

**TEKSTİL DIŞ TİCARETİNDE  
LOJİSTİK UYGULAMALARI  
VE TÜRKİYE'NİN DURUMU :  
TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ  
Elif MUTLU  
Yüksek Lisans Tezi  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı  
Danışman: Yrd. Doç. Dr. E. Recep ERBAY**

**2012**

T.C.  
NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEKSTİL DIŞ TİCARETİNDE LOJİSTİK  
UYGULAMALARI VE TÜRKİYE'NİN DURUMU:  
TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Elif MUTLU

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: Yrd. Doç. Dr. E. Recep ERBAY

TEKİRDAĞ-2012

Her hakkı saklıdır

Yrd.Doç.Dr.E.Recep ERBAY danışmanlığında, Elif MUTLU tarafından hazırlanan bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı: Doç. Dr. M. Ömer AZABAĞAOĞLU

*İmza:*

Üye: Yrd. Doç. Dr. E. Recep ERBAY

*İmza:*

Üye: Yrd. Doç. Dr. Celal DEMİRKOL

*İmza:*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

Prof. Dr. Fatih KONUKCU  
Enstitü Müdürü

**ÖZET**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEKSTİL DIŞ TİCARETİNDE LOJİSTİK UYGULAMALARI VE TÜRKİYE’NİN  
DURUMU : TRAKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

Elif MUTLU

Namık Kemal Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. E. Recep ERBAY

Dünya tekstil ticaretinde büyük bir rekabet olmasına rağmen, Türkiye bölgesinde ve bölgesi dışında önemli bir tekstil ürünleri tedarikçisi konumundadır. Türkiye’nin en büyük avantajı lojistik ve esnekliktir. Türkiye’nin Avrupa’ya olan yakın coğrafi ve kültürel bağları kadar asıl transit geçişlerdeki yaşanan esneklik ve değişen lojistik anlayışı Türkiye’nin hala pazar da önemli bir öncü rol oynamasında etkili olmaktadır. Araştırmada Tekstil Dış Ticaretinde Lojistik uygulamaları çerçevesi içerisinde Tekstil firmaları ile Lojistik tedarikçileri arasındaki ilişkilere dayanan analizler yapılarak incelenmiştir.

Bu çalışma da veriler araştırmacı tarafından geliştirilen bir ölçek yardımı ile elde edilmiştir. Tüm veriler betimsel ve yordamsal istatistik teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Tekstil firmalarından elde edilen veriler araştırma amacına uygun olarak bilgisayar ortamında çeşitli paket programlar yardımıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formunda araştırma kapsamındaki firmaların demografik özelliklerine ilişkin sorular, işletmelerin lojistik faaliyetlerini kendi bünyelerinde mi yürüttükleri yoksa lojistik firması kullanma yoluna mı gittikleri, kullanmıyorsa nedenleri, lojistik firması kullandıklarında yaşadıkları sorunlar vb. sorular yer almıştır.

Tekstil Dış Ticaretinde Lojistik Firması kullanan işletmelere uygulanan toplam 103 anket için genel bir kodlama planı yapılmıştır. Veriler de bu kodlama planına göre bilgisayara girilmiştir. Bazı araştırma verileri betimsel istatistik (% oranları) tekniğine, bazı veriler ise yordamsal istatistik tekniğine göre değerlendirilmiştir. Geliştirilmiş olan ölçek için konu ile ilgili yurt içinde ve yurt dışında yapılmış olan araştırmalar incelenerek madde havuzları hazırlanmıştır. Madde havuzundaki görüşlerden oluşan liste ölçme aracı taslağına dönüştürülmüştür. Geliştirilen ölçme aracı, bir takım bölümlerden veya alt-ölçeklerden oluşmaktadır.

Tekstil Dış Ticaretin de Trakya Bölgesinin önemli bir coğrafyaya sahip olduğu ve Lojistik sektörünün dış ticaretteki rolü göz ardı edilemez boyutlarda olduğu görülmüş; buna istinaden Trakya bölgesinde uluslararası alanda faaliyet gösteren Tekstil İşletmelerinin lojistik faaliyetlerini uygulayış biçimleri kapsamlı bir şekilde araştırılmıştır.

Elde edilen bulgulara bakılarak işletmelerin lojistiğe bakış açısı hizmet alınan firmalarla ne tür sorunlarla karşılaştığı ve lojistik firmalarıyla kurulan ilişkilerin düzeyi vb. sorunlar incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tekstil, Dış Ticaret, Lojistik, Trakya

**ABSTRACT**  
**MASTER THESIS**

**LOGISTIC APPLICATIONIN FOREIGN TRADE OF TEXTILEAND TURKEY STATUS  
THRACE REGION SAMPLE**

Elif MUTLU

Namık Kemal University  
Institute of Natural and Applied Science  
Agricultural Economy Department

Counselor: Assist. Prof. E. Recep ERBAY

Even though there has been a great competition in World textile trade, Turkey is an important textile product supplier both in its region and outside of its region. Turkey's biggest advantages are logistic and flexibility. In addition to Turkey's geographical and cultural bonds with Europe, flexibility and variable logistic perception in transit pass have been effective in Turkey's still playing an important role in the market. In the study, analyses based on the relationship between Textile companies and Logistic suppliers have been made within the frame of logistic application in foreign trade of textile.

In this study, data have been obtained with the help of scale which was developed by the researcher. All data have been analyzed by using descriptive and procedural statistics techniques. Data obtained from textile companies have been evaluated with the help of certain software in computer environment according to the objectives of research. In the questionnaire form which was used in the research, there were questions about the companies' demographic features, questions like whether the companies are conducting their own logistic facilities or they are using logistic company, the reasons if they are not using logistic company and the problems they have experienced when they used a logistic company.

A general coding plan has been made for 103 questionnaires' which have been conducted in business organizations which are using logistic company in foreign trade of textile. Data have been entered into the computer according to this coding plan. The research data have been evaluated according to both descriptive and procedural statistics. For the scale, both domestic and foreign studies have been researched and item pool has been drawn. The list based on the views of item pool has been transformed into scaling tool draft. The scaling tool is composed of divisions or sub-scales.

It has been understood that Thrace region is an important area in foreign the trade of textile and logistic is playing a great role in foreign trade; accordingly, Textile firms' applications form of logistic facilities which are operating internationally in Thrace region has been comprehensively researched.

By looking at the findings, issues such as perspective of business organizations to the logistic, what kind of problems they face with the companies supplying service and the level of relationship they establish with this companies have been examined.

**Keywords:** Textile, Foreign Trade, Logistic, Thrace

## **TEŞEKKÜR**

Eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği geen ve bilgi dağarcığımın gelişmesine katkıda bulunan bütün hocalarıma teşekkür ederim. Özellikle bu tezin hazırlanma aşamasında birikimlerini benimle paylaşan ve desteğini her zaman yanımda hissettiğim değerli tez danıŐmanım Yrd. Doç. Dr. E. Recep ERBAY'a tezin analiz bölümündeki katkılarından dolayı Doç. Dr. M. Ömer AZABAĞAOĞLU'na, anket sırasında sorularımı cevaplamayı kabul ederek zaman ayıran Tekstil İŞletmeleri Yönetici ve temsilcilerine, desteğini hiçbir zaman esirgemeyen eŐime teşekkür ederim.



## İÇİNDEKİLER

KONU

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	ix
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	x
<b>1.GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
<b>2.KAYNAK ÖZETLERİ.....</b>	<b>5</b>
<b>3.MATERYAL VE YÖNTEM.....</b>	<b>10</b>
3.1.Materyal.....	10
3.2.Yöntem.....	10
3.2.1.Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemleri.....	10
3.2.2.Verilerin Değerlendirilmesi ve Araştırmada Kullanılan Yöntemler.....	10
<b>4. LOJİSTİK.....</b>	<b>13</b>
4.1.Lojistik Nedir?.....	13
4.2.Lojistiğin Prensipleri.....	13
4.2.1.Standartlık.....	13
4.2.2.Ekonomik Olma.....	14
4.2.3.Yeterlilik.....	14
4.2.4. Elastikiyet.....	14
4.2.5.Sadelik.....	14
4.2.6. İzlenebilirlik.....	14
4.2.7.Koordinasyon.....	14
4.3.Lojistiğin Unsurları.....	14
4.4.Lojistik Maliyetleri.....	15
4.5.Lojistik İşletmesi.....	16
4.6.Lojistik Faaliyetler.....	17
4.6.1. Talep Tahmini.....	19
4.6.2.Envanter Yönetimi.....	19
4.6.3.Müşteri Servisi.....	19
4.6.4. Sipariş İşleme.....	20

4.6.5. Ulaştırma (Taşıma).....	20
4.6.5.1.Karayolu Taşımacılığı.....	21
4.6.5.2.Denizyolu Taşımacılığı.....	21
4.6.5.3.Havayolu Taşımacılığı.....	22
4.6.5.4.Demiryolu Taşımacılığı.....	22
4.6.5.5.Nehir Yolu Taşımacılığı.....	22
4.6.5.6.Boru Hattı Taşımacılığı.....	23
4.7.Lojistiğin Bölümleri.....	23
4.7.1. Tedarik lojistiği.....	23
4.7.2. Üretim lojistiği.....	24
4.7.3. Dağıtım lojistiği.....	24
4.7.4. Tersine lojistik.....	24
4.8. Tekstil ve Hazır Giyim Lojistiği.....	25
4.8.1. Tekstil Ürünlerinin Taşınması.....	27
4.8.2. Tekstil Ürünlerinin Taşınmasında Sağlanması Gereken Koşullar.....	27
4.8.3. Tekstil Ürünlerinin Depolanması ve RFID Uygulamaları.....	28
<b>5.DIŞ TİCARET</b> .....	29
5.1. Dış Ticaretin Tanımı.....	29
5.2.Dış Ticaretin Özellikleri.....	29
5.3.Dış Ticaretin Nedenleri.....	30
5.4.Dış Ticaretin Yararları.....	31
5.5.Dış Ticaret Türleri.....	31
5.6.Dış Ticarete Teslim Şekillerinin (Incoterms) Amacı ve Kapsamı.....	32
<b>6.TÜRKİYE’DE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN DURUMU</b> .....	35
<b>7.ARAŞTIRMA BULGULARI</b> .....	45
7.1. Ölçek Geliştirme.....	45
7.1.1.Ölçeğin Güvenirliliği.....	45
7.1.2.Ölçeğin Faktör Analizi.....	47
7.2. Verilerin Analizi.....	50
7.2.1.Betimsel İstatistik.....	50
7.2.2.Yordamsal İstatistik.....	58
<b>8.SONUÇ ve ÖNERİLER</b> .....	66
<b>KAYNAKLAR</b> .....	69

EKLER.....	73
EK 1. <u>A</u> raştırma Kapsamında Kullanılan Anket Formu .....	73
EK 2. Ölçek Geliştirilmiş Anket Formu.....	77
ÖZGEÇMİŞ.....	81

