısı için gerekli olan temel bileşeni oluşturmaktadır (Akman ve Alkan, 2006: 25).

Tedarikçinin performansı tedarik zincirinin başarısını etkilerken aynı zamanda firmaların üretim ve ulaştırma maliyetleri üzerinde etkili olarak firmaların mali yapısı ile rekabet edebilirliklerini de etkilemektedir.

Tedarik zinciri yönetimi; ürün, bilgi, ve hizmet akışının, başlangıç noktasından tüketildiği son noktaya ulaşmaya kadar tedarik zinciri içerisindeki hareketliliğin etkin ve verimli şekilde planlanması, depolanması ve taşınması hizmetidir. Tedarik zinciri yönetimi, hammaddenin elde edilmesinden, üretilen ürünün son kullanıcıya ulaştırılmasına kadar olan süreç içerisinde üretim ve tedarik proseslerinin her bir elemanının birleştirilmesidir. (Bedel, 2007: 2-4)

İki tür tedarik zinciri biçimi bulunmaktadır. Basit bir tedarik zincirinde her tedarikçi bağımlıdır ve bir ya da daha fazla bileşeni sadece zincirin bir üst sırasındaki tedarikçi ya da montaj tesisi için sağlamaktadır. Karmaşık bir tedarik zincirinde ise en az bir tedarikçi, bir ya da daha fazla bileşeni iki ya da daha fazla üst sıradaki tedarikçilere ya da montaj tesislerine sağlamaktadır (Vergara, Khouja and Michalewicz, 2002: 407-408).

Tedarik zinciri yönetimi stratejik seviye, taktik seviye ve operasyonel seviye olmak üzere üç seviyeden oluşmaktadır. Stratejik seviye, aylık talep tahminlerinin yapılması, kurumsal dağıtımın planlanması, kurumsal üretim

planlaması ve kurumsal malzeme planlaması, taktik seviyede, haftalık tahminler, ana üretimin çizelgelenmesi, malzeme ihtiyaç planlaması, dağıtım ihtiyaçları planlaması, operasyonel seviyede ise siparişler, envanter dağıtımı, proses seviyesinde çizelgeleme, malzemenin serbest bırakılması faaliyetleri yer almaktadır (Özyörük, 2008: 66-67).

Her seviyede farklı işlemler yer almaktadır ancak her bir seviye kendinden önceki ya da sonraki seviyenin tamamlayıcısı niteliğindedir ve birinde meydana gelebilecek herhangi bir olumsuzluk tedarik zincirinin tamamını etkileyebilmektedir.

Lojistiğin bilinen amacı doğru ürünleri doğru miktarlarda (doğru yerde) doğru zamanda ve en az maliyetle mevcut bulundurmadır. Tedarik zinciri yönetimi kapsamındaki dört temel alan, bu amacı temsil etmektedir. İşletmeler tedarik zincirleri boyunca süreçlerin bütünleştirilmesi ve temel satıcı ve müşterileriyle ortaklıklar meydana getirerek yeterli artı değeri olmayan fonksiyonları elemekte ve nihai müşterileri üzerindeki odaklanmalarını arttırmaktadır.

Bu şekildeki bir tedarik zinciri yönetimi lojistiği bir zorunluluktan çok, işletmenin başarısı için stratejik bir yönetici sorumluluğu haline getirmiştir (Çizmeci, 2002: 42).

Lojistik yönetimiyle; hammaddelerin temini veya bitirilen ürünlerin tüketiciye ulaştırılması, küresel işletme ve yönetim stratejisi benimsetilmesi, anında ve zamanında bilgi paylaşımı ile toplam tedarik zincirinin görülebilir oluşu, tedarik zinciri organizasyonunun, yüksek performans sağlayacak takımlar halinde yeniden organizasyon oluşturulması sağlanabilmekte ve tedarik zinciri sayesinde bilişim sistemi oluşturulması ile maliyet ve ölçüm standartlarına ulaşabilmektedir (Genç, 2009: 42-43).

Tedarik zinciri yönetiminde en önemli amaç; stokların tüm lojistik yönetiminde minimuma indirilmesidir. Üretim için tam zamanında teslimat hem işletme hem de müşteriler açısından çok önemlidir. Teslimat süresinin

uzaması, depolama süresinin uzaması, maliyetlerin artması ve müşterinin ödeyeceği fiyat artışı sonucunu doğurur. Tedarik zinciri yönetimi, lojistik zincirindeki tarafların yakın bir çalışma koordinasyonu ile bütün döngünün optimizasyonunu sağlar. Böylece, üretimde etkili olan bütün işletmeleri içine alan bir kaynak planlaması ile son müşterinin gerçek veya tahmini ihtiyaçları karşılanır. Stokların azaltılması, atıl kapasitenin azaltılması, siparişlerin yerine getirilme sürecinin kısaltılması ve teslimat güvenilirliğinin yükseltilmesi lojistik yönetimde ortaya çıkan önemli sonuçlardandır (Kağnıcıoğlu, 2007: 14-15).

Lojistik yönetimin optimizasyonu piyasa payını ve kârlılığı yükseltmek isteyen işletmelerde çok önemli bir temeldir. Tedarik zinciri yönetimiyle, şirket içi, şirket dışı ve şirketler arası, minimum stok düzeyiyle, bütün katılanların arasında anında bilgi akışının ve şeffaf bir lojistik zincirinin oluşturulması, hızlı ve stratejik planlama ve uygulama, kapasitelerden en iyi şekilde yararlanma olanakları sağlanmaktadır.

Günümüzün rekabet koşulları, üretici firmalardaki organizasyonel bilgi akışının ve tedarikçilerden üretim ve teslimata kadar malzeme akışınındaha iyi, güvenilir ve düşük maliyetli olmasını gerektirmektedir. İşletmelerde ayrı bir fonksiyon olarak tanımlanan lojistiğin temel rolü; tedarik zincirinde bir noktadan, başka bir noktaya malzeme hareketinde ortaya çıkmaktadır.

İşletmeler, müşteri ihtiyaçları ve üretim kapasiteleri ile ilgili gerçek zamanlı bilgi çerçevesinde organize olmak durumundadırlar. Müşteri ihtiyaçlarına cevap verecek gerçek zamanlı bilginin en kuvvetli ve temel kaynağı “lojistik” olmaktadır (Çelikçapa, 1998: 67).

İşletmeler hızla değişen, esnek müşteri taleplerini karşılamak için, kendi iç kaynaklarını hızlı bir şekilde kullanma yeteneği yanında, tedarikçi, satıcı, alıcı ve müşterileri kapsayan tüm kaynaklara hızla erişebilme yeteneğine sahip olmalıdır. Bu durumda bilgi alışverişi hem organizasyon sınırları içinde hem de üretim ve tüketime katılan tüm kaynaklar içinde hızlı

bir şekilde yapılmaktadır. (Acar, 2001: 72)

Yaygın bir bilgi akışı, aynı zamanda yeni lojistik sistemler ve bilgi tabanlı araçlar geliştirmek için yeni fırsatlar sağlamaktadır. Bu noktada tedarik zincirindeki bilgileri bir araya getirmede, bilgi ve malzeme akış yönetimi için daha etkili araçlar geliştirmede lojistik yönetimin etkisi ortaya çıkmaktadır.

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri rekabet koşulları, yeni girilen pazarlar ve bu pazarlardaki düzenlemeler hakkında bilgi birikimi ve uygun altyapı bulunmaması işletmelerin lojistik şirketlerine yönelmesine neden olmuştur.

Toplam maliyetleri azaltma, lojistik yönetimi içerisindeki stok miktarlarını düşürme, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına doğru zamanda, doğru maliyetle, doğru kalitede ve en hızlı şekilde cevap verebilme gerekliliği işletmeleri tedarik zinciri organizasyonuna yöneltmektedir. Tedarik zinciri yönetimi, asıl faaliyetlerde yoğunlaşma imkanı, yapılan anlaşmalarda hizmetin şekli ve niteliği tanımlanabilir oluşu, olası gecikmelerin önlenmesi, müşteri memnuniyetinde artış sağlanması, coğrafi esneklik ve yeni pazarlara girebilme imkanının sağlanması, lojistik faaliyetler için altyapı oluşturulması avantajlarını beraberinde getirmektedir (Çizmeci, 2002: 35-36).

2.4.TERSİNE LOJİSTİK

Tersine lojistik sırasıyla, kullanım ömrü tamamlanmış ürünlerin geri kazandırılması için müşterilerden toplanması, toplanan ürünlerin kaliteleri ile izleyecekleri rotalara göre sınıflandırılması, çalışır durumda olmayan ürünlerin yenileriyle değiştirilmesi ya da teknolojik yenilikler ilave edilerek tamir edilmesi, geri dönüşümü, ürünlerin tekrar kullanıma kazandırılması ve geri kazanılan ürünlerin ileri akışa dahil edilmesi faaliyetlerini kapsamaktadır.

Ayrıca tersine lojistik sayesinde ürünlerin tekrar kullanıma

kazandırılması sağlanmaktadır. Ürünlerin ya da atıkların tekrar kullanıma kazandırılması ile maliyet ve zaman kaybı, yanlış şekilde imha edilen ürün ya da atıkların çevreye zarar vermesi ve gereksiz kaynak kullanımı önlenmektedir (Karaçay, 2001: 318).

Kurtarma ve imha etmenin yanı sıra, dönen malların kullanımı, önemli bir lojistik bileşen olan, ters lojistik olarak adlandırılan büyük bir sürecin parçasıdır. Alıcılar ürünleri ürün hatasından dolayı, kullanım süresinin dolmasından ötürü, nakliye hataları, değiştirme ve diğer sebeplerden dolayı satıcılara geri gönderebilirler. Geri dönen mallar tek yönlü bir cadde üzerinde yanlış yöne gitmeye benzetilebilir, çünkü ürünlerin sevkiyat akışının büyük bölümü tek bir yöndedir. Çoğu lojistik sistemleri ters bir kanal üzerinde ürün hareketini idare etmek için kötü donatılmıştır (Taşkın ve Durmaz, 2012: 58-59).

Bu kavram literatürde farklı şekillerde ele alınmaktadır. 1980'li yıllarda, "ürünün son müşteriden üreticiye, hizmet sağlayıcıya doğru hareketi" olarak görülmüş, taşıdığı anlamın sınırları ise bu şekilde çizilmiştir. Sonraki yıllarda lojistik hizmetlerde görülen gelişmelerle kavram daha geniş bir hizmet alanını ifade edecek şekilde kullanılmıştır; "ürün dönüşleri, kaynak azatımı, materyallerin yeniden kullanımı, atıkların yok edilmesi ve yakılması, tamir ve yeniden üretimde lojistik'in rolü" olarak tanımlanmıştır.

Tersine lojistik akışları ileri akışlardan çok farklıdır. Bir tersine lojistik akışı daha az görünürle birlikte, daha fazla reaktiftir. Firmaların tersine lojistik faaliyetini firmanın bir bölümü üzerinde karar verme veya planlamanın bir sonucu olarak genellikle kabul etmezler, ancak akış yönündeki kanal üyeleri veya tüketiciler tarafından yapılan eylemlere cevap verirler (Keskin, 2008: 62).

Tersine lojistik temel olarak, işletmelere aşağıdaki yararları sağladığı için önemlidir (Nakıboğlu, 2007: 185):

Değer Geri Kazanımı:

İlk üretimi esnasında katma değer katılmış ürün, malzeme ve parçada olan ve ürünün yeniden değerlendirilmemesi durumunda yok olacak değerın tekrar kazanılması.

Kar Maksimizasyonu:

Ürün geri kazanımı ile hammadde, işçilik, enerji vb. maliyetlerin azaltımı sayesinde.

Çevresel Yükümlülüklerin Yerine Getirilmesi:

Atık geri dönüşümü, zararlı madde yönetimi vb. biçimlerde.

Müşteri İlişkileri Yönetiminde Gelişme:

Satış sonrası hizmette iyileşme, müşteriye geri alım garantisi verebilme vb. girişimlerle müşteri ilişkilerini geliştirme.

3.LOJİSTİK YÖNETİMİ

İşletmelerin zorlaşan rekabet şartlarına uyum sağlaması için etkili politikalar geliştirmeleri gerekmektedir. Rakiplerinin durumlarını iyi analiz edip kendi şartlarını, pazardaki durumlarını kontrol altında tutmak zorundadırlar. İşletmenin amaçlarından olan karlılık, süreklilik ve büyüme için gerekli olan rekabet şartlarının doğru değerlendirilmesi gerekir. İşletmeler müşterilerine yüksek kaliteli, uygun fiyatlı malları; doğru yerde, doğru zamanda sunmalıdırlar (Taşkın ve Durmaz, 2012: 32).

İşte bu noktada başarılı bir lojistik yönetiminin önemi ortaya çıkmaktadır. Etkin bir lojistik yönetimi, firmaların hammadde tedarikinden, hammaddenin işlenip müşteriye ulaştırılması aşamasına kadar devam eder. Müşteriye ulaştıktan sonra ise oluşan tepkilerin tekrar işletmeye bildirilmesi gerekir.

Dünya ekonomisi üzerinde rekabet koşullarının değişimi,

müşterilerin tüketim anlayışının değişimi, tüketicilerin ürün ve hizmetlerde, kalite, maliyet, hız, zaman faktörlerini aramaları, işletmelerin bu doğrultuda ürün odaklı olmaktan ziyade müşteri odaklı ve müşteri odaklılıkla hareket etmelerini ve üretimin başlangıç noktasından, tüketiciye ulaşmada son noktaya kadar lojistik faaliyetlerini önem vermelerini gerektirmiştir.

Günümüzde artık, işletmelerin kilit noktası durumuna gelen lojistik faaliyetlerinin yönetimi, küreselleşmenin getirdiği yeni teknolojiler ve değişim hızı nedeniyle giderek daha da fazla önem kazanmakta ve şirketlerin başlıca rekabet üstünlüğü olarak nitelendirilmektedir.

Lojistik yönetimi, etkili ve verimli bir akış içinde malzemelerin depolanmasında, servislerin ve ilgili bilgilerin kaynağından tüketicisine ulaştırılmasında denetim, uygulama ve planlama işlemi olmaktadır. Lojistik yönetimi ise, müşterilerin gereksinimi olan tüm bölümlerin (tedarikçi, üretici, dağıtıcı, pazarlamacı) çalışmalarının uyumlu bir şekilde ilerlemesini sağlamaktadır. Doğru malın doğru zamanda ve doğru maliyette müşteriye sunulması hedef alınmaktadır. Lojistik yönetimi kaynakların en iyi şekilde yönetimidir. (Kobu, 2003: 201).

Lojistik yönetimi, doğru ürünü, doğru zamanda, doğru yere hasarsız bir şekilde ulaştırmayı hedeflemekte, bu bağlamda ürün ya da hizmetler için önemli bir "değer yaratıcı faaliyet" olarak değerlendirilmektedir. Ürün ve hizmetler için hem yer hem de zaman faydası yaratan lojistik, müşteri hizmet düzeyi ile doğrudan ilgili bir kavramdır. (Ballou, 1992: 231)

Lojistik fonksiyonunun işletme yönetiminde önem kazanmasının nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir: (Özcan, 2008: 277)

- Taşıma uzaklıklarının ve maliyetlerinin artması
- Üretim teknolojilerinin pek çok alanda doyma noktasına ulaşması nedeni ile yöneticilerin maliyet düşürmek için lojistik alanına yönelmesi
- Stok kontrolünde tam zamanında tedarik vb. sistemlerin yaygın

biçimde kullanılması

- Mamul çeşitlerinin gelişen ve değişen tüketici isteklerini karşılama zorunluluğundan dolayı hızla artması

- Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve haberleşme sistemlerinin gelişmesi

- Çevreyi koruma amacıyla kullanılmış malzemenin yeniden kullanılmak üzere işlenmesi

- Büyük uluslararası üretim ve satış firmalarının çoğalması

-Teknik ve fonksiyonel özellikleri itibariyle birbirine benzer markaların sayısının artması müşteri elde etme ve tutma da lojistik fonksiyonlarının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Lojistik yönetimi; birden fazla taşıma ve hizmet zemininin yönetilmesidir. Kısaca lojistik, mal ve hizmet tedarikine yönelik planlama,organizasyon, nakliye ve yönetim faaliyetlerinin bütünüdür. Diğer bir ifadeyle; üretim öncesi, üretim anında ve üretim sonrası tüm bilgi ve taşıma hareketlerinden oluşur. Fiziki taşıma ve bilgi akışı; hammadde ve malzemenin depolara taşınması, yarı mamul ve işletme malzemelerinin fabrika içi üretimde kullanılmak için taşınması, üretilen ürünün mamul depoları, satış noktaları ve müşterilere taşınması işlemlerinin bütünüdür (Özcan, 2008: 278).

Lojistik yönetimi müşteri isteklerini sağlamak amacıyla hammaddelerin, işlenmiş ve yarı işlenmiş mamullerin stoklanması, aktif maliyetle akışının ve bunlara yönelik bilgilerin ilk noktasından tüketime kadar planlanması, uygulanması ve denetimini içeren tedarik zinciri süreci aşamasıdır. Lojistik yönetimi, müşteriye kadar uzanan tedarik zincirinin yönetilmesiyle ilgili olduğundan hem isteğe hem de isteğe nasıl hizmet sunmaya yönelik olarak çift taraflı yönetim şekli olmaktadır (Orhan, 2003: 38).

Lojistik yönetimiyle; hammaddelerin sağlanması ya da bitirilen ürünlerin tüketiciye ulaştırılması, küresel işletme ve yönetim stratejisi kabul ettirilmesi, zamanında bilgi paylaşımı ile toplam tedarik zincirinin görülebilir olması, tedarik zinciri örgütlenmesinin, yüksek verimlilik sağlayacak ekipler halinde yeniden örgüt oluşturulması sağlanabilmekte ve bilişim sistemi oluşturulması ile maliyet ve ölçüm standartlarına ulaşılabilmektedir.

Günümüzde lojistik; fiziksel dağıtım, imalat, üretim ve tedarik faaliyetleri ile ilgili planlama, dağıtım, kontrol, maliyet ve insan kaynakları süreçlerine yol göstermede kullanılan bütünleşik bir işlemdir. (Koban ve Keser, 2007: 5). İşletmede lojistik amacın gerçekleştirilebilmesi için yeterli düzeydeki bir yönetsel dikkatin, lojistik sistemin tasarımına ve yönelmesigerekmektedir.

Lojistik fonksiyonun geniş anlamdaki eşgüdümü, depolama ve mal dinamiğinin tümüne yönelik bir görüntü içermektedir. Lojistik, yönetsel sorumluluk açısından değerlendirildiğinde ise; lojistiğin yönetsel sorumluluğu, işletmenin stratejik hedeflerinin yerine getirilmesinde; malzemelerin, üretim sürecindeki malların ve işlenmiş malların akışını denetim altında tutabilecek bir sistemin tasarlanıp yönetilmesi olmaktadır (Kobu, 2003: 202).

Lojistik yönetimi genel olarak siparişin üretilmesi, alınması, yerine getirilmesi ve ürünün, hizmetin ya da bilginin dağıtımının eşgüdümünün sağlanmasıdır. Lojistik yönetimi; fiyat, kalite ve teknoloji gibi ürünlerin geliştirilmesini ve uygulamaların uyumlu, entegre ve yüksek performanslı olmalarını sağlamaktadır. Lojistik yönetimi uygulamaları; çok yönlü ve çok kullanışlı gelişim etkinliği için baz oluşturmaktadır. Uyumlu strateji, iletişim liderliği ve süreç yönetimini geliştirmektedir.

Müşteri ve tedarikçi arasındaki yoğunlaşmasını sağlamakta ve sanayinin vizyonunu ve araştırmasını en iyi uygulamalar içinde birleştirmektedir (Kayabaşı, 2010: 73). Bu nedenle lojistik yönetiminin

beklenen faydaları hammadde kaynaklarından son tüketiciye kadar bütün alanlarda görülmektedir.

3.1. LOJİSTİK YÖNETİMİNİN İŞLEVLERİ

Planlama:

Planlama, beklenen geleceği tasarlamak ve erişmek için etkili yolları ortaya koyarak; neyin, ne zaman, nerede, nasıl ve kim tarafından yapılacağını önceden karşılaştırma süreci; bir hedefe varabilmek için en iyidavranış şeklini seçme ve geliştirme özelliğini taşıyan bilinçli bir etkinlik olarak ifade edilebilir. Lojistik açıdan planlama ise program amaçlarının ve aşamayla proje haline getirilmiş işlevlerin tanımlanması ile başlamaktadır (Keskin, 2006: 228).

Bununla birlikte belirlenen hedefler şöyle sıralanabilir:

- Lojistik için gereksinimlerin tanımlanması,
- Lojistik planı destekleyebilmek için sistem tasarımı,
- Bu sistemdeki lojistik bileşenlerinin tanımlanması, sağlanması ve dağıtımının yapılması.

Bu sistemin destek becerisinin ölçümü ve değerlendirilmesidir. Lojistik planlamanın bileşenleri aşağıdaki şekilde ele alınabilir:

- Bakım planı,
- Desteklenebilir analiz planı,
- Tedarik destek planı,
- Destek ekipman planı,
- Personel ve eğitim planı,
- Teknik veri planı,

- Paketleme, taşıma, depolama ve ulaşım planı,
- Fabrika planı, bilgisayar kaynakları planı,
- Dağıtım ve müşteri destek planı,
- Doğrudan üretim destek planı.

Organizasyon:

Lojistik sistemi kuruluşun hammaddeden son ürüne dönüştürme etkinliklerinde müşteri hizmeti da dahil olmak üzere faaliyet ve verimlilik düzeyini doğrudan belirlemektedir. Bu yönden aktif bir lojistik sistemi oluşturmak ve bunu da yaşama geçirmek kuruluşa büyük rekabet üstünlüğü sağlayacaktır. Lojistik sistemin aktifliği için üst yönetimin alacağı kararlar oldukça önemlidir. Organizasyon yönünden lojistik sistem şu unsurlardan oluşmaktadır: (Orhan, 2003: 39)

- Üst yönetim,
- Müşteri hizmeti,
- Depolama,
- Malzeme yönetimi,
- Bilişim sistemleri

Lojistik sürecini yönetmenin amacı, ürünlerin istenilen zamanda ve yerde uygun maliyetle bulunmasını sağlamaktır. Bu aşamada yöneticinin görevi işletmenin tedarikçiler ve müşterileri arasında bir lider gibi davranarak, işletmenin geleceğini rekabet üstünlüğü üzerine biçimlendirmesini sağlamaktır.

Organizasyon açısından lojistik yönetimi çerçevesinde yöneticinin etkinlikleri aşağıdaki şekilde ele alınmaktadır:(Orhan, 2003: 39)

- Satın alma ile ilgili,

- Satış ve müşteri hizmeti ile ilgili,
- Depolama ve operasyonlarla ilgili,
- Stok yönetimi ile ilgili, taşıma yönetimi ile ilgili olmaktadır.

Yöneticiler yukarıdaki konuların her biri ile ilgili stratejiler oluşturmak ve bu stratejileri rekabet üstünlüğünü sağlayacak şekilde uygulamaya geçirmek zorundadırlar.

Koordinasyon:

Lojistik birimleri ve pazarlama alanındaki ortak etkinliklerin ortak ve eşgüdümlü olarak gerçekleştirilmemesi, yetersiz işbirliğine ve işletmelerde düşük verimliliğe neden olmaktadır. Müşteri hizmetleri, satın alma, paketleme ve sipariş işlemlerinin gerek lojistik yöneticileri gerekse pazarlama alanında yaşanan anlaşmazlıkların dayandığı konular arasındadır. Bununla birlikte her iki sektör fonksiyonları arasındaki uyumlu ve eşgüdümlü çalışmaların her iki alan için de yüksek düzeyde memnuniyet sağladığı gözlemlenmektedir.

Lojistik ve pazarlama bölümlerinde çalışan elemanların birbirlerine karşı memnuniyet ve işbirliği duygularının yüksek olması genel işletme verimliliğinin de yüksek olmasına neden olmaktadır. İşbirliği ile harekete geçmenin sağladığı olumlu yönler değerlendirilirse, en yüksek işletme verimliliğinin sağlandığı durum, lojistik yöneticilerinin her türlü iletişimde işbirliği ve fikir uyumunu sağlayabildiği durum olmaktadır (Sezen vd. 2002: 136).

Koordinasyon işlevinin düzgün ve etkin bir şekilde işleyebilmesi için birtakım ilkelere uyulması gerekli olmaktadır. Bu ilkeler şunlardır: (Kobu, 2008: 53)

- İlgili ve sorumlu kişiler arasında rahatça görüşüp buluşma olanağı sağlanmalıdır,

- Koordinasyon sürekli olan bir iş olarak düşünölmelidir,
- Planlama yapılırken ve politikalar kararlaştırılırken işin başında koordinasyona gidilmelidir,
- Bir konu ya da sorun ile ilgili tüm etkenlerin karşılıklı olarak birbirleri üzerindeki etkileri dikkate alınarak koordinasyona gidilmelidir.

Göröldüğü gibi koordinasyon işlevi, diğere yönetim fonksiyonlarının da sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için gerekli olan ve yönetim işlevlerinin kuruluş amaçlarına hizmet etmesini sağlayan önemli bir işlevdir.

Yönelme:

Yönelme işlevi, işletmedeki tüm elemanların belirlenen hedefleri gerçekleştirecek şekilde çalışmalarını sağlayan, onları organizasyonun istediğı biçimde eyleme yönlendiren, bireyleri istekli olarak çalışmaya sevk eden ve onların verimliliğini arttırmayı amaç edinen bir yönetim işlevidir (Karalar, 2004: 53).

Burada yönelme ile gerçekleştirilmek istenen yalnızca elemanları kuruluşun amaçlarını yerine getirmek adına onları iş yapar duruma getirmek olmamaktadır. Önemli olan çalışan bireyleri istekli bir şekilde ve yaptıkları işten tatmin olacakları biçimde çalışmalarını sağlamaktır.

Bunun yanı sıra, yönelme işlevinin etkin olarak uygulanmasında liderlik yeteneğine ve iletişim kurma becerisine de sahip olunması gerekmektedir.

Kontrol Etme:

Kontrol, lojistik yönetimde işletmenin başarı düzeyinin daha önceden belirlenmiş standartlar, plan ve hedefler doğrultusunda ölçölmesi, planlanan başarı seviyesi ile ölçölen başarı arasında herhangi bir sapma olduğunda gerekli düzeltici önlemlerin alınarak işletme kaynaklarının en etkin ve

verimli olarak kullanımının sağlanabilmesi amacıyla yöneticiler tarafından yürütülen sistemli çabaların tümü olmaktadır (Keskin, 2008: 47).

4.LOJİSTİKTE DIŞ KAYNAK KULLANIMI

Dış kaynak kullanımı, uzun yıllardır işletme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kullanılan, ancak rekabetin öneminin artmasıyla ön plana çıkan bir kavramdır. Kullanıp kullanmama kararını vermenin zor olduğu, kullanılması sonucu risk alınan, kullanılmadığında bazı fırsatların kaçırılmasına yol açabilen ve aynı zamanda da günümüzün rekabet ortamında göz ardı edilemeyecek bir olgudur (Acar ve Ateş, 2011: 22).

Dış kaynak kullanımı, işletmelerin asıl faaliyet konusu dışında kalan işleri kaynak tasarrufu yapabilmek, yapı olarak küçültmek, daha yalın hale getirebilmek ve kendisinin çok iyi bildiği faaliyetler üzerinde yoğunlaşabilmek amacıyla başka işletmelere yaptırması olarak tanımlanabilir (Kobu, 2003: 76). Bir başka tanıma göre ise; işletmenin devamlılık arz eden bazı içsel faaliyetlerini ve karar haklarını, bir anlaşmaya bağlı olarak, dışarıdaki tedarikçi firma veya firmalara devretmesi olarak tanımlanabilir (Tetik ve Ören, 2007: 75).

Dış kaynak kullanımı işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayan etkinliklere odaklanmasına, kendi uzmanlık alanına doğrudan girmeyen etkinliklerini ise bu konuda uzmanlaşmış organizasyon dışındaki işletmeler vasıtasıyla sağlamasına olanak veren modern bir yönetim stratejisidir. En genel ifadeyle işletmelerin kendilerinin üretebilecekleri parça ve hizmetleri başka işletmelere ürettirmeleri anlamına gelmekte ve literatürde “outsourcing” olarak yer almaktadır (Karahana, 2009: 187).

Bir işletme birden fazla ürün veya hizmet için faaliyette bulunuyorsa, bu faaliyetlerin bazılarında zamanla etkili olamama ve düşük kalitenin ortaya çıkma durumu söz konusudur. Ancak işletme bazı alanlarda dış kaynaklardan yararlanma uygulamasına giderse, daha kârlı ve daha yüksek

kalitede ürün ve hizmet gerçekleştireceği kabul edilmektedir (Ofloğlu ve Doğan, 2009: 142).

Dış kaynak kullanımı ile işletmeler kendilerine rekabet üstünlüğü sağlayan öz yetenek ile ilgili işlerin dışındaki tüm işleri, başka işletmelere yaptırmak suretiyle, hem kaynak tasarrufu sağlamakta, hem yapı olarak küçülmekte (downsizing) ve yalınlaşmakta hem de kendilerinin çok iyi bildiği iş üzerinde yoğunlaşma olanağı bulmaktadırlar (Yalçın vd., 2011: 83). İşletmeleri dış kaynak kullanmaya yönelten faktörlerin başında ana faaliyet konusuna odaklanma gelmektedir. Bunun temelinde ise kıt olan kaynakların (sermaye, kalifiye iş gücü vb) etkin ve verimli olarak yönetilmesi bulunmaktadır. Sonuç olarak işletmeler ana faaliyet konusu dışında kalan faaliyetlerde dış kaynak kullanarak, hissedarlarının kısa vadede kar beklentilerini, uzun vadede ise hisse senetlerinin piyasa değerini arttırmak yoluyla servetlerini artırma beklentilerini karşılayabilirler (Okka, 2005: 14).

Günümüzde, uluslararası rekabet ortamı işletmeleri uzmanlık alanları dışındaki faaliyetleri konusunda uzman profesyonel şirketlere devretmeye zorlamıştır. Böylece şirketler ana faaliyetlerine odaklanarak diğer ihtiyaçlarını konusunda uzman olan dış hizmet sağlayıcılarından elde etmeye başlamışlar ve dış kaynak kullanımı yani outsourcing kavramı önem kazanmıştır.

Küreselleşen rekabet ortamında ayakta kalmak ve ilerlemek isteyen işletmelerin, gümrükler ve uzak ülkelerin alt yapıları ile ilgili bilgi eksiklikleri onları dış kaynak kullanımına zorlamaktadır.

4.1. DIŞ KAYNAK KULLANIMININ ÖNEMİ

Küreselleşme süreci ile birlikte yaşanan gelişmeler ve oluşan koşullar lojistik faaliyet gerçekleştiren işletmeleri daha düşük maliyetle daha kaliteli hizmet vermeye yöneltmiştir. Bu nedenle farklı sorunlara yönelik çabuk çözüm üretebilmek lojistik alanının önemli öncelikleri

arasında yer almaktadır.

Farklı alanlarda farklı sorumluluklar edinmiş olan işletmeler her alanda tam anlamıyla uzmanlaşamadıkları için istenilen seviye ve şartlarda yerine getiremeyecekleri işlemleri başka hizmet sunuculardan talep etmektedirler. Bu durum dış kaynak kullanımını ifade etmektedir. Lojistikçiler için dış kaynak kullanımı konusu büyük önem taşımaktadır. Dış kaynak kullanımı lojistik alanı için profesyonelleşmenin koşullarından biri olarak görülmektedir. (Keskin, 2008: 71).

Dış kaynak kullanımı sayesinde firmalar lojistiğe ayıracakları kaynak ve zamanı kendi uzmanlık alanlarındaki faaliyetlere ayırarak zaman ve maliyet faydası sağlayabilmektedirler. Bunun sonucunda da özellikle firmaların maliyetlerinin ortalama % 15'ini oluşturan lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı arayışı doğmuştur. (Çancı ve Erdal, 2003: 45).

Gerçekten tüm sektörlerde hızla yaygınlaşan dış kaynak kullanımı işletme yapısını köklü değişikliklere uğratmaktadır. Birçok görüşe göre işletmelerin dış kaynak kullanımı uygulamalarına başvurmaları ve tedarikçi işletmeler vasıtasıyla ihtiyacı olan faaliyetleri sağlamaları, sadece maliyet endişelerine bağlanmaktadır. İşletmelerin dış kaynak kullanmasının belki de en önemli nedeni maliyetleri azaltmaktır.

İşletmelerin temel yetenek ile ilgili işlerin dışındaki işleri, dış kaynak kullanarak sağlaması yani tedarikçi şirketler kullanması; işletmeye, maliyetaçısından rekabet üstünlüğü vermektedir. Tedarikçi şirketlerin yaptıkları işte uzman olmaları, kitle üretiminin etkinliğinden yararlanmaları, çalıştırdıkları işgücünün bu konuda faal olması ve firmaların yeni bir yatırım yaparak katlanacağı maliyetten daha düşük maliyete işi gerçekleştirmeleri, onları daha çekici kılmaktadır (Özbay, 2005: 11-12).

Özetlemek gerekirse, dünya genelinde, lojistik alanında meydana gelen gelişmeler işletmeler üzerinde de etkisini göstermiş ve işletmeler bu değişime ayak uydurabilmek, dalgalanmalardan daha az etkilenmek, güncel

teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek ve bilgi birikiminden hızlı yararlanabilmek amacıyla dış kaynak kullanımı yöntemini lojistik sistemlerinde yaygın olarak uygulamaya başlamışlardır. Dış kaynak kullanımında işletmeler, hizmet sağlayıcılarından, bu faaliyetlerin tamamını gerçekleştirmelerini isteyebilecekleri gibi seçilen bazı faaliyetleri gerçekleştirmeleri için de dış kaynak kullanımını tercih edebilirler.

4.2. LOJİSTİK DIŞ KAYNAK KULLANMANIN YARARLARI

Lojistikte dış kaynak kullanımının faydalarından biri, firmaları maliyetleri düşürerek değer artırmaya teşvik eden ölçek ekonomileri ve alan ekonomilerinden doğmaktadır. Bu ekonomilerin etkileri üçüncü parti lojistik sağlayıcıların türüne bağlıdır.

Yetkili üçüncü parti lojistik sağlayıcıların yüksek koordinasyon yeteneğine sahip olması ve firmalar arasında mal akışını etkili bir şekilde yönetmesi, onlara, güvenilir iş ortakları veya alt yükleniciler aramak için imkân tanır (Koban ve Keser, 2007: 55). Ayrıca, firmalar lojistik faaliyetlerini dış kaynaklayarak sermaye yatırımlarını koruyabilirler ve böylece finansal risklerini de azaltırlar. Fiziksel dağıtım merkezleri veya bilgi ağları gibi lojistik varlıklar üzerindeki yatırım, genellikle finansal riskler içeren büyük ve götürü maliyetlere ihtiyaç duyar. Üstelik üçüncü parti lojistik sağlayıcıları alt yüklenicileri dış kaynak kullanımıyla riskleri yayabilirler (Nemoto and Tezuka, 2002: 8).

Dış kaynak kullanımının lojistik sektöründe firmalara sağladığı yararlar aşağıda maddeler halinde verilmektedir.

Maliyetleri azaltmak:

İşletmelerin dış kaynak kullanmasının en önemli nedenlerinden biri maliyetleri azaltmaktır. Dış kaynak kullanımı hizmeti veren kurumlar müşterilerinin herhangi birinin tek başına sahip olduğundan çok daha büyük bir ölçeğe sahiptirler.

Örneğin, birden çok firmanın siparişlerinin birleştirilmesi ile nakliye, gümrükleme, malzeme taşıma gibi maliyetleri azaltmak, kaynakları daha verimli kullanmak mümkün olmaktadır. Bu nedenle hem satın alma maliyetleri hem de işletim maliyetleri daha düşük seviyede gerçekleşmektedir (Keskin, 2006: 58).

Lojistik bilgi sistemlerinin kurulması, yüksek maliyetli yük araçları, geniş depo alanları, çok sayıda insangücü gibi gerekli kaynakların sağlanmasında ilk maliyet oldukça yüksektir ve maliyet kapasite arttığı sürece rölatif olarak daha az artmaktadır.

Lojistik sistemini kendisi için kuran her şirket bu sabit maliyetlere katlanırken, dış kaynak kullanımı şirketleri toplamda çok daha büyük bir havuzda erittikleri sabit maliyetleri müşterilerine yansıtmayabilmekte, bu nedenle kapasite ihtiyacı artıp azalırken kullanıcı esnek ve düşük bir maliyet modeli ile hareket edebilmektedir (Baki, 2004: 57).

Tedarikçi işletmelerin kendi alanlarında uzman olmaları, kitle üretiminin etkinliğinden yararlanmaları, çalıştırdıkları işgücünün bu hususta daha aktif olması ve işletmelerin yeni bir yatırım yaparak katlanacağı maliyetten daha düşük bir maliyete işi gerçekleştirmeleri, onları cazip hale getirmektedir. Dolayısıyla, yeni bir yatırım yaparak belirli bir maliyete katlanmak yerine, gerçekleştirmek istediği etkinliği tedarikçi firmaya yaptırarak maliyetler yönünden önemli bir üstünlük sağlamaktadır (Özbay, 2005: 12).

Temel yeteneklere odaklanmak:

Maliyet önemli olmakla birlikte, işletmelerin dış kaynak kullanımı nedenlerini sadece maliyeti düşürmek ile sınırlandırılmamalıdır. İşletmeler için maliyet her zaman önemli olmuştur, bununla birlikte işletmelerin dış kaynak kullanımı nedenleri farklılık göstermektedir (Özbay, 2005: 11).

İşletme yönetiminde dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının başlamasında ve artarak devam etmesindeki ana sebeplerden birisi de,

işletmelerin temel yeteneklerini ön planda tutarak, geliştirdikleri stratejiler ve rekabete dayanan bir üstünlüğe ulaşma ihtiyaçlarıdır .(Keskin, 2008: 25).

İşletmeler, iyi bildikleri işleri yapmaya, iyi bildikleri işlerin dışındaki diğer işleri de o işi en iyi bilen ve yapabilen dış kaynaklardan sağlamaya ve sürekli olarak yenilik yapmaya odaklanmaktadır. Sonuç olarak işletmeler temel yeteneği üzerine odaklanarak, asıl işlerindeki uzmanlıklarını artırmaktadır. İşletmelerin ana amaçlarına yoğunlaşması arttıkça, dış kaynak kullanımı da o orantıda artmaktadır (Genç, 2009: 36). Bu nedenle işletmeler kendi ana amaçlarına daha fazla yönelmek için ürettikleri ürünleri sevk ve idare etmede lojistik şirketlerine başvurumaktadırlar.

Riski Dağıtmak:

Firmaların yaptıkları yatırımlar ölçüsünde riskleri de artmaktadır. Devlet sınırlamaları, ekonomik ve finansal koşullar, pazar koşulları ve teknoloji hızla değişmektedir. Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu bu tür bir ekonomik yapıda, pazara ayak uydurmak amacıyla yatırım yapma gerekliliği de risklerin artmasına sebep olmaktadır.

Dış kaynaklardan yararlanan işletmeler müşteriye ulaşmada hız kazanmakta ve değişen talep koşullarına esneklikleri sayesinde daha rahat cevap verebilmektedirler. Aynı zamanda dış kaynak kullanımının sonucu olarak olan esneklik avantajı ile işletmeler var olan bir takım riskleri de önleme imkânı bulabilmektedirler (Öztürk ve Sezgili, 2002: 135).

İşletmeler temel yeteneklerine yoğunlaştıkları zaman uğraş alanları daralmakta ve bununla birlikte yaşanması olası riskler de azalmaktadır. Başka bir ifadeyle işletmeler, faaliyetlerinin bir kısmını dış kaynaklara vermek suretiyle çevresel şartların meydana getireceği tehdit ve tehlikelere ve potansiyel olumsuz değişikliklere karşı riski en aza indirmiş olacaktadırlar.

Esnekliği artırmak:

Dış kaynak kullanımı, satış hacmindeki değişiklikleri karşılamada organizasyonların kendi üretim kapasitelerinin sınırlılıklarını ortadan kaldırmak için onlara fırsatlar sunar. Gelişmiş esneklik potansiyeli sadece üretim hacmi için uygulanabilir değildir, aynı zamanda piyasa koşullarına yanıt vermede ürün yelpazesini değiştirmek için organizasyonun yeteneği de olabilir (Keskin, 2006: 42).

İşletmelerin dış kaynak kullanımı faaliyetlerini artırmaları, yapılarının küçülmesinde ve yalın hale gelmesinde yararlı olmaktadır. Küçülmenin bir sonucu olarak işletmeler, daha çabuk karar alabilen, çevredeki değişimlere hemen reaksiyon gösterebilen, müşterilerinin ihtiyaçlarını daha çabuk gerçekleştirebilen esnek birimler haline gelmektedir (Özbay, 2005: 13).

Lojistik sektöründe dış kaynak kullanımının sağladığı yararları artırmak mümkündür. Kaliteyi yükseltmek, verimliliği artırmak, sabit maliyetleri değişken maliyetler haline dönüştürmek, ilgili tedarikçinin uzmanlık ve yatırım gücünden yararlanmak, ölçek ekonomisi, belirlenmiş hizmet düzeyleri, bilgi teknolojilerini doğru kullanmak, kaynak sürekliliği, süreç ve prosedürler dış kaynak kullanımının sağladığı diğer faydalardandır (Demir, 2008: 51).