## **ŞEKİLLER DİZİNİ**

4.1. Rekabet Edilebilir Bir Fiyat İçin.....	15
4.2. Lojistik faaliyetler ve bu faaliyetlerin işletme sistemi içerisindeki yeri ve diğer işletme işlevleri ile ilişkisi.....	20

## ÇİZELGELER DİZİNİ

4.1.Lojistik Maliyetleri.....	16
6.1.a. Dokuma. Giyim Eşyası, Deri ve Ayakkabı Sanayii.....	38
6.1.b. Dokuma. Giyim Eşyası, Deri ve Ayakkabı Sanayii.....	39
6.2. İlk 500’ deki İlk 50 İşletme.....	41
6.3. Türkiye’nin Tekstil ve Giyim Dış Ticareti.....	42
6.4. Türkiye’nin Genel Dış Ticareti.....	43
6.5. Türkiye’nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	43
6.6. Türkiye’nin Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti.....	43
6.7. Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretinde Türkiye’nin Durumu.....	44
7.1. Ölçeğin Güvenilirliğinin Belirlenmesi.....	45
7.2. Ölçeğin Genel Ortalamasının Belirlenmesi.....	45
7.3. Soru Ortalamalarının Belirlenmesi.....	45
7.4. Soru-Bütün Korelasyonu (Item-Total Statistics).....	46
7.5. Varyans Analizi.....	47
7.6. KMO Analizi.....	47
7.7. Döndürme Sonrası Yük Değerleri.....	48
7.8. Tekstil İşletmelerinin Sermaye Yapısı Dağılımı.....	50
7.9. Çalışan Sayısına Bağlı Olarak İşletme Büyüklüklerinin Dağılımı.....	50
7.10. Tekstil İşletmelerinin Lojistik Hizmetini Sağlama Dağılımı.....	51
7.11. Tekstil İşletmelerinin Lojistik Firma Kullanma Dağılımı.....	51
7.12. Lojistik firmasından destek alındığı takdirde İşletmeye olan Maliyetinin Bilinirlik Dağılımı.....	52
7.13. Lojistik Firmasından Destek Alınmamasının Sebepleri Dağılımı.....	52
7.14. Tekstil İşletmelerine Lojistik Firmaları, Lojistik faaliyetlerinin Sağlanması İle İlgili Maliyet Hesabı Yapma Teklifinde Bulunduğunun Dağılımı.....	53
7.15. Tekstil Sektöründe Lojistik Hizmetlerin Üreticiler Tarafından Verilmesini Hatalı Bir Uygulama Olarak Görenlerin Dağılımı.....	53
7.16. Tekstil İşletmelerinde Outsourcing ( Dış Kaynak Kullanımı) İfadesinin Anlamını Bilenlerin Dağılımı.....	53
7.17. Tekstil İşletmelerinin Tercih Ettiği Lojistik Taşımacılığı Dağılımı.....	54
7.18. Lojistik Sektöründeki Son Trendleri (Gelişmeleri) Takip Eden Tekstil İşletmelerin Dağılımı.....	54

7.19. İşletme Şekline Göre Lojistik Hizmeti Alımının Karşılaştırmalı Dağılımı.....	55
7.20. İşletmelerin Lojistik Hizmetini Karşılama Dağılımı.....	56
7.21. İşletme Yapısına Göre Lojistik Hizmetini Dışarıdan Alıp Almama Dağılımı.....	57
7.22. İşletmelerinde Lojistik Firma Kullanmayanların Tanımlayıcı Değerlendirmesi.....	58
7.23. Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tiplerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	59
7.24. İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	59
7.25. İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	60
7.26. İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunun ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	60
7.27. İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik faktörlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	61
7.28. İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	61
7.29. Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tiplerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	62
7.30. İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türü göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	62
7.31. İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde Etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	63
7.32. İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunun ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	64

7.33.İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik faktörlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	65
7.34. İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterler İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu.....	65

## 1.GİRİŞ

Türk, Tekstil ve Giyim sektörü bir süredir sancılı ve zorlu bir gelişme göstermektedir. Açıkçası bir taraftan İşveren kuruluşları, Sendikalar ve başta hükümetler olmak üzere resmi çevreler bir takım stratejiler ile olası krizleri bertaraf etmeye çalışırken, diğer taraftan da sektörün uluslararası rekabetini geliştirmek için yeni arayışlara gidilmek zorunda kalınmıştır.

İşveren kuruluşları özellikle Türkiye'nin farklı bölgelerinde Tekstil ve Giyim Sektörünün farklı uzmanlık bölgelerini geliştirmek yönünde önlemler almaya, bu şekilde bir yeniden canlanma yaratmaya uluslar arası rekabet edebilirliğini geliştirmeye çalışırken, resmi çevrelerden başta üretimin dahili dağıtımını ve marka oluşumunda destek talep etmektedir(Utz ve Hibbeler 2010). Bu da beraberinde Lojistik ve Tekstil Sektörü ilişkisinin giderek önem kazanmasına sebep olmaktadır.

Nitekim özellikle yeni İşletme anlayışının üç temeli, Teknoloji-Plan ve Lojistik üzerine inşa edildiği düşünülecek olursa bu değerlendirme daha da fazla anlam kazanmaktadır.

Ancak burada belirtilmesi gereken bir önemli nokta da Türkiye'nin özellikle 1990'li yılların başına hatta ortasına kadar devam eden, Avrupa'nın ucuz Tekstil üreticisi ülkesi olmak konumundan çıktığıdır. Nitekim Almanya Ekonomi Bakanlığı Türkiye temsilcisi Dr.Marcus Knupp'a göre Türkiye artık ucuz tekstil ürünlerinin adresi olmaktan çıkmış ve başta Mısır ile Bangladeş'in rekabeti ile tanışmıştır. Bu durumda da Boğaziçi'nden Avrupa'ya giden basit bir tekstil ürünü veya T-Shirtin fiyatının Bangladeş ya da Mısır'dan çıkan ürününün iki katı olmaktadır. Bu da Türk tekstil üreticilerini işletmelerini krizleri dikkatte alacak şekilde modernize etmeye ve de başta İtalya ile rekabet etmek üzere kaliteyi yükseltmeye sevk etmiştir.

Ancak buna rağmen Türkiye'nin hala Tekstil Pazarında öncü konumunu sürdürdüğü de dikkatten kaçmamaktadır. Hatta gerekli modernizasyonunu tamamlamış işletmelerin Türkiye'de yaşanan krizlere rağmen piyasada öncü olmayı sürdürdükleri görülmektedir. Dr.Marcus Knupp'a göre bunun ardında yatan iki temel neden öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki; hem iç piyasa hem de başta Almanya olmak üzere dış pazardan gelen talebin krize rağmen beklenenden çok daha hızla yükselmesi, ikincisi ise Türkiye'nin en büyük avantajının Lojistik ve Esneklik olduğu gerçeğidir. Bu iki durum da Avrupalı büyük müşterilerin Türkiye'yi tercih etmelerine sebep olmaktadır (Knupp 2010).



Konuyu benzer bir yaklaşımla değerlendiren Hellman Worldwide Logistics Route Development Yöneticisi Şenol Koçdemir'e göre, Türkiye'nin Avrupa'ya olan yakın coğrafi ve kültürel bağları kadar asıl Transit geçişlerdeki yaşanan esneklik ve değişen lojistik anlayışı Türkiye'nin hala Pazar da önemli bir öncü rol oynamasında etkili olmaktadır. Koçdemir'e göre Türkiye'nin sahip olduğu bu öncelikler etkisini başta otomotiv sektörü olmak üzere ardından da Yüksek Kaliteli Marka Tekstil Ürünlerinde hissettirmektedir. Koçdemir'e göre özellikle Türkiye ile iş yapan Alman Firmalarının tercihini Türkiye'den yana kullanmalarında parça başına sunulan yüksek kalite ile beraber esneklik, kısa ve hızlı teslimat süresi etkili olmaktadır. Bu nedenle Koçdemir'in dikkat çektiği konu Türkiye'nin son zamanlarda çok iyi bir "**Just-in-Time-Production**" örneği sergilediği yani hızlı bir üretim ve hizmet sistemi devre sokmuş olmasıdır.

Yine Britta Utz ve Stefan Hibbeler tarafından Friedrich Ebert Vakfı desteği ile hazırlanan "Kriz Döneminde Türkiye'nin Tekstil ve Giyim Sektörü" başlıklı çalışmaya göre, Türkiye tekstil ve giyim sektöründe dünyanın belli başlı tedarikçileri arasında yer almakta ve Dünya Ticaret Örgütü'nün istatistiklerine göre Tekstil İhracatçıları Çin, AB ve Hongkong'tan sonra dördüncü sıradır. Buna karşılık en büyük 8 Tekstil ve Giyim üreticisi ülke içerisinde yer almaktadır (Anonim 2011a).

Söz konusu rapora göre Türkiye'nin olası bir Çin Rekabeti tehditi karşısında Tekstil Sektöründe bu denli başarılı olması ve de bölgesinde öncü olmak rolünü sürdürmesinin ardında lojistik sektöründeki ve ulaşım alanındaki olumlu gelişmeler saklıdır. Nitekim Türkiye'nin özellikle de Trakya bölgesinin jeografik durumu göz önünde tutulduğunda ve bölgenin Avrupa ve de Balkan Pazarına olan yakınlığı dikkate alındığında, üstelik de buna sunulan ürün kalitesi eklendiğinde bu düşünce daha da önem kazanmaktadır.

Hellman Worldwide Logistics'e göre Türkiye'de Karayolu taşımacılığı Tekstil sektöründe her ne kadar öne çıkan bir tercih de olsa son yıllarda özellikle hava ve deniz taşımacılığının da yeni tercihler arasında yer almaktadır. Ancak hava taşımacılığının yüksek maliyeti onun yerine deniz taşımacılığını öne çıkarırken Türkiye-Almanya arasındaki teslimat süresinin 5 ila 6 gün gibi kısa bir sürede gerçekleşiyor olması karayolu taşımacılığının öne çıkmasını etkilemiştir. Kazanılan bu zaman ve avantajlar da beraberinde İşletme içerisinde yeni planlamaların yapılması için imkan sağlamaktadır.

Björn-Eric Friedsam'a göre günümüzde özellikle öne çıkan dört anahtar sözcük olan Etkinlik, Esneklik, Şeffaflık ve de Entegrasyon sözcükleri Tekstil ve de Lojistik ilişkisinde de önümüze çıkmaktadır (Anonim 2011a). "Moda çarkında her geçen gün oluşan değişiklikler ve gelişen trendler beraberinde bu hızlı gelişmelere ayak uydurabilecek bir lojistik sektörünün de

gelişmesini gerektirmiştir” diyen Friedsam’a göre, uluslararası rekabette yer alabilmenin koşulu bu durumda çok yüksek ve esnek bir süreç yapısını, etkili bir planlama ve üretim ve de nihayetinde etkin bir Lojistik anlayışını gerektirmektedir. Bu nedenle de giderek pek çok işletmenin bu bağlamda Avrupalı tedarikçilerinin payını yükseltmekte, buna karşılık ise Orta Asya ve Uzak Doğulu tedarikçiler yerine Avrupa’ya yakın işletmeleri ve üreticileri tercih etmektedirler. Bunun ardında yatan temel neden ise pazar ve de Avrupa içerisindeki Lojistik koşullarının kısa süreli uyum imkanları sağlamasıdır. Özellikle Asya söz konusu olduğunda burada Avrupa alt yapısı ile uyum sağlamayan durumların söz konusu olması Avrupalı müşteriye bölge dışına çıkmamaya teşvik etmektedir.

Bu arada son yıllarda göze çarpan bir önemli değişiklik ise geçmişte işlenmemiş kumaş ihracatı öne çıkarken, bugün Türk Tekstil endüstrisinin bunun ötesinde işlenmiş kumaş ve de hazır koleksiyonlar ile Avrupa pazarında yer alıyor olmasıdır (Koçdemir 2005). Kumaşların transferinin aksine hazır giyim eşyasında “askıya geçirilmiş” kırışıklığa karşı korunmuş ulaşımın öne çıktığını belirten Birkart Globistics Türkiye İşletme yöneticisi Ercan Ataman’a göre bu şekilde alıcının zaman kazanarak ütüleme işleminden muaf oluşunu ve bu şekilde üreticiden doğrudan satışa hazır olarak pazara sunulmasını sektörde dikkate alınan bir olgu olarak değerlendirmektedir. Bu nedenle Türkiye-Almanya arası Tekstil Lojistik Sektöründe ilk defa Asılı Transfer imkanını kendilerinin sunduğunu belirten Ataman, buna bağlı olarak Lojistik Filolarını hem asılı hem de yatılı olarak mal taşıyacak şekilde düzenlediklerini, ancak yatılı yerine asılı transferin giderek tercih edildiğini eklemektedir.

Yüksek Kapasite sahibi uluslararası Tekstil Lojistik Ağının bir parçası olarak her zaman mevsimsel çıkışları dikkate almak durumunda olduklarını ifade eden Ataman, üreticilerin bu şekilde depolama ve stok kapasitelerini minimize edebileceklerini buna dayanarak da asgari bir sermaye bağına sahip olduklarını ifade etmektedir. Bu nedenle Lojistikçilerin sadece yeterli depolama imkanlarını ve insan kaynaklarının ötesinde ihtiyaca uygun yeni taşıma araçlarını da hizmete sokmak durumunda olduğunun altını çizmektedir.

Şayet moda desenlerinin mümkün olduğunca hızlı bir şekilde ulaştırılması söz konusu ise bu durumda hava taşımacılığının devreye sokulması gerekirken, buna karşılık daha büyük ölçekli ürünlerin taşınması söz konusu olması durumunda ise tren ve gemi taşımacılığının devreye sokulduğu dikkat çeken bir olgudur. Ancak burada asıl “aslan payını” kara taşımacılığı ve TIR lar vasıtası ile gerçekleşen lojistik almaktadır. Türkiye ve Türk Tekstil sektöründeki düzenlemeler sayesinde bu şekilde de Türkiye’den sadece beş ila altı gün içerisinde söz konusu malların Avrupa’ya taşınması söz konusu olması önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Türkiye’den gerçekleşen ihracat ile mutlak olarak üretici için sürecin tamamlandığı doğru değildir. Bundan öte dikkate alınması gereken gerçek ürünlerin Avrupa aşırı olarak müşterilere ulaştırılması gerektiğidir. Sadece 2005 yılı başında 1.2 Milyar Euro değerinde (Anonim 2011a). Tekstil ürününü Türkiye’den ithal eden Almanya bu nedenle Tekstil-Lojistik ilişkisinde karşımıza çıkan önemli bir Pazar niteliğindedir.

Türkiye ve Almanya arasında gerçekleşen mal trafiğinin Tekstil merkezli oluşu ve bunun beraberinde esnek bir lojistik kavramını getirmesi özellikle Almanya’dan dönen TIR’ların dönüşte farklı başta Otomotiv yan ürünleri olmak üzere farklı ithalat kalemlerini Türkiye’ye taşımakta kullanılması gibi bir avantajı da sağlamaktadır. Bu şekilde de ekonomi için ciddi bir dezavantaj olan boş seyirlerin zararı bertaraf edilmesi imkanı sağlanmıştır.

Sadece bu amaca hizmet etmek üzere BİRKART Lojistik tarafından bir “ Tedarik Lojistiği” anlayışının geliştirmiş olması dahi bu konunun önemini göstermektedir. Ercan Ataman’ın “Türkiye ve Avrupa arasında giderek parlayan ticari ilişkiler etkili bir Lojistik olmadan düşünülemez ve mümkün olamazdı. Bu nedenle bu ticari ilişkilerin oluşumun da Lojistik sektörü olarak sahip olduğumuz paydan ve müşterilerimize özel çözümler sunmaktan ötürü onurluyuz” (Anonim 2010a) şeklindeki sözleri bile bize bu gün Tekstil Ticaretinde Lojistik kavramının ne denli bir önem arz ettiğini kısaca özetlemektedir.

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

Küreselleşme süreci ve 2009 yılında yaşanan krizler sonrasında bir toparlanma evresine girmiş olan Türk Dış Ticareti son dönemde hızlı bir iyileşme dönemi yaşamaktadır. Türkiye'nin ortaklık ilişkisinde bulunduğu AB üyesi ülkeler ile olan ticari ilişkilerinde önemli adımlar atılırken ve Türkiye ciddi bir rekabet ile karşı karşıya kaldığı başta Çin olmak üzere Doğulu rakipleri ile rekabet edebilme gücüne eriştikçe bundan Türk tekstil sektörü de nasibini almıştır. Buna bağlı olarak giderek modernize edilen yeni işletme anlayışı ve onun şekillendirdiği uluslararası rekabet koşullarına uygun olarak revize edilen “Yeni Lojistik Anlayışının” önemli bir rol oynadığı ortadadır.

**ÇAKIRLAR H. (2009).** tarafından yapılan araştırmaya katılan işletmelerin % 74'ü lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımına gitmektedir, % 26'sı ise lojistik faaliyetlerinde dış kaynak kullanımı yoluna gitmeyerek lojistik faaliyetleri kendi bünyelerinde gerçekleştirmektedirler. Lojistik dış kaynak kullanımına gitmeyen işletmeler buna gerekçe olarak büyük bir oranla maliyetlerin daha yüksek olacağını göstermektedirler. Halbuki lojistik dış kaynak kullanan işletmelere yönelik sorulardan elde edilen sonuçlara göre lojistik dış kaynak kullanımı, maliyetleri düşürmektedir. Lojistik dış kaynak kullanımı hakkında ve maliyetler konusunda yeterli ve doğru bilgiye sahip olmayan işletmeler lojistik faaliyetlerini kendi bünyelerinde gerçekleştirmeye devam etmektedirler. İkinci unsur olarak işletmeler lojistik konusunda kendilerinin yeterli uzmanlığa sahip olduklarını düşünmektedirler. Son üç yıllık periyotta işletmelerin lojistik dış kaynak kullanım oranları incelendiğinde sürekli bir artış oldu görülmektedir. Bu artış, dış kaynak kullanımının sağladığı avantajların işletmeler tarafından anlaşılmaya başlandığını ve giderek daha fazla işin 3 PL firmalarına devredildiğini göstermektedir.

**AYDOĞUŞ İ. ve DİLER G. (2009).** Küresel rekabete açılan Dünya tekstil ürünleri piyasasında yaşanan gelişmelerin, Türkiye tekstil ürünleri endüstrisinin rekabet gücünde önemli etkiler yaptığını dikkat çekmektedir. Ülkelerin ihracat performansını etkileyen unsurlar arasında; kaliteli ve ucuz hammadde temini, nitelikli işgücü, işgücü ve teknoloji kullanımında verimlilik, pazara yakınlık, pazarlama ve dağıtım kanallarına sahip olmak, ürün kalite ve çeşitliliğini zenginleştiren ve birim üretim faaliyetlerinde tasarruf sağlayan AR-GE faaliyetleri ile moda ve marka gelmektedir. Uluslararası rekabet deneyimine sahip olan Türkiye tekstil ürünleri endüstrisi açısından, Avrupa Birliği, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri pazarlarına yakınlık, sektörün en önemli hammaddesi olan pamuğun yurtiçinde üretimi,

eğitimli işgücüne sahip olunması ve lojistik, ulaşım, iletişim konularındaki altyapının mevcudiyeti en önemli fırsatlar olarak görülmektedir.

**UĞUR A.(2004).** Türkiye'nin tekstil-giyim sektörünün başlıca hammaddesi olan pamuk üretimi konusunda GAP'ın gittikçe devreye girmesi ile üretimin artması, en büyük pazarı olan AB'ne coğrafi yönden yakınlığı ve bu pazarın ihtiyaçlarını iyi tanınması, modern makine parkının bulunması ve kaliteli üretimi, rakip ülkelere göre daha fazla bilgi birikimi ve alıcının isteğini hemen yerine getirebilme becerisine sahip olma gibi birçok özelliği barındırması 2005'ten itibaren de rekabete dayanabilecek özelliktedir. Türkiye'de tekstil-giyim üretiminin ve ihracatının sürekliliğinin sağlanması ancak geniş Pazar alanlarına ulaşmakla mümkündür. Tekstil-giyim ihracatımızın bugüne kadar başlıca pazarı olan ve aynı zamanda içinde önemli tekstil ihracatçısı ülkeleri barındıran AB pazarına bağımlılığı azaltmak ve ihracat oranını arttırmak için yeni pazarlar aranmalıdır. Bu gelişmiş bir lojistik anlayışının öne çıkmasını gerektirmektedir.

**SAATÇIOĞLU C. ve GÜR B.(2005).** tarafından yapılan çalışmaya göre; Türkiye öncelikle tekstil ve konfeksiyon üretiminde maliyetleri düşürmek şeklinde, Çin rekabetine karşı kısa vadeli çözümler bulmalıdır. Ancak daha uzun vadede fayda sağlayacak çözümler geliştirmek esas olmalıdır. Buna göre Türkiye'nin katma değeri yüksek ürünlerin üretimine eğilmesi, ulaştırma ve lojistikte Çin'e olan üstünlüğünü koruması AB ve ABD pazarlardaki payını kaybetmemesi açısından önemlidir. Çin pazarında kendisine yer bulmak adına ise gerek AB ve ABD gerekse Çin ile ticaret anlaşmaları yapılmalıdır.