4.3.ÜÇÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK

Firmaların zamanla rekabet edebilme güçlerinin artmasından dolayı iş hacminde meydana gelen artış, firmaların kendi lojistik faaliyetlerini yürütemez hale gelmesine neden olmuştur ve lojistik faaliyetler firmalar için oldukça maliyetli olmaya başlamıştır. İşte bu yüzden firmalar hem ana faaliyet konularına odaklanma hem de maliyetlerini düşürmek için lojistik faaliyetlerde dış kaynak kullanımına yönelmiştir (Gülen, 2011: 14).

İşletmeler lojistikle ilgili faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı için üçüncü parti lojistik işletmesi adı verilen işletmelerle çalışmaktadır. Bir 3PL işletmesi, nakliyecisi adına lojistik faaliyetleri yöneten, kontrol eden ve teslim

eden harici bir işletmedir. Kapsamı lojistik faaliyetlerin tümünü ya da bir kısmını içerebilir, fakat en azından nakliye yönetimi, faaliyetlerin yürütülmesi ve depolamayı içermektedir.

Üçüncü parti lojistik, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere her türlü ürün, hizmet ve bilgi akışının, başlangıç noktasından tüketildiği son noktaya kadar olan tedarik zinciri içerisindeki hareketinin etkili ve verimli bir şekilde planlanması, uygulanması, taşınması, depolanması ve kontrol altında tutulması hizmetidir (Taşkın ve Durmaz, 2012: 25).

3PL tanımı içerisinde yer alan “üçüncü” kavramının daha iyi anlaşılması için birinci ve ikinci parti kavramının da açıklanması yerinde olacaktır :(Çancı ve Erdal, 2003: 43).

- *Birinci parti*; tedarikçi (üretici, toptancı, perakendeci veya gönderici),
- *İkinci parti*; birinci partinin doğrudan müşterisi konumundaki işletme,
- *Üçüncü parti ise lojistik araçlar*; freight forwarder, hizmet sağlayıcı, taşıyıcı, antrepo işletmecisi vb.

Lojistik pazarında dış kaynak kullanımının olgunlaşmasını sağlayan iki ana etken bulunmaktadır. Bunlardan biri firmaların ana faaliyetlerine odaklanma isteği, ikincisi ise firmaların lojistik maliyetlerini düşürme isteğidir. İşletmeler dışarıdan lojistik hizmet almak isteği ile bir lojistik firmasına yaklaşırken bazı kriterleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bunlar (Orhan, 2003: 73-74):

- Firmayı global hizmet verebilecek stratejik bir ortak olarak görme,
- Kesin sonuçlar için doğru ve güvenilir bilgileri firma ile paylaşma,
- Süreç ve mali analizler için gerekli ilgiyi gösterme,

- Birliktelik ve iletişim için sinerji yaratma olarak sıralanabilir.

3PL servis sağlayıcılarıyla işbirliği yapılmasının nedenleri şöyle sıralanabilir (Görçün, 2010: 79-80):

- Lojistik maliyetleri azaltmak,
- Müşteri memnuniyetini arttırmak için, müşteri isteklerine karşı daha esnek ve bu beklentilere cevap verecek kapasiteye sahip olmak,
- Elde bulunmayan yetenekler için uzmanlık ve kaynak sağlamak,
- Rakiplerle rekabette bir adım öne geçmek,
- Satışları arttırmak,
- Firmanın ana faaliyet alanı üzerine yoğunlaşmak,
- Varlık yatırımlarının miktarını azaltarak bu konuda sabit maliyetlerden değişken maliyetlere geçiş söz konusu olmaktadır,
- Stok miktarı ve stok tutma maliyetinin azalmasına yol açmak,
- Piyasada esneklik ve piyasanın değişen beklentilerine karşı çeviklik kazanmak,
- Talep dalgalanmalarını karşılamak,
- Yeterli düzeyde bilgi ve iletişim teknolojisine sahip olmak.
- Araç, gereç, ekipman bakım maliyetlerinin azaltmak.

İşletmeler, giderek artan oranda 3PL firmalarından hizmet almayı tercih etmektedirler. Zira, küresel rekabette avantaj sağlamak için lojistik faaliyetlerinde iyileştirmeler ve geliştirmeler yaparak maliyetleri düşürmek, esnek bir yapıya kavuşmak, esas faaliyet alanına yoğunlaşarak ürettiği üründe sürekli iyileştirmeler yapmak zorundadır. Dolayısıyla birçok işletme, lojistik faaliyetlerinin bir kısmını ya da tamamını gerçekleştirmek için orta

ve uzun dönemde kendi organizasyon kültürüne uygun 3PL işletmeleri ile uzun süreli stratejik ortaklıklar kurmak istemektedir (Baki, 2004: 83-84). Bu hedefi gerçekleştirebilmek için doğru 3PL firmanın seçilmesi çok önemlidir.

Kendi anlayışlarına uygun 3PL firmayı seçmekte zorluk çeken işletmeler, geleneksel olarak sezgisel yöntemlerle yapılan seçimlerde muhtemel sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu nedenlebilimsel temele dayanan bir yöntemle kendi strateji ve politikaları ile en iyi uyum sağlayan 3PL firmayı seçmek durumundadır. 3PL firma seçimi, çok ölçülü karar verme sorunudur. Bu sorunun çözümünde, literatürde yapay zekâ doğrusal ağırlıklı modeller, istatistiksel yaklaşımlar ve matematiksel programlama gibi birçok yöntem ya tek başına veya hibrid olarak kullanılmaktadır (Özbek ve Eren, 2012: 46).

3PL işletmelerinde taşıma fiyatlarını belirlerken iki önemli faktör vardır. Bunlar ürünle ilgili ve pazar ile ilgili faktörlerdir. Ürün ile ilgili faktörler, ürünün yoğunluğu, istiflenebilirliği, elleçleme zorluğu/kolaylığı, ve alınan sorumluluktur. Ürünün yoğunluğu ise ağırlığının hacmine oranıdır. Taşıma maliyetleri açısından, kilo esasına göre yoğunluğu az olan ürünü taşımak daha maliyetlidir. Ayrıca hareketleri sırasında kolay elleçlenebilen ve istiflenebilen ürünlerin maliyeti daha düşüktür. Ürünün değerinin fazla olması da 3PL işletmesi için alınan sorumluluğu arttıracığı için bu türlerin taşınması daha maliyetlidir. Taşıma fiyatlarını etkileyen pazarla ilgili faktörler ise pazardaki rekabet durumu, pazarın uzaklığı, yasal düzenlemeler ve mevsimsel durumdur (Karacan ve Kaya, 2011: 64).

4.4.DÖRDÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK (4PL)

1990'lı yılların sonlarında lojistikte yeni bir kavram olan dördüncü parti lojistik kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram özünde, üçüncü parti lojistik anlayışında hâkim olan dış kaynaktan yararlanma kavramından

farklı olarak işletme süreçlerinin de dış kaynak yardımıyla lojistik hizmetinin organize edilmesini amaçlamıştır. 4PL işletmesinin deneyim, teknoloji ve bilgisinden yararlanılarak işletme süreçlerini yeniden tasarlanır ve geliştirilir. Lojistik faaliyetlerini gerçekleştirmesi için en başarılı 3PL işletmeleri seçilir ve 4PL işletmeleri bunlar arasındaki koordinasyonu sağlar.

Dolayısıyla 4PL, “3PL’ler arasında, stratejik ittifakı teşvik etmekte ve tüm tedarik zinciri üyeleri içerisinde lojistik sürecini yönetmektedir. 3 PL ile ilgili ilk çalışmalarda dağıtım ağı planlaması üzerinde durulmuştur ve geçmiş 3PL yönetim yaklaşımları tek bir amaç planlama üzerinde durmuşlardır. Buna karşın, 4PL operasyonu lojistik planlamayı yürütür ve tedarik zinciri kaynaklarının tahsisini içerir” (Öz, 2011: 152).

4.4.1. 3 PL ve 4 PL Etkileşimi

3PL işletmelerinin en büyük hataları, sadece maliyet düşürme amacıyla hareket etmeleri, müşteri için değer yaratmaya çalışmamaları, sürekli gelişmenin ve yeniden yapılanmanın üzerinde durmamalarıdır. 4PL ve tedarik zinciri yönetimi faaliyetleri bir bütün olarak düşünüldüğünde hem maliyette hem de kalite alanında gelişmeler kaydedilecektir.

4PL, dış kaynak kullanımında, yeni bir bakış açısı ve tutum olup; “kapsamlı tedarik zinciri çözümleri sunmak için, kendi organizasyonunun kaynaklarını, yeteneklerini ve teknolojisini, tamamlayıcı hizmet sağlayıcılarla (3PL şirketleri ile) bir araya getiren ve yöneten tedarik zinciri bütünleştiricileridir. 4PL, kapsamlı tedarik zinciri çözümü sunar ve tüm tedarik zinciri boyunca değer katabilme yeteneğine sahiptir. (Günay, 2005: 33).

4 PL işletmesi kendi kaynaklarını, becerilerini ve bilgisini taşıyıcıları ile birleştirip, bunları müşterisine bütünleşik bir tedarik zinciri içerisinde sunar. Bir 4PL sağlayıcısının önemli çözümleri etkin olarak

sunabilmesi için bazı kriter yetenek ve bilgilere sahip olması gerekmektedir. Bunlar (Keskin, 2006: 42-43):

- Tedarik zinciri bütünleştirme teknolojilerinde ve dış kaynaklama imkânlarında etkili olma,
- Global kaynaklara erişebilme yeteneğine sahip olma,
- Tedarik zinciri stratejisi, süreçlerin yeniden dizaynı, teknolojik bütünleşme ve yönetimi alanlarında etkin olma,
- Bünyesinde iş süreçleri yönetimi ve dış kaynaklama konularında deneyimli tedarik zinciri personelleri barındırma,
- Çok sayıda ve farklı alanlarda bulunan hizmet sağlayıcıları yönetebilme ve organize edebilme yeteneğine sahip olma,
- Organizasyonel değişim gereksinimlerini karşılayabilme şeklinde sıralanabilir.

4 PL işletmeleri aşağıda sıralanan hizmetleri sunmaktadır (Çancı ve Erdal, 2003: 48):

- Taşıma hizmetlerinin yanında dağıtım ve depolama gibi diğer lojistik etkinliklerini de bütünleşik bir şekilde sağlayabilmektedir.
- Lojistik alanında değişimlerle birlikte organizasyonel konulardaki gelişmeleri de birleştirerek, işletme yönetimine sunabilirler.
- 4PL sağlayıcılar, çalıştıkları firmaların işlerini kısa bir süre içinde öğrenerek, firma müşterileri için daha iyi lojistik çözümler üretebilirler.
- 4PL işletmeleri güçlü teknolojik alt yapılarıyla, başarılı bir tedarik zinciri uygulaması meydana getirirler.

Ancak olumlu yönlerine rağmen uygulamada 4PL sağlayıcılar ile

çalışmak konusunda firmalar çekingen davranmaktadırlar. Bunun temel nedeni firmaların işletmelerine ait verileri yabancı bir işletmeyle aşırı derecede paylaşmak istememesidir (Koban ve Keser, 2007: 83).

4 PL servis sağlayıcıları müşterileri ile uzun süreli bir sözleşme imzalamak istemektedir. Bunun temel nedeni ise 3PL servis sağlayıcılarında olduğu gibi sadece taşımacılık ve depolama gibi hizmetlerle maliyeti düşürme amacıyla değil, firmanın değerini arttırmayı hedefledikleri için büyük bir bilgi iletişim teknolojileri yatırımı yapmaktadırlar. Uzun süreli sözleşme ile de bu yatırımları amorti etmek istemektedirler.

Sonuç olarak, 3PL şirketleri artan tüketici talepleri karşısında yetersiz kaldıklarını görmüş ve kendilerini yeni bir revizyon sürecine sokmuşlardır. Böylelikle 3PL hizmet sağlayıcıları, zamanla Dördüncü Parti Lojistik (4PL) hizmet sağlayıcılarını oluşturmuşlardır.

4PL tedarikçileri ise kapsamlı tedarik zinciri çözümleri sunmak için kendi bilgi, beceri ve teknolojilerini tamamlayıcı hizmet sağlayıcılarını (3PL şirketlerini) bir araya getirmek için kullanan, böylelikle müşterilerinin değer zincirlerini komple lojistik hizmetleriyle yöneten, entegre bir şekilde çalışan şirketlerdir.

Farkları ise teknolojiyi kullanmalarındadır. Teknoloji mevcut sorunlar için tek cevap değildir; fakat cevabın büyük bir parçasıdır. Başarılı bir şekilde ilerlemenin temel şartları ise insan ve teknolojidir. 4PL şirketler bu prensibi benimsemiş ve başarıyla uygulamışlardır. 4PL şirketler teknoloji ve konusunda bilgili uzman personeli bir araya getirmiş ve başarılı bir yönetim anlayışını uygulamaya başlamışlardır.

5.TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN GELİŞİMİ

Coğrafi konumu itibarıyla Türkiye'nin Batı ile Doğu arasında bir köprü niteliğinde olması, bölgenin ekonomik gelişimi açısından taşımacılık

sektörünü son derece kritik bir sektör haline getirmektedir. 1996 yılında yürürlüğe giren Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği anlaşması ve Türkiye'nin olası AB üyeliği sektörde yeni yatırımları teşvik edecek önemli fırsatlardır. Taşımacılık hâlihazırda Türkiye'nin AB'ye uyum süreci gündeminde yer alan beş önemli başlık arasındadır. AB'ye uyum süreci altyapı, araçlar ve çevre standartları ile uyumu, lojistik ağın geliştirilmesini ve dış ticaret politikalarının iyileştirilmesini kapsamaktadır.

Sağladığı gelişme sonrası kurumsal yapı ve alt yapıdaki eksikliklere karşın Türkiye lojistik sektörü, bulunduğu coğrafyadaki mevcut ve potansiyel pazarlara hizmet verebilecek düzeylere erişmiştir.

Türkiye, Çin'den İspanya'ya, Latin Amerika'dan Rusya'ya kadar birçok alanda ticaretini geliştirdikçe lojistik sektörünün de kapasitesi artmış, özellikle karayolu ve denizyolu filosu güçlenmiştir. Havayolunu özellikle insan taşımacılığı alanında kullanan Türkiye, demiryollarında ise Cumhuriyet döneminden sonra maalesef çok yol alamamıştır. Türkiye'de demiryollarının gelişmemesi mukayeseli olarak sektörün katma değerini düşürmektedir (MÜSİAD, 2009: 23).

Günümüzde üretim, ticaret ve ülke ekonomisine sağlayacağı katma değer açısından bakıldığında oldukça önemli bir sektör haline gelen lojistik sektörüne ülkemizde büyük yatırımlar yapılmaya başlanmıştır.

Birçok lojistik firmasının kurulmasının yanında sadece taşımacılık veya nakliyecilik yapan firmalar da gelişmeleri takip ederek lojistik firmalarına dönüşmüşlerdir. Ayrıca uluslararası lojistik hizmeti veren DHL, UPS, FedEx ve TNT gibi lojistik şirketleri de Türkiye lojistik pazarına giriş yapmışlardır.

5.1. TÜRKİYE'NİN LOJİSTİK AÇIDAN ÖNEMİ

Küreselleşen dünya ticaretinde “üretim fonksiyonunun asli bir

parçası” ve “stratejik bir rekabet unsuru” haline gelen lojistik hizmetler, sınırlar arası kesintisiz mal akışının sağlanması ve üretimin dünya pazarlarına “doğru zamanda, doğru yere ve doğru şekilde” ulaştırılması açısından üretim sürecinin en stratejik birimi haline gelmiştir.

Jeopolitik konumunun getirdiği avantajlar nedeniyle Türkiye'nin bölgede ayrıcalıklara sahip bir ülke olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Avrupa-Asya- Ortadoğu üçgenindeki ticari hareketlerde komşu ülkelerçoğu zaman Türkiye'yi devre dışı bırakmakta ve yalnızca besleyici / destekleyici tesis hizmeti veren bir ülke konumuna getirmektedir.

Üç kıtanın kesişme noktasında bulunan Türkiye, bölgesindemerkez ülke konumundadır. Bu sebeple de bu açıdan değerlendirildiğinde, coğrafî ve ekonomik bakımdan Hazar Havzası petrolerine olan yakınlık ve bu aynakların batıya aktarımında kullanılacak rotaların geçiş yolları üzerinde bulunması; Türkî Cumhuriyetlerle olan yakın ilişkileri; Akdeniz bölgesinde deniz ulaştırma yollarının kesişme noktasında bulunması; Karadeniz bölgesine geçişlerin Çanakkale ve Boğaziçi suyollarıyla yapılabilmesi; AB ve Balkan Ülkeleri ile ilişkiler önemli noktalar olarak karşımıza çıkmaktadır

Tüm bunlardan hareketle, Türkiye'nin sahip olduğu bu jeopolitik avantajı kullanarak coğrafyasında bulunan ülkelere dolayısıyla o ülkelerde bulunan ithalat ve ihracat yapan firmalara dünya standartlarında bir lojistik hizmeti sağlamasının, Türkiye ekonomisine büyük bir katkı sağlayacağını söylemek mümkündür.

İKİNCİ BÖLÜM

DIŞ TİCARET VE EKONOMİK BÜYÜME

1. DIŞ TİCARETİN TANIMI, KAPSAMI ve ÖNEMİ

Dünyadaki ülkeler arasında ekonomik, sosyal, politik, haberleşme, eğitim başta olmak üzere birçok ilişki vardır. Bu ilişkilerin en önemli noktalarından birini de ticari ilişkiler oluşturur. Bu ticari ilişki de ürün alımı ve satımıyla gerçekleşmektedir.

Dış ticaret ilişkileri, ülkelerin kendi aralarındaki politik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle beraber ekonomik ilişkilere dönüşmüştür. Uluslararası bu ilişkiler, işgücü, sermaye transferleri, teknolojik transferler; bölgesel, ekonomik topluluklar, anlaşmalar gibi uluslararası ekonomik ilişkilerin sonucu olarak ortaya çıkmışlardır. Böylelikle de dış ticaret ekonominin bir parçası olmuştur (Onursal, 2000: 29).

Dış ticaretin yapısı, ülkelerin ekonomik yapı ve gelişmişlik düzeyi ile ilgili bilgileri yansıtan önemli bir göstergedir. Bu gösterge, ülkelerin ekonomik gelişim sürecinde gerçekleştirdiği yapısal değişimlere bağlı olarak şekillenmektedir. Yapısal değişimle birlikte sanayileşmenin gerçekleştirilmesi ise önemli bir amaç olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de sanayileşme ve kalkınmanın gerçekleştirilmesinde dış ticaret özellikle ihracat önemli bir role sahip olmuştur. Türkiye 1980 yılından itibaren küreselleşme sürecinin hız kazanmaya başlamasıyla birlikte iç ve dış faktörlerin etkisine bağlı olarak içe dönük, korumacı sanayileşme politikalarını terk edip ihracat önceliğinin egemen olduğu dışa dönük sanayileşme politikalarını hayata geçirerek dış ticarete önemli bir dönüşüm gerçekleştirmiştir. Ticari serbestleşmeyle birlikte devletin rolü gittikçe küçülürken, uluslararası kuruluşların rolü hissedilir bir şekilde artış göstermiştir (Kazgan, 2009: 153).

Çalışmanın bu bölümünde dış ticaret kavramının tanımı, önemi,

kapsamı üzerinde durulacak ve ekonomik büyüme ile ilgili bilgilere yer verilecektir.

1.1.DIŞ TİCARETİN TANIMI

Dış ticaret kavramına yer vermeden önce “Ticaret” konusuna kısaca değinmek yararlı olacaktır.

Ticaret genel anlamıyla, mal ve hizmetlerin üretilmesinden sonra nihai tüketicilere ulaştırılmasını sağlayan alım-satım faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanabilir. Faydalanılan hizmetler ve bunlar karşılığında yapılan ödemeler açısından iç ve uluslararası ticaretin ayrı ayrı alınmalarının nedeni, bu alanda ortaya çıkan sorunların çoğu kez iç ticarete karşılaşılan sorunlara benzememesi ve çözümlerinin de daha güç olmasıdır (Seval, 1985: 14-15).

Dış ticaret ise, temelinde ticaret kavramına dayandığı için öncelikle ticaret kavramının incelenmesi kapsamlı bilgiye ulaşılmasını sağlayacaktır. Ticaret, malların/ürünlerin üretim sürecinden tüketimine kadar geçen zamanda, ekonomik değer taşıyan başka nesnelere ile değiştirilmesi, alışı ve satışı anlamında kullanılmaktadır. Takas yöntemi ile mal ve hizmetler birbiri karşılığında değiş tokuş edilir. Günümüzde ise artık değişim aracı olarak para kullanılmaktadır. (Durukanoğlu, 2008: 601)

Kâr amacı ile mal ve hizmetlerin, para ile ifade edilebilen bütün değerlerin alım ve satım işlerinin tamamı olarak tanımlanmasının yanı sıra, üretilen mal ve hizmetlerin belirli bir ücret karşılığında son kullanıcılara ulaştırılmasını sağlayan alım-satım faaliyetlerinin tümü olarak da tanımlanan ticarete üç taraf bulunur. Bunlar üreticiler, tüketiciler ve aracılarıdır. Ticaret, ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaşmasını sağlar. (Keser ve Koban, 2007: 6)

Ticaret, kâr amacı gayesiyle yapılır. Ticarete her zaman üretici ile tüketici karşı karşıya gelmez. Çoğu zaman üreticiler ve tüketiciler arasında aracılar görev alır. Aracılar, bu faaliyeti kâr amacı ile yaparlar. Kâr olmayınca ticaret de olmayacaktır.

Ticaretin fonksiyonu, fazla üretilen ürünleri ihtiyacı olanlara ulaştırmaktır. Malların ve hizmetlerin üreticilerden tüketicilere aktarılmasını sağlayan faaliyetler bütünü şeklinde tanımlanmaktadır.(Keser, 2007; .7)

Literatür taraması yapıldığında, “Dış Ticaret” kavramı iktisadi terimler sözlüğünde; “bir ülkedeki tüm gerçek ve tüzel kişilerin diğer ülkelerle yaptıkları her türlü malın alım ve satımı” (TDK, Büyük Türkçe Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr/bts/>) olarak tanımlanmaktadır. Çeşitli milli ekonomiler içinde yer alan mal, hizmet, sermaye ve turizmin (insan hareketleri) tamamı Dış Ticaret kavramını oluşturmaktadır. (Taşpolat, 1983:13)

Ülkelerin birbirleriyle yapmış oldukları ticarete dış (uluslararası) ticaret denir. Bir diğer deyişle, bağımsız ülkeler arasında gerçekleştirilen mal ve hizmet ticaretinin bütünüdür.

Bilindiği gibi dış ticaret, ülkelerin belirli malların üretiminde uzmanlaşmasını sağlayarak, öğrenmeyi ve ürün hakkında yeni buluşlara ivme kazandırmakta; ülkelere ölçek ekonomilerinden yararlanma olanağı sağlamakta, ayrıca üretim kaynakları, işgücü ve zamanın da etkin kullanımını sağlamaktadır (Tomanbay, 2001: 47).

Bu yaklaşıma göre dış ticaretin genişlemesi bir yandan verimliliği arttırırken, diğer yandan ihracat ürünleri üretiminde uzmanlaşmayı teşvik etmekte bu sayede de ihracat sektörlerinde genel beceri düzeyinin yükseldiği gözlenmektedir. Dünyadaki bütünleşme ve küreselleşme eğilimleri dış ticaretin önemini son yıllarda daha da arttırmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak iktisat literatüründe, dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi yaygın olarak incelenen konulardan birisi olmuştur (Uçak ve Arısoy, 2011: 639).

Birçok kaynakta dış ticaret kavramı birbirine benzer olmakla birlikte çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır; dış ticaret politikası, bir ülkenin yabancılarla olan ekonomik ilişkilerini

düzenlemeye yönelik ve tek yanlı bir politikadır. Bir başka tanımlamada; bir ülkenin dış ekonomik ilişkilerini düzenleyen bütün tedbirler olarak tanımlanabileceği gibi ödemeler dengesindeki özel kalemleri dolaysız olarak kontrol etmeye yönelik politikalar olarak da tanımlanabilir (Ertek, 2005: 98).

Dış ticaret politikasının kapsamı yalnızca ihracat ve ithalat üzerindeki tarife, miktar kısıtlamaları, vergiler ve mali yardımlardır. Toplum yararına uygun olarak dış ticareti düzenlemek için devletin aldığı bütün tedbirler ya da ülkenin dış ticaretinin yapısına ve miktarına yön vermek için alınan bütün tedbirler dış ticaret politikası kapsamını oluşturur. Karluk'a (1998: 32) göre dış ticaret politikası, "milli sınırları aşan yalnız mal üzerinde değil hizmet, sermaye, turizm ve göç gibi diğer ekonomik hareketler üzerinde de alınan tedbirleri ve müdahaleleri kapsar ve kısaca cari işlemler hesabında özellikle ithalat ve ihracat kalemleri üzerinde tüm hükümet faaliyetlerini kapsayan bir çeşit dış ekonomi politikasıdır."

Mal ve hizmet hareketi, konum olarak yurtiçi ve yurtdışı ticaret çerçevesinde gelişmektedir. Yurtiçi ticaret, aynı gümrük hattı içerisindeki mal alım ve satımını ifade ederken, yurtdışı ticaret, iki farklı gümrük hattı çerçevesinde gelişen ticareti ifade etmektedir. Amaçları kar maksimizasyonu olan firmalar da daha çok satış yaparak daha çok kazanç elde edebilmek için uluslararası piyasalarda mal ve hizmet ticareti yapma yolunu seçmektedirler (Ertek, 2005: 124).

Seyidoğlu'na (2001: 124) göre dış ticaret, "bir ülkedeki kamu kuruluşlarının, özel kişi ve kuruluşların diğer ülkelerle yaptıkları mal veya hizmet alım ve satımıdır." Şanlı (1996: 23)'ya göre dış ticaret veya uluslararası ticaret, "farklı ülkelerde ikametgâhı, iş merkezi olan veya farklı devletlerin vatandaşlığına sahip olan gerçek ve tüzel kişiler arasındaki mal ve hizmet değişimini" ifade eder. Hançerlioğlu (1993: 62) dış ticareti, "bir ülkenin, başka ülkelerden belli dönemlerde mal alması ve ya bunlara mal satması" olarak tanımlamaktadır.

Dış ticaret, bağımsız ülkeler arasında yapılan tüm mal ve hizmet alım satımıdır. Ticari işlemlerin amacı kârlılık olduğuna göre ülkeler arasında gerçekleştirilecek olan mal ve hizmet alımları ve satışları ülke ekonomilerini de etkileyecektir. Olalı (1975: 22), dış ticaretin temel özelliğini, ülke ekonomisini olumlu yönde etkileyecek çabaları kapsaması olarak ifade etmektedir. Dolayısıyla, “ithalat ve ihracat işlemlerinin toplamı olarak ifade edilebilen dış ticaret, uluslararası ekonomik ilişkilerden olan sermaye ve teknoloji hareketlerini içermez.”

Ülkeler çeşitli nedenlerle dış ticaret faaliyetinde bulunurlar. Bunların bazıları yerli üretimin yetersiz olması, uluslararası fiyat farklılıklarının olması ve mamul farklılaşmasıdır (Karlık, 1998: 2). Dünyada hiçbir ülke kendi kendine yeterli değildir. Dolayısıyla “iç talep açığını gidermenin yolu dış ticarettir” (Seyidoğlu, 2001: 13). Ülkelerin dış ticaret yapmalarının bir başka sebebi ise, aynı endüstriler içinde faaliyet gösterecek de farklı üreticiler tarafından üretilen mallar arasındaki görünüş, kullanım ve yapılaş bakımından farklılıklar olmasıdır. Dış ticarete bir diğer önemli konuda malların bazı ülkelere üretilmesine rağmen kalitelerindeki değişikliklerdir. Tüketiciler bu tarz ürünleri alırken hangi ülkenin malını almayı isteyeceği, bunların bedellerine bağlıdır.

Dış ticaretin doğal ve ekonomik iki etkenin altında ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Doğal etkenlerin başında doğal kaynaklar yer almaktadır. Doğadaki kaynaklar ülkeler arasında değişik bir şekilde dağılmıştır. Aynı şekilde iklim koşulları da belli ürünlerin bazı bölgelerde yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu doğal farklılıklar dış ticarete ihtiyaç hissettirmektedir. Çeşitli sebeplerle bazı mal ve hizmetlerin üretiminde ekonomik bir üstünlük bulunması ikinci etken olarak dış ticareti gerekli kılmaktadır (Seyidoğlu, 2001: 14).

Dış ticaretin kapsamı sadece mal ve hizmet hareketinden oluşmaktadır. Söz konusu hareket de ihracat ve ithalat eksenli olarak

karşımıza çıkmaktadır. İhracat, bir ülkede üretilen veya başka bir ülkeden alınan ürünlerin döviz veya başka bir mal karşılığı ya da bedelsiz olarak gümrük hatları dışına çıkarılmasıdır. İthalat ise, yabancı ülkede üretilen veya yabancı ülkenin başka bir ülkeden aldığı ürünlerin belirli bir miktar döviz, başka bir mal karşılığı ya da bedelsiz olarak gümrük hatları içine alınmasıdır (Berksoy, 1994: 75).

Uluslararası ekonomik ilişkilerde en önemli yeri dış ticaret almaktadır. Hiçbir ülke kendi sahip olduğu kaynaklarla ihtiyaçlarını karşılayamaz. Bu durum dünya üzerinde bulunan kaynakların kıt insan ihtiyaçlarının sonsuz olması gerçeğinden kaynaklanmaktadır (Bulut, 2006: 126). Dış ticaret, para ekonomisinin yerleşmesinden önce bile trampa ekonomisinin uygulandığı dönemlerden günümüze değin süregelmiştir. Niceliksel olarak inişli çıkışlı bir grafik göstermiş olmasına rağmen, her zaman için ekonomilerin temel bir ögesi olma özelliğini korumuştur. Bu sebeple dış ticarete ilişkin çok çeşitli tanımlar, teorik yaklaşım ve görüş ortaya atılmıştır.

Dış ticarete, herhangi bir mal veya mal grubu bir ülkeden başka bir ülkeye geçmekte bunun karşılığında bir diğer ülkeden bir mal veya mal grubu o ülkeye girmektedir. Bir başka deyişle, “dış ticaret bir ülkenin ithalat ve ihracat hareketlerinin toplamını ifade eden ve bir ülkenin ödemeler bilançosu içinde en önemli kalemi oluşturmaktadır” (Alkin, 1990: 21).

Uluslararası ekonomik ilişkiler, mal ve hizmet ticareti ile birlikte bağımsız ülkeler ya da devletler arasında gerçekleşen emek, sermaye ve teknoloji alışverişi gibi faaliyetleri içermektedir. Halbuki dış ticaret yani uluslararası ticaret demek bağımsız ülkeler arasındaki mal ve hizmet değiş tokuşunu anlatır. Dış ticaretin oluşma nedeni, bağımsız ve eşit ülkelerin mevcudiyeti gibi olsa da bu kesin bir kural değildir. Aralarındaki farklılıkların ve sınırların kalktığı ekonomik beraberliklerde olasıdır. Eski dönemler bakıldığında ülkeler arasında sınır olmasa da dış ticaretin olduğunu görebiliriz. O dönemlerde uygulanan ticaretin daha çok mal ve mübadelesine dayanan değiş tokuştan başka bir şey değildir (Seyidoğlu,

2001: 17).

1.2.DIŞ TİCARETİN ÖNEMİ VE KAPSAMI

Ticari ilişkiler, sadece ürün ve hizmet alım ve satımı ile sınırlı değildir. Ülkeler arasında ürün ve hizmet alım ve satımı kadar işgücü ve sermaye hareketleri de önemli olduğu için döviz kazandırıcı veya kaybettirici özelliğe sahip olduğundan işgücü ve sermaye hareketleri de dış ticarete önemli bir yere sahiptir ancak işgücü ve sermaye hareketleri ekonomik ilişkiler olarak kabul edilir.

Uluslararası düzeyde gerçekleşen tüm ticari faaliyetlere dış ticaret denilmektedir. Bu faaliyetler mal ve hizmetlerin ithalat, ihracat ve transit ticaret yolu ile alım satımından meydana gelmektedir. İthalat, ihracat ve transit ticaret işlemleri ulusal ve uluslararası kanun, anlaşma ve uygulamalar ışığında gerçekleşmektedir (Akat, 2001: 65).

Bir ülkenin dış ticaret ilişkilerini düzenlemek amacıyla aldığı kararlar ve uyguladığı politikalara dış ticaret politikaları diyebiliriz. Dış ticaret politikaları hem ülkelerin iç ekonomik politikaları hem de dış ülkelerdeki diğer politikalarla bağlantılı ve de paraleldir. Ülkelerin ekonomi politikalarının sürekliliği, kalkınmanın gerçekleştirilmesi ve ekonomik gelişiminin sağlanması dış ticaretin yapısı ve gelişimi ile yakından ilişkilidir. (Kaynak, 2005: 73).

Her ülke bu unsurların hareketlerinden az veya çok etkilenir. Ülkeler, ihtiyaç duydukları bütün malları kendileri üretmez. Ülkelerin kendilerinde üretilmeyen ya da başka ülkelere göre nispi olarak daha pahalıya ürettikleri bazı mal veya hizmetleri diğer ülkelere talep etmeleri ya da aynı nedenlerle kendilerinden talep edilen bazı mal ya da hizmetleri arz etmeleri dış ticaretin temelini oluşturmaktadır. Ülkede yeterli miktarda üretilmeyen mallar, dış ticaret yoluyla elde edilir. Örneğin Türkiye'de pamuk, fındık, krom üretimi yeterlidir; fakat petrol üretimi yeterli değildir. Dolayısıyla

petrolü başka ülkelerden alırız.

Dış ticarette ülkeler birbirleriyle ticari işlemler yapmaktadırlar. Ticaretin her türünde amaç kâr elde etmek olduğuna göre; ülkeler de bu hareketlerin sonucunda ekonomilerinin olumlu yönde etkilenmesini sağlamak amaç ve çabası içindedirler. Yurtiçinde yapılan ticarete kazanan ve kaybeden kimseler aynı ülkenin insanları olduğu ve ülke çapında bir zarar söz konusu olmadığı halde, uluslararası ticaretin zararlı sonuçları doğrudan doğruya yurt ekonomisini etkiler.

Günümüzde çoğu ülke için ekonomik politikaların başta gelen amaçlarından birisi, ülkenin mal ve hizmet ihracı ve yabancı sermaye girişlerini özendirerek döviz gelirlerini arttırmaktır. Mal ve hizmet ihracı, birçok ülke için döviz geliri sağlamanın temel kaynağı durumundadır. (Akat, 2008: 202) Buradan hareketle de, dış ticaretin önemi yadsınamaz.

Ayrıca, bir ekonomide dış ticaretin yerini belirlemede en önemli ölçüt ihracat ve ithalatın o ülkenin GSMH içindeki oranının bulunmasıdır.

Dış ticaret işlemleri sürecinde başarılı olmaları için başta KOBİ'ler olmak üzere tüm işletmelerde rekabet koşullarının iyileştirilmesi ve dış pazarlarda uzmanlaşmaları için destek olunması arz etmektedir.

Dış ticarete ülkeler arası belli bir mesafenin olması; ürünlerin taşınması, teslimi ve bedellerinin ödenmesi gibi birçok riski de beraberinde getirmektedir.

1.3. DIŞ TİCARETİN EKONOMİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Dış ticaret öncelikle insan ihtiyaçlarının tatmini bakımından önemli bir konudur. Bunun yanı sıra ülke ekonomileri ve dünya ekonomisi ile ülkelerin sosyokültürel, askeri ve siyasi yapıları üzerinde de etkili olmaktadır. Dış ticaretin ekonomi üzerindeki etkilerine değinmek gerekirse öncelikle ülkeler için gelir ve döviz kaynağıdır. Ülkelerin makro ekonomik göstergeleri

üzerinde etkili olan dış ticaret aynı zamanda ülke ekonomilerine yön vermede de etkili olan bir ekonomi politikası aracıdır (Ertek, 2005: 69).

Ülke içi üretimin fazla olması durumunda ürünlerin başka ülkelere ürün ya da hizmet satması ile döviz girişi sağlanmaktadır. Kimi zaman da ülke içi üretimin istenilen nitelik ya da fiyatlarda olmaması, üretim için gerekli hammadde ile ara ürünün yetersiz olması ya da hiç bulunmaması durumunda da başvuru dış ticaret faaliyetleri üretimi etkileyerek ekonomiyi bu yönden de etkisi altına almaktadır.

Dış ticaret kaynaklı rekabet, firmaları daha kaliteli ve ucuz üretim yapmaya yöneltirken rekabet sebebiyle oluşan baskı daha etkin çalışmalarını sağlamaktadır. Rekabet sayesinde tekelleşme başta olmak üzere, yüksek fiyat, kalitesiz üretim, kaynak israfı gibi birçok olumsuzluk da önlenmektedir. Dış ticaret ile alınan ürünler aracılığıyla ya da rekabet sebebiyle teknolojik ilerlemeye katkı sağlanmaktadır (Öztürk, 2009: 122-123). Böylece üretim alanındaki ilerlemeler sayesinde ülkelerin pazar paylarını korumaları sağlanmaktadır. Yeni teknolojiyi kullanacak iş gücünün eğitilmesi ve istihdam edilmesi de olumlu anlamda ülkeleri etkilemektedir. Nitelikli iş gücünün oluşumu desteklenirken bu iş gücünün çalışma alanının da sağlanması ekonomiyi istihdam yönünden etkilemektedir (Karagül ve İter, 2010: 14).

Ülkeler arasındaki dış ticaret ilişkisi aynı zamanda siyasi ilişkileri üzerinde de etkili olmaktadır. Dış ticaretin etkilediği ülke ekonomik güçleri diğer ülkelerin söz konusu ülkeye olan bakış açıları ve tutumları üzerinde de etkili olurken dünya ekonomi kuruluşlarının da ülkeye olan güvenini etkilemektedir.

Dış ticaret birçok önemli ekonomik sonuca yol açabilen önemli bir neden ve dolayısıyla araçken diğer yanı sıra önemli bir sonuç ve ekonomik politikası amaçlarından birisidir. Uluslararası ekonomik işlemler içerisinde özel öneminin yanı sıra asıl önemi ülkedeki makro ve mikro ekonomik yapı ile olan yakın bağıdır. Günümüzde küresel ekonomide iç ve dış

makroekonomik dengelerin sağlanması birbirleriyle sıkı sıkıya bağlı olduğundan dış ticaretteki gelişmeler sadece mikro ölçekte firmaları değil, sektörleri ve ulusal ekonomiyi derinden etkileyebilme gücüne sahiptir. Hatta bir ülkenin dış ticaret yapısı ekonomik gelişmişlik düzeyinin de bir aynasıdır (Parasız, 1998: 86-87).

Dış ticaretin işlevi küresel piyasanın avantajlarından yararlanmak, ülke içindeki üretimin daha pahalı ve/veya yetersiz olduğu durumlarda iç talebi dış ülkelerden karşılamının yanı sıra özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından özel bir önem ve anlama sahiptir. “İhracat olanakları gelişmiş ülkelere göre daha sınırlı olan gelişmekte olan ülkeler, ekonomik kalkınmalarını sürdürebilmek için büyük tutarlarda yatırım ve ara malı ithal etmek zorundadır. Giderek büyüyen ve sürdürülemez dış ticaret açıkları, döviz darboğazları ve dış finansman kaynaklarının yetersizliği veya kesilmesi gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma sorunları yaşamlarına neden olabilmektedir. Dolayısıyla dış ticaret, sadece ödemeler dengesi açısından değil, üretim, yatırım, büyüme-kalkınma süreçleri yönünden de önem taşımaktadır” (Utkulu, 2005: 3-4).

Dış ticaretin gelişme ve kalkınma sürecinde iki önemli rolü vardır. Bunlardan birincisi özellikle kısa dönemli olup, ekonomik gelişme çabalarının gerektirdiği ithalatı gecikmelere yol açmaksızın karşılaması, yani dış ödeme gücünü temin etmesi, ikincisi ise daha uzun dönemli bir sorun olup dış ticaretin ekonomik yapıdaki köklü değişikliğe uygun olarak yeniden şekillenmesi veya başka bir deyişle dış ticaretin uluslararası işbölümünü uyararak kaynak dağılımını etkilemesidir (Serin, 2001: 305-306).

Dış ticaret yalnızca mevcut kaynakların daha iyi kullanımına olanak vererek değil, aynı zamanda yarattığı dinamik etkilerle de ülke refahı üzerinde olumlu etkiler doğurur. Birincisine dış ticaretin statik, ikincisine de dinamik yararları adı verilir (Seyidoğlu, 2001: 67). Statik etkiler daha çok gelişmiş ülkeler açısından, dinamik etkiler ise gelişmekte olan ülkeler açısından önem taşır. Dış ticaretin dinamik etkileri olarak, özellikle yurtiçi

üretim ve kaynak açığına kapatma, ürün fazlasına pazar sağlama, ulusal üreticilere rekabet yaratma, iç piyasa hacmini genişletme, ekonomiye dinamizm kazanma gibi etkiler sayılabilir.