**BABACAN M. ( 2010 ).** tarafından yapılan çalışmaya göre; Sektör temsilcilerinin görüşleri ve mevcut durum verilerine göre sektörel gelişim için önce "Lojistik" kavramının iyice anlaşılması ve oturması, sonra da hizmet verenlerin ve alanların belli platformlarda bir araya gelerek karşılıklı bilinçlenmesi ve yatırımların yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Öncelikle lojistik pazarının gelişmesi ve gelişme ayak uydurulması gereklidir. Üreticilerin sabit yatırım yapma geleneği nedeniyle maliyetler yükselmektedir. Lojistik sektörünün yan sektörleriyle birlikte büyüyüp bazı yatırım yüklerini üretici üzerinden alabilmeler hem üretim hem dağıtım sektörünü rahatlatacaktır

**ONAY M. Ve KARA H.S (2009).** İşletmeler lojistik dış kaynaklama uygulamaları kararını verirken örgüt yapılarına, stratejilerine ve yönetsel davranışlarına göre hareket etmektedirler. Ayrıca bu kararlarında yasal düzenlemeler ve çevre standartları, pazar yapısı, hizmet veren işletmelerin varlığı ve kalitesi, teknoloji ve maliyet şeklindeki dış çevre faktörlerini de göz önünde bulundurmaktadırlar. Çünkü işletmeler dinamik ve karmaşık bir çevrede faaliyet göstermektedirler, bu faktörler de stratejik kararlarında işletmeleri etkilemektedirler.

Araştırma örneklemini oluşturan işletmeler lojistik dış kaynaklama uygulamaları kararlarına kendi içlerinde işlem maliyeti faktörünün, kendi dışlarında ise maliyet avantajı elde edebilme ve sürdürebilme faktörünün en fazla etkili olduğunu belirtmektedirler. Buna ek olarak örneklem grubunu oluşturan işletmelerin örgüt yapıları merkezileşmiş, karmaşık, resmileşmiş ve örgüt temelinde uzmanlaşmıştır. Bu işletmeler karar verirken kıyaslama faaliyetinden yararlanmaktadırlar. İşletmeler daha iyi sonuçlara ulaşmak için lojistik faaliyetlerinde değişim mühendisliğine gitmişlerdir. Bu işletmeler kıt kaynaklar nedeniyle çevrelerine kısmen bağlıdırlar ve stratejik işbirlikleri vb. örgütlenmelere giderek maliyet avantajı elde etmeyi hedeflemektedirler.

**BİLGİNER N. ve KAYABAŞI A. (2007).** İşletmelerin lojistik faaliyetlerinde rekabetçi olunabilmesinin sağlayabileceği getiriler, diğer faaliyet alanlarına göre oldukça farklıdır. Çünkü lojistik faaliyetlerdeki rekabetçi güç sayesinde, şayet mevcut ise diğer işletme faaliyetlerindeki rekabetçi potansiyelde değerlendirilmiş olmaktadır. Denilebilir ki, lojistikteki rekabetçi perspektife yönelik yeterli çalışmaların sergilenmesi halinde, işletme açısından bütünsel olarak geçerli olabilecek müşteri bazlı bir rekabetçi perspektif ortaya koyulabilecektir. Özellikle pazarda yaşanan yoğun rekabet, müşteri beklentilerinin değişmesi, teknolojide yaşanan hızlı değişim gibi unsurlar yeteneksel gelişmenin tesisi konusunda işletmelere baskı yapmaktadır. Bu noktada, etkin ve entegre lojistiğin ortaya çıkarılması bütünü parçalarıyla ele almayı gerekli kılmaktadır.

**AKYILDIZ M. (2004).** Son yıllarda yapılan araştırmalar lojistik dış kaynak kullanımının önemli bir rekabet aracı olarak kullanıldığını ve etkinliğinin bütünleşik hizmet anlayışının benimsenmesine bağlı olduğunu göstermiştir. Dış kaynaklardan karşılanacak lojistik hizmetlerin seçimi ve bütünleşik hizmet anlayışı çerçevesi içerisinde icra edilmesi, lojistiğin günümüz koşullarına uygun olarak anlaşılmasını gerekli kılmaktadır. Ancak araştırma sonuçları, Türk firmalarının önemli bir bölümünün, lojistiği hala nakliyat, depolama, stok kontrol ve sipariş sürecini içeren bir faaliyet süreci olarak algıladığını göstermektedir. Önceki yıllarda hakim olan lojistik anlayışı ile kıyaslandığında, bir ölçüde değişimin yaşandığı kabul edilse bile, gelişmiş ekonomiler içinde faaliyet gösteren firmalarla kıyaslandığında, Türk firmalarının bir çoğunun lojistiği hala çağdaş rolüne uygun olarak algılamadığı anlaşılmaktadır.

**ERDAL M.(2011).** Türkiye'nin bulunduğu bu coğrafyayı en iyi şekilde kullanabilmesi ve ticaret hacmini artırabilmesi lojistik ve uluslararası taşımacılık bilgisi ve deneyiminden geçmektedir. GSMH içindeki ağırlığı her geçen gün artan sektör ülke ekonomisinin güçlenmesinde doğrudan fayda üreten ve tüm diğer sektörlerle ihracat-ithalat, dağıtım,

depolama vb. süreçler bakımından bire bir ilişkisi olan tek sektördür. Ulusal ekonominin canlanması beraberinde ithalat ve ihracatın artmasına dolayısı ile lojistik sektörünün gelişmesine neden olmaktadır. Türkiye, gelecekte çevresindeki komsu ülkelerle ve diğer bölge ülkeleriyle daha fazla ticaret yapmak mecburiyetindedir. Komsu ve bölge ülkeleriyle yapılan ticaret geliştikçe taşımacılık ve lojistik hareketlilik artacak ve sektör yeni bir dinamizm yakalayacaktır.

**SEVİM Ş. ve ARK.(2008).**Lojistik hizmeti sağlayan kuruluş birden çok firmanın siparişlerini birleştirerek nakliye, gümrükleme, malzeme taşıma gibi maliyetleri azaltarak kaynakları daha verimli kullanabilir. Ayrıca, bu işletmeye hem satın alma maliyetlerini, hem de işletme maliyetlerini düşürmede fayda sağlar. 3. Parti lojistik hizmeti sağlayan işletme, lojistik bilgi sistemleri kurarak, yüksek maliyetli yük taşıtları, geniş depo alanları, çok sayıda insan gücü gibi, gerekli kaynakların sağlanmasında yüksek olan ilk maliyete katlanmadan daha büyük bir havuzda eriterek sabit maliyetleri müşterilerine yansıtmayabilirler. Ayrıca, Lojistik hizmeti sağlayan işletme, 3. parti lojistik sözleşmesinin oluşturulması sırasında beklentilerini ve ölçüm yöntemlerini doğru olarak belirlemelidirler. Bu da firmayı en çok korkulan konulardan birisi olan lojistik fonksiyonu üzerindeki kontrolünü kaybetme endişesinden uzaklaştıracaktır. Uzun vadede bir firmaya bağlanma, alternatifleri değerlendiremememe, fiyat pazarlığında güç kaybetme gibi, endişeleri de ortadan kaldıracaktır. Sözleşmelerin sorunların giderilmesi yöntemlerini, Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanan işletmelerin Aldıkları yaptırımları, değişime uyum için gerekli esnek yapıyı içermesi önemlidir. Ayrıca servis sağlayıcı personele görevini tam olarak yerine getirmesinde baskı oluşturacaktır.

**ZORLU F. (2008).** Ballou lojistik faaliyetlerinin yürütülmesinde, maliyetlerin azaltılmasında ve firmalar arası rekabette temelde mekansal ve zamansal etkenlerin belirleyici olduğunu, mekana ilişkin maliyet azaltıcı tedbirlerin ulaşım yatırımları ve uygun yer seçimi ile kısmen aşılabildiğini ancak zaman sorununun güncelliğini koruduğunu iddia etmektedir. Burada zaman maliyetlerinin azaltılmasında firmaların üretim merkezleri ile tedarik ve dağıtım için kullanılan transfer merkezlerinin konumu, kullanılan ulaşım türü, taşıma araçlarının nitelikleri, taşıma hizmetlerinde kullanılan teknoloji, ürünlerin türü ve taşıma yöntemi önemli rol oynamaktadır. Yazara göre ürünlerin piyasalarda satış maliyetlerinin rekabet nedeniyle birbirlerine yakın olması ve üretim maliyetlerinin sınırları zorlayacak derecede azaltılması nedeniyle rekabet edebilirliğin önemli etkenlerinden biri ulaşım, depolama ve dağıtım maliyetlerinin azaltılması olarak görülmektedir. Burada lojistik sadece ulaşım ile sınırlandırılmamakta, aktarma, dağıtım, ürün iadesi ve benzeri işlemleri kapsamaktadır.

**GÜMÜŞ Y. (2009).** Etkili bir lojistik yönetimi ile işletmeler rekabetçi avantaj elde edebilmekte ve bu rekabetçi avantaj işletme karına da olumlu bir biçimde yansıtılabilmektedir. Sonuç olarak, işletmelerin gerek üretim öncesi gerek üretim ve gerekse üretim sonrasındaki iş süreçlerinde rakiplere kıyasla üstünlük sağlayabilmeleri için lojistik yönetimine bütünleşik bir açıdan bakmaları ve etkili bir lojistik yönetimini işletme politikası olarak benimsemeleri önerilmektedir.

**KAYABAŞI A. ve ÖZDEMİR A. (2008).**Lojistik etkinliğin ve performansın artması, üretim işletmeleri yöneticilerinin genel performans düzeylerinde artış beklentisini doğurmuştur. Lojistik performansın artması, yüksek verimlilik, daha düşük maliyet, tedarikçilerle iyi ilişkiler, yüksek müşteri memnuniyeti, kaliteli ürün, teslim zamanında etkinlik, hızlı malzeme hareketleri ve düşük stok düzeyinin sağlanmasında etkili olmaktadır.

**BİLGİNER N. ve ARK.(2008).**Günümüz küresel rekabet ortamında işletmelerin lojistik faaliyetlerinin işletmelerin gelir ve maliyet düzeyleri üzerine yapmış oldukları etkiler giderek artmaktadır. Özellikle müşteriye değer yaratılarak işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazarlarda performanslarının artırılmasında son derece etkili faaliyetler dizisinden oluşmaktadır. Lojistik faaliyetlerin yeteneksel boyutlara indirgenerek; kritik noktalar olarak da adlandırılabilir ve her biri lojistik faaliyetlerin etkinliğinin artırılmasında ön plana çıkabilecek başarı faktörlerinin ortaya koyulması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Ancak bütünsel başarının elde edilebilmesi noktasında her bir faktörün birbiriyle olan bağlantıları göz önüne alınarak hareket edilmesi son derece önemlidir. Lojistik sektörü, Dünyada ve Türkiye’de önemi giderek artan bir yapıdadır. Bu bağlamda, lojistik sektöründeki işletmelerin günümüzün rekabetçi is yaşamında varlıklarını koruyabilmeleri, büyük ölçüde lojistik yetenekleri etkin kullanabilmelerine bağlıdır.



### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **3.1. Materyal**

Araştırma tanımlayıcı araştırma modeli ile gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı araştırma, bir problemle ilgili durumları, değişkenleri ve değişkenler arasındaki ilişkileri tanımlamaya yönelik olarak gerçekleştirilen bir araştırma modelidir. Buna göre araştırmada Trakya bölgesinde uluslararası alanda faaliyet gösteren Tekstil İşletmelerinin lojistik faaliyetlerini uygulayış biçimleri kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

#### **3.2. Yöntem**

Araştırmada veri toplama amacıyla anket yönteminden faydalanılmıştır. Analizler SPSS 16.0 istatistik paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. SPSS; sosyal bilimlere ilişkin araştırma sonuçlarının analizinde yaygın bir şekilde kullanılmakta olup, kapsamlı istatistiksel analiz tekniklerini içermektedir.

##### **3.2.1.Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemleri**

Araştırmanın evrenini Trakya bölgesinde Edirne, Tekirdağ ve Kırklareli il sınırları içinde faaliyet gösteren Tekstil işletmeleri oluşturmaktadır. Örnekler, bölgedeki sanayi ve ticaret odalarından alınan bilgilere göre belirlenen ana kütlede, kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Seçilen işletmelere telefonla ulaşıp randevu talep edildikten sonra görüşmeye gidilmiştir. Yüz yüze görüşülme imkanı olmayan işletmelere anket formu e posta aracılığı ile gönderilmiştir.

Araştırmacıların verileri için öngördüğü hassasiyet derecesi, kabul edilebilecek hata marjı, uygulanacak istatistiksel analiz ve nihayet evrenin büyüklüğü, örnek kütlede büyüklüğünün temel belirleyicileridir. Bu faktörler dikkate alındığında, örnek kütle için belirlenen büyüklüğün, ayrıntılı hesaplamalardan çok araştırmacının yargısına bağlı olduğu ifade edilmektedir. Ancak, belli istatistiksel tekniklerin uygulanabilmesi için en az 30 deneğin olması gerektiği konusunda yaygın bir kabul vardır. Akademisyenlerce yaygın kabul gören görüş; 30'dan büyük 500'den küçük örnek büyüklüklerinin birçok araştırma için yeterli olduğudur (Çakırlar 2009).

##### **3.2.2.Verilerin Değerlendirilmesi ve Araştırmada Kullanılan Yöntemler**

Bu çalışma tarama modelinde bir çalışma olup veriler araştırmacı tarafından geliştirilen bir ölçek yardımı ile elde edilmiştir. Tüm veriler betimsel ve yordamsal istatistik teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir. Tekstil firmalarından elde edilen veriler araştırma amacına uygun olarak bilgisayar ortamında SPSS 16.0 istatistik paket programı yardımıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formunda araştırma kapsamındaki firmaların

demografik özelliklerine ilişkin sorular, işletmelerin lojistik faaliyetlerini kendi bünyelerinde mi yürüttükleri yoksa lojistik firması kullanma yoluna mı gittikleri, kullanmıyorsa nedenleri, lojistik firması kullandıklarında yaşadıkları sorunlar vb. sorular yer almıştır.

Tekstil Dış Ticaretinde Lojistik Firması kullanan işletmelere uygulanan toplam 103 anket için genel bir kodlama planı yapılmıştır. Veriler de bu kodlama planına göre bilgisayara girilmiştir. Araştırma verileri betimsel ve yordamsal istatistik tekniğine göre değerlendirilmiştir.

Geliştirilmiş olan ölçek için konu ile ilgili yurt içinde ve yurt dışında yapılmış olan araştırmalar incelenerek madde havuzları hazırlandı. Madde havuzundaki görüşlerden oluşan liste ölçme aracı taslağına dönüştürüldü. Geliştirilen ölçme aracı, bir takım bölümlerden veya alt-ölçeklerden oluşmaktadır. Bunlar: (A) İşletmelerin lojistik faaliyetlerinde Lojistik firması kullanmamasını etkileyen faktörler; (B) Lojistik Firmasından destek alan İşletmelerin, bu firmalarla ilgili yaşadığı sorunlar ; (C) Lojistik Firmalar ile çalışmada, işletmede bulunan farklı departmanların ne ölçüde etkili olduğu; (D) İşletmelerin, Lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinde öne çıkan etmenleri ; (E) İşletme açısından Lojistik firmaların organizasyonunun değerlendirilmesi ; (F) İşletmelerle Lojistik Firmaları arasındaki ekonomik ilişki ; (G) İşletmelerin Lojistik Firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterler ; (H) İşletmedeki Yönetici konumundaki personel ile Lojistik Firmaları arasındaki ikili ilişkiler ; (I) İşletmelerin Lojistik firmalara olan Güveninde Destekleyici Unsur şeklindeki faktörlerden oluşmaktadır.

Ölçek A için 8 madde alt alta sıralandı. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 8 ve en yüksek toplam puan ise 40’tır.

Ölçek B’de 5 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 5 ve en yüksek toplam puan ise 25’tir.

Ölçek C’de 6 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 6 ve en yüksek toplam puan ise 30’dır.

Ölçek D’de 3 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi.

Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 3 ve en yüksek toplam puan ise 15’dir.

Ölçek E’de 4 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 4 ve en yüksek toplam puan ise 20’dir.

Ölçek F’de 2 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 2 ve en yüksek toplam puan ise 10’dur.

Ölçek G’de 4 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 4 ve en yüksek toplam puan ise 20’dir.

Ölçek H’de 1 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 1 ve en yüksek toplam puan ise 5’tir.

Ölçek I’de 1 madde bulunmaktadır. Daha sonra ölçek “Hiç önemli değil”, “.Önemli değil”, “.Az önemli”, “4.Önemli”, “ Çok önemli” şeklinde göreceli olarak derecelendirildi. Seçenekler Hiç önemli değil seçeneğinden başlamak üzere 1’den 5’e doğru puanlandı. Bu şekilde, ölçekten alınabilecek en düşük toplam puan 1 ve en yüksek toplam puan ise 5’tir.

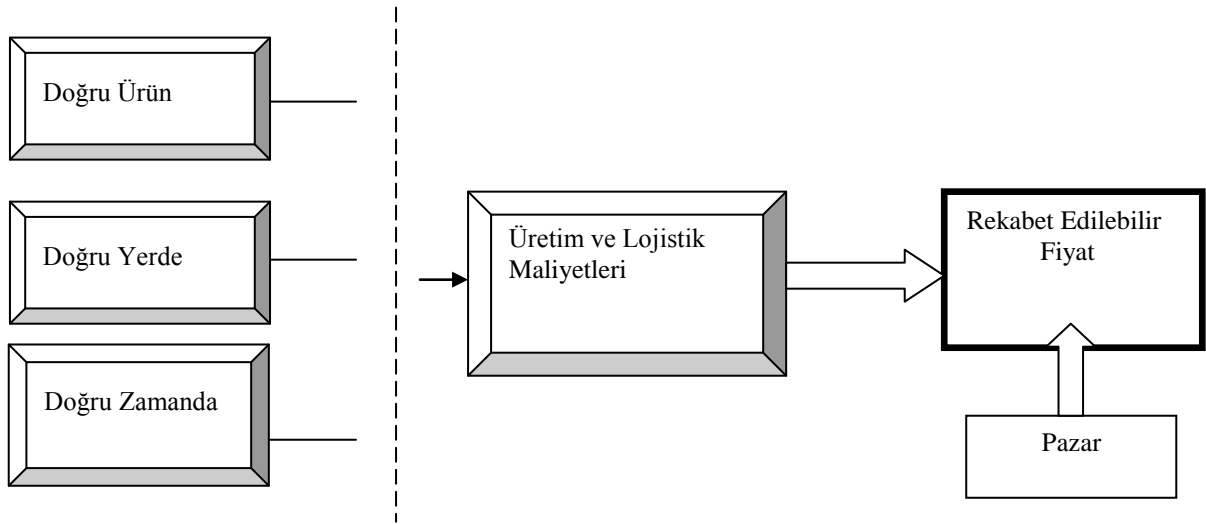
Ölçme aracının kullanılacağı amaç için gerekli veriyi toplayacak durumda olup olmadığı uzman görüşüne başvurarak belirlendi. Ölçeğin güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra faktör yapısı geçerliliği, faktör analizi yapılarak gerçekleştirildi. Faktör yapısını belirlemek için SPSS-PC Temel Bileşenler Analizi ( Principal Components Analysis) ve faktör gruplarını oluşturmak için Varimaks Dönüştürmesi (Varimax Rotation) kullanıldı. Ölçekte ağırlık değeri düşük maddeler atılarak, uygun faktörlere isimler verilerek ölçeğe son şekli verildi.

## 4.LOJİSTİK

### 4.1.Lojistik Nedir?

Lojistik kavramının ticari alanda kullanımı oldukça yeni bir olgudur. Askeri literatürde çok eski bir geçmişe sahip olan lojistik kavramı, iş literatürüne yakın bir zamanda girmiş ve bu kavramın getirdiği anlayış oldukça hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Eskiden var olan salt nakliyenin yerine, günümüzün gerektirdiği hizmetleri sağlayabilmek için faaliyet, kapsam ve konu alanları geliştirilmiş bir şekilde yeni hizmet anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu kavram çeşitli şekillerde tanımlanmaya çalışılmıştır. Lojistik nedir diye sorduğumuzda, “doğru şeyin, doğru yerde, doğru zamanda olmasını sağlamak” diyebiliriz. Ancak buna bir dördüncü parametreyi daha ekleyebiliriz.

Böylelikle de, uluslararası rekabet şartları çerçevesinde istenilen şeyi makul ve kabul edilebilir bir masrafla yani **rekabet edebilir bir fiyatla** sağlamayı saydığımız üç kriterli tanıma dahil edebiliriz.



Şekil-4.1 Rekabet Edilebilir Bir Fiyat İçin (Keskin 2008).

### 4.2.Lojistiğin Prensipleri

Lojistiğin kavramsal tanımı yapıldıktan sonra gerek üretim sektöründe, gerek askeri alanda, gerekse diğer lojistik sektörlerde uygulanan lojistik faaliyetlerin genelde aynı olan prensiplerine değinmek gerekir. Lojistik prensipler lojistik faaliyetlerin planlaması ve icrası için rehber olarak kullanılmalıdır.