Dış ticaretin ayrıca, ölçek ekonomilerine, yeni bilgi, fikir ve yöntemleri ülkeye tanıtması ve iç talebi uyararak yeni ürünlerin üretimine olanak sağlaması gibi görünür ve görünmez pek çok olumlu etkisi de bulunmaktadır. Üretim süreci sonunda elde edilen çıktı ile üretimde kullanılan girdiler arasındaki oran olarak ifade edilen verimlilik, ülke ekonomileri açısından kaynakların doğru kullanımı ile yakından ilişkilidir. Öte yandan ekonomik büyüklük bakımından önem kazanan verimlilik kavramı dış ticaret bağlamında artış beklenen bir alan olarak görülmektedir. İhracatın verimliliği arttıracığını ifade eden Beyfuss'a (1978) göre verimliliğin artması durumunda da ihracatın artması beklenmektedir.

Herhangi bir nedenle ihracatta sağlanan artış, dış ticaret düzleminde piyasalar ile olan rekabetin ekonomideki maliyet yapısını rasyonelleştirmesi yönünde bir baskı oluşturmaktadır. Bununla birlikte iç pazardan daha büyük bir dış pazarın açılması beraberinde yeni teknolojilerin kullanımını da gündeme getireceğinden verimliliği arttıracaktır (Beyfuss, 1978: 175-176). Dış ticaret ilişkilerinin endüstriyel bağlamda en önemli etkilerinin oluşan rekabet ortamında yerli üretimin gösterdiği gelişme olarak gözlemlenmektedir. Buna ithalatın disipline edici etkisi de denmektedir ve Aslan ve Kula (2008:179) bunu şu şekilde açıklamaktadır: “Yerli piyasalar uluslar arası rekabete açıldığında oligopolistik yapıya sahip olan yerli endüstriler rekabete zorlanacak ve böylece yerli firmalar oligopol karlarını azaltırken üretim miktarlarını arttıracaklardır”.

Bugün mevcut ekonomik düzenin bir gerçeği olan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler bakımından dış ticaret önem taşımaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ürettikleri hammaddeleri gelişmiş olan ülkeler satarken, gelişmiş ülkeler için gelişmekte olan ülkeler ürettikleri mamul mallar için bir pazar olmaktadır.

1.4.DIŞ TİCARETİ ETKİLEYEN UNSURLAR

Dış ticaret deyiminin meydana çıkış nedeni, birbirinden bağımsız ve birbirlerine karşı eşit haklara dayalı iki siyasi devletin varlığıdır. Dış ticaretin oluşabilmesi için sınırların olması gerekmektedir. Ancak bazı durumlarda devletlerin ve siyasi sınırların bulunmasına rağmen, bu sınırların ortadan kaldırılması demek olan ekonomik birlikler de kurulabilmektedir. Bu durumda siyasi sınırlar dış ticaret uygulamaları için zorunlu bir unsur olmamaktadır.

Dış Ticaret ülkelerin ekonomik, sosyal yapısından üretim sistemleri ve teknolojilerinin durumuna kadar birçok unsurdan etkilenmektedir. Ülkelerin sosyal ve kültürel yapıları ne tür ürün tercih edeceklerini ya da dış pazarlara nasıl ürünler satabileceklerini etkilerken, ekonomik durumları ve gelişmişlik düzeyleri de dış ticaret üzerinde etkili olan faktörler arasında yer almaktadır. Bu sosyal ve kültürel yapının etkisi ile diğer ülkeler ile olan ilişkileri ve diğer ülkelerin ekonomik ve sosyal yapıları da yine ülkelerin dış ticaretleri üzerinde etkili olmaktadır (Sabuncu, 2009: 74).

Devletlerin yaptığı düzenlemeler de yine dış ticaret üzerinde etkili olan önemli faktörler arasında yer almaktadır. Herhangi bir anlaşmaya bağlı olarak, ülke ekonomisinin dışa kapalı bir yapıda olması veya dış etkenlere karşı korunması amacıyla uygulanan dış ticaret kısıtlamaları, ithalat ya da ihracata uygulanan vergiler, teşvikler ve benzeri unsurlar ülkelerin dış ticaret hacimleri ile dış ticaret gelir ve giderleri üzerinde önemli ölçüde etkili olmaktadır. Yine uluslararası kurum ve kuruluşların dünya genelinde geçerli olan düzenlemeleri de dış ticareti etkilemektedir (Bedestenci ve Canitez, 2004: 57).

Bireylerin ürün tercihi de dış ticareti etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Özellikle çevreye duyarlı üretim sistemlerinin

kullanımı ve gelişmiş ülkelerde dış ticarete çevre ile ilgili uygulanan düzenleme ve kurallar tüketici tercihlerini etkilerken ülkelerin dış ticaret talepleri üzerinde de etkili olmaktadır (Berksoy, 1994: 112). Böylece dış ticaret hacmi ve gelirleri üzerinde de etkili olarak doğrudan dış ticaret faaliyetlerini ve gelirlerini de etkilemektedir.

Teknolojik gelişme de dış ticaret üzerinde etkili olan bir başka unsurdur. Ülkelerin ve firmaların teknolojik gelişim düzeyi pazarda talep edilen ürünlere cevap verebilmelerini ve diğer ülke ve firmalarla rekabet edebilirliklerini etkilemektedir. Özellikle bilgi toplumu kavramının ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte teknolojik olarak gelişen ülkeler dış ticarete başarının koşulu olan bilgi ve uzmanlaşma konusunda da başarılı olmaktadır. Dış ticarete pazar payının korunabilmesi ve rekabette üstünlük sağlamak araştırma ve geliştirme ile birlikte pazarın ihtiyacı olan teknolojik yeniliklerin sağlanması ile mümkün olmaktadır (Öztürk, 2009: 59).

Dış ticaret üzerinde etkili olan ve tüm dış ticaret faaliyetlerini etkileyen bir başka konu ise lojistikdir. Lojistikte üretimden, taşımaya, müşteriye ürün teslimine ve atıkların geri dönüşümüne kadar birçok faaliyeti kapsamı sebebiyle dış ticaret üzerinde etkili olmaktadır.

2.DIŞ TİCARET POLİTİKASI

Dış ticaret politikası konusuna girmeden önce, uluslararası ekonomik politikasının neyi ifade ettiğine ve kapsamına değinmekte fayda vardır.

Uluslararası ekonomi politikası, hükümetlerin ticaret ve üretim faktörü hareketlerinin yönüne, bileşimine ve hacmine müdahale eden tüm faaliyetler olarak tanımlanabilir. Bu tanımlama bize uluslararası ekonomi politikalarının genel ekonomi politikalarından bağımsız olarak değerlendirilemeyeceğini göstermektedir. Bu nedenle dış ekonomi politikaları ve genel ekonomi politikalarının arasında tutarlılığın ve uyumun sağlanması gerekmektedir.

Dış ticaret politikası ise, serbest dış ticaret politikası ve koruyucu dış

ticaret politikası olmak üzere iki dala ayrılır. Fakat dış ticarete hükümet engelinin olmaması olarak ifade edilen klasik dış ticarete dayalı serbest dış ticaret politikası, sanayi devrimini ilk gerçekleştiren İngiltere'de ve Batı Avrupa'da 20. yüzyıl başına kadar uygulanmıştır. Sanayi devriminin daha geç gerçekleştiği Almanya korumacı dış ticaret politikası uygulamaktadır. Diğer gelişmekte olan ülkeler de, koruyucu dış ticaret izlemek zorunluluğunu düşünmüştür. Bu sebeple günümüzde, dış ticaret politikası değince akla genellikle koruyucu dış ticaret politikası gelmektedir.

Dış ticaret politikası, genel ekonomi politikasının önemli bir aracıdır. Dış ticaret politikası, devletin direkt olarak ülkenin dış ticaret akımlarını sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılış şekillerini düzenlemek için almış olduğu önlemlerin oluşturduğu sistematik bir bütündür.

Ülke ekonomileri ve dünya ekonomisi için bu denli önemli olan dış ticaretin bir denetim ve düzen mekanizması ya da otoritesi olmadan rastgele gerçekleştirilmesi ülke ekonomilerini dolayısıyla dünya ekonomisini olumsuz etkileyecektir. Bu nedenle ülkeler dış ticaret faaliyetlerine yön vermek amacıyla çeşitli politikalar uygulamaktadır. Bu politikalara dış ticaret politikaları denmektedir.

Daha açık ifade etmek gerekirse dış ticaret politikalarını, ülkelerin dış ticaret faaliyetlerini yöneterek ülke ekonomilerini düzenlemek ve ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlamak amacıyla çeşitli araç ve yöntemlerle uyguladıkları politikalar olarak tanımlamak mümkündür. (Seyidoğlu ve Karluk, 1999: 36).

Ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesi, ülke sanayilerini dış rekabet rekabete karşı koruma, ekonomik kalkınmanın sağlanması, ekonomik istikrarı sağlayarak piyasa aksaklıkların giderilmesi ülkelerin dış ticaret politikası uygulama amaçları arasında yer almaktadır. Ödemeler bilançosu açıklarının giderilmesi amacıyla uygulanan dış ticaret politikaları dış açık gidermeye ilişkin politikalar olup ihracatı özendirmeye yönelik

olmaktadır. Ülke sanayilerini rekabetten korumaya yönelik dış ticaret politikaları özellikle gelişmekte olan ülkelerde yeni kurulan sanayileri rekabet edebilecek düzeye gelene kadar korumak amacıyla uygulanan kotalar, ithalat yasaklamaları ve çoklu kur uygulamalarından oluşmaktadır. Ekonomik kalkınma amacıyla uygulanan dış ticaret politikaları ise ithal ikameci ve ihracata dayalı dışa açık sanayileşme stratejilerini içermektedir (Öztürk, 2009: 55-57).

Ayrıca dış ticarete yön vermek için iktisat politikalarından para politikası, maliye politikası ile vergiler, sübvansiyonlar, kotalar ve kambiyo denetiminden oluşan iktisat politikası araçlarından da yararlanılmaktadır (Ertek, 2005: 72).

Para politikası ülkelerin iktisadi amaçlara ulaşabilmek için Merkez Bankası aracılığıyla ülkenin para ve kredi koşullarının kontrolünün sağlanması yönündedir. Bu yöndeki faaliyetler açık piyasa işlemleri, reeskont oranları, zorunlu karşılıklar ve disponibileden oluşmaktadır. Bu faaliyetler uygulanarak ülkedeki para arzı artırılmakta ya da azaltılmaktadır ve faiz oranları ve sermaye hareketlerinde de değişiklikler meydana gelmektedir. Maliye politikası ise yine iktisadi amaçlara ulaşabilmek için devletin kamu harcama ve gelirleri üzerinde yaptığı ayarlamaların tamamından oluşmaktadır (Seyidoğlu ve Karluk, 1999: 39-40).

Dış ticaret politikaları ülkelerin iktisat politikası kapsamında uygulanmaktadır. Ülkelerin dış ticaret faaliyetlerine yön vermede ve ülkelerin dünya ekonomisindeki yerini belirlemede etkili olan dış ticaret politikaları sadece uygulanan ülkeyi değil diğer ülkeleri de etkilemektedir.

Dış ticaret politikasının amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür:(Seyidoğlu, 2001: 117)

- Dış ödemeler dengesizliklerinin giderilmesi,
- Dış rekabetten korunma,

- Ekonomik kalkınma,
- Ekonominin liberalleştirilmesi,
- İç ekonomik istikrarın sağlanması,
- Dış piyasalarda monopol gücünden yararlanma,
- Otarşi (*ekonomik bakımdan kendi kendine yeterli olmak*),
- Piyasa aksaklıklarının giderilmesi,
- Hazineye gelir sağlamak,
- Sosyal siyasal nedenlerdir.

Dış ticareti kısıtlayıcı bir hükümet politikası tüketicilerin ithal mallarına daha yüksek bir fiyat ödemelerine sebep olurken, “liberal bir dış ticaret politikası uluslararası ihtisaslaşmasının sağlamış olduğu avantajlardan daha fazla yararlanılmasını mümkün kılmaktadır” (Seyidoğlu, 2000).

Bunun yanı sıra döviz kuru rejimi tercihi her iktisat politikası aracının kullanımında olduğu gibi ekonomik etkiler yaratacaktır. Bilinen bir döviz kuru rejimi, doğal olarak, rejimin özelliklerinden dolayı bazı beklentileri oluşturacaktır.

Teorik olarak ele alındığında döviz kuru rejimlerinin makroekonomik etkilerinin tartışmalı konu olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, ekonomiye yönelik yabancı sermaye girişinin vade yapısı ve spekülasyon niteliği de döviz kuru politikası açısından önem taşıyan bir konudur.

İhracat teşvikleri serbest ticaretin benimsendiği, korumacılığın kötü bir şey olarak görüldüğü, günümüzde ödemeler bilançosu açıklarını kapatmada son derece önemli bir role sahiptir.

Türkiye’de uygulanan ihracatı teşvik tedbirleri Türkiye’nin taraf olduğu anlaşmalar sonucunda bütün dünyada kabul gören dolaysız ihracat teşvik tedbirleridir. İhracatı teşvik tedbirleri, “maliyetleri düşürerek veya ihracatçı firmanın yurt dışı pazarlarda karşılaştıkları engelleri aşmasına yardımcı olacak tüm tedbirleri içine almaktadır” (Karluk, 1998: 215).

İhracat teşvikleri kısaca, firmalara maliyet düşürücü avantajlar sağlayarak. İhracatı kolaylaştıran ve kârlı kılan araçlardır.

Gerek gelişmiş gerek gelişmekte olan ülkeler ihracatın artırılması konusunda büyük çabalar sarf etmektedirler.

Dünya ekonomisinde görülen işsizlik, dış rekabet ve teknolojik yarış, ihracat, teşvik tedbirlerinin uygulanmasına neden olmuştur. Gelişmekte olan ülkeler kalkınma sürecinde karşılaşılabileceği döviz sıkıntısını aşmak için ekonomi politikalarına yönelmek ister ve bunun için bazı önlemler almak zorundadır. Alınan önlemler ihracatı artırıcı özellikteyse bunlar ihracat, teşvik tedbirleri olarak tanımlanır. Maliyetleri düşürerek ya da gelir arttırarak ihracatı kârlı bulan bütün önlemleri kapsamaktadır (Kemer, 2005: 77-78).

İhracat artışı ile ihracata dayalı yeni iş yerleri ve yeni oluşacak iş dalları açılacağından yeni istihdam imkanları doğacaktır. Bunun yanı sıra, kazanılan dövizlerle ödemeler bilançosunun açıkları kapanacağı gibi, ithalatın ve dolayısıyla endüstrinin finansmanı için gerekli olan döviz elde edilmiş olacaktır. Bir de döviz artışı ile uluslararası bankacılık ve kambiyo işlemleri daha da yaygınlaşarak, ihracatın arttırılması için verilen teşvikler, enflasyonist süreci daha da hızlandırıp, malların dışarıya gitmesiyle içeride arz daralması ile enflasyonun daha da yükselmesine sebep olarak döviz kazanmayan kesimlerin aleyhine (tarım esnaf) gelir dağılımının bozulmasına yani bu kesimlerin reel alım gücünün düşmesine sebep olur. (Yiğit, 1996: 120).

Türkiye’nin ihraç pazarlarının geliştirilmesi, dünya ihracatındaki

payının artırılması ve uluslararası düzeyde faaliyette bulunan Türk firmalarının rekabet güçlerinin artırılmasında ihracatın teşvik edilmesi oldukça büyük önem arz etmektedir.

Dış ticarete yönelik politikalardan biri de eğitim yardımıdır. İhracatın desteklenmesi amacıyla hazırlanan bu destekler ile firmaların ürettikleri ürünleri uluslararası piyasalarda verimli ve etkin bir şekilde pazarlayarak ihracat pazarlarını geliştirmeleri, rekabet güçlerini artırmaları, uluslararası nitelik ve kalite kazanmaları ve dünya ihracatındaki payımızın artırılması açısından önem taşımaktadır. İstihdam politikaları ise dış ticarete ilişkin işlemleri yürütmek üzere, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdamının sağlanması amacıyla verilmekte olup, bu desteklerden sektörel dış ticaret şirketleri yararlanabilmektedir (Bulut, 2006: 120).

Ayrıca Türkiye’de ticari ve sınaî faaliyette bulunan şirketlerin pazar potansiyellerini gerçekleştirerek pazar paylarını arttırması ile ürünlerimizin geniş çaplı ve uzun süreli tanıtımının yapılmasını sağlayarak yurtdışında mal ticaretine yönelik faaliyette bulunacak şirket kurmaları, depo ve mağaza açmaları ve işletmelerinden oluşacak giderlerinin uluslararası kurallara göre devletçe karşılanmasıdır (Ertek, 2005: 64).

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından verilen bu destek; Türkiye’de ticari ve sınaî faaliyette bulunan şirketlerin, mal ticareti amacıyla yurtdışında faaliyette bulunan veya kurulacak olan şirketler ve şubeleri ile depo ve mağazaların (*kendi unvan ve markasıyla toptan veya perakende satış amaçlı*) kuruluş, işletme ve tanıtım giderleri ile istihdamın önemli bir kısmının Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanmasını içermektedir. İhracatın teşvik edilmesi, ihraç pazarlarımızın geliştirilmesi, dünya ihracatındaki payımızın artırılması ve uluslararası piyasalara açılan firmalarımızın rekabet güçlerinin artırılması açısından önem taşımaktadır (Öztürk, 2009: 122-123).

3.DIŞ TİCARET TÜRLERİ

Uluslararası piyasalarda gerçekleştirilen ticaret, farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte bu farklılık ihracat ve ithalat türleri ekseninde de söz konusu olmaktadır. Aşağıda ihracat ve ithalat türleri genel olarak ele alınacaktır.

3.1.İHRACAT VE İHRACAT TÜRLERİ

İhracatın ülke ekonomisi ve kuruluşlar yönünden büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. Bir ülkenin kalkınması ve refahı büyük ölçüde ihracatta gösterdiği performansa bağlıdır. Bu nedenle tüm ülkeler, uluslararası ticarete büyük önem vermektedir. Uluslararası pazarlarda yoğun bir rekabet yaşanmakta, ülkeler ihracatın gelişmesine katkıda bulunacak en küçük ayrıntıları dahi dikkate alarak stratejilerini belirlemektedirler.

Günümüzde ihracat, gelişen, gelişmekte olan ve hatta gelişmiş ülkelerde, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerde dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak yer almaktadır.

İhracat, ülke içinde üretilen mal ve hizmetlerin dış ülkeler tarafından satın alınmasıdır. Yani ihracat, bizim mal ve hizmetlerimize dış ülkelerin yapmış oldukları harcamalardır. Dolayısıyla ülkemizdeki harcamalara bir katkı oluşturur ve milli geliri arttırıcı etki yapar.(Seyidoğlu, 2001;435)

Bir ülkenin ihracat seviyesini yani diğer ekonomilerin ülke mallarına karşı talebini belirleyen çeşitli unsurlar vardır. Bunlar arasında ihracat yapılan ülkenin gelir seviyesi, ülkenin ürettiği mallara karşı talebin gelir ve fiyat elastikiyeti, ülkenin iç fiyatlarıyla rakip ülkelerin fiyatları arasındaki ilişki, uygulanan gümrük politikaları, miktar kısıtlamaları vb. sayılabilir.(Uluatam, 1980: 170)

Buradan hareketle, bir ülkenin kendi ihracatının genellikle kendi

ekonomisi ile ilgili değişkenlerden çok uluslararası çevrenin ve ilişki kurduğu ekonomilerin yapısına ve mevcut duruma bağlı olmaktadır. (Savaş, 1978: 313)

İhracat, ülkenin ürettiği malların diğer ülkelerdeki alıcılara satılmasıdır. Burada önemli olan ihracatı yapanın devlet değil, özel ya da tüzel kişiler olabilmesidir. Kolektivist ekonomilerde bile ihracat özel kuruluşların uzmanlık alanıdır. İhracatçı ise, ürettiği veya başka üreticilerden tedarik ettiği ürünleri gümrük hatları dışına çıkararak uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren, ilgili ihracatçı birliğine kayıtlı, gerçek usulde vergilendirmeye tabi olan gerçek veya tüzel kişidir. Türkiye’de İhracat Rejimi Kararları ve İhracat Yönetmeliklerine göre ihracatçı olabilmek için İhracatçı Belgesi veya İhracat Belgesi ve Ruhsatnamesine sahip olmak gerekmektedir (Seyidoğlu, 2002: 277).

İhracat türleri ise serbest (özelliği olmayan), kayda bağlı ve özelliklı ihracat olmak üzere üç alt başlık altında incelenebilir.

- *Serbest (Özelliği Olmayan) İhracat:* Kanun, kararname ve uluslararası anlaşmalar ile ihracı yasaklanmamış veya belirli bir merciin iznine bağlı kılınmış mallar grubunda ve ihracat yönetmeliği ekindeki kayda bağlı mallar listesinde yer almayan malların ihracı, özellik arz etmeyen ihracat olarak tanımlanabilir. Bu tür bir ihracatta ihracatçılar, birliklere onaylatacakları gümrük beyannameleri ile doğrudan gümrük idarelerine başvurarak ihracatlarını gerçekleştirirler (Öztürk, 2009: 193). Bu ihracat çeşidinde herhangi bir kısıtlama olmadığı gibi herhangi bir kurumdan da izin alınmaz. İhracatçılar, özellik arz etmeyen ihracatta, ihracatçı birliklerine onaylattıkları Gümrük Birliği ile birlikte ihracatın yapılacağı gümrük idaresine müracaat ederler (Sabuncu, 2009: 79).

- *Kayda Bağlı İhracat:* 06.01.1996 tarihli İhracat Yönetmeliği’nin ekinde on sekiz madde halinde isimleri yazılı

bazı ihraç ürünlerinden ve ihracat türlerinden oluşan bir liste vardır. “Kayda bağlı ihracat listesinde yer alan mallar özelliğinden dolayı ya sadece ihracatçı ülkede bulunmakta ya da dünyada kısıtlı olarak bulunan mal cinslerinden biridir” (Öztürk, 2009: 187). Kayda bağlı ihracatta ihracatçılar, Gümrük Birliği ile birlikte kayıt için ilgili ihracatçı birliklerine müracaat ederler. İhracatçı birlikler onayladıkları gümrük beyannamelerine kayıt açıklamalarını yaparak, gümrük idarelerine bırakılmak üzere ihracatçıya verirler. İhracatçılar, birlikler tarafından kayıt açıklaması düşülerek tasdik edilmiş Gümrük Birliği ile birlikte ihracatın yapılacağı gümrük idaresine müracaat ederler (Kemer, 2005: 78).

- *Özellikli İhracat:* Ülkemiz ihracatının büyük bir kısmı özelliği olmayan ihracat türü ekseninde yapılırken, özelliği olmayan ihracat ve kayda bağlı ihracat dışında özellikli ihracatın söz konusu olduğu ihracat faaliyetleri de vardır. Bunlar da kendi içinde gruplanır:

i- Kredili ihracat: İki veya daha çok taraflı kredi anlaşmaları dışında kalmak kaydıyla, ihracat bedelinin Türk Parası Kıymetini Koruma Mevzuatında öngörülen süreleri aşmayacak şekilde yurda getirilmesine olanak tanıyan ihracat şeklidir (Öztürk, 2009: 65).

ii- Konsinye ihracat: Kesin satışı daha sonra gerçekleştirilmek üzere dış alıcılara, komisyonculara, ihracatçının yurtdışındaki şube ve temsilciliklerine mal gönderilmesi biçiminde yapılan ihracat türü olarak değerlendirilmektedir (Karagül ve İter, 2010: 121).

iii- Transit ihracat: Alış ve satış bedelleri arasında lehte fark olması koşuluyla, mal bedelleri için aktarım yapılarak ya da yapılmadan satın alınan yabancı kökenli veya

Türk kökenli olmakla beraber gümrük sınırları dışına satılmış malların (*serbest bölgelere yapılan satışlar dâhil*) transit olarak ya da doğrudan olarak serbest dolaşıma giriş ve ithalat rejimleri hükümlerine bağlı kalmaksızın başka bir ülke ya da serbest bölgeye satılmasıdır (Utkulu, 2005: 127).

- *Bedelsiz ihracat*: Bu ihracat biçiminde gerçekleşen ihracatın bedeli resmi olarak yurt içine getirilmemekte veya getirilmek mecbur olmamakta ya da nasıl getirildiği hakkında kanıtlanma zorunluluğu bulunmamaktadır (Serin, 2001: 51). Türkiye’de çalışan yabancıların, yurtdışına hane nakli yolu ile gidecek Türk vatandaşlarının, devamlı veya geçici görevle yurt dışına giden kamu görevlilerinin, yabancı turistlerin ve yerleşim yeri yurt dışında olan Türk vatandaşlarının beraberinde götürdükleri, gönderecekleri ya da adlarına gönderilecek eşya ve taşıtlar bedelsiz olarak ihraç edilecek mallar kapsamındadır (Sabuncu, 2009: 107).

- *Geçici ihracat*: Az veya çok işçilik gördürülmek, eritilerek şekli değiştirilmek, ambalajlanmak veya diğer katma değer kazandırıcı sebeplerle hammadde, yarı mamul ve nihai mamullerin yurtdışına geçici olarak gönderilmesi işlemidir (Kemer, 2005: 106).

- *Ticari kiralama yoluyla ihracat*: Malın belli bir süre için yine bir bedel karşılığında yurtdışına çıkarılarak kiralanmasıdır (Kaynak, 2005: 86).

- *Fuar ve sergilere katılım*: Türkiye’yi temsilen katılacak fuar ve sergileri düzenleyecek organizatör firmalar, “yeterlilik belgesi” alarak, başvuru formunu doldurup, bağlı buldukları odaya onaylatarak Dış Ticaret Müsteşarlığı’na müracaat ederek fuarlara katılırlar. Fuarda sergilenen ürünler satılmışsa bedelini, satılmazsa kendisini doksan gün içerisinde

ülkeye geri getirmelidirler (Kemer, 2005: 108).

- *İthal edilmiş malların ihracatı*:Yabancı menşeli ve vergileri ödenmiş olan mallar teşvikten ve katma değer vergisi iadesinden faydalanmamak suretiyle başka bir ülkeye ihraç edilebilir.

Özetlemek gerekirse, ihracat, gerek kalkınma gerekse sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Ülke ekonomisini dışa açan temel araçlardan birisidir. Ekonomi açısından etkin bir kaynak dağılımı yaratırken, firma açısından ise kaynakların etkin kullanımı ve bu sayede maliyetlerin düşürülmesi imkânını sağlamaktadır.

İhracat yurtiçi pazarlarda karşılaşılan olumsuz ortamdan kurtulmak için bir alternatif olabilir. İç pazarın doyum noktasına ulaşması, talep yetersizliği, artan yoğun rekabet gibi nedenlerle, yaşama ve büyüme hedefi güden firmalar dış pazara açılarak hem satışlardaki istikrarsızlığın azaltılmasını hem de riskin dağılımını sağlayabilirler. İhracat uluslararası yönlü firma imajının elde edilmesinde firmanın toplum içerisinde bir prestije kavuşmasında bir araç olabilmektedir.

3.2.İTHALAT VE İTHALAT TÜRLERİ

Dış ticaret, bir ülkenin diğer ülkelerle belirli bir dönemde gerçekleştirdiği mal ve hizmet alışverişlerini yansıtan ithalat ve ihracat kalemlerinin toplamını göstermektedir. (Tezer, 1989: 63). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere ithalat, dış ticaretin önemli iki kaleminden biridir.

Ayrıca ithalat, bir malın veya ekonomik değerın yürürlükteki mevzuata uygun şekilde, gerçek veya tüzel kişiler tarafından fiilen alınması ve bedelinin yurt dışına transfer edilmesi şeklinde de tanımlanabilir.(Bedestenci ve Canitez,2006:102). Bu tanımlar çoğaltılabilir. Bununla birlikte yukarıdaki tanımlardan hareketle ortak bir tanım yapmak

gerekirse; ithalat, dış ticaret ilişkileri çerçevesinde, bir ülkedeki alıcıların başka ülkelerdeki satıcılardan üretilmiş mal ve hizmetleri yürürlükteki mevzuata uygun şekilde satın almalarıdır.

Güncel gümrük mevzuatı ve ithalat uygulamaları kapsamında, her çeşit malın ülke içine ticari yolla getirilme işlemine ithalat, bu işlemi gerçekleştiren gerçek ve tüzel tacirlere de ithalatçı denir. (Gürsoy,2005: 30-31).

Başka bir tanıma göre, ithalat, bir ülkedeki alıcıların başka ülkelerde üretilmiş malları satın almalarına denilmektedir. Burada dikkat edilecek nokta, ithalatı yapanların özel ve tüzel kişiler, kamu iktisadi kuruluşları, özel kuruluşlar ve bazen de bizzat devlet oluşudur (Ertek, 2005: 86).

Son durumda ithalatı yine devlet adına bir kamu kurumu yapmaktadır. İthalatçı ise, ihracatçıyla yaptığı anlaşmalarla yurtdışından satın aldığı malı, ilgili mevzuatlar çerçevesinde (*ithalat ve gümrük mevzuatları*) ülkeye sokacak olan ve bedelini ihracatçıya veya bir üçüncü gerçek ve tüzel kişiye kambiyo yükümlülüğünü yerine getirerek ödeyecek olandır. .

İthalat türleri ise bedelli, bedelsiz ve geçici ithalat olmak üzere üç alt başlık altında incelenebilir.

Bedelli İthalat: Bir malın veya ekonomik değerın yürürlükteki gümrük mevzuatı ve ilgili düzenlemeler çerçevesinde fiili ithalatının yapılması ve bedelsiz ithalat hariç, ithalat tutarının Kambiyo Mevzuatı çerçevesinde ihracatçı ülkeye transfer edilmesidir (Berksoy, 1994: 52).

Bedelsiz İthalat: İthalatı söz konusu malın bedelinin ödenmemesi anlamına gelmekle beraber bedelin ödenmemesi, yurtiçinden bir döviz çıkışı olmaması anlamına gelir. Diğer taraftan bedelsiz denilerek kastedilen, gümrük vergisinin olmaması değildir. Bedelsiz ithalat yoluyla ülkeye getirilen mallar, uygulanan mevzuat çerçevesinde gümrük tarifesine tabi tutulur (Karagül ve İter, 2010: 92).

Geçici İthalat: Serbest dolaşıma girmemiş ithal eşyasının, ithalat vergilerinden kısmen veya tamamen muaf olarak ve ticaret politikası önlemlerine tabi olmaksızın Türkiye Gümrük Bölgesi içinde kullanılmasına ve doğal yıpranmalar hariç olduğu gibi gümrük bölgesini terk etmesi biçimindeki ithalata denir (Kemer, 2005: 125).

Ülke içinde üretilmeyen veya nispi olarak daha yüksek maliyetle üretilen mallar, ithalat yoluyla daha düşük maliyetle elde edilebilir. Çünkü ithalat, ölçek ekonomilerinden daha fazla faydalanan ya da düşük karla çalışan, düşük maliyetle üretim yapan ve bu nedenle de daha etkin olan üreticilere ulaşmayı mümkün kılmaktadır. (Economics Web Institute, "Imports", <http://www.economicswebinstitute.org/glossary/imports.htm> Erişim: 02.09.2014)

Özellikle gelişmekte olan ülkeler, sanayileşmelerini gerçekleştirmek için gerekli olan makine, teçhizat gibi yatırım mallarını ve hammaddeleri yapacakları ithalatla, karşılamak durumundadırlar. (Serin, 1981:35) Çünkü bu ülkelerde, ekonomik kalkınma hızının yükseltilmesi için gerekli olan yatırımların gerçekleştirilmesinde ihtiyaç duyulan sermaye malları, başta sermaye birikiminin yetersizliği ve teknolojinin geriliği olmak üzere birçok nedenden dolayı üretilmemektedir.

Kısacası, ithalat, tüm dünyada dış ticaret üzerindeki kısıtlamaların kaldırılarak ülke ekonomilerinin hızla dış rekabete açıldığı bir ortamda, gelişmekte olan ülkelerin kalkınma hızlarını artırmak, gelişmiş ülkelerin de yakalamış oldukları kalkınma hızını devam ettirmek için başvurdukları önemli bir araç olarak düşünülmelidir.

4. DIŞ TİCARETİN YAPISAL VE SEKTÖREL ÖZELLİKLERİ

Dış ticaret söz konusu olduğunda doğal ve ekonomik olmak üzere iki tür etki biçiminden söz edilmektedir. Başlangıçta dünyadaki doğal kaynaklar ve çeşitli doğal koşullar kimi bölgeler için dış ticareti zorunlu

etmekti. Bu durum da bazı mal ve hizmetlerin üretiminde ekonomik bir üstünlüğün olması da dış ticaret faaliyetlerinde önemli rol oynamaktadır (Kazgan, 2009: 79).

Kaynak dağılımı ve emek verimliliğini farklı değişkenlere bağlayan görüşler birlikte düşünüldüğünde dış ticaret konusunda sıklıkla vurgulanan kavramların “iş bölümü” ve “uzmanlaşma” olduğu söylenebilir. Literatürde iş bölümü ve uzmanlaşma konularında farklı görüşler bulunmaktadır. “Klasik dış ticaret teorisyenlerinin öncüsü sayılan Adam Smith’e göre iş bölümü, verimliliği yükselten ve bireylerden bağımsız olarak ortaya çıkan bir süreçtir. Mübadele işbölümü ilişkilerine içkin bir olgu olarak aynı zamanda iş bölümü sürecinin de belirleyicisi durumundadır. Zira her üretim diğer başka üretimler ile müdahaleyi de önemseyerek gerçekleşmektedir. Dolayısı ile mübadelenin sağladığı karşılıklı yararlar dış ticaret söz konusu olduğunda oldukça önemli bulunmaktadır” (Kazgan, 1997: 51-52).

Seyidoğlu’na (2001: 18) göre Smith’in öncülüğünü yaptığı bu görüş gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arası dış ticaret ilişkilerini açıklayabilirken gelişmiş ülkelerin kendi aralarındaki dış ticaret faaliyetlerini açıklamakta yetersiz kalmaktadır.

Bu noktada David Ricardo’nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisi gündeme gelmektedir. Nitekim Ricardo’ya göre dış ticaretin temel yapısı hangi ülkelerin hangi malları ithal ya da ihraç edeceği analizleri ile açıklanabilmektedir. Diğer bir ifade ile bir ülkede karşılaştırmalı olarak daha az emekle ve daha ucuza üretilebilecek bir mal ihracatın/ithalatın konusu olmaktadır. Dolayısıyla ticari ilişkilerde bulunan ülkelerin emek-değer teorisi yönündeki uzmanlaşma kapasiteleri onların mal mübadelelerinin de temel belirleyicisi olmaktadır. Ancak Ricardo’nun emek-değere dayalı bu görüşünde arz ve talep güçleri çok açıklanamamaktadır. Bu nedenle de mübadele oranında belirsizlik söz konusudur (Bulut, 2006: 71-72).

Mill, tarafından ortaya atılan iki ülke arasındaki dış ticaret ilişkisinde *dış ticaret haddinin* arz ve talep güçlerinin karşılıklı etkileri tarafından belirlendiği tezi günümüzde karşılıklı talep kanunu olarak bilinmektedir (Karluk, 2003: 72). Mill, iki ülke arasında arz ve talep şartlarının *mübadele haddinin* denge değerini dolayısı ile mal mübadelesini belirleyici olduğu görüşündedir. Talep önemli bir etken olarak gören Mill'e göre dış ticaret dünya kaynaklarının daha fazla kullanımına olanak sağlar. Bir başka açıdan da ülkeleri kendi pazar koşullarının ilerisine götüren daha geniş bir pazar sunmaktadır.

Karşılıklı talep kanunu Mill'den sonra neoklasik bir iktisatçı olan Marshall tarafından geliştirilmiştir. "Marshall'a göre satın alma gücü ile desteklenen iç talep arzı teşvik ederken; dış ticarete de arz kendi talebini yaratmaktadır. Bu bağlamda arz ve talep "karşılıklı talep" tanımlamasının içeriğini oluşturmaktadır" (Kazgan, 1997: 160).

Sözü edilen kuramcılarının görüşleri bu güne değin liberal teorisyenler tarafından geliştirilerek savunulmaya devam edilmiştir. Dış ticareti yapısal olarak iş bölümü, uzmanlaşma ve karşılıklı fayda temellerinde açıklayan bu görüş uluslar arası kaynak dağılımını da konu edinmekte ve dış ticaret faaliyetleri ile bunun aşılabileceğini savunmaktadır (Karluk, 2003: 78).

Ancak, "bütün ülkelerin çıkarlarının bağdaştığı" görüşüne karşı gündeme gelen "bütün ülkelerin çıkarlarının çatışıyor" olduğu görüşü tarafından biçimlendirilen 'koruma teorisi' özellikle 19. yüzyılda savunulan bir görüş olmuştur (Kazgan, 1997: 167). "Uluslararası ticaretin, tabii kaynakların dağılımından ve emek verimliliğinden daha fazla değişkenlere bağlı olduğu düşüncesi ile taraflar arasında üstünlük ilişkilerini açıklamaya çalışan iktisatçılar tarafından savunulmuştur" (Utkulu, 2005: 114).

Bununla birlikte günümüz dış ticari ilişkilerinde değişken bir yapı söz konusu olmaktadır. İlk etkinlik alanları ulusal sınırları aşan çok uluslu şirketler ve firma içi ticaret gibi öğeler uluslararası ticarete önemli roller üstlenmektedir. "Küresel düzeyde eşitlenme eğilimi ile birlikte

düşünüldüğünde de ülkelerin ulusal faktör donanımı diğer ülkeler ile ticaretinin şeklini belirlemede öncelikli bir etken olarak kendisini göstermektedir” (Seyidoğlu, 2001: 54-55).

Gereffi’e göre uluslararasılaşma ile uluslar arasında dağılmış üretim faaliyetlerinin işlevsel eklemlenisinde farklı süreçler bulunmaktadır. Günümüzde üretim süreçlerinin tasarımı, yönetim ve finansmanı gibi yüksek katma değerli bölümler; merkezi gelişmiş ülkelerde bulunan uluslar-ötesi şirketler tarafından yürütülmektedir. Bununla beraber imalat aşaması ise daha önce çevre ülkelere özgü üretim yapan gelişmekte olan ülkelerdeki taşeron fabrikalara bırakılmıştır. Chen’e göre günümüz ekonomileri gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için farklı yapılanmalar göstermektedir (Kemer, 2005: 48-49).

Birbirinden farklı ve oldukça fazla sayıda teori tarafından açıklanmaya çalışılan dış ticaretin niteliği konusunda en önemli nokta dış ticaretin ithalat ve ihracat faaliyetlerinin birlikteliği zemininde düşünülmesidir. Dış ticarete, herhangi bir mal veya mal grubu bir ülkeden başka bir ülkeye geçerken karşılığında bir diğer ülkeden bir mal veya mal grubu o ülkeye girmektedir. Dış ticaret bir ülkenin ithalat ve ihracat hareketlerinin toplamını ifade etmektedir ve bir ülkenin ödemeler bilançosu içinde en önemli kalemi oluşturmaktadır (Alkin, 1990: 21).

5.EKONOMİK BÜYÜME

Her ekonomide belli bir ürün ortaya çıkarılabilmesi için, fiziki sermaye, beşeri sermaye, işgücü ve doğal kaynaklar gibi getiriler girişimciler tarafından toplanarak birleştirilir. Bu süreç içerisinde büyümenin kaynaklarının incelenmesinde ve potansiyel büyüme oranının hesaplanmasında gerekli olan değişkenlerin başında yatırım ve sermaye birikimi, istihdam artışı, inovasyon ve teknolojik gelişme son olarak da işgücü ve toplam faktör verimliliği gelmektedir. “İktisadi büyüme zaman ve mekan kapsamında bir miktar, ağırlık ve hacim biçimindeki büyüklük artışıdır. Bu artış bireyler ve ülkeler için güç ve gelir düzeyinde

gözlemlenebilecek çeşitli göstergeleri ifade etmektedir. Nüfus, sermaye, tasarruf ve milli gelir artışları gibi unsurlar birer büyüme göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Büyüme bir işletme, bölge ya da ekonomi için miktar ve büyüklük artışını belirtir” (Özgüven, 1988: 36-37).

Bununla birlikte bu artışın nominal olarak değil, reel bir artış olması halinde büyümeden söz edilebilir. Diğer taraftan, büyümenin hesaplanmasında genellikle tanımlama ile yetinilmekte, çözümlene yapılmamaktadır (Şimşek ve Kadılar, 2010: 116).

Büyüme teorisi genellikle gelişmiş ülkeler için, kalkınma teorisi ise gelişmekte olan ya da geçiş sürecinde olan ülkeler için kullanılan bir kavramdır. Ancak ekonomik yapıda köklü değişikliklerin ve yapılanmaların ifadesi olan ekonomik kalkınma için ekonomik büyümenin gerekli olduğu bir gerçektir.

Kalkınmanın temel motoru olan teknolojik gelişme, araştırma geliştirme faaliyetleri, eğitim ve sağlık hizmetleri gibi birçok konu daha fazla geliri gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla gelirdeki artışı ifade eden ekonomik büyüme kalkınma için şarttır (Parasız, 1997: 39).

Ekonomik kalkınma ve büyümenin sağlanması ve devam ettirilmesi gelişmiş ya da gelişmekte olsun her ülke için başlıca hedeftir. Ekonomik gelişmelerini ve büyümelerini gerçekleştirmiş olan ülkeler bu durumun sürekliliğini sağlamak, gelişmekte olanlarsa ekonomik büyümelerini ve kalkınmalarını gerçekleştirmek amacıyla ekonomilerinde sürekli olarak düzenlemeler yapmakta ve politikalar geliştirmektedirler (Eren, 2002: 95).

Ekonomik büyüme, ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyleri arasında belirginleşen farklılıklar sonucu gelişmiş bir kavramdır. Savaş sonrası ekonomileri bozulan ülkelerin tekrar eski düzeye gelme uğraşları, bağımsızlıklarını yeni kazanmış ülkelerin kalkınma çabaları ve sosyalist sistemi benimseyen ekonomilerin ekonomik açıdan kapitalist sistemi benimseyen ekonomilere ulaşma ve geçme arzularından dolayı, ekonomik

kalkınma ve büyüme konusuyla fazla ilgilenilmiştir (Güran, 1999: 242). Söz konusu dönemde gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasındaki kişi başına gelir seviyeleri arasındaki büyük farklılıklar da büyümeye olan duyarlılığı artırmıştır.

Ekonomik büyüme ile ilgili yapılan araştırmalar neden bazı ülkelerin diğerlerinden zengin ya da bazı ekonomilerin diğerlerinden hızlı büyüdüğü sorusunu öne çıkarmıştır (Parasız, 1997: 41).

Bir ülkede üretilen mal ve hizmet miktarının zaman içinde artmasına ekonomik büyümeyi göstermektedir. Ekonomik büyüme, bir ülkede yaşayan insanların yaşam standartlarını sürekli biçimde yükseltmenin tek yolu olduğundan, tüm ülkelerin temel makroekonomik hedeflerinden biri, hızlı bir iktisadi büyüme gerçekleştirmektir. Bunun yanı sıra stok, akım ve değişkenlerde gövde ve hacim olarak artışların göstergesi olarak, bu artışlar ortaya çıkarken beşeri ve fiziki sermaye birikimi, teknolojik gelişme iktisadi büyümeye kaynak oluşturmaktadır. Büyümenin gerçekleşebilmesi için bu üç kaynağın birlikte çalışması gerekmektedir (Yılmaz, 2005: 64).

Ekonomi biliminde, gerçek ulusal gelirden gözlemlenen değişiklikler büyümenin ölçütü olarak kullanılmaktadır. Ekonomik aktörler mal ve hizmet üretip sattıklarında gelir elde ederler, böylece bir ekonomi büyürken, hem toplam çıktı, hem de toplam gelir artar.

Aslında ekonomik büyümenin ve ulusal gelirin hesaplanması aynıdır. Büyümeyle benzer şekilde, hesaplanması da ulusal gelire etkide bulunan faktörlerin sayısal değerlerini göstermektedir (Şimşek ve Kadılar, 2010: 117). Ekonomik büyüme hesaplar, gözlenen gelir artışı ile üretim faktörlerinin arasındaki ilişkiyi kurmaya çalışır. Ancak, bu süreçte üretim faktörlerinin gelişimlerinin gerekçeleri ve biçimi açıklanmaz. Gerçekten, ekonomik büyüme uzun dönemde ulusal gelir veya kişi başına düşen gerçek gelir artışı olarak tanımlanmaktadır (Özgüven, 1988: 37).

Zaten kısa dönemde makroekonomik istikrarın ölçülmesinde genel fiyat düzeyindeki değişme dikkate alınırken, ekonominin yapısal özelliklerinin ve uzun dönemli başarımının sonucunu özetleyen bir gösterge olarak da ekonomik büyüme ölçütleri dikkate alınmaktadır (Doğruel ve Doğruel, 2003: 401) Bu nedenle ekonomik büyüme, uzun dönemde gelir artışının sürekliliği olarak da tanımlanmaktadır. Bu açıdan, büyümenin ölçümünde istikrar önem kazanmaktadır. Gerçekten, kısa dönemde üretimi artırmak sınırlı olabileceği gibi, bir yatırım da ancak uzun dönemde sonuç verebilir.

Öte yandan, gelir artışının kaynaklandığı sektörel bileşimin değişimini de göz önünde tutmak gerekir. Herhangi bir sektörün ulusal gelir içindeki payının azalması, bu alanda yaratılan gelirin, miktarının değil, oranının değişmesi anlamına gelebilir. Ayrıca, sistem değişimi açısından, bazı kurumlarda veya mülkiyet biçimlerindeki değişimler de üretimi artırıp, büyümeyi hızlandıracaktır. Dolayısıyla ekonomik büyüme ve hızı üretimin miktarı ile sürekliliğine bağlıdır. Nitekim gelişmekte olan ülkelerde sıkça yaşanan krizler ekonomik büyümenin istikrarını bozmaktadır (ILO, 2004: 34).

Başka bir yaklaşıma göre ise, ekonomik büyümenin yeterli seviyede istikrar kazanabilmesi yatırım ve emek verimliliği artışı ile talebin sürekliliğinin sağlanmasına bağlıdır. Yeni yatırımlar sayesinde üretim kapasitesinin artması, sermaye gibi emek talebini de uyarmaktadır. Ayrıca, verimlilik artışları çalışma ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi için temel oluşturur. Verimlilik sayesinde, eldeki kaynaklarla çıktı miktarını artırmak büyümeyi canlandırır (Ata, 2009: 12).

Ekonomik büyüme konjonktürel teoriden farklı olarak, uzun dönem trendlerde yoğunlaşır ya da enflasyon teorisinden farklı olarak sadece fiyatlardaki göstermelik artışlarla ilgilenmez. Ekonominin diğer alanlarında olduğu gibi büyümede de pozitif ve normatif dallar vardır. Pozitif büyüme teorisi dünyanın nasıl büyüyeceği konusunda, normatif büyüme teorisi ise, dünyanın nasıl büyümesi gerektiği konusunda çalışır. Bu kavram daha sonra

“optimal büyüme teorisi” olarak isimlendirilmiştir (Walther, 2002: 57).

Büyümenin ölçümünde istikrar önem kazanmaktadır. Krugman’ın ifade ettiği gibi “Ekonomik büyümedeki küçük iniş çıkışları gidermek halkın refahına sadece önemsiz kazançlar sağlar. Dolayısıyla, odak noktasını uzun vadeli ekonomik büyüme gibi konulara çevirmenin zamanı gelmiştir” (Krugman, 2010: 2).

Peterson’a göre, “Bir ekonomide üretim kapasitesi üretim faktörlerinin nicelik ve niteliğine ve teknolojik düzeye dayandığından, ekonomik büyüme üretim kapasitesinin bu belirtilenlerin genişletilmesi ve geliştirilmesi sürecini içerir” (Peterson, 1976: 387).

Gerçekten, kısa dönemde üretimi artırmak sınırlı olabileceği gibi, bir yatırım da ancak uzun dönemde sonuç verebilir. Öte yandan, gelir artışının kaynaklandığı sektörel bileşimin değişimini de göz önünde tutmak gerekir. Herhangi bir sektörün ulusal gelir içindeki payının azalması, bu alanda yaratılan gelirin miktarının değil, toplam gelir içindeki payının değişmesi anlamına gelebilir. Ayrıca, sistem değişimi açısından, bazı kurumlarda veya mülkiyet biçimlerindeki değişimler de üretimi artırıp, büyümeyi hızlandırabilir. Dolayısıyla, ekonomik büyüme ve hızı üretimin miktarı ile sürekliliğine bağlıdır (Özgüven, 1988: 38).

Diğer taraftan istikrarlı bir büyümenin sağlanması, ekonomik düzenleyicilerin varlığına bağlıdır. Bu düzenleyiciler devletin kontrolünde olabileceği gibi, piyasanın temel alınmasıyla da oluşturulmuş olabilir. Daha hızlı büyüyen ekonomiler, gelirini daha yüksek düzeyde artırebildikleri için, düzenleyicilerin gelişimini destekleyecek güçtedirler.

Bununla birlikte, kurumsal kalitenin sağlanması da sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlayacaktır. Ancak, her iki durumda da düzenleyicilerin geliştirilmesi ya da değiştirilmesini içerecek “reformlara” karşı sosyal tarafların tepkileri farklılaşacak ve hatta çıkarları doğrultusunda, taraflar çatışacaktır (Sönmez, 1998: 89-90). Çünkü, bu

reformlar sonucunda ekonomi politikasından başlamak üzere toplumsal sistemde güç ve bölüşüm ilişkileri değişecektir.

5.1.EKONOMİK BÜYÜMENİN ÖZELLİKLERİ

Ekonomik büyüme kavramı, geçmişten günümüze kadar iktisatçıların önemle üzerinde durduğu ve çalışmalar yaptığı bir konu olmuştur. Genel olarak ekonomik büyüme, üretim kapasitesinin artırılması veya fert başına reel hasıladaki sürekli artış olarak tanımlanmaktadır. Büyüme uzun dönemli bir olgu olmakla beraber, niceliksel, üretim artışıdır. Niceliksel olması büyümeyi kalkınmadan ayırt etmeye yarayan bir özelliktir. Çünkü kalkınmada büyümeyle ortaya çıkan değişim söz konusudur, nitelikseldir. Büyüme toplumun yaşam kalitesini, tüketimini ve sosyal yaşamını etkileyen bir kavramdır.

Bir ülkenin ekonomik büyümesini, kendi nüfusuna değişik ekonomik mallar sağlama kapasitesindeki uzun vadeli artış olarak kabul etmektedir. Bu büyüyen kapasite ileri teknoloji, kurumsal ve siyasal düzenlemeler üzerine oturmalıdır. Gelişmiş ülkelerdeki büyüme sürecini temsil eden karakteristikler şu şekilde ele alınmaktadır: (Todaro, 2000: 121):

- Özellikle işgücü verimliliği başta olmak üzere, toplam faktör verimliliğindeki yüksek oranlı artış,
- Nüfusun ve kişi başına düşen üretimin yüksek oranda büyümesi,
- Ekonomide yüksek oranlı yapısal değişim,
- Yüksek oranlı sosyal ve ideolojik değişim,
- Gelişmiş ülkelerin ihtiyaç duyduğu hammadde ve pazarlar için dünyanın diğer bölümlerine ulaşabilme yetenekleri,
- Bu ekonomik büyümenin üçüncü dünya nüfusunu sınırlı düzeyde etkilemesi, yani çok küçük bir nüfusa sirayet etmesi.

Ekonomik büyümenin belli başlı özellikleri ise şunlardır (Hiç, 1994: 34-35):

- Büyüme sayısal bir olgudur ve büyüme üzerine yapılan analizler de nicelikselidir.

- Büyüme uzun dönemde incelenmesi gereken bir yapıya sahiptir, dolayısıyla, kısa vadeli analizler hatalı yorumlara neden olabileceğinden uzun süreli analiz araçlarından yararlanılmalıdır.

- Reel bir artışı ifade eder.

- Nihai ürün (üretim) ve milli gelirdeki artıştır.

- Dinamik bir olgudur ve statik kavramlarla açıklanamaz.

- Toplumsal gelişmeleri hızlandırır.

- Tüketim kalıplarının değiştirir.

- Büyümenin dinamik bir yapıya sahip olmasından dolayı sektörler ve bölgeler arası farklılaşmalar olabilir.

- Birikimli bir özellik gösterdiğinden, küçük yıllık büyüme artışlarının birikimli etkisi büyük olmaktadır.

Buna göre; her ekonominin amacı, ekonomik büyümeyle beraber yaşam standartlarını yükseltecek şekilde, sosyal ve kültürel gelişimi sağlayacak, ekonomik kalkınma hızına ulaşmaktır.

5.2.EKONOMİK BÜYÜMEYİ BELİRLEYEN UNSURLAR

Kapitalist ekonomik sisteme sahip ülkelerde uygulamadaki farklılıklar büyümenin unsurlarını belirlemeyi, güçleştirmektedir Bununla birlikte, katma değer yaratılması ve paylaşılmasına ilişkin temel mekanizma değişmemekte, sadece uygulamada göreceli farklılıklarla kendini göstermektedir.

Ekonomik büyümenin temel belirleyicilerinin yanında politik ve kurumsal belirleyicileri de önemli bir yere sahiptir (Güran, 1999: 245). Büyüme sürecinde önemli bir unsur sayılan politik ve ekonomik istikrarın sağlanmasında bu belirleyicilerin önemli bir yeri vardır. Bu bölümde ekonomik büyümeyi belirleyen unsurlar olarak; sermaye birikimi, teknolojik gelişme, nüfus artışı ve istihdam, beşeri sermaye, dış ticaret büyüklüğü ve gelir dağılımı olarak ele alınmaktadır.

5.2.1. Yatırım ve Sermaye Birikimi

İktisadi büyümenin başlıca kaynağı olan yatırım, herhangi bir dönemde ekonomide üretilen çıktının yeni yapılar, yeni dayanıklı teçhizat ve envanterdeki değişimler şeklindeki kısmının değerine denmektedir (Parasız, 1998: 90).

Yatırım, üretim araçlarının satın alınarak üretimde kullanılması olduğundan, yatırım kararlarındaki iki temel unsur; bu araçların maliyeti ile bu kullanımdan dolayı gelecekte ortaya çıkacak gelirlerdir (Akyüz, 1980: 614).

Dolayısıyla yatırım kararı, sermaye malının getirisiyle satın alma fiyatına ve piyasa faiz oranına bakmaktadır. Yatırım harcamaları ayrıca kapasite kullanımı ve yatırım mallarının temini gibi faktörlerden de etkilenir. Yatırım harcamaları özel ve devlet yatırımlarından oluşurken bir diğer sınıflamaya göre sermaye malları ve stoklara yapılan harcamaları da kapsar. Kamu yatırımları, uygulanmakta olan politikalarla belirlenirken; özel kesim yatırımları doğrudan faiz oranı, borç verilebilir fonlar, kamu kesimi borçlanma gereği, yatırım mallarının fiyatları ve temini ve iç talebin seyrinden etkilenir. Yatırımlardaki artış daha yeni ve daha verimli üretim araçlarının daha yaygın kullanılmasını olanak verdiği ölçüde, verimlilikteki artışlarını da hızlandırmaktadır (Akat, 1980: 145). Yani, ekonomik büyümeyi teşvik eden olgu, kapasite genişlemesiyle özel yatırım karlılığının birbirlerini besledikleri bir süreç olmaktadır.

Düşük tasarruf düzeyi ve yüksek bütçe açıklarının olduğu ekonomilerde yatırımlar açısından önemli zorluklar vardır. Borç verilebilir fonların seviyesine de bağlı olarak bu fonların en büyük müşterisinin kamu olması, piyasada kovma etkisi yaratabileceğinden dolayı, bu etki özel kesimin yeterince ve ucuz maliyetli kredi kullanabilmesini kısıtlar. Bağımsız bir değişken olmayan harcamalar yani iç talep, arz fazlası ya da arz eksikliği yoluyla da yatırımları etkiler.

İç talepteki yetersizlik, stokların artmasına sebep olur ve dolayısıyla daha fazla üretim kararını ve üretim kapasitesini genişletme kararını olumsuz etkiler (Rodrik, 2000: 26-27). Ayrıca ekonomilerin dışa açıklığına bağlı olarak, gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan ve süreklilik arz eden yüksek faiz oranı ve değerli döviz kuru, spekülatif sermaye akımlarına arbitraj olanakları sağlarken; bu olgu sermaye girişlerine bir süreklilik kazandırarak kısır döngü yaratmakta ve faiz oranının sürekli yükselmesine ve döviz kurunun değerlenme sürecinin devam etmesine neden olarak gelişmekte olan ülkelerde reel yatırım kararlarını olumsuz yönde etkilemektedir (Yentürk, 2003: 11).

Sermaye stoku, bir üretim biriminin belli bir dönemdeki mal ve hizmet üretme kapasitesidir. Bu anlamda, bir yandan, üretim faaliyetleri için gerekli sermaye miktarını temsil eder, diğer yandan ekonomide üretilecek mal ve hizmet miktarının üst sınırını belirleyen bir göstergedir. Hem üretim faaliyetlerinin altyapısını oluşturur, hem de ülkedeki refah düzeyi artışının üst sınırını belirler.

Sermaye stoku bina, makine, teçhizat, bilgisayar yazılımı ve donanımı gibi üretim sürecinde doğrudan kullanılan yatırım unsurlarını ve baraj, yol gibi altyapı unsurlarını içerir (Rodrik, 2000: 29). Genel olarak, üretim sürecinde kullanılan fiziki varlıkların değeri olarak ele alınmakla birlikte, eğitim, sağlık, Ar-Ge harcamaları gibi fiziki olmayan varlıkları da kapsar. Sermaye ölçümünde doğrudan yer almasalar da sosyal sermaye, beşeri sermaye gibi fiziki olmayan sermaye ölçütleri de üretim kapasitesini belirler. Bunun nedeni, sözü edilen fiziki olmayan varlıkların fiziki

varlıklardan daha yüksek oranda üretken olmaları ve fiziki varlıklar gibi birey ve firmaların bugün ve geçmişte yaptıkları tasarruf ve yatırımlara bağlı olmalarıdır. Aynı şekilde ülkelerin bugün aldıkları yatırım-tasarruf kararları da gelecek kuşakların yaşam standardını derinden etkilemektedir.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapılan çalışmalar, yatırımların istihdam artışı ve teknolojik gelişmeyle birlikte ekonomik büyümenin ve kalkınmanın belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Hatta sermaye birikiminin teknolojik gelişmeye dolaylı katkısı göz önünde bulundurulsa, sermaye birikiminin verimlik artışı, istihdamı ve ekonomik büyümeyi çok daha olumlu etkilediği ve sermaye ile teknolojinin arasında birbirini tamamlayıcı, pozitif ve çift yönlü ilişki olduğu görülmektedir. Sermaye birikiminin ekonomik büyüme üzerindeki önemini nedenleri şunlardır (Erol, 2006: 74-75):

- Yatırım, ölçek ekonomilerinin ve artan getirinin temelini oluşturur.
- Yatırım, yeni teknolojilerin kullanılmasını sağlayan temel araçtır.
- Yatırım, deneyim kazanma ve yaparak öğrenme imkanı sunar.
- Yatırım, sosyal sermayenin ve dışsallıkların birikimini sağlar.
- Yatırım, verimliliği yüksek çalışma alanları yaratır.

Sermaye stokuyla kişi başı gelir arasındaki pozitif ilişkiden dolayı sermaye birikiminin hızlanmasının, düşük ve orta gelirli ülkelerin yüksek gelirli ülkelerin refah düzeyine ulaşma sürecini inceleyen yakınsama teorilerinde önemli yeri vardır (Karluk, 2003: 132) Buna göre gelişmekte olan ülkelerde büyüme, yüksek sermaye birikimine sahip gelişmiş ülkelerde sermayenin azalan verimi yüzünden yatırımın getirisi azaldığı için, yüksek getiri arayışındaki firmaların, yatırımlarını düşük sermaye birikimi ama yüksek yatırım getirisine sahip bu ülkelerde yapmalarıyla; buna karşılık yüksek fiziki sermaye birikimine sahip gelişmiş ülkelerde ise beşeri sermaye ve Ar-Ge ile gerçekleşmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde sermaye birikim düzeyinin düşük kalması, sermaye talebindeki kısır döngüden ileri gelir (Rodrik, 2000: 29-30). Bu ülkelerde, halkın reel getirisinin düşük olması, talep düşüklüğüne; talep düşüklüğü de pazarın dar olmasına, verimliliğin düşmesine neden olur. Düşük verimlilik ise halkın reel getirisinin düşük olmasına yol açar. Bu kısır döngüyü aşmanın önündeki engel pazarın küçüklüğüdür, dolayısıyla ülkelerin yüzölçümü, ülkeler arası gümrükler ve para politikası gibi faktörler dikkate alınarak verimlilik ve üretim hacmi artışı sağlanmalıdır.

5.2.2. Teknolojik Gelişme

Sermaye ve işgücü stokundaki artıştan bağımsız olmamak kaydıyla, teknolojik ilerleme de ekonomik büyümenin belirleyicilerindedir. Teknoloji, mal ve hizmet üretimi için kaynakların bir araya getirilme biçimiyken; teknolojik gelişme ise piyasadaki ekonomik karar birimlerinin girişimleriyle oluşmakta ve girişimcilerin yeni bir bilgiyi, piyasa değeri olabilecek yeni bir malın üretiminde kullanmasıdır (Jones, 2001: 73).

Teknolojik gelişmeler ekonomik karar birimlerini daha çok sermaye birikimine teşvik eder ve teknolojik gelişmeyle beraber sermaye birikimi işgücü başına üretimin artmasını sağlarlar. Ayrıca ekonomide sermayenin ve işgücünün kullanımına bağlı olarak üretim süreçlerinin gerektirdiği teknolojiye ihtiyaç vardır.

Sermayenin ve işgücünün bir araya gelmesi yetmemekte, bu bileşime uygun teknolojik seviyenin de sağlanması gerekmektedir. Diğer taraftan teknolojik gelişme, aynı kaynaklarla daha fazla üretime sebep olurken, teknoloji üretme kapasitesinin bulunduğu seviye nasıl ki iktisadi büyümeye etki ediyorsa, ekonominin teknoloji transfer kapasitesi de belirli bir oranda büyümeye katkı yapmaktadır (Ünsal, 2009: 128-129).

Benzer şekilde ülkeler için teknolojik açıdan iç ve dışa dönük olarak entegrasyon da oldukça önemlidir. Ekonomide üretilen birçok mal ve hizmetin birbirinin tamamlayıcısı ya da ikamesi olduğu hatırlanırsa,

bunların belirli bir teknolojik entegrasyonu şart koştuğu ortadadır.

Sonuç olarak teknolojik ilerleme, kar amacı güden firmalar tarafından yapılan araştırma geliştirme faaliyetlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan buluş ve yenilikler biçiminde gerçekleşmektedir. Küresel ekonomide gelineen teknolojik seviyeye ayak uydurabilmek, ekonominin dış ilişkilerinde güçlü yanı olmakla beraber; içeride de diğer ülkelerle benzer refah seviyelerine yaklaşmasına olanak sağlamaktadır (Walther, 2002: 86).

Teknolojik ilerleme, verimlilik üzerinde kritik derecede role sahiptir ve faktörlerin daha verimli kullanılmasına olanak sağlarken; herhangi bir ihtiyaç için ekonomide daha az kaynak kullanımına yol açar; dolayısıyla, birim işgücü ve sermaye başına daha fazla ya da kaliteli çıktı meydana getirir (Hatipoğlu, 2000: 138). Bu nedenle, sermaye birikimi ve işgücü artışının bel kemiğini oluşturduğu iktisadi büyüme, her iki kaynağın verimliliğine de bağlıdır.

Nitekim sermayenin ve işgücünün daha etkin kullanımını ifade eden toplam faktör verimliliği, teknolojik ilerlemeden bağımsız olmamak kaydıyla iktisadi büyümenin belirleyicileri arasında yerini alır.

Üretim faktörlerinin büyümeye olan katkısını araştıran büyümenin kaynakları yöntemi, sermaye stokundaki artış ve işgücü stokundaki artışa ek olarak üçüncü bir kaynak olarak toplam faktör verimliliğini alır. Buna göre iktisadi büyüme oranının ne kadarının sermaye ve işgücünden ne kadarının ise bu faktörlerin verimli kullanımından geldiğini açıklamaya çalışır. Bu yöntemle, üretim faktörlerinin büyümeye katkısı ayrıştırılmış ve bunların verimli kullanımından doğan pozitif katkı ortaya çıkarılmış olur (Ünsal, 2009: 135).

Yeni üretilen ürün ülkede talep yaratırsa, bir taraftan üretim ve istihdam; bir taraftan da tüketicilerin tercihleriyle birlikte kişisel refah da artacağından iktisadi büyüme sağlanır. Zaman içerisinde yeni ürünler ortaya çıktıkça, dinamik süreç ve büyüme devam eder. Hatta yeni teknoloji

aracılığıyla bilinen bir ürün yeni bir yöntemle üretilirse, bir birim sermayeyle üretilen katma değer artar, birim başına üretim maliyetlerinde düşüş ve kârlarda artış görülür (Jones, 2001: 75).

Dolayısıyla, uzun dönemde ekonomideki toplam faktörlerdeki üretkenlik artışının ve kaynak tahsisindeki gelişmenin temeli yeni teknolojilerdir ve bunları beşeri sermaye üretir. Küresel pazarda ekonomik açıdan rekabet etmek isteyen bir ülke teknoloji geliştirmeli ve inovasyon yapmalıdır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla gelişmesi ve bilginin üretim süreçlerinde kullanımıyla mikro açıdan üretkenlik ve teknolojinin katma değer üretmesiyle de makro açıdan üretkenlik artar, bu üretkenliğin kâr ve ücretlere yansınmasıyla da ekonomideki çıktı düzeyi yükselir ve büyüme sağlanır (Top, 2002: 31-32).

Teknolojik gelişmenin ekonomik büyümeye etkisi, sermaye birikimi/yatırım ve teknolojik gelişme arasındaki etkileşime de bağlıdır. Sermaye artırımıyla makine ve teçhizatla içerilmiş olan yeni teknolojiler, yatırımlar yoluyla firmalara aktarılır ve firmaların teknoloji yoğun faaliyetleri artar. Diğer taraftan, yeni ürün veya üretim sistemleri biçimindeki teknolojik yeniliklerin ve patentlerin ortaya çıkması yeni yatırımların yapılmasını kolaylaştırır. Her iki durumda da artan yatırımlar, verimliliği ve GSYİH'yı arttırmakta ve sonuçta büyüme gerçekleşmektedir (Karluk, 2003: 136).

5.2.3.Nüfus Artışı ve İstihdam

Nüfus, ekonomide arz ve talep sürecinde, hem bu işlemleri gerçekleştirilmesine etkin olan, hem de sonucundan etkilenen ekonomik bir unsurdur. Diğer bir anlatımla, nüfus artışı ekonomide hem talep artışı, hem de üretim sürecine katkı edecek emek girdisi anlamına gelmektedir (Kar ve Taban, 2005: 20).

Nüfus ile ekonomi arasındaki ilişkiye, genellikle 1940'lı yıllardan

sonra önem verilmeye başlanmıştır. Bu zamana kadar geçen süreçte yapılan tüm çalışmalar, nüfus ile ekonomi arasındaki ilişkiyi teorik olarak incelemiştir. Özellikle de 1960'lı yıllarda insan faktörünü beşeri sermaye unsuru olarak görülmeye başlanmasıyla nüfus kavramı ekonomide daha dikkat çekici hale gelmiştir.

Nüfus ile ekonomi arasındaki ilişki, iktisat tarihi boyunca incelenmektedir. Merkantilist dönemde, kolonilerdeki bakır torağın islenmesi, güçlü ordu oluşturularak sömürgeciliğin arttırılması ve dış ticarete avantaj sağlaması amacıyla emek gücünün arttırılması için nüfus artışının gerekli olduğuna inanmışlardır.

Neo-klasik dönemde de ücretlerin belirlenmesinde, büyüme ve üretim sürecinde nüfus kavramının ekonomi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir. Keynes ise nüfus kavramını istihdam yoluyla ele almıştır. Buna göre; asgari ücret düzenlemeleri, sendikal baskıların oluşması, uzun dönemli sözleşmeler gibi sebeplerden dolayı ekonomi eksik istihdamda kalarak, gayri iradi işsizliğin ortaya çıkmasına neden olacaktır. Ücret düşse bile, harcamalar düşeceğinden dolayı talep canlanmayacaktır. Dolayısıyla, klasik istihdam politikaları değil, tüketim ve yatırım harcamalarını arttırıcı, maliye politikalarıyla gerçekleştirilebilir (Küçükalay ve Türkcan, 2004: 72-74).

Ekonomik açıdan sermaye, emek gibi üretim faktörlerinin kullanılması, istihdam edilmesi anlamına gelir. Ancak üretim sürecinde genel olarak, istihdam, çalışan işgücünü, insan faktörünü temsil eder. İşgücü, istihdam edilenler (ücretliler, kendi hesabına çalışanlar, ücretsiz aile işçileri, işverenler) ve işsizlerden oluşmaktadır (DPT, 2001: 8).

İşgücü faktörünün yetersizliği halinde üretim süreci olumsuz etkilenmektedir; çünkü teknolojinin geliştirilmesinde ve üretime aktarılmasında insan gücü ön plandadır ve işgücünün niteliği mevcut sermaye stokunun etkin kullanımını, yeni yapılacak yatırımların düzeyini ve bileşimini etkiler.

Üreten ve büyüyen bir ekonomide işgücünün arttırılmasında iki kaynağın etkisi vardır. Bunlardan biri emek odaklı teknolojik gelişmedir. Üretim teknolojisinin emek istihdamını görelî olarak daha cazip hale getirerek, daha emek yoğun bir üretim süreciyle istihdamı arttırması amaçlanır. Ancak bu çözüm kısa vadede çözüm sağlar; çünkü azalan verim nedeniyle emek maliyeti orta ve uzun dönemde artar. Bu dönemde istihdamın artması sadece karşılıklı etkileşim yoluyla büyümeyle gerçekleştirilebilir. Ekonominin büyümesi sonucunda artan üretim daha fazla üretim faktörü gerektirir ve bu istihdam kazancı, büyüme kaynaklı istihdam olarak adlandırılır (Günçavdı ve Küçükçiftçi, 2006: 223-224).

5.2.4.Beşeri Sermaye

İktisat literatüründe son yıllarda beşeri sermaye kavramı da yoğun olarak kullanılmakta, içsel büyüme teorilerinde büyümenin başlıca kaynaklarından sayılmaktadır. Bu yaklaşımların da katkısıyla beşeri sermaye stoku iktisadî büyümenin belirleyicileri arasında görülmekte ve büyüme hedeflerinde denklemlere dahil edilmektedir. Beşeri sermaye kavramı; bireyin/toplumun sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek, iş deneyimi, sağlık, eğitim düzeyi, toplumsal ilişkilerdeki konum gibi karakteristikler bütününe ifade eder (Canpolat, 2000: 267).

Yalnızca nitelikli işgücünün oluşumu değil, bilgi birikiminin ve Ar-Ge faaliyetlerinin artışının da büyümenin arka planında bulunması, beşeri sermaye yatırımlarını ekonomi politikalarının kapsamına sokmuştur. Ülkelerin işgücü niteliğini geliştirmek için yaptıkları beşeri sermaye yatırımları, hem yeni ürün ve teknoloji geliştirmeye yönelik yatırımların getiri oranını, hem de yeni ürün ve teknolojilerin benimsenmesini ve kullanımını kolaylaştırarak ekonomik gelişmeyi etkilemektedir.

Beşeri sermaye stokunun düzeyi de ülkelerin gelir seviyesiyle sıkı bir ilişkiye sahiptir. Gelir düzeyi yüksek ülkeler milli gelirlerinin daha büyük bir bölümünü beşeri sermaye yatırımlarına ayırıp, bu yatırım sayesinde daha yüksek işgücü verimliliği elde edebilmektedirler (Canpolat, 2000: 268-269).

İktisadi kalkınma ve ekonomik büyüme kuramında sermaye birikimi birçok iktisatçı tarafından kalkınmanın temel koşulu olarak kabul edilmektedir. Sermaye birikimi, toplumun üretmiş olduğu değerlerin tümünü tüketmeyip bir kısmını sermaye mallarına ayırmasıdır. Bu anlamda kullanılan sermaye kavramı, daha çok fiziki sermaye ile açıklanabilir. Oysa ki iktisadi kalkınma sürecinde fiziki sermayenin yanı sıra beşeri sermayenin de önemi göz ardı edilmemelidir.

Üretime katılan bireyin sahip olduğu ve genel anlamda insanın niteliğini vurgulayan bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi pozitif değerler, beşeri sermaye olarak kabul edilmektedir. (Tansel ve Güngör, 1997:532)

Çünkü söz konusu değerler, üretimde kullanılan diğer faktörlerin daha verimli değerlendirilmesine imkan vermekte; ayrıca yeni teknolojilerin icadı ve rasyonel bir şekilde kullanılmasına da yol açmaktadır. Bu nedenle ekonomik faaliyetlerdeki rasyonellik artmakta ve ülke ekonomisi daha hızlı kalkınabilmektedir. (Karagül, 2003: 79-90).

Özetlemek gerekirse, beşeri sermaye, verimlilik artışı, teknoloji üretimi ve nihayetinde ekonomik büyüme çerçevesine hapsedilmemelidir. Beşeri sermayeyi ele alan uygulamalı ve teorik birçok çalışma, beşeri sermayenin birçok etkisinin olduğunu kanıtlamıştır. “Beşeri sermayenin diğer etkilerinden bazıları şunlardır: Beşeri sermaye işgücünün değişen koşullara uyumunu kolaylaştırmakta ve özellikle kadınların işgücüne katılımını arttırarak işgücü potansiyelinin etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Nitelikli insan gücü (beşeri sermaye) farklı talep yapısı nedeniyle dış ticaret ve üretim yapısının bileşimini etkilemektedir. Beşeri sermaye, istihdam ve gelirin (ücretin) artmasına neden olarak işsizliğin ve yoksulluğun azalmasına, gelir dağılımının iyileşmesine etki edecektir. Eğitim, demokratikleşme, katılımcılık, insan hakları ve sosyal uyum gibi toplumsal değerlerin yerleşmesinde ve çevrenin korunması ve geliştirilmesinde büyük önem taşımaktadır.” (Saygılı ve Cihan, 2006: 18-35)

5.2.5. Gelir Dağılımı

Ekonomik faktörlerin belli bir dönemde üretim sürecine katılmaları sonucu yaratılan katma değerden her birinin parasal olarak aldığı paya “gelir” denir. Kısaca üretim ve hizmet faktörüne çeşitli yollardan sağlanan para ya da nesnel getiridir. (DPT, 2001: 4)

Bir ülkede belirli dönem içinde üretilen toplam gelirin fertler, gruplar veya üretim faktörleri arasında dağılmasına “gelir dağılımı” denir. Paralı alışverişin hakim olduğu bir ekonomide üretilen üretim ve tüketim araçlarının dağılımı parasal(nakdi) gelirler aracılığıyla gerçekleşmekte ve gelir dağılımı adını almaktadır. (DPT, 2001:3)

Gelir dağılımı tanım itibariyle bir ülkede ortaya çıkan toplam gelirin, üretim faktörleri, üretime katılan bireyler veya bireyler tarafından oluşturulan toplumlar gibi, tüketiciler arasında dağılımasıdır. Bir ülkede oluşan toplam gelirin tüketiciler arasında dağılımına kişisel gelir dağılımı, üretim faktörleri arasındaki dağılımına ise fonksiyonel gelir dağılımı denmektedir (Yumuşak ve Bilen, 2000: 78).

Gelir dağılımı ile iktisadi büyüme arasında nasıl bir ilişki olduğuna dair net bir açıklama yapılmamaktadır. Ampirik çalışmalarda, verilerdeki yetersizlikler ve büyüme ve gelir dağılımı arasındaki karmaşık ilişki nedeniyle konsensüse varılamamıştır.

Bu çalışmada büyüme-gelir dağılımı ilişkisinin zaman içerisinde belirgin farklılıklar gösterip göstermediği araştırılmıştır (Oğuş, 2005: 19). Büyüme fiziki sermayeye dolayısıyla da tasarruflara dayandıran görüşe göre iktisadi büyüme ile gelir dağılımındaki eşitsizlik arasında olumlu bir ilişki vardır.

Diğer yönden iktisadi büyüme belirleyen unsurların basında beşeri sermayeye önem veren görüşe göre ise gelir dağılımındaki eşitsizlik ile iktisadi büyüme arasında negatif bir ilişki vardır. Çünkü gelir dağılımının adaletsizliği, işgücünün eğitim, sağlık ve beslenme gibi harcamaları

azaltmakta, bunun sonucunda ise beşeri sermaye gelişimini engellemektedir.

5.2.6. Dış Ticaret Büyüklüğü

Bir ülke için ithalat dışarıya gelir transferi anlamına gelirken, milli gelir hesaplarında eksi değer olarak denkleme dahil olur. İthalatın bileşenleri tüketim malları ithalatı ile ara ve sermaye mallarıdır (Kaynak, 2005: 86).

Yurtiçinden temin edilemeyecek mal ve hizmetlerin tamamı zorunlu olmasa da, tüketim veya üretim sebebiyle ithal edilmesi iktisadi hayatın gereklerindedir. Ara ve sermaye malları olarak tanımlanan gruptaki mal ve hizmetler tüketim maddesine dönüşmeden ithal edilerek, yurtiçi üretim ve istihdam kapasitesi yaratılır ve bu yolla dışarıya asgari bir gelir transfer edilerek içeride bir katma değer oluşumu sağlanır (Dinler, 2003: 146).

Dolayısıyla iktisadi büyümenin arka planında ithalat da bulunmaktadır ki, örneğin yatırım malı ithalatındaki artış eğilimi, ekonomideki gidişatı anlamada beklentiler hakkında fikir vermesi açısından anlamlı bir göstergedir.

Ekonomi kendi tüketiminin dışında kalan ekonomik kaynakları gerek hammadde gerekse yarı mamul veya mamul olarak gelir elde etmek amacıyla ihraç ederken, bazen kendi ihtiyacından kısarak da ihraçta bulunabilir. Tüketim malı ihracatı ne kadar yüksek ise bu mal veya hizmetlerin nihai hale gelene kadar yurtiçinde üretilmesi ekonomiye azami katma değer kazandırabilir. Ara malları ve yatırım malları ihracatı da ekonominin üretkenliğinin ve dış ticaretteki seviyesinin kritik bir göstergesidir (Oğuş, 2005: 47-48).

İktisadi büyüme açısından ihracat doğrudan döviz gelirine denk düşerken, bu gelir içeride paylaşılması, yatırım, üretim ve tüketime yansması ve vergi geliri yaratmasıyla büyümenin destekleyici unsurlarındandır. İhracatın düzeyi yalnızca ekonominin bulunduğu

seviyeye ilişkili değildir. Uygulanan ekonomi politikaları gereği kurun değerlendirilmesiyle de çok yakından ilişkilidir.

Yerli paranın değerlendirilmesi ihracatı ucuzlatıp caydırırken, ithalatı cazip hale getirmektedir. Tersisi durum ise ithalatı pahalılaştırarak ihracatı teşvik etmektedir. Yerli paranın değer kaybı ihracatı artırmasına rağmen, ekonominin ithalata olan bağımlılığı ölçüsünde dış ticaret açığını da artırabilmektedir. Diğer taraftan döviz kuru belirsizliği de ihracatı negatif, ithalatı ise pozitif etkilemektedir (Sever, 2009: 16-17). Reel döviz kuru oynaklığı hem kısa hem de uzun vadede ihracat üzerinde negatif etkiye sahip olarak, gelecekteki eğilimler hakkında belirsizlik yaratmakta, ihracatçı birimler dış piyasadan çok iç piyasaya yönelerek tepki vermektedirler ve hatta ihracata en negatif etkiyi reel döviz kuru oynaklığının yaptığı savunulmaktadır (Köse, Ay ve Topallı, 2008: 25).

Ekonomilerin dış ticarete mukayeseli üstünlük teorisine göre kazançlı çıkacağı yönündeki görüşlere rağmen, farklı gelişmişlik ve gelir düzeyindeki ülkelerin bu süreçten farklı etkilenmeleri söz konusu olmaktadır. Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin dış ticaret açıklarının sürekli artışı gözlemlenen bir olgudur. Milli gelire oranı açısından ekonomilerin dışa açıklığının arttığı süreçte, yoksullaştırıcı büyüme teorisi dikkate değerdir.

Ayrıca gelir düzeyinin yükselmesine rağmen dış ticaret açıklarının da hem miktar hem milli gelire oranı açısından artışı, bu ekonomilerin makro istikrarını bozucu etki yapmaktadır. Dış ticaret açıklarının finansmanı için alınan yüksek faizli borçlar da ekonominin etkin bir şekilde işlemini zorlaştırmaktadır (Aslan ve Küçükaksoy, 2006: 12).

Borçlanmanın tekrar faiz ödemesi yoluyla dışarıya gelir transferiyle sonuçlanması, dış ticaretten elde edilen ekonomik faydanın taraflar arasında nasıl paylaşıldığının açıklayıcısı durumundadır.

6. EKONOMİK BÜYÜMEDE DIŞ TİCARETİN ROLÜ

Bir ülke ekonomisinin iyileşmesinden söz edildiğinde, genel anlamda kişi başına düşen gelirin artması ve o ülkenin refah düzeyinin iyi yönde yükselmesi böylece yaşam standartlarının iyileşmesi temel olarak alınabilir.

Yapılan araştırmalar sonucunda, ülkelerin dışa açılması sağlanmadan, kendi sınırları içerisinde büyümesinin çok kısıtlı olduğu anlaşılmıştır. Dış ticaretin katkısı olmadan ekonomik büyümenin sağlanamayacağı artık yaygın bir görüştür (Bacutoğlu, 2005: 152).