#### 4.2.1.Standartlık

Desteklenen sistemlerde kullanılan lojistik hizmetlerin standart olması önemlidir. Malzemede, hizmetlerde ve usullerde standartlık sağlanmalıdır. Lojistikle ilgili

uygulamalarda uluslararası standartların kullanılmasına önemlidir. Demiryolları, konteynırlar, elleçleme ekipmanı, bilişim teknolojisi gibi temel lojistik unsurların standart olması küreselleşme sürecindeki lojistik aktörler için önem taşımaktadır. Standartlık konusunda müşterek çalışabilme, kullanılabilme, yönetilebilme asgari hedefler olmalıdır

#### **4.2.2.Ekonomik Olma**

Ekonominin abc'sinde ifade edildiği gibi kaynaklar kıt ihtiyaçlar sonsuzdur. Ekonomi prensibi en az masrafla maliyet etkin bir şekilde lojistik desteğin sağlanmasıdır. Kaynaklar ihtiyaçların tamamını karşılamak için yetersiz olduğundan kaynakların tahsis edilmesi ve önceliklerin belirlenmesinde ekonomi faktörü gerek maliyet gerekse zaman açısından dikkat edilmelidir.

#### **4.2.3.Yeterlilik**

Yeterli desteğin sağlanamaması lojistik operasyonlar için hayati öneme sahiptir. Lojistik kaynakların yeterlilik seviyesinde belli oranların yakalanmalıdır. Yeterlilik prensibinde fazla stoktan yerine sürdürülebilirlik ve karşılanabildik esas alınmalıdır.

#### **4.2.4. Elastikiyet**

Lojistik teşkilat ve usullerin değişen durumlara, görevlere ve konseptlere uyum sağlayabilecek bir yapılanma içinde olunmalıdır.

#### **4.2.5.Sadelik**

Kompleks oluşumlar yerine hem planlamada hem de icrada lojistiğin tüm alanlarında sadelik esas alınmalıdır. Sadelik etkinliği artırır. Sadeliğin sağlanması neticesinde kaynakların etkin kullanımı sağlanır.

#### **4.2.6. İzlenebilirlik**

Elektronik imkanlar ile bilgi işlem teknolojisi kullanımı ile tüm operasyonların miktar, durum, zaman ve yer itibarıyla en gerçekçi biçimde izlenebilmesi; sorunların önceden veya en erken seviyede çözülmesi adına gereklidir.

#### **4.2.7.Koordinasyon**

Lojistik desteğin etkinliğinin sağlanması koordinasyon sağlanması şartına bağlıdır. Lojistik planlamacılar ile icracılar ve müşteriler arasında mutlaka koordinasyon sağlanmalıdır.

### **4.3.Lojistiğin Unsurları**

Lojistiğin unsurları, lojistiğin uygulandığı döneme ve sektöre göre farklılık gösterebilmektedir. Lojistik gereksinimler farklılaştıkça lojistik unsurlarda zaman içinde değişmiş, bazı yeni lojistik unsurlar eklenirken, bazıları ise günümüzde kullanılmaz hale

gelmiştir. Ancak genel olarak kabul gören ve tüm lojistik uygulamalarda görülmesi bile çoğu için geçerli olabileceği değerlendirilen unsurlar;

- Proje Yönetim Faaliyetleri (araştırma, tasarım, geliştirme, üretim süreci)
- Temin ve Tedarik Faaliyetleri (yedek parça, ihtiyaçların tespiti ve kaynakların planlaması)
- Ulaştırma faaliyetleri,
- Kalite Faaliyetleri (Kalite güvencesinin sağlanması, kontrolünün temini, emniyet standartları, deneme testleri)
- Kodlandırma Faaliyetleri (Dokümantasyon ve kodlandırma)
- Son İşlem Faaliyetleri (Ambalajlama, yükleme, depolama, nakliye ve dağıtım, muayene, test, kabul, teslim ve tesellüm faaliyetleri)
- İşletme Desteği Faaliyetleri (Sistem, malzeme, katalog, fon, tedarik ve kontrat yönetimi)
- İşletme İdame Desteği Faaliyetleri (Bakım, onarım, yenileştirme faaliyeti ve destek personeli ile bakım tesisleri)
- Sağlık Yönetimi Faaliyetleri (Sıhhi tahliye ve tedavi)
- İnşaat-emlak Faaliyetleri (istihkâm, inşaat-emlak)
- Eğitim Faaliyetleri (Lojistik eğitim faaliyetleri ve eğitim desteği)
- Çevresel Faaliyetler (Çevrenin korunması ve atıkların ekonomiye kazandırılması, ÇED)
- Bilişim Faaliyetleri (Bilgisayar benzeri bilişim teknolojisi ürünleri veri tabanları) olarak sıralanabilir.

Bu unsurlar arasında bulunan Sağlık Yönetimi ve İnşaat- Emlak faaliyetleri yakın geçmişe kadar pek lojistik faaliyetler arasında değerlendirilmiyordu. Günümüzde bir çok modern ordunun teşkilat yapısında, istihkam ve sağlık faaliyetleri hala lojistik sistemin dışında kalacak şekilde düzenlenmiştir (Keskin 2008).

#### **4.4.Lojistik Maliyetleri**

Ömür devri yaklaşımı kapsamında, lojistik yönetim kavramı ile ifade edilen temel işlemler, sipariş işlemleri dahil olmak üzere envanter yönetimi, elleçleme, ambalajlamayı da kapsayacak şekilde depolama, taşıma, satın alma, bilgi yönetimi olarak sıralanabilir. Her faaliyetin kendi biçimine has bir maliyet taşıdığı ve lojistik planlamalarda bu maliyetlerin sürekli göz önünde bulundurulduğunu bilinmektedir. Lojistik faaliyetleri oluşturan temel işlemlerin maliyetleri ve önemi desteklediği operasyonların biçimine göre farklılık arz etse de genel de kabul edilen belli standartlar bulunmaktadır. (Keskin 2008)

Çizelge 4.1. Lojistik Maliyetleri (Keskin 2008).

Lojistik Maliyetleri	Oran
Taşıma Maliyetleri	%50-65
Envanter ve Malzeme Elleçleme Maliyetleri	%20-35
İşletme Yerleşim Tasarımı(Depo ve dağıtım merkezlerinin planlanması ve yönetimi) maliyetleri	%10
İletişim ve Bilgi(Talep tahminleri, Sipariş süreçleri, Üretim Programlama) Maliyetleri	%5

#### 4.5. Lojistik İşletmesi

Eşyanın tedarik noktasından nihai varış noktasına kadar tüm bağlantılı taşıma, dağıtım, depolama, gümrük ve sigorta vb. işlemlerinin etkin ve verimli bir biçimde yönetimine lojistik, tüm bu süreci sağlayarak hizmet üreten örgüte de lojistik işletmesi denir.

Ülkemizde Ulaştırma Bakanlığı tarafından Karayolu Taşıma Kanunu (KTK) ve Karayolu Taşıma Yönetmeliği (KTY) kapsamında lojistik işletmecisi kavramına da yer verilmiş ve şu şekilde tanımlanmıştır. Lojistik işletmecisi taşımacılık faaliyetinin yanı sıra bağımsız bir işyerinin kullanım hakkına sahip olarak müşterilerine ait eşyayı teslim aldıktan sonra kendi gözetim ve denetimi altında yükleme, boşaltma, depolama, istifleme, paketleme, tasnif, etiketleme, satış veya pazarlama, sipariş planlaması, dağıtım, tedarik ve benzeri hizmetlerin tamamını veya bir kısmını üstlenen gerçek ve tüzel kişileri ifade eder.

Günümüzde üreticilerin temel lojistik hedefi, faaliyette bulunan coğrafyalarda ürün ve/veya hizmetlerini dağıtmak müşterilerine tam zamanında ulaştırmaktır. Bu hedef doğrultusunda üreticilerin lojistik işletmelerinden talebi her operasyonda; taşıma, dağıtım, depolama, elleçleme, gümrükleme ve sigorta vb. uluslararası standartlarda hizmet kalitesinin kendilerine sunulmasıdır.

Lojistik işletmesi, şiddetli rekabet karşısında önceliklerini belirlemek durumundadır. Maliyet, kalite, hizmet ve esneklik eksenlerinde sürekli ilerlemek ve rakiplerden bir adım önde olmak zorundadır. Yoğun rekabet ile birlikte bugünün lojistik işletmeleri hangi operasyon türü olursa olsun müşterilerine en hızlı, en ekonomik ve en güvenilir çözümleri üretme becerisini göstermek durumundadır (Erdal ve Saygılı 2007).

#### 4.6.Lojistik Faaliyetler

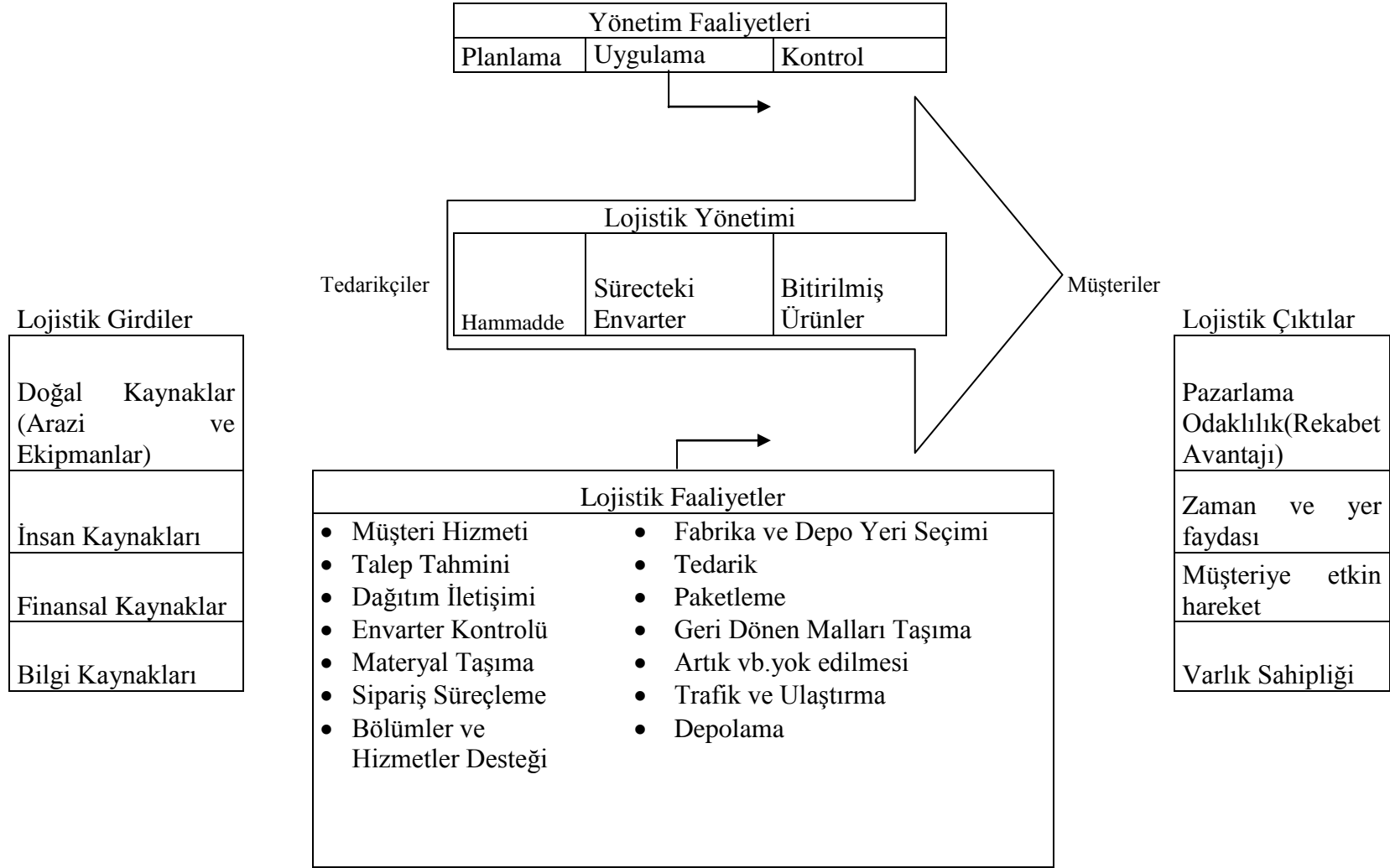
Son yıllarda üretim ve pazarlama alanlarındaki gelişmeler nedeniyle birçok problemin ortaya çıkması, yükselen maliyetlerin düşürülmesi ve pazarlama kavramındaki gelişmelere bağlı olarak yeni yaklaşımların ortaya çıkması işletmeleri yeni arayışlara yöneltmiştir. Lojistik faaliyetler planlama, örgütlenme, koordinasyon, yöneltme ve kontrol gibi yönetim işlevlerini içerisinde barındırmaktadır. Lojistik faaliyetlerinde amaç, işletmenin varlığını sürdürebilmesi yönünde kalite, maliyet, zaman ve hizmet gibi işletme açısından önemli göstergeleri dikkate alarak hareket edebilmesidir.