Günümüzde, ülkeler kendi sınırları ile kısıtlı kalmayıp, gerek üretim, gerek sermaye, gerekse ticaret bakımından sınırları aşarak hızla yayılma göstermektedirler. Bu yayılma içerisinde ülkeler, üretim ve sermaye yatırımlarını yapmak için belli aşamalarda daha avantajlı olduklarını düşündükleri ülkelerle işbirliği içerisinde girmeyi uygun bulurlar.

1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulması ile beraber küreselleşme süreci başlamış, serbest ticaret anlaşmaları artış göstermiş ve çoğu ülkede uygulanmakta olan uluslar arası ticaret ile ilgili kısıtlamalar azalma göstermiştir. Böylece ülkeler arası rekabet artmış, herkes kendine bu pazarda yer edinme yarışı içerisinde girmiştir (Bolak, 2001: 67-68).

Klasik görüşe göre, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde de ifade edildiği gibi, her ülke kendi üstün olduğu alanlarda uzmanlaşıp buna göre ticaret yaptığı takdirde, reel gelirinde bir artış meydana gelir. Az gelişmiş ve gelişmiş ülkeleri ele aldığımız takdirde, karşılaştırmalı üstünlükler teorisine göre ticaret yapıldığı takdirde, ticarete katılan her iki taraf bu işbölümü sayesinde fayda sağlayacak ve zenginleşecektir (Karluk, 2003: 143). Dış ticaretin ülkelerin iç pazarlarına etki ederek verimliliği arttırdığını söylemekte herhangi bir sakınca yoktur. Ülkelerin iç pazarda yaşadığı kısıtlıklar, üretimin iç pazarın talebini karşılayamaması durumunda dış ticaret ile pazarı büyütmek ve yeni pazarlar yaratmak ve bunun sonucunda ülke içi

is bölümünün gelişmesi ile birlikte verimlilik de artış gösterecektir (Karluk, 2005: 45-46).

Dış ticaretin ekonomik kalkınmadaki etkisini araştırırken, öncelikle dış ticaret ve milli gelir arasındaki ilişkiyi açıklamak gerekmektedir. Ekonomik kalkınmanın ana temeli gelir düzeyindeki artış olduğundan, dış ticaretin milli gelire etkisi aynı zamanda ekonomik kalkınmaya etkisi açıklamış olmaktadır.

Dışa açılmanın doğrudan bir etkisi kaynak dağılımı etkisidir. Ülkelerin, karşılaştırmalı üstünlüklere göre yapacağı ticaret sonucunda var olan kaynaklar tekrar dağılacak ve bu damilli gelire etki edecektir (Jones, 2001: 85). Ayrıca, dış ticaret ile beraber kaynaklar düşük teknoloji sektöründen ileri teknoloji sektörüne aktarılıyorsa, uzun dönemde büyüme artacaktır (Yiğit, 1996: 156).

Ülkelerin dış ticarete açılması ile beraber, rekabet etkisi ortaya çıkacak, piyasalar büyüyecek ve tüketici sayısı artacaktır. Tüketici sayısının artmasıyla beraber kişi başına düşen sabit maliyetler azalacak, böylece kârlar artacak, bu da piyasadaki firma sayısının artmasına yol açacaktır. Piyasada firmaların artması, rekabeti güçlendirmekte, böylece firmaların tekelci güçleri yok olmakta ve fiyatlar düşmektedir (Tomanbay, 2001: 110).

Bu görüş; Levinsohn tarafından “disipline edici ithalat hipotezi” olarak adlandırılmıştır. Çalışmasında, Türkiye ekonomisini analiz etmiş, ithalatın yerli firmalar üzerindeki disipline edici etkilerini araştırmıştır. Türkiye’nin 1980 öncesi korumacı dönemini ele almış ve 1980 sonrası liberalleşme sürecinden sonra ithalatın iç piyasada disipline edici etkisi olduğu ve fiyat-maliyet marjlarının düştüğü sonucuna ulaşmıştır. Çünkü ülkelerin dış ticarete açılması ile beraber yerli üreticiler rekabette zorlanacak ve böylece kârlarını azaltarak fiyatları düşüreceklerdir (Bayraktutan, 2003: 183).

İç pazarlarda, firma sayısı arttıkça her bir firma optimum ölçeğin

altında üretim yapacağından birim maliyetler yükselir. Burada devreye giren dış ticaret, yerli piyasaların ticaret hacmini genişletir ve üretim maliyetlerinin düşmesini sağlar. Ticaret hacminin genişlemesi ile beraber, firmalar üretim ölçeklerini ve ürün çeşitlerini arttıracak, bu da ekonomide verimliliği arttıracaktır.

Az gelişmiş ülkeler açısından bakıldığında, ölçek ekonomilerinin varlığı koruma politikalarının uygulanmasının en önemli gerekçesidir. “Genç endüstri tezi” olarak bilinengörüşe göre, yeni kurulan firmaların uluslar arası piyasalarda rekabet edebilir konuma gelebilmesi için optimum ölçeğe ulaşana kadar korunması gerekmektedir. Aksi halde, uluslar arası rekabet bu endüstrilerin gelişimini olumsuz yönde engeller (Tomanbay, 2001:115).

Dünya pazarına katılmanın en büyük etkeni, ülkelerin yabancı bilgilerine yani teknolojilerine hızlıca ulaşabilmek gibi gözükmektedir. Seyidoğlu'na göre (2002: 78-79), teknoloji dış ticarete iki farklı şekilde konu olabilir. Bunlardan birincisi, mal ticaretini geliştirici yöndedir. Yeni malların bulunmasına ya da mevcut olan malın daha ucuz ve kaliteli bir şekilde üretilmesine imkan sağlayıcı niteliktedir. İkincisi ise teknolojinin dış ticarete doğrudan konu olması ile ilgilidir. Bu, yabancı bir firmadan patent almak, lisans anlaşması yapmak gibi yollarla olabilir.

Başka bir ifadeyle, bir firmanın teknolojiye sahip olabilmesinin bir yolu yeniliğin doğrudan o firma tarafından icat edilmesi bir diğeri ise başkası tarafından geliştirilen teknolojinin elde edilip kullanılmasıdır. Yeni teknoloji icadı, ülkeler arası teknoloji açığı doğurur, uluslararası ticaret ise teknoloji yayma etkisi ile bu açığı kapayıcı yöndedir.

6.1. İHRACAT VE EKONOMİK BÜYÜME

Az gelişmiş ülkeler tarafından ithalat ikamesi stratejisinin yoğun olarak uygulandığı dönemde, ülkeler yüksek büyüme oranları gerçekleştirmiş bununla beraber devlet müdahaleleri ve gelirin yeniden

bölüşürülmesi yolu ile büyümenin olanaklarından geniş toplum kesimi yararlanabilmiştir. Fakat 1970'lerin başından itibaren fiyatların yükselmesi, işsizliğin artması gibi nedenlerle büyüme oranları tersine gitmeye başlamış, verimlilik açısından önemli düşüşler yaşanmıştır. (Başkaya, 2005: 129-130).

Gümrük duvarları ile korunan yerli sanayinin kaliteye, Ar-Ge ve inovasyona önem vermediği, ürün geliştirmekte atıl kaldığı ve bu nedenle küresel rekabet şansını yitirme tehlikesi ile karşı karşıya kaldığı da ayrıca anlaşılmıştır (TMMOB, 2007). Az gelişmiş ülkelerin çoğunun ithal ikamesi politikaları ekonomik darboğazlar yaratmış ve özellikle Güney Kore, Tayvan, Hong Kong, Singapur gibi ülkelerin sanayi malları ihracatında gösterdikleri başarı ve büyüme söz konusu ülkelerin ithal ikameci kalkınma stratejisini bırakıp ihracata dayalı kalkınma stratejisini benimsemesine sebep olmuştur (Oğuş, 2005: 38).

İhracata dayalı kalkınma stratejisi ithal ikamesinin karşıtı olarak ihracata dayalı sanayileşme yani ihracatın özendirilmesi stratejisidir. Bu stratejinin temelini, uluslar arası serbest ticarete dayanan karşılaştırmalı üstünlükler teorisi oluşturur ve karşılaştırmalı üstünlüklerin temel aldığı uluslar arası ticarete kaynak dağılımını esas alır (Han ve Kaya, 2012: 135).

İthal ikamesinin ana hedefi sanayileşme olduğu gibi ihracata dayalı kalkınma stratejisinin de amacı sanayileşmektir. Sanayileşmede seçicilik ana ilkedir ve ithal ikamesi gibi tüm endüstrilerin değil, ancak gelişebilecek ve rekabet edebilecek potansiyele sahip olan endüstrilerin desteklenmesine çalışılır. Bu modelde dış ticaret politikasının temel amacı, kurulan ve ileride kurulacak olan endüstrileri dış piyasanın rekabetine hazırlamak, ithalatta serbestleştirmeyi arttırmak, özel sektörün öncülük ettiği dinamik bir ekonomik yapı yaratmak için kambiyo rejimini serbestleştiren ve ihracatı destekleyici politikalar uygulamaktır (Türker, 2007: 139).

Bu modelde, ülkelerin serbest ticaret koşulları altında, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde belirtildiği gibi üstünlüğe sahip olduğu alanlarda üretimde uzmanlaşmaları esastır.

Amaç, geliştirilmesine destek verilecek sanayi alanlarının iç piyasadan çok dış piyasaya üretimde bulunmasıdır. Yani ithal ikamesi stratejisinin tersine, ithalatın değil ihracatın yapısının değiştirilmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda ihracata yönelik kalkınma, devlet müdahalesi olmadan kaynakların piyasa güçleri tarafından ihracatçı endüstrilere yönettikleri bir stratejidir (Demir ve Gülten, 1994: 46).

İhracata yönelik strateji koruyuculuk yerine dış rekabeti esas aldığından dolayı, üreticilerin davranışları ve üretim yapılarında önemli değişiklikler söz konusudur. İthal ikamesinde sanayiler rekabet ortamında olmadığından üretim tekniklerinde yeniliğe gitmez ve kaliteyi arttırmaya ihtiyaç duymazlar. Fakat ihracata yönelik stratejide üreticiler dünya piyasalarına açıldığından dolayı kaliteyi arttırıcı ve fiyatları düşürücü yeni yöntemler aramak zorundadırlar. Bu durumda ekonomiye dinamizm kazandırmakla gelişme sürecini de hızlandırır.

Az gelişmiş ülkelerin iktisadi anlamda kalkınmaları için gerekli olan makine, teçhizat ve bir kısım ilkel maddeler ile muhtaç olunan tüketim maddelerinin ithalat masraflarını karşılayabilmek için ihracat gelirlerine ihtiyaçları vardır. Başka bir deyişle, ihracat gelirlerinin miktarı, belli bir yıldaki ithalât hacmini tayin etmektedir. Bu sebeple bu ülkelerde iktisadi kalkınma sürecinin hızlanması için ihracat gelirlerinin süratli bir şekilde arttırılması gerekmektedir (Seyidoğlu, 2003: 243).

İhracat, bir ülke için sadece döviz kazandırıcı bir etki yaratmakla kalmaz. İhracat artışı milli gelir seviyesini yükselmekte ve ihracatın genişlemesine bağlı olarak bu kesim,ekonomide öncü sektör olarak diğer sektörlerinde gelişmesine katkıda bulunmaktadır.

6.2. İTHALAT VE EKONOMİK BÜYÜME

1980 sonrası dönemde rekabet gücünün kazanılması amacıyla ihracatı teşvik edici sanayileşme politikalarına önem verilmiştir. İhracat önemli oranda desteklenmiş ve teşvik edilmiştir. Bu destek ve teşviklerin de

katkısıyla ihracat malları üreten sektörlerde gözle görülebilir bir gelişme görülmüştür. İhracat ve ithalatın yapısında ve dış ticaret hacminde önemli gelişmeler yaşanmıştır (Utkulu, 2005: 128).

Hatta dış ticaretin ülke ekonomisi içinde önemini gösteren dış ticaret hacminin milli gelire oranı giderek artmıştır. Bu artış dış ticaret hacmindeki artışın yıllar itibariyle milli gelirdeki artıştan daha fazla olduğunu ve dış ticaretin ülke ekonomisi açısından daha da önemli bir konuma geldiğini göstermektedir.

İhracatın ekonomik büyümenin motoru olduğu düşüncesi sayesinde artan ihracat destek ve teşvikleriyle beraber, bu konuda yapılan çalışmalar da artmıştır. Sonuçlar, genel olarak, ihracatın ekonomik büyüme üzerinde pozitif içsel ve dışsal etkilerinin olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, ihracatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ülkeden ülkeye değiştiğini ve bazı ülkelerde ise ihracat öncülüğünde büyüme hipotezinin geçerli olmadığını tespit eden çalışmalar da mevcuttur (Han ve Kaya, 2012: 87).

Bu noktada, ithalatın ve ihracatın uzun dönemde birliktelik göstermesi bazı araştırmacıların dikkatini çekmiştir. İthalatın büyüme üzerindeki içsel ve dışsal etkileri araştırma konusu olarak sorgulanmaya başlanmıştır. Özellikle, Türkiye’de ihracatın ithalat ile uzun dönemli bir ilişki içinde olduğu ve ihracat mallarının üretiminde ithal edilen malların kullanıldığı göz önüne alındığında ithalatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ve payı araştırılması gereken bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

İthalatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi doğrudan ve dolaylı olarak ikiye ayrılabilir. İthalatın milli gelirden bir kayıp olduğu düşünüldüğünde ekonomik büyüme üzerindeki doğrudan etkisinin negatif olması beklenmektedir. İthalatın ekonomi ve ekonomik büyüme üzerindeki ikinci etkisi ise ithal edilen malların dolaylı etkisi yani dışsallık etkisidir. Dışsallık etkisi kısaca ithal edilen malların ekonominin üretim verimliliğini arttırıcı etkisi olarak düşünülebilir. Doğal olarak ithal edilen malların verimlilik ve üretimi arttırması için üretim sektöründe kullanılan yatırım ve

teknoloji malları ithalatının ekonomide doğru olarak kullanılması gerekmektedir (Türker, 2007: 64-65).

Bununla birlikte son dönemde, içsel büyüme teorileri kapsamında altyapı harcamalarının, araştırma geliştirme çalışmalarının, haberleşme ve iletişim yatırımlarının ve teknolojik gelişmenin de ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Han ve Kaya, 2012: 71).

Ayrıca, bir ülkede üretilen yeni bir bilginin yatırım malları ve teknolojik ürünlerin ithalatı vasıtasıyla ülkeler arasında bilgi taşınmaları şeklinde yayılabileceği belirtilmektedir. Buradan hareketle, yatırım malları ithalatının yanında altyapıyı geliştirmek, araştırma geliştirme yapmak, bilginin yayılmasını kolaylaştırmak amacıyla yurtiçi teknoloji seviyesinin gelişmesine katkıda bulunacak malların ithal edilmesinin ithalatın dışsallık etkisine katkı sağlayacağı ve dışsallık etkisini arttıracığı vurgulanmaktadır.

Din (2004), Güney Asya'nın önde gelen ekonomilerinden Hindistan, Pakistan, Sri Lanka, Bangladeş ve Nepal'de ithalat ve ihracatın büyümeye etkilerini sınamıştır. Hindistan ve Sri Lanka için 1960–2002, Nepal için 1965–2002, Bangladeş ve Pakistan için ise 1973-2002 dönemi verileri çalışmada kullanılmıştır.

Çalışma sonuçları ülkeler için farklı sonuçları işaret etmiştir. Bangladeş ve Pakistan'da çıktı, ithalat ve ihracat arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu göstermiş, fakat Hindistan, Nepal ve Sri Lanka'da değişkenler arasında böyle uzun dönemli bir ilişkiye rastlanamamıştır. Bangladeş ve Pakistan'da hem ithalat hem de ihracatın ekonomik büyümeye neden olduğunu; Hindistan, Nepal ve Sri Lanka'da ise ihracat ile büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu ve büyümeden ithalata doğru nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Kurt ve Terzi (2007), Türkiye'de ekonomik serbestleşme hareketlerine bağlı olarak ve dış ticaretteki genişlemeden yola çıkarak Türkiye'de imalat sanayi ithalat, ihracat, çalışılan saat başına verimlilik

artışı ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçları ekonomik büyüme ile ithalat arasında çift yönlü, ithalattan verimlilik artışına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada, bu durum yatırım malları, ara malları ve teknoloji mallarının ithalatının dikkate alınması konumunda içsel büyüme teorileri ile uyumlu bir bulgu olacağı vurgulanmıştır.

Gerni ve diğerleri (2008), hem yıllık hem de aylık veriler kullanmışlardır. 1980–2006 dönemi yıllık ekonomik büyüme ve toplam ihracat, toplam ithalat değişkenleri arasındaki ilişkiler Feder (1983) modeli ve kriz kuklası ile araştırılmıştır. Feder modeli ithalat değişkeni kullanılmadan tahmin edildiğinde ihracatın büyüme üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Fakat, modele ithalat değişkeni de ilave edildiğinde ihracatın büyüme üzerindeki etkisi anlamsızlaşmıştır. Her iki modelde de nüfus artışının büyüme üzerindeki etkisi negatif, yatırımların büyüme üzerindeki etkisi pozitif, kriz değişkeninin katsayısı negatif ve bu üç değişkenin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. İthalatın büyüme üzerindeki etkisinin ise pozitif ve anlamlı olduğu görülmüştür.

Bir ülke için ithalat dışarıya gelir transferi anlamına gelirken, milli gelir hesaplarında eksi değer olarak denkleme dahil olur. İthalatın bileşenleri tüketim malları ithalatı ile ara ve sermaye mallarıdır. Yurtdışından temin edilemeyecek mal ve hizmetlerin tamamı zorunlu olmasa da, tüketim veya üretim sebebiyle ithal edilmesi iktisadi hayatın gereklerindedir.

Ara ve sermaye malları olarak tanımlanan gruptaki mal ve hizmetler tüketim maddesine dönüşmeden ithal edilerek, yurtiçi üretim ve istihdam kapasitesi yaratılır ve bu yolla dışarıya asgari bir gelir transfer edilerek içeride bir katma değer oluşumu sağlanır (Peterson, 1994: 481). Dolayısıyla iktisadi büyümenin arka planında ithalat da bulunmaktadır ki, örneğin yatırım malı ithalatındaki artış eğilimi, ekonomideki gidişatı anlamada beklentiler hakkında fikir vermesi açısından anlamlı bir göstergedir.

Ekonomi kendi tüketiminin dışında kalan ekonomik kaynakları gerek

hammadde gerekse yarı mamul veya mamul olarak gelir elde etmek amacıyla ihraç ederken, bazen kendi ihtiyacından kısarak da ihraçta bulunabilir. Tüketim malı ihracatı ne kadar yüksek ise bu mal veya hizmetlerin nihai hale gelene kadar yurtdışında üretilmesi ekonomiye azami katma değer kazandırabilir. Ara malları ve yatırım malları ihracatı da ekonominin üretkenliğinin ve dış ticaretteki seviyesinin kritik bir göstergesidir (Acar, 2002: 79). İktisadi büyüme açısından ihracat doğrudan döviz gelirine denk düşerken, bu gelir içeride paylaşılması, yatırım, üretim ve tüketime yansması ve vergi geliri yaratmasıyla büyümenin destekleyici unsurlarındandır.

İhracatın düzeyi yalnızca ekonominin bulunduğu seviyeyle ilişkili değildir. Uygulanan ekonomi politikaları gereği kurun değerlenmesiyle de çok yakından ilişkilidir (Dülgeroğlu, 2003: 48). Yerli paranın değerlenmesi ihracatı ucuzlatıp caydırırken, ithalatı cazip hale getirmektedir.

Tersi durum ise ithalatı pahalılaştırarak ihracatı teşvik etmektedir. Yerli paranın değer kaybı ihracatı artırmasına rağmen, ekonominin ithalata olan bağımlılığı ölçüsünde dış ticaret açığını da artırabilmektedir. Diğer taraftan döviz kuru belirsizliği de ihracatı negatif, ithalatı ise pozitif etkilemektedir (Erşan, 2009). Reel döviz kuru oynaklığı hem kısa hem de uzun vadede ihracat üzerinde negatif etkiye sahip olarak, gelecekteki eğilimler hakkında belirsizlik yaratmakta, ihracatçı birimler dış piyasadan çok iç piyasaya yönelerek tepki vermektedirler ve hatta ihracata en negatif etkiyi reel döviz kuru oynaklığının yaptığı savunulmaktadır (Nezir, Ay ve Topallı, 2008: 25).

Hem ihracat ve hem de ithalatın bileşenleri tüketim, ara ve yatırım malları olarak ayrıldığı gibi, tarım, sanayi ve hizmetler olarak da ayrılmaktadır. Ülkede tarımın ihracatta ağırlıklı olması sanayileşmenin eksikliğini; sanayinin ihracatta payının fazlalığı sanayileşmenin ileri derecede olduğunu, ithalatta payının fazla olması ise ciddi bir sanayileşme sorunu (veya açığı) olduğunu gösterebilmektedir (Bocutoğlu, Berber ve Çelik, 2006: 39). Turizm ise birçok ülke için önemli bir dış kaynaktır.

Yabancı turistlerin ülkeye gezi ya da tatil amaçlı gelerek ülkede tüketim mal ve hizmetlerine harcama yapmaları dolaysız bir gelir transferidir.

Diğer taraftan talebin nihai mal ve hizmetlere yönelik olması, bunların üretiminin (büyük ölçüde) içeride yapılması yine katma değer yaratılması yani iktisadi büyümeye katkı anlamına gelmektedir.

Ekonomik büyüme modellerinde dış ticaretin büyüme üzerindeki olumlu etkisini vurgulayan çalışmalara sıklıkla rastlanmaktadır. Genel olarak kabul edilen görüş, ihracatın ekonomik büyüme üzerine pozitif etki yarattığıdır. Bu etkinin nedenleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir: (Seyidoğlu, 2003: 152-153)

- İhracat firmaların sınırlı düzeydeki iç pazar dışında geniş bir piyasaya açılma olanağı kazanarak büyük ölçekte üretim yapması ve ölçek ekonomisinin avantajlarından yararlanması, maliyetlerin düşürülerek üretimde verimliliğin artırılabilmesi,

- Dış ticaret verimlilik artışının yanı sıra yeni teknolojilerin elde edilmesini (teknoloji ithali) ve yayılmasını sağlayarak ekonomik büyüme oranını da artış sağlaması,

- Uluslararası piyasalara girişte artan rekabet; teknik bilginin yayılması, daha iyi yönetim, kaliteli ve ileri teknolojiye dayalı üretimi zorunlu hale getirmesi,

- İhracatın yeni fırsatlar yaratarak, istihdamın artmasına, maliyetlerin düşmesine ve ürün kalitesinin yükselmesine neden olması ve karşılaştırmalı olarak avantajlar sağlanması,

- İhracatın döviz gelirlerini arttırarak dış ödemeler bilançosundaki döviz sorununun azalmasını sağlar. Böylece teknoloji, ara ve yatırım malları ve nihai ürün ithalatının da artmasına olanak sağlar.

Günümüzde gelişmekte olan ülkelerin önemli bir bölümü ithalat yolu ile büyüme hızını yükseltebilmektedirler. İthalattaki artış yurt içinde

sağlanamayan ara mallarının ve yeni teknolojilerin elde edilmesini kolaylaştırmakta ve üretimi desteklemektedir. İthalata dayalı büyüme hipotezini savunan bu yaklaşıma göre, üretim sürecindeki ithal girdi kullanımını teknolojik ilerlemeye yol açmaktadır.

Bunun yanı sıra, dış ticaretle birlikte ortaya çıkan rekabetin Ar-Ge harcamalarını ve eğitime yapılan yatırımlardaki kaliteyi yükselttiği kabul edilmektedir (Han ve Kaya, 2012: 127).

Bugün hakim olan ekonomik ve sosyal yapı, küreselleşme görüşü ve tek dünya ekonomisi ve pazarı yukarıda açıklanan ekonomik ve sosyal dönüşüm sürecinin sonuçlarıdır. Bu sürece girilmesinin ve dünyanın bu yapıya taşınmasının temelinde gelişen ulaşım sistemleri ve ulaştırma yapısı yer almaktadır. Günümüzde ulaşım sistemlerinin ve taşımacılığın bu görevini lojistik üstlenmiştir (Taşkın ve Durmaz, 2012: 81).

Gelişen ve değişen ekonomik yapıya ve insan ihtiyaçlarına cevap aranırken temel hedef olan büyüme ve ihtiyaçların tatmini yolunda lojistik hizmetler önemli hale gelmiştir. Yeni ulaşılan ekonomik düzende ticari ve ekonomik sınırların büyük ölçüde ortadan kalkması ve oluşan mevcut yapıda lojistik hizmetler ve gelişen taşımacılık etkili olmuştur.

Kapitalizm görüşünü taşıyan ve küreselleşme yolunda ekonomiye yön veren taşımacılık bugün yerini lojistiğe bırakırken lojistikte tüm insan ihtiyaçlarının karşılanmasındaki etkinliği ve ticari sınırların kalkması ile ticaretteki önemi sebebiyle mevcut ekonomik yapının değişiminde yol gösterici olmaktadır (Sabuncu, 2009: 115).

İnsanları ve ihtiyaçlarını taşıması için geliştirilen ulaştırma araçları ve yapıları insanlığı ve dünya ekonomisini bugüne taşımıştır.

Küreselleşmenin bir sonucu olarak oluşan uluslararası rekabet, şirketlerin müşteri odaklı ürünlerini daha kısa sürede ve zamanında müşterilerine teslim edebilmelerine bağlı hale gelmektedir. Lojistik, bu konuda rekabet üstünlüğü sağlayan önemli bir parametredir. Lojistik sektörü

bir ülkenin dış ticaretteki rekabet gücü açısından büyük önem taşımaktadır. Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin gibi ülkelerin ekonomilerindeki büyüme sonucunda lojistik sektörünün önemi de artmaktadır (Long, 2012: 58).

Tüm bunlara ek olarak, bir ülkenin konumu da lojistik sektörü açısından büyük önem arz etmektedir. Türkiye gibi bir ülke, konumu itibarıyla komşu ülkeler arasında taşımacılık merkezi ya da bağlantısı görevi görebilmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LOJİSTİK HİZMETLERİNDEKİ GELİŞMENİN TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARET ÜZERİNE ETKİLERİ

1.LOJİSTİĞİN TARİHÇESİ

1.1.GENEL OLARAK LOJİSTİĞİN TARİHÇESİ

1950'lerden önce birkaç kuruluş, lojistik yönetimi sürecini bazı eksik yönleri bulunmakla birlikte belli bir esas üzerinde ele almaya çalışmışlardır. Endüstri devrimi sonrası, ABD kitle üretimin pazarda yüksek mal bulunmasına neden olmasıyla birlikte lojistik faaliyetlere ilişkin ihtiyaçlar gündeme gelmiştir. Bu dönemde lojistikle birlikte gelişen pazarlama anlayışı farklı mal karışımlarına ihtiyaç duyulması ve bunlar için gelişmiş dağıtım kanalları gerektirmesi nedeniyle lojistik kavramını da peşine takmıştır.

1954'te Palu D. Converse şöyle demiştir. "İşletmeler pazarlama konusunda ki çalışmalarında ve pazarlama faaliyetlerinde mal alım-satım işlemine, malların fiziksel hareketlerinden daha fazla önem vermektedirler, malların fiziksel hareketleri, üst düzey satış yöneticileri, reklâm tanıtma yöneticileri ve pazar araştırmacıları tarafından üzerinde çok az durulan bir konu görünümündedir." (Timur, 1998: 7).

1950'lerde iktisadi sorunların varlığı işletmelerin karlarının kısılması sorununu yaratmış, işletmelerde maliyetlerini denetim altında tutmayı ve azaltmayı arayan bir tutum içine girmiştir. Bu dönemde lojistik işlevi yeni maliyet indirim yöntemleri için verimli bir alan olarak görülmeye başlanmıştır.1960'lardan sonra lojistik yönetimi konusundaki çalışmalar bütünleşik yönetim kavramını ortaya çıkarmıştır. Faaliyetleri karmaşık olmayan işletmelerin öncelikle ya fiziksel dağıtım ya da satın alma faaliyetlerini bir arada yürütmeyi benimsediğini göstermiştir. Bu durum lojistik işlevinin gelişmesine yönelik ilk kavramlar olarak ortaya çıkmıştır.

Bu dönemde imalat işletmeleri daha çok tedarik ve imalat desteği lojistik faaliyetlerini, perakende sektöründeki firmalar ile dağıtım kanallarında ki bilimum araçlar fiziksel dağıtım faaliyetleri üzerine yoğunlaşmıştır.

1970'lerdeki dünya genelinde yaşanan enerji krizi taşıma, depolama gibi enerji ihtiyacı yüksek faaliyetleri barındıran lojistik sektöründe, enerjinin daha etkin ve verimli çalışması için çalışmalara başlamıştır. (Timur, 1998:7-10)

1980'lerde lojistik faaliyetlerinde çok daha büyük gelişmeler yaşanmıştır. İletişim ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler bu durumun en önemli oyuncularını konumundadır.

1980 ve sonrasındaki bu önemli gelişmeler bütünleşik lojistik kavramının yerleşerek uygulama alanı bulmasına olanak tanımıştır.

Bütünleşik lojistik yönetimi aşağıda sıralayacağımız nedenlerle önemi gittikçe artan mantıklı bir görüş birliği sağlamıştır.

Bütünleşik lojistik yönetimi sayesinde işletme yararına kullanılan tüm lojistik alanlar arasında büyük ölçüde karşılıklı dayanışma sağlanmıştır. Ayrıca aralarında ilişkileri zayıflamış olan kişi ve bölümleri birbirlerine yaklaştıran yada bağlayan yaklaşımlar oluşturulmuştur. Birbirlerine benzeyen her faaliyet için gereksinimleri denetim altına alma kolaylaşmıştır.

Günümüze geldiğimizde sınırları zorlayan iletişim ve bilgisayar sistemlerinin lojistik sektörünün vazgeçilmez unsurları olması kaynakların daha etkin ve verimli kullanılmasını sağlamıştır. İşletmeler lojistiğin maliyetlerde sağladığı avantajı görerek organizasyonlarını yapılandırırken ya ayrı bir birim kurarak ya da başka birimler içinde ön plana çıkan bölümler oluşturarak lojistik faaliyetleri yürütmüşlerdir. Yine günümüzde yaygınlaşan ve lojistik konusunda uzman olan şirketler işletmelerin bu lojistik görevlerinin önemli bir bölümünü üstlenerek onların kendi uzmanlık alanlarına odaklanmalarına ve etkin olmalarına olanak tanımıştır. Ve bu durum gittikçe yaygınlaşmaktadır.

1.2.TÜRKİYE'DE LOJİSTİK TARİHÇESİ

Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve 1980 sonrası Türkiye'nin ihracata dayalı büyüme stratejilerini benimsemesi sonucu artan dış ticaret hacmi, Türk lojistik sektörünün önemli adımlar atmasını sağlamıştır. Sağladığı gelişme sonrası kurumsal yapı ve alt yapıdaki eksikliklere karşın Türkiye lojistik sektörü, bulunduğu coğrafyadaki mevcut ve potansiyel pazarlara hizmet verebilecek düzeylere erişmiştir.

Rekabette lojistik hizmetlerin artan önemi ise lojistik sektörünü girişimciler açısından cazip bir yatırım alanı durumuna getirmiştir. Ulusal ve yerel birçok firma lojistik hizmeti verme yolunda önemli adımlar atmıştır. Tüm bunların yanında uluslararası ve küresel firmalar Türkiye

pazarına yönelmiş, satın alma, birleşme ya da doğrudan sermaye yatırımları ile sektörde rol almaya başlamıştır.

Ülkemize bakıldığında, Türkiye’de lojistik tarihinin geçmişi 3000 yıl öncesine kadar dayandığı göze öarpmaktadır. Büyük İskender’in tarih boyunca aldığı büyük başarıların altında iyi planlanmış bir lojistik stratejisi yatmaktadır. İlk başlarda ordularını savaş alanına karayoluyla ulaştıran Büyük İskender ordusunun gereksinim duyduğu mühimmatı ise hız ve güvenlik yönünden avantajlı bulduğu denizyoluyla taşımayı tercih etmiştir.(Birdoğan, 2004: 7-10)

Anadolu, coğrafi konumu nedeniyle, eski çağlardan beri çeşitli uygarlıkların doğup geliştiği bir yer olduğu gibi, doğu ile batı arasında bir geçit ve köprü işlevi de görmüştür. Bunun sonucu olarak, çeşitli dönemlerde, Kral Yolu (M.Ö. VI. yy.), Roma Devri Yolları (M.Ö. II. yy.) gibi, değişik doğrultu ve karakterde olan yol ağları Anadolu'yu sarmıştır.

Doğunun ipeği ile baharatının ve diğer ürünlerinin kervanlarla Batıya taşınması, Çin'den Avrupa'ya uzanan ve bugün İpek Yolu olarak adlandırılan ticaret yollarını oluşturmuştur. Ancak, İpek Yolları yalnızca ticaret yolları olmakla kalmamış, yüzyıllar boyu doğu ile batı arasında kültür alışverişini de sağlamıştır. Anadolu, İpek Yolunun en önemli kavşak noktalarından birini oluşturmuştur. Orta Çağda, ipek yolları Çin'den başlayıp Orta Asya'da birden fazla güzergâhı izleyerek köprü niteliği taşıyan Anadolu'yu geçip Trakya üzerinden Avrupa'ya uzanmıştır. Ayrıca, Ege kıyılarında Efes ve Milet, Karadeniz'de Trabzon ve Sinop, Akdeniz 'de Alanya ve Antalya gibi önemli limanlar kullanarak deniz yolu ile Avrupa'ya ulaşmıştır. Ancak, artan denizcilik faaliyetleri ile de, kervanlar ortadan kalkmaya ve Uzak Doğu ürünleri çekiciliğini yitirmeye başlamıştır. 19. yüzyıldan itibaren, İpek Yolu kullanılmaz olmuştur.(Baki, 2004:10-13)

Türkiye’nin lojistik tarihinin incelenmesinde Osmanlı İmparatorluğu döneminden başlanacak olursa, bu dönemde lojistik faaliyetlerin ana teması nakliye dir. Sahip olduğu toprakların genişliği üç

kıtaya yayılmış olan Osmanlılarda, kara ulaştırma ağının meydana gelmesi ve işleyişi bir takım hizmet grupları sayesinde gerçekleşmiş; yol sistemi ile ilgili çalışmaları yapan kuruluşlar derbentçilik, köprücülük, gemicilik olmuştur. Osmanlı Döneminde lojistik anlamında önem taşıyan olaylardan birisi ise stok alanlarına dayalı bir planlamadır.

Cumhuriyet dönemi öncesinde Mondros Ateşkesi'nden sonra başta Ege bölgesi olmak üzere ülkemizin sanayileşme yolundaki önemli merkezlerinin işgal altında bulunması bu kentlerin nimetlerinden yararlanılamamasına neden olmuştur. Ordunun tüm ihtiyaçları küçük kentlerden sağlanmıştır. İzmir gibi liman kentlerin işgal altında olması nedeniyle nakliye daha çok karayolu vasıtalarıyla sağlanmıştır. Karayollarının savaş nedeniyle harap olması tedarik edilen malzemelerin ulaştırılmasında sorun yaratmıştır. (Baki, 2004:11-14).

1970'li yıllara geldiğimizde 60'lı yıllarda kurulan devlet planlama teşkilatının 5 Yıllık Kalkınma Planlarında sanayileşme kavramı üzerinde durulmuştur. Bu yıllar içinde özellikle taşımacılık ve ambalaj sektörü gelişmiştir. (Baki, 2004:11)

1980'li yıllardan günümüze kadar olan dönemde üretim maliyetlerini düşürmek için yapılan çok değişik iş modeli denemelerinin olduğu bir dönemdir. Bu dönemde yaşanan en büyük değişim barkot sistemine geçiştir. Barkot sistemi sayesinde ürünlerin etiketleme karmaşası sona ermiştir. Bu dönemde yaşanan diğer bir gelişme ise firmaların sadece üretim süreçlerini analiz etmekten çıkıp faaliyetlerin tümünü büyüteç altına yatırdığı ve entegre yönetim sistemleri sayesinde pazardan alınan bilgiler dahilinde üretim planlaması yapılabilmesi için bilgi teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı dönem olduğudur.

Dünyada lojistik sektörü hızla büyür ve gelişirken, Türkiye'de de son yıllarda benzer bir hareketlilik yaşanmaktadır. Günden güne gelişen lojistik sektörü, Türkiye'de 1980'lerle 1990'lı yıllar arasında kara, hava,

deniz, demiryolu ve kombine taşımacılık alanlarındaki yatırımlarla altyapısını oluşturmuştur.

1990'lı yıllarda ise atılıma geçti. Dünyadaki benzer uygulamalara paralel biçimde hizmetlerini çeşitlendiren ve uzmanlaştıran Türkiye'de lojistik sektörü, 2000 yılının başına gelindiğinde, emekleme devresini geride bırakarak, uluslararası şirketlerle işbirliğine giden, yurtdışı bürolar açan, hizmetlerinin kalitesini sürekli arttıran dinamik bir sektör haline gelmiştir.

Türkiye'de lojistik sektörü 2000'li yıllarla birlikte emekleme dönemini tamamlamış, bu döneme kadar ekonomideki istikrarsızlıkların da olumsuz etkisi ile sahip olduğu potansiyeli değerlendiremeyen sektör, son dört-beş yılda hızlı bir büyüme içine girmiştir.

1.3.TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN GELİŞİMİ

1980'li yıllardan sonra giderek artan küresel rekabet; işletmeleri kaynak sağlama, üretim, dağıtım ve ürünlerini satma konusunda farklı alternatifler geliştirmeye zorlamıştır. Modern şirketler tüm dünyadaki durumu araştırmışlar ve bu tür zorlamaların üstesinden gelmenin ancak küresel bir düşünceyle gerçekleşebileceğinin bilincine varmışlardır. Son yıllarda satın alan bir pazar özelliğinden satan bir pazar olma özelliğine geçen Türk firmaları da dünyadaki eğilimlerden etkilenecek, farklı çağdaş yaklaşımlara yönelme gereğini duymuşlardır.

Bu yaklaşımlardan biri olan lojistik, sektör olarak mal akışını düzenlemesi ve bu sürecin sürekliliği yönünden dünya ekonomisi için olduğu kadar Türkiye ekonomisi için de çok büyük öneme sahip bulunmaktadır. Maliyet kalemleri içinde önemli bir yere sahip olan lojistik sisteminin verimliliği Türk şirketlerinin ve dolayısıyla da ülke ekonomisinin rekabet gücünü belirleyen önemli bir etken olmaktadır.

Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve 1980 sonrası Türkiye'nin ihracata dayalı büyüme stratejilerini benimsemesi sonucu artan dış ticaret hacmi, Türk lojistik sektörünün önemli adımlar atmasını sağlamış ve 2000'li

yıllara gelindiğinde ancak kurulma aşamasını tamamlamıştır. Sağladığı gelişme sonrası kurumsal yapı ve alt yapıdaki eksikliklere karşın Türkiye lojistik sektörü, bulunduğu coğrafyadaki mevcut ve potansiyel pazarlara hizmet verebilecek düzeylere erişmiştir.

Ülkemizde lojistik sektörünün gelişimi hızlı bir şekilde sürmekte ve bazı şirketler tarafından dünya standartlarında hizmet sunulabilmektedir. Ancak her alanda kural ve standartların tam olarak netleştiğini söylemek zordur (Babacan, 2011:10).

Coğrafi konumu itibarıyla Türkiye'nin Batı ile Doğu arasında bir köprü niteliğinde olması, bölgenin ekonomik gelişimi açısından taşımacılık sektörünü son derece kritik bir sektör haline getirmektedir.

1996 yılında yürürlüğe giren Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği anlaşması ve Türkiye'nin olası AB üyeliği sektörde yeni yatırımları teşvik edecek önemli fırsatlardır (Orhan, 2003: 94).

Taşımacılık halen Türkiye'nin AB'ye uyum süreci gündeminde yer alan beş önemli başlık arasındadır. AB'ye uyum süreci altyapı, araçlar ve çevre standartları ile uyumu, lojistik ağın geliştirilmesini ve dış ticaret politikalarının iyileştirilmesini kapsamaktadır.

Türkiye, Çin'den İspanya'ya, Latin Amerika'dan Rusya'ya kadar birçok alanda ticaretini geliştirdikçe lojistik sektörünün de kapasitesi artmış, özellikle karayolu ve denizyolu filosu güçlenmiştir. Havayolunu özellikle insan taşımacılığı alanında kullanan Türkiye, demiryollarında ise Cumhuriyet döneminden sonra maalesef çok yol alamamıştır. Türkiye'de ise demiryollarının gelişmemesi mukayeseli olarak sektörün katma değerini düşürmektedir. “İthalatın yapılış şekilleri açısından demiryolu, havayolundan da daha az değer alarak bu konuda yeterince ilerleme sağlanamadığının ispatı yapılmıştır (MÜSİAD, 2010: 47).

Türkiye'nin ihracatı ve ithalatında sırasıyla % 46 ve % 59,1'lik paylarıyla en çok tercih edilen taşımacılık yöntemi deniz taşımacılığıdır.

Bunu Ocak ve Kasım 2009 arasında % 41,7'lik ihracat ve % 23,6'lık ithalat payı ile kara yolu taşımacılığı izlemektedir. Hem ihracat hem de ithalatta üçüncü sırada hava yolu taşımacılığı yer almaktadır.

Lojistik şirketlerinin en çok yük taşıdıkları yerler Almanya ve Benelüks ülkeleridir (Belçika, Hollanda ve Lüksemburg). Doğu Avrupa ülkeleri ve Türki Cumhuriyetler sektör için yeni pazarlar haline gelirken, Almanya ve Benelüks ülkelerinin payı azalmaktadır. “TYDTA’ya (*Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı*) göre, Türkiye’de lojistik hizmeti sunan 2.000 gümrük şirketi, 1.200 uluslararası karayolu taşımacılığı şirketi, 1.000 uluslararası denizyolu şirketi, 250 gümrük komisyoncusu ve 200 gümrük antrepo bulunmaktadır” (Bayraktutan vd., 2012: 62).

Lojistik hizmetler, mal akışını düzenlenmesi ve bu sürecin devamlılığının sağlanması açısından dünya ekonomisi için olduğu kadar Türkiye ekonomisi için de çok büyük öneme sahiptir. Ayrıca, bu sektör Türkiye’de iş alanı ve istihdam oluşturmada ve büyüme potansiyeline etkisi açısından oldukça büyük bir ağ içermektedir. Küreselleşen dünya ticaretinde “üretim fonksiyonunun asli bir parçası” ve “stratejik bir rekabet unsuru” haline gelen lojistik hizmetler, sınırlar arası kesintisiz mal akışının sağlanması ve üretimin dünya pazarlarına “doğru zamanda, doğru yere ve doğru şekilde” ulaştırılması açısından üretim sürecinin en stratejik birimi haline gelmiştir.

Jeopolitik konumunun getirdiği avantajlar nedeniyle Türkiye’nin bölgede ayrıcalıklara sahip bir ülke olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, Avrupa-Asya-Ortadoğu üçgenindeki ticari hareketlerde komşu ülkeler çoğu zaman Türkiye’yi devre dışı bırakmakta ve yalnızca besleyici/destekleyici tesis hizmeti veren bir ülke konumuna getirmektedir (Tuzkaya, 2007:1). Bu durumu değiştirebilmek için öncelikle altyapı, işletmecilik ve mevzuat açısından gerekli reformlar yapılarak Türkiye’yi Akdeniz’deki ana hat konteyner gemilerinin sıkça uğradığı transit geçiş koridoruna dâhil etmek Türkiye’deki lojistik potansiyelden daha fazla faydalanabilmek ve Türkiye’nin lojistik gücünün arttırılması bakımından önemli bir hedef

olacaktır.

Günümüzde üretim, ticaret ve ülke ekonomisine sağlayacağı katma değer açısından bakıldığında oldukça önemli bir sektör haline gelen lojistik sektörüne ülkemizde büyük yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Birçok lojistik firmasının kurulmasının yanında sadece taşımacılık veya nakliyecilik yapan firmalar da gelişmeleri takip ederek lojistik firmalarına dönüşmüşlerdir.

1.4. TÜRKİYE'DE LOJİSTİĞİN ÖNEMİ

Günümüzde küreselleşmenin ve zaman zaman yaşanan ekonomik krizlerin de etkisiyle, lojistik hizmetlere olan talep önemli derecede artmıştır. Lojistik sektörü, dünyada ve Türkiye'de, hızlı bir gelişme içinde olan sayılı sektörlerden biridir.

Özellikle son zamanlarda uluslararası yük taşımacılığı sektörü çok büyük bir değişim içinde olduğu görülmektedir. Bu değişimin en önemli nedeni Türkiye'nin Avrupa ülkeleri ile Gümrük Birliği'ne girmesi sonucunda taşıma isteminde bulunanların değişen talepleri olmuştur. Artık ürünlerini taşıyan şirketler, mallarının sadece iki nokta arasında taşınmasını değil; depolanması, gümrüklenmesi, ambalajlanması ve gereksinimlere göre dağıtılmasını da beklemektedirler. Bu da lojistik hizmetlerin önemini giderek artırmaktadır.

Coğrafi açıdan elverişli durumundan dolayı, Batı Avrupa-Asya transit taşımacılığı çerçevesinde birçok önemli ulaştırma ağı ve koridorunun içerisinde yer almaktadır. Son yıllarda uluslararası ticareti çerçevesinde Asya Kıtası'nın öneminin artmasından dolayı Avrupa ile Asya arasındaki ulaşım koridorları, özellikle demiryolu koridorları, kritik bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Türkiye'nin bu gelişmelerin içerisinde yer alması kaçınılmazdır (Gülen, 2011: 159).

Bu fırsattan yararlanabilmek için kamunun, lojistik etkinliklerinden en önemli faaliyet alanına sahip olan taşımacılık aktivitesini geliştirecek

çevre dostu yapılara yönelmesi ve bütün gümrük kapılarının da iyileştirilmesi gerekmektedir (Çekerol ve Kurnaz, 2011: 53).

Orta Doğu, Türk Cumhuriyetleri ve Avrupa arasında bir köprü durumunda olan Türkiye, bu avantajlı konumu ile birçok otorite tarafından da lojistik üssü olarak görülmektedir (Yücel, 2012: 904). Coğrafi konumunun elverişliliği, dışa ticarete açılma politikalarına öncelik verilmesi, Avrupa Birliği'ne giriş sürecinde Birlik ortak hedeflerinin belirleyici rolü ile ülkemizde özellikle taşıma odaklı lojistik yatırımları son dönemde büyük önem kazanmaktadır.

Dünyada lojistik sektörü hızla büyürken ve bu alanda kullanılan teknolojiler sürekli çeşitlilik kazanırken, Türkiye'de de lojistik sektörünün benzer bir hız kazandığını görmek mümkündür.

Türkiye'nin sahip olduğu bu jeopolitik avantajı kullanarak coğrafyasında bulunan ülkelere dolayısıyla o ülkelerde bulunan ithalat ve ihracat yapan firmalara dünya standartlarında bir lojistik hizmeti sağlaması şüphesiz Türkiye ekonomisine büyük bir katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak, sadece iş hayatında değil, insanların günlük yaşantıları da az ya da çok lojistik ile ilişkilidir. Ülke ekonomisinde çok güçlü bir etkiye sahip olan lojistik, verimlilik ve enerji maliyetlerini doğrudan etkilemektedir. Lojistik fonksiyonunun işletme yönetiminde önem kazanmasının nedenleri şu şekilde özetlenebilir: (KOBU Bülent, 1998, Üretim Yönetimi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Araştırma ve Yardım Vakfı Yayını, s.201-202)

- Zaman bazlı rekabetin artması,
- Üretim teknolojilerinin pek çok alanda doyma noktasına ulaşması nedeniyle yöneticilerin maliyet düşürmek için lojistik alana yönelmesi,
- Stok kontrolünden tam zamanında tedarik (JIT),

malzeme istek planlaması (MRP), KANBAN vs. sistemlerin yaygın biçimde kullanılması,

- Mamul çeşitlerinin, değişen ve gelişen tüketici isteklerini karşılama zorunluluğu ile hızla artması,
- Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve haberleşme sistemlerinin gelişmesi,
- Çevreyi koruma amacı ile kullanılmış malzemelerin yeniden kullanılmak üzere (recycling) işlenmesi,

Büyük uluslararası üretim ve satış firmalarının çoğalması.

1.5. TÜRKİYE’DE LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Üretim ticaret ve ülke ekonomisine sağlayacağı katma değer yönünden ele alındığında oldukça önemli bir sektörü tanımlayan lojistik teriminin önemi Türkiye’de giderek artmış ve dolayısıyla son zamanlarda Türkiye’de lojistik oldukça kullanılan bir sözcük haline gelmiştir.

Yerli şirketler isimlerine bu tabiri eklemeye başlarken, yabancı işletmeler de satın almalar, birleşmeler ya da direkt sermaye yatırımları olarak lojistik alanına girmeye başlamışlardır. Bu bağlamda, DHL, FedEx, UPS, TNT gibi birçok uluslararası şirket Türkiye’ye akın etmiştir. Oluşan rekabet ortamında yerli şirketlerin kendilerini yenilemeye girişmeleriyle birlikte yazılım sektörü gibi diğer yan sektörlerde de lojistik gereksinimlere yanıt verebilecek çözümler aranmaya başlanmıştır. Tüm bu çok yönlü gelişmeler Türkiye’nin gereksinimlerini sağlamak için yeterli olmamakla birlikte, Türkiye lojistik piyasası sürekli ve hızlı bir biçimde büyüyen bir eğilim olarak bu gelişmeleri izlemektedir (Yücel, 2012).

Bütün bu pozitif gelişmelere rağmen Türkiye’de fiziksel dağıtım kavramı daha çok kullanılmakta, dolayısıyla lojistiğin tam olarak anlaşılmasında bir takım sorunlar oluşmaktadır. Fiziksel dağıtımda en çok kullanılan terim nakliye olmaktadır.

Diğer taraftan sektörde yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda müşteri siparişlerinin işyerinde ya da müşteriye teslimatı anlamında kullanılan, ancak sadece teslimattan oluşmayan lojistiğin içinde her biri ayrı bir bilim dalı olan stok yönetimi, taşıma, elleçleme, depolama, sipariş işleme, ambalajlama gibi birçok aracı bünyesine alan ve çok ciddi bilimsel hazırlıklar ve stratejiler gerektiren bir aktivite olduğu bilincine de yavaş yavaş varılmaktadır.

Lojistik sektörü, mal akışını düzenlemesi ve bu sürecin sürekliliği yönünden dünya ekonomisi için olduğu kadar Türkiye ekonomisi için de çok büyük rol oynamaktadır. Bu öneme ilişkin temel nedenlerin başında lojistik alanını ilgilendiren kararların ülke ticareti yönünden oluşacak sonuçlarından dolayı kritik olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, bu sektör Türkiye’de iş alanı ve istihdam oluşturmada ve büyüme potansiyeline etkisi bakımından en önde gelen sektörlerden biri olmaktadır.

Son beş yıl içinde yılda ortalama % 20 oranında büyüyen sektörün büyüklüğünün 2015 yılında 120 milyar ABD dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Lojistik sektörünün büyüklüğü Türkiye’nin gerçekleştirdiği ihracat ve ithalat miktarı ile doğrudan ilişkilidir (Deloitte, 2010: 24).

Türkiye’de taşımacılık ve lojistik sektörü son yıllarda geleneksel anlamda yapılan nakliyecilikten sıyrılırken, önemli aşamalar kaydetmiş olmasına karşın halen genç bir sektör olarak nitelendirilebilir. Ancak Türkiye, Asya ve Avrupa arasındaki avantajlı konumu genç ve dinamik demografik yapısı, büyümeye elverişli sektör dinamikleri ve 2023 hedefleri ile bu bölgeler arasında bir transfer merkezi konumuna gelmeyi başarabilecek durumdadır (Yardımcıoğlu vd., 2012: 256). Buna ek olarak, Avrupa, Asya ve Afrika arasında stratejik bir coğrafi bir konuma sahip olan Türkiye’de lojistik sektörünün büyüme potansiyelinin de yüksek olduğu söylenebilir.

Bir hizmet sektörü olduğu ifade edilen lojistiğin, Türkiye’de turizmden sonra en fazla gücü bünyesinde taşıyan ikinci sektör olduğu ifade

edilebilir. Bu öngörüler ulusal politika dokümanlarında da desteklenmektedir. “Ulaştırma” başlığı altında 9. Kalkınma Planı’nda Dünyada ticaretin giderek serbestleşmesine paralel olarak rekabetin arttığı, küresel ve bölgesel ölçekte örgütlerin ağırlık kazanmasıyla taşıma mesafelerinin uzadığı, hız unsurunun öne çıktığı belirtilerek bu durumun hammadde ve işlenmiş ürünlerin alıcılara düşük maliyetle ve zamanında ulaştırılmasının önemini artırdığı belirtilmektedir. Dolayısıyla lojistik hizmetler ile desteklenen kombine taşımacılık sistemlerinin kullanımı da yaygınlaştırmıştır (Gülen, 2011: 164).

Maliyet kalemleri arasında önemli bir yer teşkil eden lojistik sisteminin verimliliği Türk şirketlerinin ve ülke ekonomisinin rekabet gücünü belirleyen önemli bir etken durumundadır. Sektördeki ciro artışları, sektör büyümesinin 2015 yılında 120-150 milyar dolara çıkacağını göstermektedir. Yabancı şirketlerin sektöre ilgisinin, buna paralel olarak sektördeki yabancı sermayenin artışının devam etmesinin beklendiği ifade edilmektedir (Yücel, 2012). Lojistik ve ülke ekonomisi arasındaki bir diğer önemli ilişki ise, lojistik iş hacminin ekonominin genel durumundan ilk aşamada etkilenmesidir. Ekonomi canlandığında lojistik gelişmekte ve iş hacmi artmakta, durgunluk olması halinde ise lojistik hizmetlere talep azalarak sektör daralma kaydetmektedir. Çin’in giderek artan ticaret hacmi ile, lojistik sektörünün gelişmesi arasındaki paralellik buna işaret etmektedir.

Konu dış ticaret yönünden ele alındığında ise, Türkiye’nin dış satım ürünlerinin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü sürdürebilmesinin, dış satım maliyetlerinde önemli paya sahip lojistik giderlerinin hem üretim öncesinde hem de sonrasında gerçekleştirilecek dağıtım işleminde düşürülmesine bağlı olduğu belirtilebilir.

Türkiye’de hızla geliştiği ifade edilen ve fiyat, kalite ve zaman rekabeti oldukça yüksek olan bu sektörde uluslararası ticaret yapan üretici, iş alımcı ve dış satımcılara kaliteli hizmetin en hızlı şekilde ve mümkün olabilecek en düşük maliyetlerle lojistik firmaları tarafından sunumunun

sağlanmasının rekabet üstünlüğü sağlanabilmesi için bir gereklilik olduğu ifade edilebilmektedir (Deloitte, 2010).

Bir başka anlatımla, Türkiye ekonomisi için gelişmiş düzeyde bir lojistik hizmet sektörüne sahip olmanın iki önemli yararı olduğu söylenebilir. İlki, 70 milyon nüfusu ve bulunduğu bölgenin en büyük ekonomilerinden biri olmasından dolayı, dünya standartlarına daha yakın lojistik hizmetin üretilmesi bu hizmetten yarar sağlayacak olan ulusal üreticiye ve dış satımcılara doğrudan fayda getirecektir. Basite indirgenmiş ve hızlı lojistik hizmet, toplam maliyetlerde ciddi indirimler sağlayacak, Türk ürünlerinin dış piyasalara daha ucuza ve daha hızlı olarak ulaşmasına neden olacaktır.

İkinci olarak da Türkiye, yer aldığı coğrafi konum itibarıyla ve ekonomisinin hacminden dolayı yakın bölgesine lojistik hizmet verebilecek tek ülke konumundadır (Gülen, 2011:167-168). Bu çerçevede, iyi bir altyapıya sahip olması, üç kıtanın kesişme noktasında olan konumu ve yakın çevresindeki alanda bulunan 200 milyonun üstünde nüfusa sahip bir piyasaya hizmet verebileceği ve dolayısıyla bunun da ciddi gelir getiren bir etkinlik olabileceği oldukça açıktır.

AB üyesi 27 ülkenin dış ticaret operasyonlarında taşıma biçimleri değer temel alınarak incelendiğinde, taşımacılığın Türkiye’de olduğu gibi deniz yolu ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Türkiye’de ise dış ticaret taşımalarının % 57’si deniz, % 30’u kara ve % 8’i hava yolu ile gerçekleştirilmektedir. Mevcut ulaştırma altyapı yoğunluğu değerlendirildiğinde, Türkiye’nin AB-27 ortalamasının oldukça altında karayolu, otoyol ve demiryolu ağına sahip olduğu gözlemlenmekte, dolayısıyla altyapı geliştirme ve iyileştirme çalışmalarına önem verilmesi gerekli olmaktadır (TÜSİAD, 2012: 33).

Türkiye, AB adayı ülke konumunda olup, kendi gelişimi ve Birlik müktesebatı uyarınca hareket etmekte ve gerekli adımları atmaktadır. Bu adımlardan biri de ulaştırma politikalarının revizyonudur. Taşımacılık ve

lojistik faaliyetlerinin ekonomiye en büyük katkısı, AB teknik ve yasal altyapı çalışmalarında olduğu gibi hemen her alanda standartlaştırma, basitleştirme ve uyum sağlanabildiği takdirde gerçekleşebilmektedir.

Avrupa Komisyonu 2012 İlerleme Raporu'nda Türkiye'nin taşımacılık konusunda gerçekleştirdiği hazırlıklar olumlu olarak değerlendirilirken, demiryolunda reformların hızlandırılması için kapsamlı bir yasaya gerek olduğu, havayolunda yatay havacılık anlaşmasının imzalanmasının gerekli olduğu, denizyolunda ise özellikle tehlikeli maddelerin taşınmasına ilişkin gerekli önlemlerin alınması konusunda daha fazla adım atılması gerektiği belirtilmektedir (Avrupa Komisyonu İlerleme Raporu, 2012:58-60).

Avrupa Birliği üyeliği yolunda ilerlemek isteyen Türkiye için hava ve deniz taşımacılığı öncelikli olarak geliştirilmesi gereken alanlar arasında yer almaktadır. Üç tarafı denizlerle çevrili olan Türkiye'nin deniz taşımacılığını da henüz istenilen oranda gelişmişlik boyutuna ulaşamaması dezavantajlı yönlerden biri olmaktadır ve bu yönde birkaç şirket dışında herhangi bir yatırımın yapılmamış olması kısır bir döngü oluşturmaktadır.

Türkiye'nin taşımacılık altyapısında en büyük gereksinimi, uluslararası büyük ana hat gemilerinin uğradığı, yılda 5-7 milyon konteyner depolanıp saklanabilen, kara ve demiryolu ile bu hacmi ülke içine ve komşu ülkelere dağıtabilen yeni bir ana limandır. Kurulacak veya mevcutlardan yenilenerek oluşturulan bir ana liman ile ülkenin belli başlı ekonomik merkezleri arasında günümüz teknolojisi ile çalışacak demiryolu hattı çalışır hale gelmelidir (Gülen, 2011:156).

Türkiye'nin üyeliği ile birlikte, tek pazarın aday ülkeleri kapsayacak biçimde genişlemesi, yatırımları ve ekonomi ölçeğini arttıracığından rekabet gücünü büyük oranda yükseltecek ve sanayi sektöründe oluşacak yeniden yapılanma ile birlikte ölçek ekonomilerinden eskiye oranla daha fazla yararlanılmasını sağlayacaktır. Bu suretle ekonomide ciddi bir büyüme ile birlikte artan üretimin, ticaret üzerinde olumlu yansımalar yaratacağının

beklendiği de ifade edilmektedir.

Türkiye Avrupa Birliği yolunda bölgedeki komşularıyla olan ticari ilişkileri önem arz etmektedir. Bu kapsamda özellikle Hazar petrol ve doğalgazının Avrupa'ya ve Akdeniz'e aktarılması hususu AB çevreleri tarafından dikkatle izlenmektedir. Türkiye komşularıyla olan ithalat ve ihracatı yıllar itibariyle gelişme göstermiş ve bunda da başarılı olmuştur. Bugün dünya ticaretinin % 90'lık bir bölümü deniz yolu taşımacılığı ile gerçekleştirilmektedir.

Dünya ticaretinde ulaşımın ağırlıklı olarak deniz yolu ile sağlanmasına rağmen ülkemiz ve diğer bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde dış ticaretin taşımacılığı ağırlıklı olarak karayolu ile yapılmaktadır (Görçün, 2010:87). Dolayısıyla AB ülkeleri karayollarına olan bağımlılığı minimum düzeye indirmek ve deniz yolu ile demir yolu taşımacılığına gerekli olan önemi vermek amacıyla 2001 yılında 2010 yılı Avrupa Taşımacılık Politikası adı altında hazırladığı bir proje ile ilk olarak müşteri odaklı bir uygulamaya geçmiştir. Konteyner taşımacılığının (*demir ve deniz yolu*) son derece önem kazandığı günümüzde Türkiye'nin hala birim değeri yüksek malları karayolu, hammadde ve ihraç değeri düşük malları ise deniz yolunu kullanarak pazarlara ulaştırması, Türkiye'nin önemli derecede rekabet kaybına uğramasına neden olmaktadır (Kayabaşı, 2010:72-73).

Bunun yanı sıra, bazı AB ülkelerinde kullanılan serbest liman yapılanmasının Türkiye yönünden uygulanabilirliğinin sorgulanmasının da yararlı olacağı düşünülmektedir. Türkiye'deki serbest bölge uygulaması birçok yönden buna benzemekle birlikte önemli farklar da bulunmaktadır. serbest liman daha ziyade geçici depolama yeri ya da antrepo rejimi kullanımı algısında olup, serbest bölge uygulamasında olduğu gibi aktivite ruhsatı, şirket ya da şube kurma, personel çalıştırma ve defter tutma gibi bürokratik prosedürler bakımından farklılık gösterebilmektedir.

Bu konuda yapılacak araştırmalarda, uluslararası anlaşmalar, Türkiye'de mevcut olan serbest bölge uygulamasına etkisi, Avrupa'da

etkinlik gösteren serbest limanların çalışma yöntemleri (elleçleme, depolama) ve uygulanabilecek gümrük ve vergi avantajları değerlendirilerek analiz yapılması da gerekmektedir. Nitekim Türkiye’de depoların dış satım amacıyla kullanılmasına yönelik yasal düzenlemenin temeli katma değer vergisi ve gümrük mevzuatında yer almakta, ancak fiili uygulaması bulunmamaktadır. Serbest liman konseptinde olduğu gibi dış satım hedefiyle antrepo kullanılması gibi alternatif yöntemlerin gündeme getirilmesinin de yararlı olacağı düşünülmektedir (TÜSİAD, 2012:54).

1.6.TÜRKİYE’DE LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE HİZMET VEREN KURULUŞLAR

Türkiye’de dış ticaret alanında görevli olan Dış Ticaret Müsteşarlığı, Ekonomi Bakanlığı, Maliye Bakanlığı ve Gümrük Müsteşarlığı başta olmak üzere birçok kurum ve kuruluş bulunmaktadır.

Dış ticaretine yön veren önemli bir diğer kurum da T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’dır. 01.10.1929 tarihli ilk gümrük tarifesi ile kanunu cumhuriyet döneminin gümrük alanındaki ilk resmi gelişmesi yaşanırken 1931 yılında Gümrük Muhafaza Umum Kumandanlığı kurulmuştur. Daha sonra Gümrük Muhafaza Genel Müdürlüğü, Kontrol Genel Müdürlüğü ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü olmak üzere dış ticarete yön veren birçok kurum ve kuruluş kurulmuştur. Zaman içerisinde yukarıda belirtilen değişimleri yaşayan T.C. Dış Ticaret Kurum ve Kuruluşları arasında T.C. Ekonomi Bakanlığı’na bağlı olan yapan İhracat Genel Müdürlüğü, İthalat Genel Müdürlüğü, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Serbest Bölgeler, Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü, Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü de yer almaktadır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr).

Bu kurumlar Türkiye dış ticaret faaliyetlerine yön vermede etkili ve önemlidir. Türkiye’nin dış ticaret faaliyetlerinin denetlenmesinde ve diğer ülkeler ile olan dış ticaret ilişkilerinin düzenlenmesinde görev almaktadır. Ayrıca dış ticarete yönelik kanunları düzenleyen ve uluslararası kurum ve

kuruluşların kararları ile diğer ülkelerle yapılan anlaşmalara uyumu denetleyen bu kurum ve kuruluşların denetiminde ve desteklenmesinde de T.C. Büyük Millet Meclisi ve T.C. Başbakanlık ve T.C. Maliye Bakanlığı da önemli görevler üstlenmektedir.

Türkiye’de lojistik alanında görevli olan kurum ve kuruluşlar denilince şüphesiz lojistikte taşımının büyük önemi sebebiyle T.C. Ulaştırma Bakanlığı ilk olarak akla gelmektedir. Ulaştırma Bakanlığı 1939 yılında Türkiye haberleşme ve ulaştırma hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi görevini üstlenmiştir. Demiryolları, Limanlar ve Hava Meydanları İnşaatı Genel Müdürlüğü, Karayolları Genel Müdürlüğü, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, Denizcilik Müsteşarlığı, Devlet Hava Meydanları İşletmesi, Kıyı Emniyeti Genel Müdürlüğü, Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları da taşımacılık alanındaki faaliyetlerin düzenlenmesi ve denetlenmesinde doğrudan ya da dolaylı olarak görev alan kurum ve kuruluşlar arasında yer almaktadır (UBAK, [www. HYPERSLINK "http://www.ubak.gov.tr/ubak\)](http://www.ubak.gov.tr/ubak).

Diğer kuruluşlar ise şöyledir: (TYDTA, 2010)

- *Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (UTIKAD)*: Türkiye’de ve uluslararası alanda kara, hava, deniz, demiryolu, kombine taşımacılık ile lojistik hizmetleri üreten 350 şirketin üye olduğu sivil toplum örgütüdür.
- *Lojistik Derneği (LODER)*: Özellikle konferanslar, eğitim ve lojistik firmalarını bilgilendirme alanlarında faaliyet gösteren ve 2.505 üyesi bulunan mesleki bir dernektir.
- *RO-RO Gemi İşletmecileri ve Kombine Taşımacılar Derneği (RODER)*: Türkiye’de faaliyet gösteren tüm uluslararası karayolu yük taşımacılığı firmalarının yanı sıra bu firmalara hizmet tedarikinde bulunan Ro-Ro gemi işletmecilerine hizmet sunmak amacı ile kurulmuş olan bir dernektir ve 718 üyesi

bulunmaktadır.

▪ *Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND)*: Türkiye kara nakliye sektörünün her türlü sorununu ulusal ve uluslararası platformda çözmek amacıyla bir araya gelen sektör temsilcileri tarafından kurulmuş bir meslek örgütüdür ve 940 üyesi vardır.

▪ *Demiryolu Taşımacılığı Derneği (DMD)* : Demiryolu taşımacılığını çağın ve ülkenin gerekleri doğrultusunda geliştirmek ve demiryolu taşımacılığının payını yükseltmek temel amacıyla kurulmuş bir dernektir ve 26 üyeye sahiptir.

▪ *Uluslararası Karayolu ile Yük Taşımacıları ve Acente Sahipleri Derneği (UKAT)*:Karayolu yük taşımacıları ile ilgili gümrük problemlerinin çözümü, sektördeki yıkıcı rekabetin önlenmesi ve sorunların çözümündeki zaman kaybını ortadan kaldırmak için kurulmuş 2.000 üyeli bir dernektir.

▪ *Türkiye Nakliyeciler Derneği (TND)*: Tüm sektör kuruluşlarını bir büyük organizasyon içinde bir araya getirerek, sektörün ulusal ve uluslararası sosyoekonomik açıdan etkin bir güç unsuru haline gelmesini sağlamak amacı ile kurulmuştur ve 150 üyesi bulunmaktadır.

▪ *Araç Lojistikçileri Derneği (ARLOD)*: Dernek sürücülere güvenli sürüş ve araç nakliyesi yükleme ve taşınması konularında eğitimler vermektedir. Otomotiv sektörüne bitmiş araç lojistiği alanında destek veren firmalardan oluşan 22 üyeli bir dernektir.

Günümüzde, uluslararası ticaret firmalarına lojistik hizmetler sunan 2.000 gümrük şirketi, 1.200 uluslararası kara yolu taşımacılığı şirketi, 1.000 uluslararası deniz yolu şirketi, 250 gümrük komisyoncusu ve 200 gümrük antreposu bulunmaktadır (Türkiye Sınai Kalkınma Bankası-TSKB, 2009). Türkiye’de gümrükleme, konteyner taşımacılığı ve gümrük antreposu

hizmetlerine yönelik talep fazlası vardır.

Küresel lojistik şirketleri tarafından yapılan yeniden yapılandırma işlemleri ve yatırımlar sonucunda, Türk lojistik şirketleri dünya çapında kalite standartlarına ulaşmıştır.

Türkiye’de lojistik sektörü ayrı cinsten bir yapı arz etmekte, sermaye, kârlılık ve ciro büyüklüğü, anlayış çalışma ilkeleri, değerleri ve organizasyon kültürleri yönünden birbirinden farklı yapıda olan şirketler göze çarpmaktadır. Türkiye’de hizmet veren firmalar şu şekilde sınıflandırılmaktadır: (Taşkın ve Durmaz, 2012: 78-79).

- Daha çok spot işler yapan küçük şirketler. Bunlar daha ziyade geleneksel biçimde çalışırlar ve ilk amaçları ciro ve kârlılıktır. Kalıcı politikaları, ilkeleri ve pazarlama stratejileri yoktur.
- Yerli sermaye ile kurulmuş, kökeni taşımacılık sektörüne dayanan, piyasa koşullarını bilen, bir yandan geleneksel, diğer yandan ise küresel olmaya çalışan KOBİ’ler. Bu şirketlerde örgütsel anlayış geleneksel, ticari anlayış ise büyümeye yöneliktir. Köklü deneyimleri olup büyümek için piyasanın büyümesi için çalışan şirketlerdir.
- Bir holding bünyesinde olan, büyüme ve gelişme şansına sahip, uluslararası düzeyde iş yapabilme becerisine sahip ve küresel partneri olan ya da olmayan büyük işletmeler. Bu şirketler örgütsel yapı olarak daha çağdaş ilkelerle çalışan, sektörde marka olmaya çalışan, iş etiğine ve oluşturacakları katma değere önem veren kuruluşlardır.
- Yabancı şirketlerin Türkiye şubeleri. Uluslararası marka olma üstünlüğünü kullanarak güven sağlayan ve kendi standartlarında

hizmet vererek piyasanın hizmet düzeyine katkı sağlayacağına inanan, diğer taraftan da yerel üstünlüklerden yararlanmayı amaç edinen işletmelerdir.

- Kuruluşu kargo şirketi konumunda olan ve daha sonra aynı isimle bir lojistik şirketi kuran ve daha önce var olan kargo taşıma ağından faydalanan şirketler.

Türkiye'deki lojistik şirketlerinin genel özellikleri sırasıyla;

- Tabela değişikliği ile başlangıç. Kısaca gerçekte lojistik hizmet vermeden isim değişikliği ile sektöre giriş isteği,
- İş yapma şeklini değiştirmeme,
- Küçük ölçekli iş kapasiteleri,
- Eksik alt yapılar,
- Bölgesel kapasite, bölgesel hizmet verme anlayışı,
- İletişim alt yapı eksikliği,
- Sinerji yaratacak işbirliği yapılmaması,
- Kısa dönemli vizyonlar,
- Yeni stratejiler yaratamama,
- Hizmetleri kopyalama,
- Yetişmiş ve eğitimli işgücü eksikliği,
- Haksız rekabet ortamı,
- Kriz hazırlığı ve yönetimi yapamama.

Şirketlerin küresel pazarlara açılması, lojistik ihtiyaçları hızla arttırmıştır. Yeni girilen pazarlar ve bu pazarlardaki düzenlemeler hakkında

bilgi birikimi ve uygun altyapı bulunmaması firmaları üçüncü parti lojistik firmalarına yönelmelerine neden olmuştur. piyasalardaki dalgalanma ve talepteki değişiklikler, şirketleri yüksek yatırımlardan kaçınmaya, sabit maliyetlerini en aza çekmeye zorlamaktadır.

Şirketler tahmin edemedikleri gelecek için yatırım yapmaktansa, bir üçüncü partinin kaynaklarını kullanıp, kullandığı kadar ödeme yaparak maliyetlerini değişkene çevirmeyi hedef almaktadırlar. Sözelimi, freight forwarder (*taşıma işleri organizatörü*), hizmet sağlayıcı, taşıyıcı, antrepo işletmecisi vb.) pazarı halen bölünmüş pazar olma özelliğini korumaktadır. veren firmalar özellikle gelişmekte olan ülke ve bölgelerde halen pazarda önemli pay almaktadır (Taşkın ve Durmaz, 2012: 82).

Küçük ve orta ölçekli firmalar ya da lojistik zincirinin sadece belli başlı alt dallarında hizmet Türkiye’de lojistik hizmet talep eden şirketlerin özellikleri şu şekildedir (Kayabaşı, 2010:35-36):

- Hizmetin tek alıcısı olma arzusu,
- Kısa süreli avantaj beklentisi,
- Bilgi paylaşmama,
- Yoğun gizlilik anlayışı,
- Tek taraflı anlaşmalarla bağlantı kurma isteği,
- Lojistik şirketleri karşı karşıya getirerek maliyet avantajı sağlama arzusu,
- Kriz hazırlığı ve yönetimi yapamama,
- Ölçek küçüklüğü,
- Ödemelerde sorun,
- Lojistik hizmet almada sorun yaşanacağı kaygısı,

- Outsource edilen faaliyeti sürekli denetim altında tutma arzusu.

Bu bilgilerden hareketle lojistik arz eden ve talep eden taraflar için rekabet üstünlüğü sağlayabilmesi ve gelişmesi için çözüm önerileri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Hizmet arz eden ve talep eden tarafların alt yapılarının güçlendirilmesi,
- Ölçeklerin büyütülmesi,
- Stratejik, kayıt altına alınmış uzun süreli işbirliği,
- Açıklık ve paylaşım,
- Eğitimin yaygınlaşması,
- Yoğun bilgi paylaşımı,
- İşbirliğinde ortak dilin konuşulması,
- Karşılıklı güven ve destek,
- Birlikte kazanma ve büyüme, lojistik sektörünün disipline edilmesi gerekliliği,
- Köklü kararların değişmemek üzere uygulanmasıdır.

Uluslararası taşımacılık ve lojistik sektörünün gelişimine bağımlı olarak özel sektörde kurulan işletmelerin sayısı artmakta ve sektör büyüdükçe işe alınan personel sayısı büyümektedir. Bazı ülkeler buldukları coğrafi özelliklerden dolayı sadece bir taşıma türüne önem verirken, bazıları ise tüm taşıma türlerinde becerilerini geliştirmişlerdir.

Bir ülkede hangi taşıma türü gelişmiş ve yoğun olarak kullanılıyorsa o ülkenin istihdam profili de bu yönde yükselmektedir. Lojistik, zamana karşı ve nitelikli bir hizmet sunma yarışı olma özellikleriyle, ilk olarak en fazla iki önemli altyapıya ihtiyaç duymaktadır: teknoloji ve nitelikli insan

gücü. Bugün lojistik sektöründe etkili bir hizmet sunabilmek için mutlaka etkin bir teknolojik altyapıya sahip olmak gerekmektedir. Bu da önemli boyutlarda yatırım ihtiyaçlarını beraberinde getirmektedir.

Lojistik hizmet vermek isteyen işletmeler gerekli yatırımları gerçekleştirerek etkin bir teknolojik altyapıya sahip olsalar bile bu teknolojiyi kullanabilecek nitelikli insan gücünü ellerinde bulundurmaz ise, etkin bir şirket konumuna gelmeleri mümkün olamayacaktır. Bu durumda “nitelikli insan gücü” faktörü her şeyin önüne geçmiş durumdadır. Dolayısıyla, “insan kaynakları” kavramı, son yıllarda, en çok sözü edilen kavramların başında gelmektedir ve insan kaynakları yönetimi tekrar önem kazanmıştır (Finans Ekibi, 2008).

Türkiye, dünya coğrafyası üzerindeki konumu, sahip olduğu genç ve dinamik nüfusu ve lojistik sektörüne verilen önem ve yatırımlar sayesinde lojistik sektöründe dünyada önemli bir lojistik merkez konumuna gelebilecek bir güce sahiptir.

Ancak küresel rekabetin artması, ulusal talep ve iş gücünün yeterince kullanılmaması, karayolunda mevcut şirket ve araç sayısının mevcut iş kapasitesine göre az olması, yetişmiş kalifiye insan gücünün sınırlı sayıda olması, işletme yönetiminde aile şirketi anlayışının egemenliği, Türkiye’deki lojistik sektörünün gelişme hızını kesmektedir. Bunun yanı sıra, ulusal ve uluslararası gümrük ve ulaştırma mevzuatları öncelikli olmak üzere mevzuat ve belgeleme konusunda yeterli deneyime sahip kalifiye elemanın sınırlı sayıda oluşu, kayıt dışı ekonomi ve eşit olmayan iş anlayışının yaygın olması da Türk lojistik sektörünün gelişme hızını engelleyen nedenler arasında yer almaktadır (Genç, 2009:78-79).

Türkiye’de ulaştırma ve lojistik sektöründe özellikle eğitim-öğretim alanında çok ciddi eksiklikler bulunmaktadır. Türkiye’de ulaştırmanın modern karakteri olan çok-disiplinli olma özelliğine dayalı ve bunun diplomasını veren modern standartlarda bir ulaştırma ve lojistik programı bulunmamaktadır.

Tüm ekonomiler için stratejik değeri olan bu sektörün gereksinimini sağlamaktan hayli uzak olan ulaştırma ve lojistik eğitim-öğretiminin çağdaş dünya düzeyine getirilmesi oldukça önemlidir. Ulaştırma ve Lojistik eğitim-öğretimindeki temel sorunlar şu şekilde ele alınmaktadır: (TOBB, 2012: 63-64):

- Küreselleşme sonucunda artan rekabete yanıt verecek yetişmiş insan gücünün eksikliği,
- Uzman eğitimci ve akademisyen sayısının yetersizliği,
- Yetersiz ve standardı bulunmayan müfredat (lojistiğin çok disiplinli özelliği dikkate alınmamaktadır), sektörün ihtiyaç duyduğu personel yetişmemesi,
- Sektörel öğretimde yeknesaklığın olmayışı (öğretim programlarının birbiriyle uyumsuzluğu),
- Sektörde araştırma yetersizliği
- Sektörde uzmanlaşma yetersizliği
- Yerli ve yabancı kaynak (kitap, araştırma, tez vb.) yetersizliği
- Staj olanaklarının sınırlı ve yetersiz olması.
- Lojistiğin bir ana bilim dalı olarak kabul edilmemiş olması.

Türkiye, AB ile bundan sonraki ilişkilerinin tamamında konusunda uzman kişilere gereksinim duyacaktır. Ulaştırma da bu alanların en kritik öneme sahip olanlarının başında gelmektedir. Bir araştırma altyapısının kurulmasının bu konuda sağlayacağı yararlar çok büyük olacaktır. Bunun tersi durumda ise, Türkiye'nin bu alanda gecikme gösterdiği her yıl birikimli olarak artan zararlara uğraması anlamına gelmektedir.

AB'nin kurduğu ve kuracağı kurumsal altyapılar ile bir nitelikli araştırmacı uzman kadrosu olmadan iletişim ve etkileşim sağlanamayacaktır

ve bu kadronun yetiştirilmesi, Avrupa Birliği'nin kendi alanında yetkin uzman isimlerinin de katılacağı bir kurum tarafından üstlenildiği takdirde, bu Türkiye ekonomisinin büyük bir kazancı olacaktır.

2. TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN EKONOMİ VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNE ETKİSİ

Teknolojide oluşan değişimlerle birlikte işletmeler bilgiye, kaynaklara ve tüketicilere ulaşma avantajları ve olanaklarına sahip olmaktadır. Özellikle bu değişimlerin şirket etkinliklerine yansıtılması, şirketlere uluslararası alanda faaliyet sağlamaktadır.

Teknolojik değişimler sayesinde rekabet koşullarının ulusal alandan çıkarılıp uluslararası alanda şekillenmesi, şirketlerin lojistik sisteme olan gereksinimini artırmaktadır.

Dünyanın farklı yerlerindeki tüketici pazarlarına hitap ederken, tasarımın, hammadde ve malzemelerin sağlanmasının, üretimin, pazarlama ve dağıtım etkinliklerinin gerçekleştirilmesi küresel alanda işletmeciliği yansıtmaktadır. İşletmeler, bu farklı ama birbirleriyle bağlantılı alanlara ulaşırken, bilgi ve kaynakların taşınmasını etkin bir lojistik sistemi ile kolaylaştırmaktadır.

Etkin bir lojistik sistemi yerel işletmelerde önemli olmakla birlikte, küresel alanda üretim ve pazarlamada kritik bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Uzaklık, talep, ürün farklılığı, uzun teslimat süreleri, pazar bilgisindeki azalma, gümrük gibi ara birimlerin fazlaşmasıyla kontrol yeteneğinde azalma gibi belirsizlikler küresel faaliyetlerde ortaya çıkmaktadır. Bu belirsizlikleri önlemek için gerekli küresel stratejiler ise şunlardır: (Orhan, 2003:67-68):

- Üretilen ürünlerin dünya ölçeği üzerinde kabul görmüş olması,
- Taşıma maliyetleri diğer kaynak maliyetlerine göre düşük olması,

- Taşıma faaliyetinin güvenilir olması,
- İşletmenin, pazara hakim ve kontrollü olması,
- Daha iyi bir kontrol sisteminin oluşturulması,
- Daha kolay ve hızlı ürün geliştirme için fırsatlar yaratılması,
- Üretilen ürünlerin pazarda daha uzun süre kalmasına imkan sağlayacak şekilde uzun ömürlü olması.