Sistem yaklaşımı, lojistik faaliyetlerde temel bir rol oynamakta ve faaliyetlerin analizinde büyük avantaj sağlamaktadır. Sistem yaklaşımı, sistem kuramına dayanmakta ve holistik yaklaşımla eş anlamlı kullanılarak, lojistik problemlerin çözümünde ve faaliyetlerin etkinlik içinde yerine getirilmesindeki katkıları nedeniyle lojistik disiplinde sıkça vurgulanmaktadır. Lojistik yönetimi kavramı; hammaddelerin, süreçteki envanterin ve bitirilmiş ürünlerin üreticilerden müşterilere doğru etkili bir şekilde akışını sağlayan zorunlu faaliyetlerin bütünleştirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Bu bütünleşmenin sağlanmasında lojistik yönetiminin yerine getirdiği faaliyetler ana faaliyetler ve destekleyici faaliyetler olarak ikiye ayrılabilir. Bu faaliyetler şunlardır:

- Ana Faaliyetler
  - Talep tahmini
  - Envanter yönetimi
  - Müşteri servisi
  - Sipariş işleme
  - Ulaştırma
- Destekleyici Faaliyetler
  - Üretim planlaması
  - Ambalajlama
  - Tesis(yer) seçimi
  - Depolama
  - Satın alma
  - Diğer faaliyetler





Şekil 4.2. Lojistik faaliyetler ve bu faaliyetlerin işletme sistemi içerisindeki yeri ve diğer işletme işlevleri ile ilişkisi (Kayabaşı 2010)

#### **4.6.1. Talep Tahmini**

Talep tahmini, gelecekte talep edilecek mal ve hizmetlerin ve bu mal ve hizmetlerin üretilmesinde kullanılacak materyallerin önceden belirlenmesi sürecidir. Gelecekteki mal ve hizmet talebinin belirlenmesi, tüm tahminlemelerin başlangıç noktasını oluşturmakta ve diğer faaliyetlere temel olacak girdiyi sağlayarak önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Lojistik fonksiyonlar içerisinde talep tahminini önemli bir aşamayı oluşturmaktadır. Satış tahminleri, etkili ve düzenli pazar işlemleri ile sağlanabilecek bilgilere bağlıdır. Satış tahminleri yapılacak faaliyetlerin verimli bir şekilde yerine getirilmesine olanak sağlamaktadır. Üretimde ihtiyaç duyulan materyallerin temin edilmeleri büyük ölçüde bu tahminlemelere bağlı kalmaktadır. Satış tahminlerinin etkinliğini, bu tahminlerin yapılmasında kullanılan kalitatif ve kantitatif yaklaşımlar, tahmin işlemindeki etkinliği önemli derecede etkilemektedir. Günümüzdeki gelişmeler doğrultusunda artık müşterilerden gelecek bilgilere bağlı kalınarak yapılacak talep tahmini, hatta talep planlaması (CPFR: Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) satış tahminlerinin yerini almaktadır.

#### **4.6.2.Envanter Yönetimi**

Lojistik faaliyetlerin önemli faaliyet konularından bir tanesi de envanter yönetimidir. Envanter kavramı; üretim ve üretilen ürüne dolaysız veya dolaylı olarak katılan bütün fiziksel varlıklar ve ürün envanter kavramı kapsamına alınmaktadır. Başka bir tanımlamaya göre ise; üretim ve dağıtım sistemi dahilinde tedarik veya üretim yoluyla edinilen, kullanılmadan veya müşteriye sunulmadan önce belirli bir süre bekletilen mal miktarı envanter olarak tanımlanmaktadır. Envanter yönetiminin amacı, mal ve hizmet akışlarının sürekliliğini sağlamak ve stokta tutulan malların miktarı ile talebi eşleştirerek dengelemektir. İşletme karlılığı envanter yönetiminin etkinliğine büyük ölçüde bağlıdır ve işletmenin karlılığı envanter maliyetlerinin azaltılması veya satışların artırılması yoluyla sağlanmaktadır.

#### **4.6.3.Müşteri Servisi**

Müşteri servisi, maliyet etkinliği yoluyla tedarik zincirine önemli değer ekleyen yararların sağlandığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla, tüm tedarik zinciri ve en son tüketici için, değer yaratılmasında müşteri servisinin önemi ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, günümüzde rekabetin yoğunlaşması müşteri beklentilerinin değişmesine neden olmuş "lojistik Servis düzeyi" kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Müşteri servisi; stok bulundurulması, siparişlerin hızlı bir şekilde karşılanması, dağıtımın hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi ve yapılan işlemlerde doğruluk gibi faaliyet alanlarını içermektedir. Müşteri servisi, rekabetçi yeni mükemmel bir silahtır ve fiyat rekabeti üzerinde belirgin bir avantaj sağlamaktadır. Bu

çerçevede değer eklemenin anlamı, ürün ve hizmetlere rakiplere kıyasla daha belirgin ve göze çarpıcı bazı ekstra hizmetlerin eklenmesi olarak ifade edilebilmektedir.

Müşteri servisi, tedarikçi-müşteri ilişkisini geliştirmede ve daha fazla müşteri bağlılığı yaratılmasında kullanılan pazarlama araçlarından giderek artan bir öneme sahip olan fiyat rekabetinden çok, yüksek kaliteyi hedeflemeye çalışan araçlardan birisidir.

#### **4.6.4.Sipariş İşleme**

Sipariş işleme, sipariş yönetimi kapsamında ele alınmaktadır. Sipariş döngü planlama, sipariş iletimi, sipariş süreçleme, sipariş toplama ve siparişlerin teslimi aşamalarından oluşmaktadır. Sipariş işlemenin temel amacı; alınan siparişlerin en kısa sürede müşteriye ulaştırılmasıdır. Bu şekilde işletme kendisine farklı rekabet avantajı yaratmış olacaktır. Bu aşamada, lojistik ağdaki diğer faaliyetlerde büyük önem taşımaktadır. Sipariş döngüsünün etkin bir şekilde çalışması, ulaştırma ve depolama gibi faaliyetlerle yakın bir etkileşim içinde olmasıyla bağlantılıdır (Kayabaşı 2010).

#### **4.6.5. Ulaştırma (Taşıma)**

Taşıma dar anlamda bir nesnenin (eşya, ürün, yük veya mal) bir yerden başka bir yere nakli demektir. Geniş anlamda taşımacılık, müşteri ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla üretilen malların ihtiyaç duyulan bölge ve merkezlere zamanında ulaştırılmasıdır. Bu yönüyle taşımacılık, ulaştırma sürecinin yanında yükün taşınması için gerekli evrakın (yük, araç, sürücü, gümrük, v.b.) hazırlanmasından müşteri deposuna teslimine kadar, çeşitli hizmetleri de içeren daha kapsamlı ve karmaşık bir süreci ifade etmektedir.

Taşıma sistemi içerisinde yer alan karayolları, demiryolları ile kıtalararası hava ve deniz koridorları somut ve görünür ulaştırma ağlarını ifade etmektedir. İki nokta arasında alternatif yollara ise rota / güzergâh olarak karşımıza çıkmaktadır. Taşıma sisteminde bir ulaşım ağı içinde birçok yol ve rotanın kesiştiği ara noktalar ve merkezler bulunmaktadır. Taşıma terminalleri olarak adlandırılan bu merkezlerde taşımacılık hizmetleri (yükleme, indirme-boşaltma, elleçleme, depolama vb.) ve aktarma işlemleri yapılmaktadır.

Taşıma sistemleri, ulaştırma ağları ( kara, deniz, hava, demiryolu, nehir yolu, boru hattı ) uluslararası ve yerel düzenlemeler, lojistik hizmeti sağlayanlar ve bu hizmetten yararlananların yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojileriyle çevrelenmektedir.

Bu sistemler taşıma operatörleri, iç ve dış müşteriler, ekonomik ve sosyal faktörler ile devletin ortaya koyduğu yasal çerçeve ile sürekli etkileşim halindedir. Bir başka deyişle taşımacılık sektöründe talebin etkileşiminde;

- Taşıma ve lojistik ihtiyaçları,
- Lojistik hizmeti üreten ve alan işletme sayısı,
- Kurallar ve düzenlemeler,
- Terminaller, gümrükler, sınırlar ve ara geçiş noktaları,
- Araç-gereç ve teknolojik seviye,
- Güzergah'lar ve/veya alternatif yollar,
- Diğer destek hizmetler, etkin rol oynamaktadır.

Ulaştırımda kullanılacak Taşıma türleri, taşıma araçları, biçimleri ve özelliklerine göre aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür:

- Karayolu Taşımacılığı
- Denizyolu Taşımacılığı
- Havayolu Taşımacılığı
- Demiryolu Taşımacılığı
- Nehir yolu Taşımacılığı
- Boru Hattı Taşımacılığı

#### **4.6.5.1. Karayolu Taşımacılığı**

Karayolu ağlarının çok geniş olması ve son zamanlarda bütün dünyada transit yolların sayısının artmasına bağlı olarak en yaygın kullanılan taşımacılık türüdür. Oldukça esnek olan bu taşımacılık türünde; yükleme ve boşaltmaların kolaylıkla gerçekleştirilebilmesi, tarifeli yüklemelerin sıkça yapılabilmesi, kapıdan kapıya hizmet verilebilmesi, kısa sevk süreleri ve kitle (bulk) halinde taşımacılığa çok uygun olmaması bu türün başlıca özellikleridir. Buna karşılık kullanılan araçların akaryakıt, bakım ve yol giderleri ile uluslararası taşımacılıkta var olan gümrük tarifeleri karayolu taşımacılığının yüksek maliyetle yapılmasına neden olabilmektedir.