Bu stratejilerin belirlenmesi, geliştirilmesi ve uygulanmasında teknolojiye ve özellikle bilgisayar ve iletişim ağında meydana gelen değişimler etkili olmaktadır. İşlemlerin zaman kaybı olmadan bilgisayarlar aracılığıyla sağlanması ve etkin bir iletişim ile bilgi aktarımının sağlanması, üretimden tüketim noktasına kadar taşımada bilgisayar destekli araçların kullanılması teknolojinin lojistikteki etkisini göstermektedir.

Son yıllarda işletmelerin etkinlikte buldukları endüstrilerde rekabet üstünlüğü sağlayabilmeye yönelik olarak önemle üzerinde durdukları konunun lojistik etkinlikler olduğu görülmektedir. Rekabet üstünlüğü sağlama konusunda belirleyici bir rolü olan lojistik faaliyetlerinin bir diğer önemli rolü de bu faaliyetler sonucu oluşan maliyetlerin daha doğru bir biçimde hesaplanabilmesinin gerekliliğidir. Son yıllarda işletmelerde yapılmakta olan lojistik faaliyetlerinin nitelik ve nicelik olarak önemli boyutlara ulaştığı görülmektedir. Lojistik faaliyetler üzerine yapılan araştırmalar, işletmelerdeki fiziksel dağıtım maliyetlerinin satışların % 30'una kadar ulaşabildiğini göstermektedir.

Bununla beraber lojistik maliyetlerinin yönetilmesi de ürün kârlılığı, ürün fiyatlaması, müşteri kârlılığı ve işletme kârlılığı gibi konularda oldukça önemli bir konuma gelmiştir. (Genç, 2009: 56-57).

Lojistik, rekabet avantajının elde edilmesinde hizmet farklılaştırması yaratarak “anahtar bir kaynak” veya işletme kârının artırılmasında önemli bir “yönetim alanı” olabilir. Lojistiğin işletme faaliyetlerindeki stratejik

önemine karşın yönetim muhasebecileri lojistik maliyet analizleri için gerekli olan sayısal verileri izlemekte ve toplamakta gerekli olan özeni gösterememektedirler (Görçün, 2010: 98).

Diğer taraftan işletmelerin karmaşık operasyonlarının yönetilmesi ve ağların kurulması için gerekli olan maliyet bilgileri de işletme yönetimlerinin gereksinimlerine yanıt veremez duruma gelmiştir. İşletme yönetimlerinin lojistik faaliyetler sonucu oluşan maliyet bilgilerine doğru bir biçimde ulaşabilmeleri bu faaliyetler sonucu oluşan maliyetlerin doğru bir biçimde ölçülebilmesi, hesaplanabilmesi ve aynı zamanda bütünleşik lojistik yönetimi yaklaşımının uygulanabilmesine bağlıdır (Karagöz, 2007: 58).

Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişme yeni iş tanımlarının da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Gittikçe daha hızlı bir şekilde küreselleşen dünyada oluşan bu değişim, pek tabii olarak lojistik sektöründe de yeni anlayışların ve yapılanmaların ve teknolojik gelişmelerin adapte edilmesine araç olmuştur. Böylelikle e-lojistik kavramı gündeme gelmiştir (Görçün, 2010: 115).

Günümüzde lojistik hizmetlerin elektronik ortamda yapılması, firmalarla müşterileri arasındaki iletişimin daha hızlı ve sağlıklı olmasını sağlamaktadır. Böylece işletmeler, stok ve stok maliyetlerini önemli ölçüde azaltabilmektedir.

Elektronik lojistik işletmelere, üretim için ihtiyaç duyulan malzemelerin önceden belirlenebilmesi ve hızlı güvenli bir şekilde temin edilebilmesi avantajını sağlamaktadır. Bilgi sistemlerinin bilgi teknolojileri vasıtasıyla işlerliği, işletmelerin lojistikte gerek duydukları lojistik ağının modellenmesine yol açmaktadır. Bu modellerin geniş ve karmaşık, etkin ve pazar ihtiyaçlarına uyumlu ve maliyet etkin olması önemlidir. Bugün işletmelerin sahip oldukları bilgiyi, uzmanlığı ve kazanılan deneyimi paylaşmaları, yaygınlaştırmaları ve bunu kazanca dönüştürebilmeleri ile sürekli rekabet ortamında hayatta kalabilmeleri sayısal işletmelerin hayatta

kalabilmelerini sağlamaktadır (Chapman, 1994: 151-152).

E-lojistikle, işletmeler kadar, müşterilerde internetten ürün ya da hizmetler hakkındaki bilgilere ulaşabilmekte, sipariş verebilmekte ve sipariş ettikleri ürün yada hizmetin nerede olduğu ya da ne kadar zamanda geleceği gibi bilgileri anında izleme olanağına sahip olabilmektedirler.

David J. Closs'a göre lojistik bilgi sistemleri lojistik etkinlikleri yöneten, denetleyen ve ölçen, yazılım ve donanımın bir bileşimidir. Donanım, bilgisayar ve sunucuları, internet teknolojilerini, girdi ve çıktı araçlarını, iletişim kanallarını, barkod ve radyo frekansı (RF) ile çalışan cihazları ve depolama araçlarını içerir. Yazılım ise, lojistik ve tedarik zinciri aktiviteleri için kullanılan sistem ve uygulama programlarını kapsamaktadır (Closs, 1994: 699-701).

Lojistik sektöründe kullanılan yazılımlar; elektronik veri değişimi (*EDI-Electronic Data Interchange*), barkod, radyo frekanslı tanımlama (*RFID-Radio Frequency Identification*), kurumsal kaynak planlama (*ERP-Enterprise Resource Planning*), depo yönetim sistemleri (*WMS-Warehouse Management System*), taşıma yönetim sistemleri (*TMS-Transportation Management Systems*), ileri planlama sistemleri (*APS-Advanced Planning and Scheduling*), coğrafi bilgi sistemleri (*GIS-Geographical Information Systems*), uydu araç takip sistemleri, sipariş yönetim sistemleri (*OMS-Order Management System*), intranet ve extranet gibi sistemler olarak sıralanabilir. Lojistik işletmeler tüm aktivitelerinde bu yazılımlardan yararlanma şansına sahiptir. Tedarik zinciri süreçlerinin gerçek zamanlı takibi, verim artışının elde edilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılmasını sağlamak için ilgili yazılımların kullanılması bir gereklilik olarak görülmektedir. Aktif yazılım uygulamasıyla farklı taleplere ortak kaynaktan çözüm yaratmak ve hızla değişen koşullara ayak uydurmak mümkündür. Dolayısıyla, doğru tahmin ve planlama, nakliye hızının artırılması, stok planlamasının efektif hale getirilmesi, yeterli ve tutarlı bilgi tutabilme ve izleyebilme gibi kazançlar da sağlanmaktadır (Karagöz, 2007: 72-73).

Günümüzde artık lojistik şirketleri verimliliklerini arttırmak amacıyla kendilerini yenileme gereksinimini hissetmekte ve bu amaçla bilgi işlem teknolojileri alanındaki gelişmelerden yararlanmaktadır. Ayrıca, lojistik firmaları bilgi işlem teknolojilerini üreten şirketlerin en önemli müşterileri haline gelmişlerdir. Her iki taraf da, hızla artan e-ticaret uygulamaları ve yeni iş modellerinin de birer parçası olarak ciddi projelerde yer almaya başlamışlardır (Kayabaşı, 2010: 39). Lojistik yönetimi ile bilişim teknolojilerini birbirinden ayırmak olanaksız hale gelmektedir. Özellikle ürün tedarik zinciri yönetiminin etkin ve verimli sonuçlara ulaşması için, lojistiğin ciddi ve planlı olarak uygulanması gerekmektedir. Lojistik şirketleri hammadde, yarı mamul ya da mamul maddelerinin kaynak noktalarından, müşteriye kadar uzanan zincirinde, lojistik performansının incelenmesi, plana göre nasıl hareket edildiğinin analizi tüketiciye bilgilerin geribildirimi ya da barkod etiket izlenimi gibi alanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadırlar.

Lojistik şirketlerinin müşterilerinin temel beklentisi, ürünlerinin istediği zamanda, istediği yere, zarar görmeden gitmesi ve bunlarla ilgili bilgilerin sürekli olarak izlenebilmesidir. Müşterilerinin bu beklentilerini tatmin edebilmek için lojistik şirketlerinin bilgi işlem teknolojilerindeki gelişmeleri izleyip, iş süreçlerine bu yenilikleri uygulamaları gerekmektedir (Keskin, 2006: 35).

Küresel rekabet ortamında avantaj sağlayabilmek için üretilen mamullerin dünya üzerindeki değişik yerlerde bulunan ve birbirlerinden farklı olan müşterilerin beklentilerini sağlaması koşulu giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu durum; tüm işletmecilik etkinliklerinde lojistik sektörünün önemini giderek artırmaktadır.

Müşteri memnuniyetinin ve işletme verimliliğinin sağlanmasında, teslimatın zamanında yapılması, işletme kaynaklarının etkin bir biçimde değerlendirilmesi ve stok yönetimi önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte; lojistik sektöründe etkinlik gösteren firmalar bilişim sistemleri kullanımıyla performans artışı sağlamaktadır. Özellikle önemli ölçüde

katma değer yaratan çözümler olan bireyselleştirme, çapraz nakliye, toplu modifikasyon, yolda birleştirme, etiketleme, paketleme, gibi hizmetlerin ölçülebilir bir performans ile gerçekleştirilmesi için bilişim sistemlerinin etkin bir biçimde kullanılması gerekmektedir (Tekin vd., 2005: 118).

Küresel dünyanın ortaya koyduğu bu hızlı değişim, işletmelerin geleceğe dönük stratejiler geliştirmesinde, yaşanan değişimi izleyerek alınması gereken kararların yerinde ve zamanında olma zorunluluğunu getirmektedir. Dolayısıyla lojistik yönetiminin kararlarında, gerek duyulan bilgilerin sağlanması gerekmektedir. Bu süreçte bilgi sistemlerinin, firmaların aktivitelerinde daha etkin ve verimli olarak iş süreçlerini gündeme getirmesi, başarı için gerekli olan yeni rekabetçi stratejilerin oluşturulmasını bir gereklilik olarak ortaya çıkarmaktadır (Çekerol ve Timur, 2013: 148).

3.TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ

Türkiye coğrafi konumu sebebiyle dış ticaret ve dış ticaretin ulaşımı açısından çok önemli bir noktada bulunmaktadır. Asya ve Avrupa Kıtaları arasında köprü konumunda olan Türkiye önemli ticaret yolları üzerinde yer almakta ve tüm ulaşım sistemlerine elverişli coğrafyası sebebiyle dünya dış ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır.

Ancak Türkiye'nin bugün ki ticari yapısına kavuşması ve serbest ticaret yapabilmesi birçok ekonomik ve siyasi değişimin sonucunda mümkün olmuştur. Dolayısıyla, Türkiye dış ticaret yapısını açıklayabilmek için öncelikle geçmişte Türkiye'nin nasıl bir dış ticaret yapısına sahip olduğunun açıklanması yararlı olacaktır.

3.1. TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Türkiye ticaretinin tarihsel gelişimini açıklarken 1980 öncesi döneme bakıldığında, 1923-1929 döneminde liberal ekonomi politikası

uygulanmıştır. Kuruluş yıllarında Türkiye ekonomisi dışa açık bir ekonomik görünüme sahiptir. Ekonomideki dışa açıklığın temel dayanağı önemli ölçüde dışa bağımlı bir ekonomik yapıya sahip olunmasıdır (Şahin, 2009, s.43-44).

1923-1929 yılları döneminde ithalatın gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı yaklaşık olarak % 14,6, ihracatın ise % 10,6 olarak gerçekleşmiştir. Bu orana daha sonraki elli yıl içerisinde ulaşılabilmesi, aynı dönemdeki ticari açıklık uygulamasının bir göstergesi olarak ifade edilmektedir. (Boratav, 2006, s.50).

Ancak Türkiye dış ticaretinde devlet müdahalesinin başladığı ve önemli değişimlerin yaşandığı 1929 sonrası dönem ile birlikte yapılan düzenlemeler sebebiyle ülke dış ticaretinde önemli ölçüde daralma yaşanmıştır. Özellikle yüksek gümrük vergilerini bu durumun temel nedeni olarak nitelendirmek mümkündür. 1940 yılından sonra Türk ekonomisi açısından önemli gelişmeler yaşanmıştır ve devalüasyon sonucunda iktisat politikalarının ekonomi için ne kadar mühim olduğunun bilincine varılması ile ülke ekonomisi açısından önemli bir adım atılmıştır. Ancak İkinci Dünya Savaşı'nın meydana gelmesi ülke dış ticaret hacminin 1938 yılında yaklaşık 234 milyon dolardan 1940 yılında 138 milyona gerilemesine sebep olmuştur (Sezgin, 2009: 176-178).

İkinci Dünya Savaşı ile birlikte tüm dünya da olduğu gibi Türkiye'de de ekonomik açıdan ve dış ticaret açısından önemli ölçüde gerilemeler yaşanmıştır. Yukarıda da belirtildiği üzere 1930-1945 yılları arasında yaşanan ekonomik, siyasi ve askeri gelişmeler sonucunda Türkiye dış ticaretinde de önemli değişimler gerçekleşmiştir.

Tablo 1. 1930-1945 Döneminde Türkiye Dış Ticaretinin Durumu (000 \$)

Yıllar	İthalat (\$)	İhracat (\$)	Dış Ticaret Dengesi (\$)	Dış Ticaret Hacmi (\$)
1930	69.540	71.380	1.840	140.920
1931	59.935	60.226	291	120.161
1932	40.718	47.972	7.254	88.690
1933	45.091	58.065	12.974	103.156
1934	68.761	73.007	4.246	141.768
1935	70.635	76.232	5.597	146.867
1936	73.619	93.670	20.051	167.289
1937	90.540	109.225	18.685	199.765
1938	118.899	115.019	-3.880	233.918
1939	92.498	99.647	7.149	192.145
1940	50.035	80.904	30.869	130.939
1941	55.349	91.056	35.707	146.405
1942	112.879	126.115	13.236	238.994
1943	155.340	196.734	41.394	352.074
1944	126.230	177.952	51.722	304.182
1945	96.969	168.264	71.295	265.233

Kaynak: TÜİK http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12 HYPERLINK
["http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4"&](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4) HYPERLINK
["http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4"](http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4)ust_id=4 (18.05.2014)

1930-1945 dönemi Türkiye dış ticaret verilerine göre, 1930 yılından itibaren 1933 yılına kadar ülke dış ticaret hacminde azalma yaşanırken, 1933 yılından 1938 yılına kadar artış gerçekleşmiştir. 1938 yılına gelindiğinde 233.918 milyon dolar dış ticaret hacmi 1939 yılında 192.145 milyon dolar, 1940 yılında ise 130.939 milyon dolara düşmüştür. 1941 yılında Türkiye dış ticaret hacminde tekrar artış yaşanmıştır ve bu artış

süreci 1944 yılına kadar devam etmiştir. 1944 ve 1945 yıllarında dış ticaret hacmi 1943 değerinin altında gerçekleşmiştir.

1945 yılı sonrası dönemde ülke dış ticaret hacmi yeniden artışa geçmiştir ve 1946'da 333.469 milyon dolar, 1947 yılında 467.945 milyon dolar, 1948 yılında 471.852 milyon dolar, 1949'da 538.045 milyon dolar, 1950 yılında 549.088 milyon dolar, 1951'de 716.168 milyon dolar, 1952 yılında 918.834 milyon dolar ve 1953 yılında 928.594 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret hacminde yaşanan ve sekiz yıl süren artış döneminin ardından ilk defa 1954 yılında dış ticaret hacminde düşüş gerçekleşmiştir (Sezgin, 2009: 179-180).

1970'li yıllara gelindiğinde yaşanan petrol şokları dünya ekonomisini ve dış ticaretini derinden etkilerken dışarıdan yansıyan enflasyon sebebiyle Türkiye ekonomisi uygulanan kur politikaları ile TL'nin değer kazanmasını engelleyememiş ve ithalattaki hızlı artışın önüne geçilememiştir. İthalatın aşırı artması sonucu 1970'li yıllar boyunca dış ticaret dengesi açığı veren ülkenin ekonomik büyümesi gerilemiştir.

1980 yılına kadar ekonomide devlet müdahalesinin ve kapalılığın hakim olduğu ekonomik yapı 24 Ocak 1980 tarihinde alınan kararlar ile değişim sürecine girmiştir (Hepaktan, 2008). 1980 Kararları Türkiye ekonomisi açısından uygulanan iktisat politikalarının değişimi ve ekonomiye yansımaları bakımından önemli bir dönemin başlangıcı olmuştur.

1980 kararları ile birlikte içe dönük ithal ikameci model yerine ihracata yönelik bir yapının benimsenmesi ile dış ticaret kısıtlamaları kaldırılmış ve dış ticaret politikasının serbestleşmesi yönünde adımlar atılmıştır. Bu doğrultuda ihracat teşvikleri, ihracatçılara düşük faiz ve uygun vade ile kredi verilmesi imkanları sağlanmıştır. Ayrıca kambiyo rejimine yönelik önemli değişiklikler yapılmıştır ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesi sağlanmıştır.

1987 yılında Türk Eximbank kurulmuştur ve Türkiye'nin ihracata yönelik politikasını desteklemede önemli bir adım teşkil etmiştir. Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği'ne üye olması ve Uruguay Round Nihai Senedi'ne taraf olunması dönemin önemli gelişmeleri arasında yer almaktadır. Bir diğer önemli olay ise 1997 yılında yaşanan Asya Krizi olmuştur. Türkiye'yi olumsuz olarak etkileyen kriz sonucunda Türkiye'nin bölgeye olan ihracatında önemli boyutlarda düşme yaşanmıştır.

Ayrıca 1998 Rusya Krizi ekonominin bir kez daha olumsuz olarak etkilenmesine sebep olmuştur (Atabey, Saraç ve Develi, 2006: 8-10). Yaşanan krizler ve gelişmeler sonucunda Türkiye Ekonomisi 1980 kararları ile yaratılmak istenen yapının çok uzağında kalarak olumsuz bir yapıya bürünmüştür. Dış krizler sonucu oldukça sarsılan ekonomi ülkenin önemli sanayi bölgelerinden Marmara'da yaşanan deprem de ülkedeki olumsuz havayı daha kötü hale getirmiştir.

2000'li yıllara gelindiğinde yaşanan krizler ve Ağustos ve Kasım depremlerinin olumsuz etkilerinden ekonomiyi kurtarmak için döviz kuruna dayalı istikrar programı uygulamaya konmuştur. Ancak 2000 yılı Kasım ayı ve 2001 yılı Şubat ayında yaşanan krizler bir kez daha ülke ekonomisini sarsmıştır (Yükseler ve Türkan, 2006: 23).

Tüm bu gelişmeler ülke dış ticaretinin de etkilenmesine neden olmuştur ve 1990 yılında -9.342.838 milyon dolar olan dış ticaret dengesi 2000 yılında -26.727.914 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılından itibaren ülke ekonomisi olumlu bir büyüme sürecine girmiştir. 2005 yılına gelindiğinde ise Türkiye ihracatı 73.476 milyon dolar, ithalatı ise 116.774 milyon dolar olarak gerçekleşirken toplam dış ticaret hacmi 190.250 milyon dolar olmuştur (TÜİK, www.tuik.gov.tr). Türkiye ekonomisinin 2002 yılında başlayan büyüme dönemi 2008 yılı son çeyreğinde sona ermiştir. 2008 yılında ABD'nin yatırım bankası olan Lehman Brothers'ın iflas etmesi dünya ekonomisi için olumsuz bir dönüm noktası olmuştur ve yaşanan kriz ülke ekonomilerini derinden sarsmıştır.

Türkiye'nin reel ekonomisinde de etkileri hissedilen kriz sebebiyle ülke ekonomisi yılın son çeyreğinde ekonomi son çeyrekte % 6,5 oranında küçülmüştür (MÜSİAD, 2010). Bu nedenle 2008 yılında 333.990 milyon dolar olan dış ticaret hacmi 2009 yılında 243.071 milyon dolara gerilemiştir. Ancak 2010 yılında tekrar artış gerçekleşerek 299.427 milyon dolar olmuştur.

2010 yılında Türkiye dış ticaretinin Faaliyetlere göre dağılımına bakılacak olursa; 2010 yılı Ocak-Kasım döneminde 94.611 milyon dolar ile imalat alanındaki ihracat ve 129.236 milyon dolar ile de ithalat diğer faaliyet alanlarına göre daha yüksek gerçekleşmiştir. Madde grupları bazında bakıldığında ise ara malları ihracatı 50.559 milyon dolar ve ithalatı ise 117.690 milyon dolar ile birinci sırada yer almaktadır (İTO, 2010: 27). 2010 yılında en çok ihracat yapılan ay ise 11.823 milyon dolar ithalat ise 20.559 milyon dolar ile Aralık ayı olmuştur. Türkiye dış ticaret açığının durumuna bakıldığında ise 2005 yılında -43.297 milyon dolar olan açığın 2009 yılında -38.785 milyon dolar olarak gerçekleştiği görülmektedir. Cari işlemler dengesi ise 2009 yılı itibari ile -13.853 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (İTO, 2010: 2).

3.2. TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ AÇISINDAN LOJİSTİK SERKTÖRÜNÜN ÖNEMİ

Dünya ticaretinde ve ekonomisinde yaşanan gelişmelerin ardından alınan 1980 kararları Türkiye dış ticaretinde bir dönüm noktası olmuştur. Korumacılığa yönelik ve kısmen kapalı bir ekonomiden kısa sürede serbest ticaret hedefi olan liberal bir ekonomik yapıya geçiş gerçekleştirilmiştir.

Yine aynı dönemde lojistik sektörü açısından da gelişmeler yaşanmıştır (Deloitte, 2010). Türkiye lojistik sektörünün temellerinin atıldığı 1980'li yıllar ülkenin her açıdan değişime uğradığı bir dönem olmuştur. Özellikle dışa açılan ülke ekonomisinin ve serbestleşen dış ticaretin diğer ülkeler ile rekabet edebilirliği açısından lojistik bu dönemde

de önemli bir sektör olmuştur.

Dış ticaretin gelişimine ve rekabet edebilirliğine katkılarının yanı sıra lojistik sektörü istihdam açısından da ülke ekonomisini olumlu yönde etkilemektedir. Bunun yanı sıra dış ticaret maliyetleri üzerinde de etkisi çok büyüktür. Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve 1980 sonrası Türkiye'nin ihracata dayalı büyüme stratejisini benimsemesi sonucu artan dış ticaret hacmi, Türk lojistik sektörünün önemli adımlar atmasını sağlamıştır. Sağladığı gelişme sonrası kurumsal yapı ve altyapıdaki eksikliklere rağmen, Türkiye lojistik sektörü bulunduğu coğrafyadaki mevcut ve potansiyel pazarlara hizmet sunabilecek seviyeye ulaşmıştır.

Ulusal ve yerel birçok işletme lojistik hizmeti verme konusunda önemli adımlar atmıştır. Tüm bunların yanında uluslararası ve küreselişletmeler Türkiye pazarına yönelmiş, satın alma, birleşme ya da doğrudan sermaye yatırımları ile sektörde rol almaya başlamıştır. Dolayısıyla lojistik sektöründe belirlenen üstünlükler şu şekilde sıralanmaktadır (TOBB, 2012: 21-22):

- Türkiye ekonomisi dünyanın 17., AB'nin 5. büyük ekonomisini oluşturması,
- Ekonominin büyüme hızının AB ortalamasının üzerinde olması,
- Ülkemizin 53.000 çekiciden oluşan modern karayolu taşımacılığı araç filosuna sahip olması,
- Avrupa'dan Asya'ya kadar birçok noktaya taşıma olanağı sağlayabilecek acente ve hizmet ağına sahip olması,
- AB'ye uyum gelişmeleri doğrultusunda demiryolu sektörünün, etkin hizmet sunmasını sağlayacak biçimde, yapısal dönüşüm süreci içine girmiş olması, yatırım ve işletme konularında iyileştirmelerin başlatmış olması,

- Avrupa-Asya ve Avrupa-Ortadoğu eksenlerinde, iyileştirilme ve yeni hatlarla tamamlanmak suretiyle etkin hizmet sunabilecek demiryolu hatlarına sahip olunması,
- Demiryoluna gerekli yatırımların yapılması ile Türkiye'nin bölgesel konumu güçlendirecek bir sektör olması ve ülkemizdeki en önemli yedi liman ile bağlantıya sahip bulunması,
- Demiryolu sektöründe yerli üretim ve sanayinin yaygın olarak kullanılması,
- Uluslararası kuruluşlara üye posta sektörünün, yaklaşık 30 yıllık bir kısa sürede kurduğu alt yapı ile, kalifiye insan gücüyle ve sağladığı hizmet kalitesi ile dünya ile rekabet edebilecek düzeye ulaşma yönünde gelişim göstermesi, şirketlerin ulaştırma noktaları üzerinde konumlanma rahatlıkları,
- Firmaların tedarik zinciri oluşturma yeteneklerinin bulunması,
- İşgücüne bağlı maliyetin düşük olması,
- Şirketlerin lojistik eğitimi almış eleman çalıştırmaları,
- Şirketlerin kriz yönetiminde ve pazar ekonomisinde deneyim sahibi olması,
- Son beş yılda Türk filosuna yeni ham petrol ve petrol ürün gemilerinin katılması,
- Konteyner gemilerindeki sayı ve tonaj artışı, yaş ortalamasının oldukça genç olması,
- Ro-Ro filusunun yaş itibariyle durumunun yeterli düzeyde olması ve filoya katılan yeni gemilerle güçlenmesi,
- Limanların bölgesel konumu itibariyle önemi ve transit taşımacılığa uygun olması,

- Uluslararası taşıma koridorları arasında yer alan coğrafi konum nedeniyle talebin büyüklüğü,
- Liman sahaları içinde evvelce kurulmuş olan serbest bölgelerin getirdiği ekonomik avantajların bulunması,
- Deniz emniyetinin sağlanması kapsamında VTS, AIS gibi teknoloji destekli sistemlerin oluşturulmuş olması,

Lojistik piyasasında sonraki dönemlerde ön plana çıkacak bölgeler olarak Asya, Latin Amerika, Doğu Avrupa, Afrika ve Orta Doğu bölgeleri belirtilmektedir. Türkiye'nin üç kıtanın birleşme noktasında bulunması gelecekte lojistik sektörünün bu bölgede oluşturulacak pazardan önemli ölçüde pay almasına olanak sağlayacaktır. Dünya lojistik pazarında müşteri taleplerinden teknolojik gelişmeye kadar birçok faktörün etkisiyle yeni eğilimler oluşmaktadır (MÜSİAD, 2013).

Taşımacılık da dahil olmak üzere Türkiye'de ulaştırmanın ekonomideki önemi de dış ticaret ile lojistik arasındaki ilişkiyi açıklama bakımından yol gösterici nitelik taşımaktadır. Türkiye Cari Fiyatlarla GSYİH içerisinde 2008 yılında ticaretin payı 116.297 bin TL olarak gerçekleşirken aynı yıl ulaştırma ve haberleşme 135.030 bin TL olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında ulaştırmanın payı azalarak 91.778 bin TL olarak gerçekleşirken ticaretin payında da azalma yaşanmıştır ve 74.715 bin TL olarak gerçekleşmiştir (İTO, 2010: 31-32). Söz konusu yıllar içerisinde ulaştırma ve haberleşmenin payı azalırken ülke ticaretinin GSYİH içerisindeki payında da azalma gerçekleşmiştir.

Türkiye 1980 yılı kararları ile dışa açık bir ekonomik yapıya geçtiğinde birçok olumlu gelişmenin yanı sıra diğer ülkelerle ekonomik açıdan rekabetin zorluğu ve küresel ekonomik krizlerle de karşı karşıya kalmıştır. Bu aşamada tek çözüm ülke ekonomisinin büyümesi ve ekonomik dengenin sağlanmasıdır. Ülke ekonomilerinde dengenin sağlanması için en önemli husus ise dış ticarete etkin olmaktır. Ancak günümüz koşullarında

ve teknolojisinde dış ticaret konusunda fark yaratmak sadece ürün nitelik ya da fiyatlarındaki değişiklikler ile mümkün olmamaktadır. İşte bu noktada dış ticarete konu olan ürünlere yönelik hizmetler devreye girmektedir (Görçün, 2010).

Dış ticarete konu olan ürün ile alakalı tüm hizmetleri içeren sektör lojistikdir. Lojistik sektöründeki başarı Türkiye'nin dış ticaret alanındaki başarısını da etkilemektedir. Çin, Hindistan gibi gelişen ekonomiler çok düşük maliyetlerle üretim yapabilmektedirler. Bu ülkeler ile dış ticarete rekabet ancak ürüne yönelik bir hizmet olan lojistiğin kalitesinin artırılması ile mümkün olacaktır.

Ayrıca kimi mal ya da hammaddeler dayanıklı olmamakta ya da mevsimsel etkiler sebebiyle ürün teslimatında sorunlar yaşanabilmektedir. Tüm bu sorunların çözümü ve dış ticaret pazar payının korunması hatta artırılması ancak kaliteli ve düşük maliyetli üretimin yanı sıra etkin lojistik hizmetle mümkün olmaktadır (TOBB, 2012).

Ayrıca lojistik istihdam yaratıcı etkisi ile hem dış ticaret alanında hem de ekonominin genelinde etkili olmaktadır.

Öyle ki lojistik faaliyetlerin her aşamasında iş gücü ihtiyacı oldukça yüksek oranda olmaktadır ve bunun yanı sıra yükleme, boşaltma, ambalajlama ve dış ticaretin diğer her aşamasında lojistik sektöründeki iş gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Böylece potansiyel iş gücünün ekonomiye kazandırılması ile ekonomik büyüme hedefi yolunda önemli bir adım daha atılmaktadır.

3.3. LOJİSTİĞİN TÜRKİYE DIŞ TİCARETİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Lojistik aktivitelerindeki başarı, firmalar için aynı zamanda müşterisine ve işletmeye katkı sağlayan bir rekabet unsurudur. Nakliye ve depolama öncelikli gelmek üzere lojistik etkinlikleri firmaların hem nakit akışı hem de işletme sermayeleri ile doğrudan ilgilidir. Malın bir ülkedeki çıkış noktasından diğer ülkedeki varış noktasına ulaştırılması safhasında

kullanılan kaynaklar ve yapılan masraflar şirket bilançosuna, gelir tablosuna ya da nakit akış tablosuna doğrudan etki etmektedir.

Pazarlama ve lojistik konularında yapılan araştırmalar, lojistik sektörünün dünyada yükselişe geçtiğini, hızlanan küreselleşme ile birlikte lojistiğin dünyanın her yerinde yıldız sektör olacağını göstermektedir. Lojistik hizmetlerinin dış kaynak yöntemiyle elde edildiği pazarın büyüklüğüne bakıldığında ise % 10'lar civarında bir büyüme görülmektedir.(MÜSİAD, 2013: 39-40);

Lojistik sektördeki yıllık büyüme oranları, gelişmiş ülkelerde % 5-12 arasında iken, gelişmekte olan ülkelerde ise bu oran % 15-25 düzeyine çıkmaktadır.Kriz yılları hariç Avrupa'da yıllık % 7-10, Kuzey Amerika'da yıllık % 15, Asya'da % 20 ve Türkiye'deki yıllık büyüme oranı ortalama % 15-20'dir. Dünya lojistiğinin 2/3'ü perakende sektörüne ilişkin taşıma ve tedarik zinciri etkinliklerinden oluşmaktadır. Bu çerçevede, küresel pazarlarda ilk 10 lojistik firma toplam pazarın % 27'sine sahip durumdadır. Ülkemizde ise, ilk 10 oyuncunun tüm sektörden aldığı pay % 2 ile % 3 arasında değişmektedir.Öte yandan, dünya ticaret hacminin gelişmekte olan doğu ekonomilerine doğru kayacağı öngörüsü Asya'yı Avrupa'ya bağlayan en önemli köprü olan Türkiye'yi lojistik faaliyetlerindeönemli bir konuma taşıyor. Türkiye coğrafi konumuyla yakaladığı bu avantajı doğru kullanabilirse, Ortadoğu-Asya-Avrupa üçgeninde önemli bir transfer merkezi haline gelebilecektir (MÜSİAD, 2013: 51).

Türkiye'de taşımacılık ve lojistik sektörü son yıllarda geleneksel anlamda yapılan nakliyecilikten sıyrılırken, önemli aşamalar kaydetmiş olmasına karşın halen genç bir sektör olarak nitelendirilebilir.

Yoğun rekabet ortamında şirketler, tedarik zinciri yönetimini, bir maliyet unsuru olmasının yanı sıra, asıl olarak müşterisine ve kendi operasyonuna değer katan ve finansal getiri sağlayan bir unsur olarak görmektedir ve rekabet gücünde fark oluşturan en önemli etkenlerden biri olduğunun bilincindedirler. Bu nedenle ithalat ve ihracat işlemine konu

malın bir ülkedeki çıkış noktasından diğer ülkedeki teslim noktasına varışına kadar geçen süreçte ortaya çıkan masraflar ve yaşanan zaman kayıpları şirketlerin müşterilerine kattığı değeri ve dolayısıyla finansal performansını etkileyerek rekabet gücünü azaltmaktadır. (TÜSİAD, 2012).

Lojistik alanında görülen diğer eksiklikler ise şu şekilde özetlenebilir:

- Deniz taşımacılığında yaşanan rekabet,
- Uluslararası kara taşımacılığında görülen boş dönüşler,
- Ulusal kara taşımacılığında işin azalmasına bağlı fiyatların düşmesi,
- Liman ve terminal hizmetlerinde görülen eksiklikler,
- Gümrük hizmetlerinde ithalat-ihracat dengesinin bozulması,
- Depo ve antrepolarda boşluk ve ölçek küçüklüğü nedeniyle fiyat kırılması,
- Lojistik yönetimi ve depo yönetimi hakkında kalifiye eleman yetiştirilmemesi,
- E-lojistik altyapısının yeterince oluşturulamaması,
- Eğitim ve seminerlerin yetersiz oluşu,
- Resmi kuruluşların lojistik sektörüne yeterli desteği vermemesi.

Lojistik alanında yaşanan bu sorunlar Türkiye'yi dünya pazarı rekabetinde olumsuz etkilemekte, küresel rekabette gelişen ve ileride lojistik merkez olabilecek diğer ülkeler arasında da gelişimi karşında engel oluşturmaktadır.

Sektörde etkinlik gösteren birçok işletme artık sadece nakliye ile uğraşmamakta, müşterinin istemlerini tam anlamıyla karşılayabilmek için lojistik zincirini oluşturan her halkayı yani her aktiviteyi belli ücret

karşılığında müşteriye sağlamaktadır (Karacan ve Kaya, 2011: 46). Sözelimi, önceleri lojistik doğru ürünü, doğru zamanda, doğru yere hasarsız bir şekilde ulaştırma etkinliği olarak tanımlanmaktadır.

Günümüzde ise malın üretim bandından çıktıktan sonra ambalajlama, etiketleme, barkotlama, depolama, stokta bekletme-denetleme, taşınacak malı sigorta ettirme, nakliye hatta gümrükleme işlemlerini bile lojistik şirketleri üstlenmektedir. Bu sayede lojistik firması ile anlaşılan ithalat ya da ihracatçı, malı nakliyeciyeye teslim ettikten sonra maliyetlerini azaltarak iş denetimi yapmadan taşıma aktivitesini başlatmaktadır (Genç, 2009:85).

Türkiye’de faaliyet gösteren firmaların ithalat ve ihracat işlemleri sürecinde oluşan lojistik maliyet ve zaman kayıplarında iyileştirme sağlanarak rekabet gücünün arttırılması için ulaştırma stratejik planının ve dış ticaret politikasının önemi büyüktür. DPT kalkınma planlarına göre ulaştırma sektöründe ulaşılmak istenen hedef, ülke ekonomisinin ve sosyal yaşamın ihtiyaçlarına uygun, taşıma türleri arasında dengenin sağlandığı, çağdaş teknoloji ve uluslararası kurallarla uyumlu, çevreye duyarlı, ekonomik, güvenli ve hızlı taşımacılığın gerçekleştirildiği bir ulaştırma altyapısının oluşturulmasıdır (TÜSİAD, 2012).

Türkiye’nin dış ticaret vizyonu kapsamında hedefi 2023 yılına kadar yıllık 500 milyar dolar ihracat kapasitesine ulaşmaktır. Devletin yapacağı altyapı yatırımlarının yanında lojistik sektörünün gelişimi de 2023 hedeflerine ulaşılması yönünden önem taşımaktadır.

“Sahip olduğu bu stratejik konum sayesinde bu coğrafyanın en önemli ve değerli lojistik üssü olma potansiyeline sahiptir ve bu potansiyelin bir an önce hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır. İhracat ve ithalatta özellikle son yıllarda kaydedilen büyüme lojistik sektörüne de yansımaktadır. Lojistik sektörü, orta ve uzun vadede büyüme potansiyeli yüksek sektörlerin başında gelmektedir. Sektördeki ciro artışları, sektör büyümesinin 2015 yılında 120-150 milyar dolara çıkacağını göstermektedir. Yabancı şirketlerin sektöre ilgisinin, buna paralel olarak

sektördeki yabancı sermayenin artısının devam etmesi beklenmektedir” (MÜSİAD, 2013: 68).

Lojistik sektörünün dış ticarete giderek artan önemi Ekonomi Bakanlığı’na göre aşağıdaki şekilde belirlenmiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, <http://www.ekonomi.gov.tr/>);

- Dış ticaretin önemli ölçüde liberal hale geldiği, girdi temini ve pazarlamanın globalleştiği bir dünyada taşımacılık, depolama faaliyetleri, tedarik yönetimi başta olmak üzere lojistik imkanlar ve fiyatlar, dış ticarete her zamankinden daha fazla belirleyici bir unsur olmaya başlamıştır.
- Dış ticaretin kolaylaştırılması ve rekabet gücünün artırılmasının önemli bir aracı olarak ulaştırma/lojistik imkanlarının geliştirilmesi hususu ön plana çıkmıştır.

Dış ticarete rekabet gücü açısından lojistik kabiliyetlerin belirleyiciliği çerçevesinde, 2007 yılında “Dış Ticarete Lojistik Hizmetleri Dairesi” adı altında bir daire kurulmuştur. Lojistik ile ilgili konuların tek elden izlenmesi ve bu alanlarda politika ve proje önerilerinin hazırlanması amacıyla 2007 yılında kurulmuş olan Lojistik Dairesi halihazırda Serbest Bölgeler Yurtdışı Yatırım ve Hizmetler Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyet göstermektedir. Lojistik Dairesi’nin başlıca faaliyet alanları ve hedefleri ise Ekonomi Bakanlığı tarafından şu şekilde belirlenmiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, <http://www.ekonomi.gov.tr/>);

- İhraç ürünlerimizin hedef pazarlara en etkin ve verimli biçimde taşınabilmesi, lojistik maliyetlerinin düşürülmesi ve lojistik alanında karşılaşılan sorunlara çözüm getirilmesini teminen dış ticaret lojistiği politikasının oluşturulması için planlama ve koordinasyonun sağlanması,

- Türkiye’nin dış ticaretine yönelik faaliyet gösteren taşıma sektöründe verimlilik sağlanmasına yönelik çalışmalar yürütülmesi,

- İhracat maliyetlerinin ve taşıma sürelerinin azaltılarak dış pazarlardaki rekabet gücümüzün artırılmasına yönelik çalışmalar yapılması,
- Lojistik hizmetleri için altyapı olanaklarının geliştirilmesinin sağlanması,
- Ülkemiz üzerinden geçen transit ticaretin artırılması ve yönlendirilmesi için hava, deniz ve kara taşımacılığı unsurlarını içerecek kapsamlı lojistik çözümleri ve küresel tedarik zinciri yönetiminin sunulması
- İhracat ve lojistik sektörleri arasında, ihracat hedeflerine işbirliği modellerinin geliştirilmesi.

TOBB tarafından yayınlanan verilere göre, Türkiye'nin istikrarlı büyümesi ve artan dış ticaret hacmine paralel olarak son yıllarda önemli atılımlar yapan lojistik sektörü, 2013 yılında % 15-20 oranında büyüme gerçekleştirmiştir. Dünya Bankası'nın 2012 Lojistik Performans Endeksi Raporu'nda Türkiye, 2012 yılını 27. sırada tamamladığı ifade edilmektedir. Çin'in arkasından 27. sırada bulunan lojistik sektörü, 2010'da 39. sırada yer almaktaydı. Dünya Bankası'nın 2012 Lojistik Performans Endeksi'nde (LPI) Türkiye lojistik sektörünün 12 basamak birden yükselerek 27. sırada yer alması, Türkiye'nin lojistik sektöründeki yeteneği ve kapasitesinin arttığının bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra Türkiye, 3,51 puanla 27. sırada bulunduğu bu endekse ilgili 2023 yılı hedefini 10. sıraya yükseltmek olarak belirlemiştir (TOBB, 2013). Endekse göre Türkiye'nin en büyük avantajının, coğrafi konumunun üretim ve tüketim merkezlerine yakın olduğu şeklindedir.

2014 raporunda da yüksek gelirli ülkeler ilk 10 sırada yer almıştır. Başka bir ifadeyle ülkelerin kompozisyonu 2010'dan bu yana değişmemiştir. 2014 LPI sıralamasında Türkiye bir önceki rapora göre 3 sıra gerileyerek 30'uncu sırada yer almıştır. Türkiye en iyi ilk 10 üst orta gelirli ülke sıralamasında Malezya ve Çin'den sonra gelmektedir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2014).

TÜİK verilerine göre Türkiye’de ulaştırma-haberleşme ve depolama hizmetlerinde Eylül 2009 itibarıyla 1,1 milyon kişi çalışmaktadır. Taşımacılık ve lojistik sektörünün Türkiye’nin gayri safi milli hasılası içindeki payının % 8-12 arasında olduğu tahmin edilmektedir. 2008 yılında yapılan Türkiye lojistik sektörü araştırmasında taşımacılık ve lojistik sektörünün büyüklüğünün 59 milyar ABD doları olduğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmaya göre, üçüncü parti lojistik hizmet sağlayıcıları pazarının büyüklüğünün 22 milyar ABD doları olduğu tahmin edilmektedir (TYDTA, 2010: 6-7).

Sektörün 2002 yılından bu yana üç kat büyümesine karşın, üçüncü parti lojistik hizmet sağlayıcılarının payının sadece % 7 oranında artmış olması henüz gerçekleşmemiş bir büyüme potansiyeli olduğunu göstermektedir. Taşımacılık sektörünün gelişimi için gelecekte atılması gereken adımlar Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan ve 2013-2015 yıllarını kapsayan orta vadeli programda şu şekilde sıralanmaktadır: (T.C. Kalkınma Bakanlığı, s. 17)

- Ulaştırmanın tüm türlerinde trafik güvenliği artırılacaktır.

- AB kaynaklarından azami ölçüde yararlanılarak, ulusal ulaşım ağlarımızın Trans-Avrupa ulaştırma ağlarıyla bütünleşmesi, Türk limanlarının AB deniz otoyollarında ana akslar üzerinde yer alması ve Avrupa Tek Hava Sahasına entegrasyonun sağlanması yönündeki çalışmalara devam edilecektir.

- Bölünmüş yol yapımı çalışmalarına devam edilecek, bitümlü sıcak karışım kaplama yapım çalışmalarıyla karayolu standartları iyileştirilecek, karayolları ağı ile kent içi ulaşımında akıllı ulaşım sistemlerinin kullanımı yaygınlaştırılacaktır.

- TCDD’nin hizmet kalitesi artırılacak, hızlı trenle yolcu taşımacılığı yaygınlaştırılacaktır. Demiryolu taşımacılığının sektör içindeki payını artırmak ve TCDD’nin kamu üzerindeki mali yükünü azaltmak amacıyla,

demiryolu sektörü ve TCDD yeniden yapılandırılacaktır.

- Yük taşımacılığında demiryolu ve denizyoluna ağırlık verilecek; iç bölge bağlantıları geliştirilerek limanlar kombine taşımacılık yapılabilen lojistik merkezler haline getirilecektir. Kıyı Yapıları Master Planı ile tespit edilmiş olan liman sahalarında ana limanlar oluşturulacak ve limanların etkin yönetimi sağlanacaktır.

- Orta ve uzun vadeli havaalanı toplam kapasite ihtiyacının belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılacak, bölgesel hava taşımacılığının geliştirilmesine yönelik tedbirler alınacaktır.

- Lojistik sektöründe güvenli, ucuz ve hızlı hizmet sağlayan demiryolunu daha yoğun kullanan bir yapılanma geliştirilecektir. Önemli üretim ve tüketim bölgelerinde bölgesel ve küresel ihtiyaçlara cevap verebilecek, ülkemizin ana ihracat sektörlerinin rekabet gücünü destekleyecek lojistik merkezler oluşturulacaktır.

Dış ticarete ihracatın ilk 10 ayağında Türkiye'den (*yerli ve yabancı araçlarla*) 88 ülkeye 1 milyon 542 bin 520 sefer; ithalatta 601 bin 976 sefer yapılmıştır. 2007 yılında 256 bin 126 ihracat taşıması yapılan Irak'a 2013 sonunda 597 bin 546 ihracat taşıması gerçekleştirilmiştir. Türkiye'nin lojistik sektöründe ihracattaki ilk 10 pazarı aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.

Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND), Irak taşımalarının tüm ihracat taşımalarındaki payının % 50'yi bulduğunu ifade etmektedir. Irak dışında, ihracatta öne çıkan ülkeler BDT bölgesinde Azerbaycan (Nahcivan), Gürcistan, Türkmenistan ve Rusya olurken Avrupa'da Almanya, İtalya, Fransa, Romanya ilk sıralarda yer almaktadır. Özellikle Azerbaycan taşımalarında % 50 artış ve Suriye'ye yönelik ihraç taşımalarında ise 2013'te % 290 oranındaki artış dikkat çekmektedir (TOBB, 2013).

Lojistik sektörü, küreselleşen dünyada ülkelerin dış ticaretteki

başarılarını etkileyen önemli bir faktördür. Bir ülkenin coğrafi konumu lojistikteki başarısını etkilemektedir. Türkiye Balkanlar, Ortadoğu, Kafkaslar ve Akdeniz bölgeleri arasında kalan bir ülke olduğu için taşımacılık merkezi ya da taşımacılık bağlantı noktası görevini başarılı bir şekilde yürütebilir.

Türkiye coğrafi konumu, sahip olduğu bilgi birikimi, büyüyen ekonomisi ve dış ticaret hacmi ile lojistik merkezi olmak için gerekli potansiyele sahiptir. Ancak, bunun için ulaşım ve lojistik altyapısının sürekli geliştirilmesi, otomotiv lojistiği ve diğer sektörlerin erişim yollarını göz önünde bulunduran bütüncül bir planlama yaklaşımı gerektirmektedir. 2023 hedeflerine ulaşabilmesi için büyük önem taşıyan, her geçen gün daha da büyüyen ve gelişen otomotiv sanayinde ve tüm sektörlerde üretim ve ihracat hedeflerine ulaşabilmesi, lojistik altyapısının, doğru ve verimli bir şekilde planlanması ve yönetilmesi ile mümkün olabilecektir. (MÜSİAD, 2013: 69-70).

Şekil 1. Türkiye'nin Lojistik Üssü Olma Potansiyeli



Kaynak: <http://www.utikad.org.tr/pdf/Lojistikuskavrami.pdf> (Erişim, 03.09.2014)

Onuncu Kalkınma Planı'nda lojistik sektörüne yönelik olarak belirlenen hedeflerden biri de, önemli ticaret merkezlerinden olmaya devam edecek AB'nin ulaştırma ağlarına (TEN-T) bağlantı sağlayacak projeler başta olmak üzere tüm komşu ũkelere ve yeni pazarlara erişimi kolaylaştıracak gũzergahlara önem verileceği şeklinde dir (Onuncu Kalkınma Planı, mad. 836).

Bunun yanı sıra, dış ticaretteki gelişmelere paralel olarak gũmrũklerin fiziki altyapısı iyileştirilecek, bilgi teknolojilerinin kullanımı ve tek pencere uygulaması yaygınlaştırılacak, gũmrũk işlemleri hızlandırılacak ve etkinleştirilecektir. İkili gũmrũk anlaşmaları ile gũmrũk işlemleri azaltılacak, tek durakta kontrol-ortak kapı kullanımı projeleri tamamlanacaktır (mad. 849).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ulaştırma ve dolayısıyla lojistik, diğer sektörlerdeki gelişmeleri de hızlandıran fonksiyonu üstlenebildiği gibi, engelleyen ve yavaşlatan faktör olmak özelliğine de sahiptir. Ulaştırma sektörünün alt sektörlerini oluşturan karayolu, havayolu, denizyolu ve demiryolu sistemleri birbirinden bağımsız düşünülemez.

Lojistik; son dönemlerdeki en genel tanımıyla; doğru malzemenin, doğru miktarda, doğru durumda, doğru yerde, doğru zamanda, doğru tüketiciye, doğru fiyatla ulaşması olarak tanımlanabilir.

Ülkemizde lojistik sektörü ve dış ticaret son yıllarda gelişme gösteren, genç bir sektördür. Türkiye coğrafi konumu itibariyle Ortadoğu, Türk Cumhuriyetleri ve Avrupa arasında bir aktarma merkezi oluşturmasından kaynaklanan avantajlı konuma sahiptir. Ancak bu konumunu ekonomik gelişmeye ve ticaret hacmine yansıtamamaktadır. Bunun tabii ki çok fazla sebebi vardır fakat lojistik açıdan bakıldığında karayolu ve demiryolu projelerinin hayata geçirilmesinde gecikme, ayrıca hava ve deniz yolu limanlarının gücünü arzu edilen seviyede kullanamaması da büyük etkindir.

Gerek dış ticaretin gelişmesi, gerekse lojistik sektöründe ön planda tutulacak kriterler, güvenlik, çevre kirliliği, dışa bağımlılık, enerji tasarrufu, alt yapı maliyeti gibi ekonomik ve sosyal maliyetlerin bir arada değerlendirilmesidir. Bir ulaştırma sisteminin en olumlu ve en verimli olabilmesi ülke kaynaklarının en uygun şekilde ülke iktisadına uygun biçimde kullanılmasıyla olur. Bunlar göz önüne alındığında üç yanı denizlerle çevrili Türkiye’de denizyollarının ulaşım ve taşımadaki payının ne kadar içler acısı olduğu ortadadır.

Lojistik hizmetin 3. kişiler tarafından sağlanması, firmaya kendi işlerine yoğunlaşma olanağı tanıyacağından verimliliğin artması

kaçınılmazdır. Verimliliğin ve üretimin artması sayesinde dış ticarete yönelebilen firmalar, hem Türkiye’ de hem de yabancı pazarlarda etkili bir lojistik destek sayesinde kendilerini daha kolay gösterebileceklerdir.

Türkiye’nin lojistik merkezi olmasında en güçlü yanı olan coğrafi konum üstünlüğünden faydalanabilmesi için sağlam bir altyapıya sahip olup ulaştırma sistemleri ile ilgili sorunların çözüme kavuşturması gerekmektedir. Lojistik sektöre yön verecek çalışmalarda ilgili kamu kurumları ile sektör temsilcileri arasındaki iş birliği geliştirilmelidir. Sektörle ilgili yasa ve standartların geliştirilmesi, denetimlerin artırılması sektörün gelişimine katkı sağlayacaktır.

Çıkacak kanunların sektörle ilgili sivil toplum kuruluşlarının da katılımıyla gözden geçirilmesi ve aksaklıkların giderilmesi yerinde olacaktır. Avrupa Birliği ve uluslararası taşımacılık ve lojistik mevzuatına uyum çalışmalarına hız kazandırılmalıdır. Son yıllarda birçok üniversitede lojistik ile ilgili bölümlerin kulüplerinin açılması önemli bir gelişmedir. Bu gelişme nitelikli insan sermayesini geliştirme açısından lojistik sektörüne rekabet kazandırabilecektir.

Globalleşen dünya ticaretinde ülke sınırlarının ortadan kalktığını üretici ve tüketicinin önemli olduğunu, hızlı mal sirkülasyonunda ve öz sermayenin diğer yatırımlara yöneltilmesinde stoklu çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmaya yönelik yararlı hizmetlerini dikkate aldığımızda, lojistik ve dış ticaret sektörlerinin Türkiye’nin ticari yaşamında çok önemli görevleri üstlendiklerini, ülkedeki sorunlara rağmen hızla gelişmelerini sürdürdüklerini, dışa açılımlarını sağladıklarını, yeni teknolojilere hızlı bir şekilde uyumu gerçekleştirdiklerini ve özellikle istihdama sağladıkları katkıları önemli göstergeler olarak tespit etmekteyiz.

Lojistik faaliyet hizmetleri hem iç ticarete hem de dış ticarete yüksek bir maliyet kalemini teşkil etmektedir.

Günümüzde gerek ulusal gerek uluslararası işletmeler için üretim ve dağıtım önemli yer arz etmekte olup; bu iki fonksiyonun önemli ara yüzü olan lojistik kavramı gitgide önemli hale gelmeye başlamıştır. Ülkeler bu alanda kendilerini geliştirmeye, çalıştırmaya hatta birbirileri arasında

rekabete girmeye başlamışlardır. Lojistik sektörü bu bağlamda yanına dış ticareti de alarak, hızla gelişmekte ve kalitesini artırmaktadır.

21. yüzyılın en öne çıkan sektörlerinden birisi olan lojistik sektörünün ve dış ticaretin firmalara ve ülkeye getirdiği katma değer bilinci Türkiye’de hızlanarak yayılmaktadır. Bu bilincin yayılmasında gerek akademik kurumlara gerekse sektördeki şirketlere önemli görevler düşmektedir. Bu anlamda da, Türkiye’deki mevcut kaynaklar ve ihtiyaçlar göz önünde tutularak, öncelikle ulaştırma ana planı hazırlanmalı ve bu plan çerçevesinde ulusal ulaştırma politikası belirlenmelidir.

Türkiye’nin refah seviyesinin yükseltilmesi için dış ticaretin geliştirilmesi ve ticaret açığı yerine fazlasının sağlanmasının hedeflenmesi gerekmektedir. Organize lojistik bölgesi gibi yapıların yaygınlaşması sinerji etkisinin yanında lojistik sektörüne hız, güvenlik ve maliyet açısından rekabetsel avantaj getirecek ve düşük lojistik maliyetler ihracatımızın gelişmesine katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, D. ve Ateş, B.A. (2011). “Tedarik Zinciri Faaliyetlerinin Maliyetleri ve Dış Kaynak Kullanımı İlişkisi” *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt.16, Sayı.3, 9-27.

Acar, N. (2001). *Malzeme İhtiyaç Planlaması*. Ankara: Milli Prodüktivite Yayınları.

Akat, A.S. (1980). *İktisadi Analiz*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.

Akat, Ö. (2001). *Uluslararası Pazarlama*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Akat, Ö., (2008), *Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi Örnek Olaylar*, 7. Basım, Bursa, Ekin Basın Yayın Dağıtım.

Akman, G. ve Alkan, A. (2006). “Tedarik Zinciri Yönetiminde Bulanık AHP Yöntemi Kullanılarak Tedarikçilerin Performansının Ölçülmesi: Otomotiv Yan Sanayiinde Bir Uygulama” *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*. Sayı.9. 23-46.

Akyüz, Y. (1980). *Sermaye Bölüşüm ve Büyüme*, Ankara Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları.

Alkan M. ve Erdal M., *Lojistik ve DışTicaret Sözlüğü*, Uluslar arası Taşımacılık ve Lojistik Hizmetler Üretenler Derneği (UTİKAD) Yayınları, 2.Baskı, İstanbul, Kasım 2007

Alkin, E. (1990). *Uluslararası Ekonomik İlişkiler*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Alpar, C. *İhracata Dayalı Sanayileşme*,

<http://www.ekonomikyaklasim.org/dergipdfatilla/ciltler/3/7/7.pdf>
(19.05.2014)

Arıç, K.H. (2013). “Yeni Bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter’ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisi’nin Yapısı” *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt 4, Sayı 5, 81-97.

Aslan, A. ve Kula, F. (2008). “Dış Ticaret Serbestisinin Türk İmalat Sanayi Fiyat Maliyet Marjları Üzerindeki Etkisi” *İTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*. Sayı 13, 175-192.

Aslan, Ö. ve Küçükaksoy, İ. (2006). “Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama” *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, Sayı.4, 12-28.

Aşıcı, Ö. ve Tek, Ö.B. (1985). *Fiziksel Dağıtım Yönetimi*. İzmir: Bilgehan Basımevi.

Ata, A.Y. (2009). “Kurumsal İktisat Çerçevesinde Yolsuzluğun Fırsat ve Motivasyonları: AB Ülkeleri Üzerine Bir İnceleme” *Doktora Tezi*, Adana: Çukurova Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalı.

Atabey, A., Saraç, T.B. ve Develi, A. (2006). *Dış Ticarete Giriş Ders Notları*. İstanbul: Atlas Kitabevi.

Avrupa Komisyonu İlerleme Raporu (2012)
http://www.abgs.gov.tr/files/strateji/2012_ilerleme_raporu.pdf (16.05.2014)

Aydoğuş, İ. ve Diler, H.G. (2006). “Dış Ticaret Hadlerinin Gelir Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama” *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt VIII, Sayı I, 89-102.

Babacan, Muazzez (2011) “Lojistik Sektörünün Ülkemizdeki Gelişimi ve Rekabet Vizyonu” <http://www.lojistikci.com/wp-content/uploads/2011/08/C1-S1-2-M2.pdf> (15.05.2014)

Bacutoğlu, E. (2005) *Karşılaştırmalı Makro İktisat Teori ve Politikalar*, İstanbul: Derya Kitabevi.

Baki, B. (2004). *Lojistik Yönetimi ve Lojistik Sektör Analizi*. Trabzon: Lega Kitabevi.

Ballou, R.H. (1992). *Business Logistics Management*, New Jersey: Third Edition, Prentice-Hall International.

Başkaya, F. (2005). *Kalkınma İktisadının Yükseliş ve Düşüşü*, Ankara: Maki Basın Yayın.

Bayraktutan, Y. (2003). *Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri*, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 3, 175-186. Sivas.

Bayraktutan, Y., Tüylüoğlu, Ş. ve Özbilgin, M. (2012). “Lojistik Sektöründe Yoğunlaşma Analizi ve Lojistik Gelişmişlik Endeksi: Kocaeli Örneği” *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 4, Sayı 3, s.61-71.

Bedel, O., “*Tedarik Zinciri Yönetim Sistemi*”, www.biymed.com, (26.08.2014)

Bedestenci, H. Çetin ve Murat Canitez (2004). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*, Ankara: Gazi Yayınevi.

Berksoy, T. (1994). *Dış Ticarete Liberalleşme ve İthalat Eğilimleri*. İstanbul: İTO Yayınları.

Beyfuss, J. (1987). “Verimlilik ve İhracat Arasındaki Etkileşim: Dış Ticaret Politikası Açısından Bir Yorum” *Verimlilik, İhracat, Kalkınma Sempozyumu*, Ankara: MPMYayını.

Birdoğan, B., (2004), “Lojistik Yönetimi ve Lojistik Sektör Analizi” Trabzon, Lega Kitapevi.

Bocutoğlu, E., Berber, M. ve elik, K. (2006). *Makro İktisada Giriş*, Trabzon: Derya Kitabevi Yayınları:

Bolak, M. (2001) *Sermaye Piyasası Menkul Kıymetler ve Portföy Analizi*, İstanbul: Beta Yayınları.

Bulut, C. (2006). *Ekonomik Yapı ve Politika Analizi, Türkiye Ekonomisi Performans Değerlendirmesi*. İstanbul: Der Yayınları.

Canpolat, N. (2000). “Türkiye’de Beşeri Sermaye Birikimi ve Ekonomik Büyüme”, *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt.18, Sayı:2, 265-281.

Chapman, P.T. (1994) “Logistics Network Modeling” *The Logistics Handbook*, New York: Free Press. –Elektronik Versiyon, (16.05.2014)

Closs, D.J. (1994) “Positioning Information in Logistics” *The Logistics Handbook*, New York: Free Press.

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

Çekerol, G.S. ve Kurnaz N. (2011). “Küresel Kriz Ekseninde Lojistik Sektörü ve Rekabet Analizi” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25.

Çelikçapa, F.O. (1998). *Endüstri İşletmelerinde Üretim Yönetimi ve Teknikleri*. Bursa: Vipaş Yayınları.

Çizmecı, F. (2002). *Tedarik Zinciri Yönetimi*. İstanbul: Alfa Basım Yayım.

Deloitte, (2010). “Taşımacılık ve Lojistik Sektörü Raporu” T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Ocak.

Demir, G. (1994). *Devlet-Ekonomi İlişkisinde Dönüşüm*. İstanbul: Beta Yayınları.

Demir, V. (2008). *Lojistik Yönetim Sisteminde Maliyet Hesaplaması*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.

Devlet Planlama Teşkilatı, (2001), “*Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*”, *Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, DPT: 2599-ÖİK: 610, Ankara.

Dinler, Z. (2000) *İktisada Giriş*, Bursa: Ezgi Kitabevi.

Dirik, M. (2012). “Tersine Lojistik ve Karaman Organize Sanayi Bölgesinde Gıda Sektöründe Tersine Lojistiğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama” *Yüksek Lisans Tezi*. Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Doğruel, F. ve Doğruel, A.S. (2003). “Türkiye’de Büyüme ve Makroekonomik İstikrar” (Der. A.H. Köse, F. Şenses ve E. Yeldan), *İktisat Üzerine Yazılar II-İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar-* Oktar Türel’e Armağan, İstanbul: İletişim Yayınları.

DPT, (2001). *Nitelikli İnsan Gücü, Meslek Standartları Düzeni ve Sermaye Birikimi*, Ankara.

Durukanoğlu, N., (2008), *Dış Ticaret Dünyası Örnek Olay ve Tablolar*, 2. Basım, İstanbul: Beta Basım Yayın.

Dülgeroğlu, E. (2003). *Kalkınma Ekonomisi*, Vipaş Yayınları, Bursa.

Eren, A. (2002). *Türkiye’nin Ekonomik Yapısı ve Güncel Sorunlar*, Muğla Üniversitesi İİBF Yayınları.

Erişim. (2011) <http://www.ntvmsnbc.com/id/25231930/>
(17.05.2014)

Ertek, T. (2005). *Makroekonomiye Giriş*. İstanbul: Beta Yayınları.

Finans Ekibi, (2008). “Türkiye’de Adım Adım Lojistik”
<http://finans.ekibi.net/konu-turkiye-de-adim-adim-lojistik.html>

(16.05.2014).

Genç, R. (2009). *Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetiminin Yöntem ve Kavramları*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Genç, R. “Çağımızın Mesleği Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi” İstanbul: Beta Basım Yayın.

Görçün, Ö. (2010). *Tedarik Zinciri Yönetimi*, İstanbul: Beta Basım.

Gülen, K.G. (2011). “Lojistik Sektöründe Durum Analizi ve Rekabetçi Stratejiler” İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Gülen, K.G. (2011). *Lojistik Sektöründe Durum Analizi ve Rekabetçi Stratejiler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Gümüş, Y. (2009). “Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Kârı İle Olan İlişkisi” *Mufad Journal*. Sayı.41, 97-113.

Günay, S. (2005). “Lojistik Yönetim ve Stok Kontrolünde Silver-Meal Modelinin Uygulanması” *Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı.

Günçavdı, Ö. ve Küçükçiftçi, S. (2006). “Türkiye Ekonomisinde Büyüme Kaynakları ve İstihdam Etkileri” *Ekonominin Dinamikleri ve İstihdam-Kaynaklar ve Etkiler*, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu.

Gündüz, M.N. (1978). “Malzeme Yönetimi” *Amme İdaresi Dergisi*. Cilt.11, Sayı.2, 58-76.

Güran, N. (1999). *Makroekonomik Analiz*, İzmir: Anadolu Matbaacılık.

Gürsoy, Y., (2005), *Dış Ticaret İşlemleri*, Ekin Kitabevi, Ankara.

Hacırustemoğlu, R. ve Şakrak, M. (2002). *Maliyet Muhasebesinde Güncel Yaklaşımlar*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Han, E. ve Kaya, A.A. (2012). *Kalkınma Ekonomisi*. Eskişehir: Nobel Yayınları.

Hançerlioğlu, O. (1993). *Ekonomi Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hatipoğlu, Z. (2000). “Büyümenin Kaynakları Yönteminin Türkiye’deki Gözlemlerinden Esinlenen Bir Eleştirisi” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt.1, Sayı.1., 135-146.

Hepaktan, C.E. (2008). “Türkiye’nin Dönüşüm Sürecinde Dış Ticaret Politikaları” 2. *Ulusal İktisat Kongresi*. 20-22 Şubat. İzmir: DEÜ İİBF İktisat Bölümü.

Hiç, M. (1994). *Büyüme ve Gelişme Ekonomisi*, İstanbul: Filiz Kitabevi.

ILO, (2004). A Fair Globalization Creating Opportunities For All, International Labour Office, World Commission on the Social Dimension of Globalization, Geneva.

<http://www.ilo.org/public/english/wcsdg/docs/report.pdf> (23.10.2013)

Parasız, İ. (1997), *Modern Makro Ekonominin Temelleri*, Bursa: Ezgi Yayınları.

İTO. (2010). *Türkiye Ekonomisi Araştırmaları: Makro Ekonomik Göstergeler IV*. İstanbul: İTO Yayınları.

Jones, C.I. (2001). *İktisadi Büyümeye Giriş*, (Çev. S. Ateş ve İ. Tuncer), İstanbul: Literatür Yayınları.

Kağnıcıoğlu, C.H. (2007). *Tedarik Zinciri Yönetiminde Tedarikçi Seçimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kar, M. ve Taban, S. (2005). *İktisadi Kalkınmada Sosyal, Kültürel ve Siyasal Faktörlerin Rolü*, Bursa: Ekin Kitabevi.

Karacan, S. ve Kaya, M. (2011). *Lojistik Faaliyetlerde Maliyetleme*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Karaçay, G. (2005). “Tersine Lojistik: Kavram ve İşleyiş” *Çukurova Üniversitesi SBE Dergisi*. Cilt.14, Sayı.1, 317-332.

Karagöz, B. (2007). “E-Lojistik Uygulayan İşletmelerin İncelenmesi” *Yüksek Lisans Tezi*, Kocaeli Üniversitesi, SBE İşletme Ana Bilim Dalı.

Karagül, M. ve İlter, B. (2010). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi Teori ve Uygulama*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Karagül M., (2003), “Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeyle İlişkisi ve Etkin Kullanımı”, *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (5),s. 79-90).

Karahan, A. (2009). “Dış Kaynak Kullanımının Verimlilik Üzerine Etkisi: Hastane Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma” *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt.12, Sayı.21. 185-199.

Karalar, R. (2004). *Yönetim Ekonomisi*. Eskişehir: Birlik Ofset Yayıncılık.

Karluk, R. (1998). *Uluslararası Ekonomi*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Karluk, R. (2003). *Uluslararası Ekonomi Teori ve Politika*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Kaya, F. ve Turguttopbaş, N. (2012). *Dış Ticaret İşlemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kaya, İ. (1976). *Bir Pazarlama Bileşeni Olarak Fiziksel Dağıtımın Önemi ve Türkiye'deki Durumu*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Kayabaşı, A. (2010). “Rekabet Gücü Perspektifinde Lojistik

Faaliyetlerde Performans Geliştirme” İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Kaynak, M. (2005). *Kalkınma İktisadı*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Kaynak, E. (2005), Sistemler Modeli ve Pazarlama Analizi. *Pazarlama Dergisi*, S.4

Kazgan, G. (2009). *Tanzimat'tan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kazgan, G. (1997). *İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kemer, B. (2005). *Dış Ticaret Teknikleri Teori-Uygulama*, İstanbul: Alfa Aktüel Yayınları.

Keskin, M.H. (2006). *Lojistik Tedarik Zinciri Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Keskin, M.H. (2008). *Lojistik Tedarik Zinciri Yönetimi: Geçmişi, Değişimi, Bugünü, Geleceği*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım..

Koban, E. ve Keser, H. (2007). *Dış Ticarete Lojistik*. Bursa: Ekin Yayıncılık.

Koban E. ve Keser Y., (2007), *Dış Ticarete Lojistik*, 1. Basım, Ankara, Baran Matbaacılık.

Kobu, B. (2003). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Avcıol Yayınları.

Kobu, B. (2008). *Üretim Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Millennium Edition. New York: Prentice Hall.

Köse, N., Ay, A. ve Topallı, N. (2008). “Döviz Kuru Oynaklığının İhracata Etkisi: Türkiye Örneği (1995-2008)” *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt.10, Sayı.2, 25-45.

Krugman, P. (2010). *Bunalım Ekonomisinin Geri Dönüşü ve Küresel Kriz*, (Çev. N. Domaniç) İstanbul: Literatür Yayınları.

Küçükalay, M. ve Türkcan, K. (2004). “Nüfus ve Kalkınma” *Kalkınma Ekonomisi Seçme Konular*, Bursa: Ekin Kitabevi.

Long, D. (2012). *Uluslararası Lojistik Küresel Tedarik Zinciri Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

MEB. (2011). *Lojistik Yönetimi*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.

MÜSİAD. (2013). *Lojistik Sektör Raporu 2013*. İstanbul.

MÜSİAD. (2010). (Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği), “Lojistik Sektör Raporu 2010” İstanbul.

Nakıboğlu, G. (2007). “Tersine Lojistik: Önemi ve Dünyadaki Uygulamaları” *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. Sayı.2, 181-196.

Nemoto, T. and Tezuka, K. (2002). “Advantage of Third Party Logistics in Supply Chain Management” *Graduate School of Commerce and Management*, Tokyo: Hitotsubashi University.

Ofluoğlu, G. ve Doğan, Ş. (2009) “İşletmelerde Dış Kaynaklardan Yararlanma Yönteminin Organizasyon Yapısı İle Çalışma İlişkilerine Etkileri” *Kamu-İş*. Cilt.11, Sayı.1, 139-165.

Oğuş, A. (2005). “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Gelir Dağılımı” *İktisat İşletme ve Finans*. Cilt.20, Sayı.236, 27-40.

Okka, O. (2005). *Finansal Yönetime Giriş*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Olalı, H. (1975). *Dış Ticaret Teorileri ve Politikası*. İzmir: Ege Üniversitesi İİBF Yayını.

- Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018).
http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu_Kalk%C4%B1nma_Plan%C4%B1.pdf (19.05.2014).
- Onursal, E. (2000). *Ulusal ve Uluslararası Ticari Kurallar ve Uygulama*. İstanbul: Üysen Yayınları.
- Orhan, O. (2003). “Dünyada Ve Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişimi” İstanbul: Mega Ajans.
- Orhan, Z.O. (2003). *Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişimi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Osman Z. Orhan, *Dünyada ve Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişimi*, İstanbul, İTO Yayınları, 2003
- Öz, M. (2011). “Lojistikte Yeni Yaklaşımlar” *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt.1, Sayı.1. 141-155.
- Özbay, T. (2004). *Sorularla Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing)*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. No.27.
- Özbek, A. ve Eren, T. (2012). “Üçüncü Parti Lojistik (3PL) Firmanın Analitik Hiyerarşi Süreciyle (AHS) Belirlenmesi” *International Journal of Engineering Research and Development*, Cilt.4, Sayı.2.
- Özcan, S. (2008). “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde Lojistik Yönetiminin Önemi” *Mustafa Kemal Üniversitesi SBE Dergisi*, Cilt.5, Sayı.10, 275-300.
- Özceylan, E., Bülbül, H. ve Güleş, H.K. (2011). *Tedarik Zinciri Yönetimi (Stratejik Planlama, Modelleme ve Optimizasyon)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özgüven, A. (1988). *İktisadi Büyüme İktisadi Kalkınma Planlama ve Japon Kalkınması*, İstanbul: Filiz Kitabevi.

Öztürk, A. ve Sezgili, K. (2002). “Dış Kaynaklardan Yararlanmanın Yeni Bir Rekabet Stratejisi Olarak Kullanılması ve Uygulama Süreci” *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt.21, Sayı.2, 127-142.

Öztürk, N. (2009). *Dış Ticaret Kuram Politika Uygulama*. Ankara: Palme Yayıncılık.

Özyörük, B. (2008). “Tedarik Zincirinde Ürün Dağıtımını İçin Üçüncü Taraf Kullanımı (3PL) ve Firma Seçimi” *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*. Cilt.13, Sayı.2, 65-73.

Parasız, İ. (1998). *Makro Ekonomik: Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Peterson, W.C. (1976). *Gelir, İstihdam ve Ekonomik Büyüme*, (Çev. S. Mutlu), Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları.

Peterson, W.C. (1994). *Gelir, İstihdam ve Ekonomik Büyüme*, çev. Talat Güllap, Atatürk Üniversitesi Yayınları, Erzurum.

Porter, M.E. (2000). *Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Rodrik, D. (2000). *Yeni Küresel Ekonomi ve Gelişmekte Olan Ülkeler*, İstanbul: Sabah Yayınlar.

Sabuncu, B. (2009). *Dış Ticaret İşlemleri*. Bursa: Ekin Yayınları.

Savaş V., (1978), *İktisat Politikasına Giriş*, İİTİA Nihat Sayar Yayın ve Yardım Vakfı Yay., No:301/528, İstanbul.

Saygılı Ş. ve Cihan C., (2006), “Türkiye Ekonomisinde Beşeri Sermaye- Verimlilik İlişkisi”, *İşletme ve Finans: Türkiye’ de Büyüme Sorunsalı ve Gelecek*, Sayı: 240, Yıl 21,s.18 -35.

Serin, S. (2001). “Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası” *Türkiye Ekonomisi Sektörel Analizi* (Ed. A. Şahinöz). Ankara: İmaj Yayıncılık.

Serin N.,(1981), *Kalkınma ve Dış Ticaret: Az Gelişmiş Ülkeler ve Türkiye Yönünden*, 3. Baskı, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Yayın No: 463

Seval, B. (1985). *Uluslararası Ticaret ve Kambiyo*. İstanbul: İnterbank Uluslararası Eğitim Müdürlüğü Yayınları.

Sever, E. (2009). “Reel Döviz Kuru Belirsizliğinin Ticaret Performansına Etkisi: Türkiye Uygulaması” *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt.4, Sayı.2, Aralık.

Sever, E. (2009). “Reel Döviz Kuru Belirsizliğinin Ticaret Performansına Etkisi: Türkiye Uygulaması” *Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt.4, Sayı.2, 77-98.

Seyidoğlu, H. (1999). *Uluslararası İktisat*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Seyidoğlu, H. (2001). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Güzem Yayınları.

Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlüğü*, İstanbul: Güzemcan Yayınları.

Sezen, B., Yılmaz, C. ve Gezgin, G. (2002). “Lojistik İşlevinin Pazarlama ve Üretim Birimleri Arasındaki Bağlayıcı Rolü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri” *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Fakültesi*. Cilt.17, Sayı.2, 133-146.

Sezgin, Ş. (2009). “Türkiye’de 1990-2006 Yılları Arasında Dış Ticaret-Ekonomik Büyüme İlişkisi” *Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 22, s. 175-190.

Sönmez, S. (1998). *Dünya Ekonomisinde Dönüşüm*, Ankara: İmge Kitabevi.

Şanlı, C. (1996). *Uluslararası Ticari Akitlerin Hazırlanması ve Uyuşmazlıkların Çözüm Yolları*. İstanbul: Beta Yayınları.

Şen, E., (2006), “KOBİ’lerin Uluslararası Rekabet Güçlerini Arttırmada Tedarik Zinciri Yönetiminin Önemi”, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Araştırma Dairesi, 2.Baskı, Ankara, Ekim.

Şimşek, M. ve Kadılar, C. (2010). “Türkiye’de Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik Analizi” *C.Ü. Ekonomik ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt. 11, Sayı. 1, 115-140.

T.C. Ekonomi Bakanlığı, <http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=tarihce> (17.05.2014).

T.C. Ekonomi Bakanlığı, <http://www.ekonomi.gov.tr/upload/3819CABC-D34E-BB4A-F091DB3A053180A3/DI%C5%9E%20T%C4%B0CARETTE%20LOJ%C4%B0ST%C4%B0K.pdf> (18.05.2014).

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. (2014). *Connecting to Compete 2014*. Ankara: RYKGM-Ekonomik Analiz ve Değerlendirme Dairesi. http://risk.gtb.gov.tr/data/52c5898e487c8eca94a7c695/2014_04_07_424_Lojistik%20Performans%20Endeksi%202014.pdf (19.05.2014).

T.C. Kalkınma Bakanlığı. Orta Vadeli Program (2013-2015) <http://www.bumko.gov.tr/TR,42/orta-vadeli-program.html> (19.05.2014).

Tansel A. ve Güngör N. D., (1997), “*The Educational Attainment of Turkey’s Labor Force: A Comparison Across Provinces and Over Time*”, METU Studies in Development, 24, (4).

Tanyaş, M. (2003): “Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi/2”, Otomasyon Dergisi.

Taşkın, E. ve Durmaz, Y. (2012). *Lojistik Faaliyetler*. Ankara: Detay

Yayıncılık.

Taşpolat, A., (1983), “*Dış Ticarete Ait Genel Bilgiler*”, İ. Ü. İktisat Fakültesi Araştırma Merkezi İthalat ve İhracat Uygulama Elemanı Yetiştirme Programı.

TDK, Büyük Türkçe Sözlük, <http://tdkterim.gov.tr> (18.05.5014)

Tek, Ö.B. (1999). *Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım, Türkiye Uygulamaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Tekin, M., Zerenler, M. ve Bilge, A. (2005). “Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletme Performansına Etkileri: Lojistik Sektöründe Bir Uygulama” İTO Fen Bilimleri Dergisi, Sayı.8, 385-391.

Tetik, N. ve Ören, V.E. (2007). “Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing): Antalya Yöresindeki 5 Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma” *Mufad Journal*. Sayı.34, 74-86.

Tezer Ö., (1989), *Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü*, Ankara, Versoy Yayınları.

Timur N., (1998), *Sanayi İşletmelerinde Lojistik Faaliyetlerin Organizasyonu*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

TMMOB. (2007). “Ülke Örnekleri İle Kalkınma ve Sanayileşme Modelleri” TMMOB Sanayi Kongresi Oda Raporu. http://www.mmo.org.tr/resimler/dosya_ekler/403675579f61145_ek.pdf (19.05.2014)

TOBB, (2012). “Türkiye Ulaştırma ve Lojistik Meclisi Sektör Raporu 2011” Haziran.

TOBB. (2013). “Ekonominin Büyüyen Dinamiği Lojistik” <http://haber.tobb.org.tr/ekonomikforum/2013/11/008-019.pdf> (18.05.2014).

Todaro, M.P. (2000). *Economic Development*, Addison Wesley

Longman, England.

Tokay, S.H., Deran, A. ve Arslan, S. (2011). “Lojistik Maliyet Yönetiminde İzlenebilecek Stratejiler ve Muhasebe Eğitiminden Beklentiler” *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı.29, 225-244.

Tomanbay, M. (2001). *Dış Ticaret Rejimi ve İhracatın Finansmanı*. Ankara: Hatipoğlu Yayınları.

Top, A. (2002). “Verimlilik ve Üretkenlik Üzerine Düşünceler” *Öneri*. Cilt.5, Sayı.17, 31-34.

Tunçbilek, M. (2002). “Lojistik Hayati Bir Konu” *3D Lojistik Dergisi*, 14, Sayı 9, 28-32.

TÜİK, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12 HYPERLINK "http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4"& HYPERLINK "http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=12&ust_id=4"ust_id=4 (16.05.2014)

Türker, M.T. (2007). *Dışa Açık Büyüme: Türkiye Örneği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB). *2009 Sektör Raporu*

TÜSİAD (2012). *Türkiye’de Dış Ticaret Lojistik Süreçleri: Maliyet ve Rekabet Unsurları*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

Uçak, H. ve Arısoy, İ. (2011). “Türkiye Ekonomisinde Verimlilik, İhracat ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi” *Ege Akademik Bakış*. 11, Sayı 4, 639-651.

Uluatam, Ö., (1980), *Makro İktisat*, S Yayınları, Ankara.

Utkulu, U. (2005). *Türkiye’nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Vergara, F.E., Khouja and Michalewicz, Z. (2002). “An Evolutionary Algorithm for Optimizing Material Flow in Supply Chains” *Computers and Industrial Engineering*. Sayı 43, 407-421.

Walther, T. (2002). *Dünya Ekonomisi*, (Çev. Ü. Çağlar), Bursa: Alfa yayınları.

Yalçın, A. (2002). *İktisadi Büyüme ve Büyüme Modelleri*, Bursa: Vipaş Yayınları.

Yalçın, İ., Akın, M. ve Şeker, M. (2011). “Kamu Hastanelerinde Dış Kaynak Kullanımı: Kayseri Eğitim ve Araştırma Hastanesi Örneği” *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. Sayı.20, 83-92.

Yardımcıoğlu, M., Kocamaz, H. ve Özer, Ö. (2012). “Lojistik Yönetiminde Taşıma Sistemleri ve Maliyetleme Yöntemleri” II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu, 1-2 Ekim.

Yentürk, N. (2003). “Birikimin Kaynakları” İktisat Üzerine Yazılar II, *İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar: Oktar Türel’e Armağan*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Yılmaz, K. (2005). “Türkiye’de Kapitalizmin Gelişim Evreleri: Sermaye Birikimi/Sınıf Merkezli Bir Çerçeve, (Haz. F. Ercan ve Y. Akkaya), *Kapitalizm ve Türkiye I* içinde, Ankara: Dipnot Yayınları.

Yiğit, M. (1996). *İhracat Teşviklerinin Ekonomik Analizi*, Kütahya: Üniversite Kitabevi.

Yumuşak, İ.G. ve Bilen, M. (2000). “Gelir Dağılımı-Beşeri Sermaye İlişkisi ve Türkiye Üzerinde Bir Değerlendirme” *Karadeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı.1. 77-96.

Yücel, M. (2012). “Küresel Ekonomik Kriz ve Lojistik Sektörü Üzerine Etkileri: Türkiye”

<http://iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/1427/file/MustafaYucel.pdf>

(16.05.2014).

Yükseler, Z. ve Türkan, E. (2006). “Türkiye’nin Üretim ve Dış Ticaret Yapısında Dönüşüm: Küresel Yönelimler ve Yansımalar” İstanbul: *TÜSİAD Koç Üniversitesi Ekonomik Araştırma Forumu Çalışma Raporu*.