#### **4.6.5.2. Denizyolu Taşımacılığı**

Taşımacılık türlerinin içerisinde birim taşıma maliyeti en düşük ve güvenli; büyük hacimli/kitle tipi yükler (petrol, kömür, tahıl vb.) için en uygun tür denizyolu taşımacılığıdır. Deniz taşımacılığı; havayoluna göre 22, karayoluna göre 7, demiryoluna göre 3,5 kat daha ucuz olmasından dolayı dünyada en çok tercih edilen ulaşım şeklidir. Bu taşımacılık türü ulusal normlardan çok, uluslararası normlara göre hareket etmekte ve bu alandaki kural ve yönetmelikler uluslararası örgütler tarafından oluşturulmaktadır.

Türkiye'nin Akdeniz, Ege, Marmara ve Karadeniz ile doğrudan kıyısı ve limanlarının olması, hinterlandının genişliği ve ticaret hacmi ile transit geçiş avantajları, gelecekte bölge ekonomilerinin büyümesinde rol oynaması bakımından lojistik bir üs olabilme potansiyeli oldukça yüksektir

#### **4.6.5.3. Havayolu Taşımacılığı**

Havayolu taşımacılığında kullanılan araçların oldukça hızlı olması dolayısıyla ulaştırmanın da en kısa sürede yapılması sağlanmaktadır. Bununla birlikte havayolu taşımacılığı, birim ağırlık başına taşımacılığın en yüksek maliyetlerle yapıldığı türdür. Karayolu taşımacılığında olduğu gibi kapıdan kapıya hizmet verme olanağı son derece sınırlıdır. Fakat günümüzde yaşanan uluslararası rekabet bu türün gelişmesini hızlandırmakta; modern havaalanları, son teknoloji ürünü araçlar, geliştirilmiş kapasiteler ve ileri depolama sistemlerinin varlığı, havayolu taşımacılığının yaygın bir biçimde yapılmasına olanak tanımaktadır. Havayolu taşımacılığı, yükleme ve boşaltmaların sık aralıklarda yapılabildiği güvenilir ve esnek bir taşımacılıktır.

#### **4.6.5.4. Demiryolu Taşımacılığı**

Demiryolu taşımacılığı, ağır ve hacimli yükler için çok yüksek maliyetlere katlanılmadan yapılabilecek bir taşımacılık türüdür. Demiryolları üzerindeki merkezlerin sayısına bağlı olarak verilen hizmetin sınırlı olduğu söylenebilir. Bu taşımacılık türünde kullanılan araçların hız kapasiteleri, demiryolu altyapısı ile paralellik göstermektedir. Kömür, demir gibi yer altı kaynakları ile tarım ve orman ürünlerinin alıcı merkezlerine aktarımı demiryolu taşımacılığıyla yapılabilmektedir. Çevre dostu olan bu taşımacılık türü, uzun mesafeli taşımalarda ciddi maliyet avantajı sağlamaktadır. Kitle taşımacılığına elverişli olması ile diğer taşıma türlerinden kaynaklanan yoğunlukları azaltıcı bir etki yaratmaktadır.

Mevcut altyapı yatırımları; demiryolunun inşası, işletilmesi ve bakımı yüksek ilk yatırım maliyetleri gerektirmektedir ve bu yatırımlar çoğunlukla devlet tarafından üstlenilmektedir. Dolayısıyla devlet tarafından işletilen demiryollarının bulunduğu ülkelerde bu türdeki taşımacılık faaliyetleri kamu organizasyonlarının etkinlik ve verimliliği ile doğru orantılıdır. Ulusal ve uluslararası hatlara yeni hukuki düzenlemeler ve tarifeli sefer sayıları gibi konular özel sektör ve kamu kurumları arasında sıkı bir işbirliğini gerektirmektedir.

#### **4.6.5.5. Nehir Yolu Taşımacılığı**

Nehir yolu taşımacılığı bir su yolu taşımacılık türü olup "iç su yolu taşımacılığı" olarak da adlandırılmaktadır. Diğer taşımacılık türlerinden en önemli farkı taşımacılığın nehrin geçtiği bölgelerle sınırlı kalmasıdır. Özel taşıma araçlarına ihtiyaç duyulmakta olup, araç kapasiteleri genellikle suyun derinliğine bağlı olarak değişmektedir. Avrupa'da yaygın

kullanım alanı olan bu taşımacılık türünde, nehirlerin uzun olması ve birçok ülkeden geçmesi bu bölgede ticareti artırıcı bir sonuç doğurmaktadır.

#### **4.6.5.6. Boru Hattı Taşımacılığı**

İlk yatırım maliyeti yüksek olan bu tür, uzun vadeli planlar içerisinde sürekli taşımacılık için öngörülür. Hem kısa hem de uzak mesafeler için kullanılabilen bir taşımacılık türüdür. Yer altı veya yerüstü boru hattı taşımacılığı olarak iki sınıfta toplanmaktadır. Yaygın olarak petrol, doğalgaz, su gibi sıvı ve gaz maddelerin taşımacılığında kullanılır. Yüksek kapasite imkanı sağlamaktadır. Diğer taşıma şekilleriyle kıyaslandığında son derece ekonomiktir. Güvenilirdir; fakat esneklik derecesi son derece düşüktür (Çancı ve Erdal 2009).

#### **4.7. Lojistiğin Bölümleri**

Bir işletmede yürütülen lojistik faaliyetleri dört ana başlık altında toplamak mümkündür.

- Tedarik lojistiği
- Üretim lojistiği
- Dağıtım lojistiği
- Tersine lojistik (Çakırlar 2009).

##### **4.7.1. Tedarik lojistiği**

"*Temin tedarik lojistiği*" kavramı, lojistiği iki ana bölümde inceleyerek yeni bir yaklaşım getirenlerin kullandığı bir kavramdır, "*üretim lojistiği*" olarak da kullanılmaktadır. Bu kavramla ifade edilen bir lojistik faaliyet sonucu elde edilen ürünün imalatının tamamlanıp tüketici veya kullanıcıya verilmeye kadar geçen süreçtir. Bu sürece araştırma, tasarım, geliştirme faaliyetleri de dahil edilmektedir. İhtiyaçların tespiti, kaynak planlaması, proje yönetimi, entegre lojistik destek planının hazırlanması, teknik ve idari şartnamelerin hazırlanması, araştırma, tasarım, geliştirme ve üretim, kalite güvencesi ve kontrolünün temini, güvenilirlik ve hata analizlerinin yapılması, emniyet standartlarının belirlenmesi, deneme ve testlerin icra edilmesi, dokümantasyon faaliyeti, kodifikasyon, konfigürasyon kontrolü ve modifikasyon, muayene, test, kabul, teslim ve teslim faaliyetleri gibi konuları içerir. ABD ordusu tarafından askeri açıdan yapılan bir tanımına göre, tedarik lojistiği yeni bir silah sistemi için personel ve malzeme lojistik desteği için gerekenlerin tümüdür. ABD Hava kuvvetlerinin resmi tanımı " Hava kuvvetlerinin sistem, alt sistem ve ekipmanları için gerekli olan malzemelerin tedariği süresince lojistik destek kabiliyet ihtiyaçlarını sistemli olarak tanımlama, belirleme, dizayn etme, geliştirme, üretme, satın alma, dağıtma, yükleme ve geliştirme sürecidir." şeklindedir (Keskin 2010).

#### **4.7.2.Üretim lojistiği**

Üretim lojistiği, sadece endüstriyel işletmelerde kullanılan, işletmenin içerisindeki bütün mal akışlarının ve onlara ait bilgi akışlarının planlanması, yönetimi ve kontrolünü kapsamaktadır. Malzemenin depolanması, dağıtımı, ulaştırılması, bakımı, kullanılması ve envanterden çıkarılması ile ilgilenen koludur. Bu kavramla ifade edilen, bir lojistik faaliyet sonucu elde edilen ürünün imalatının tamamlanıp tüketici veya kullanıcıya verilmeye kadar geçen süreçtir. Bu sürece araştırma, tasarım, geliştirme faaliyetleri de dahil edilmektedir. İhtiyaçların tespiti, kaynak planlaması, proje yönetimi, entegre lojistik destek planının hazırlanması, teknik ve idari şartnamelerin hazırlanması, araştırma, tasarım, geliştirme ve üretim, kalite güvencesi ve kontrolünün temini, güvenilirlik ve hata analizlerinin yapılması, emniyet standartlarının belirlenmesi, deneme ve testlerin icra edilmesi, dokümantasyon faaliyeti, konfigürasyon kontrolü ve modifikasyon, muayene, test, kabul, teslim ve teslim faaliyetleri gibi konuları içerir.

#### **4.7.3.Dağıtım lojistiği**

Bu süreçte üretim işlemi tamamlanmış olup, üretilen malların pazara ve müşterilere ulaştırılması sağlanmaktadır. Üretim sonrası lojistik süreci; fiziki dağıtım kanallarını da içine alan ve malın müşteriye ulaştırılmasına dönük faaliyeti kontrol altında tutan bir iş akışıdır. Buradaki faaliyetlerin önemli bir kısmını, fiziksel dağıtım hizmetleri oluşturmaktadır. Bunların içerisinde en temel olanları ise; ambalajlama, depolama, nakliye vb.dir. Dağıtım lojistiği, kullanıma hazır ürünlerin işletme sınırlarından çıkmasıyla başlamakta ve satıcı ya da son kullanıcıya ulaşmasıyla son bulmaktadır. Ürünün teslimindeki son halka olması ve müşterilerle en yakın temasın sağlandığı nokta olması dolayısıyla lojistiğin en önemli bölümü olarak nitelendirilebilir (Çakırlar 2009).

#### **4.7.4.Tersine lojistik**

Tersine lojistik, bütünleşik çevresel yönetimin bir bölümünü oluşturmaktadır. Bütünleşik çevresel yönetim, işletmenin değer zincirindeki her bir unsurunun tedarik zincirinin başlangıcından sonuna kadar aynı zamanda ürünün yaşam eğrisinin başından sonuna kadar ekolojik çevreye yapmış olduğu toplam etki sürecini kapsamaktadır. Pazarlama fonksiyonu genişlediğinde, yeşil pazarlama ismini almaktadır. Yeşil pazarlama, pazarlama disiplini, kamu politikaları süreci ve ekolojik çevre arasındaki ilişkiyi göz önüne almaktadır. Bu ilişkide birçok kavram ifade edilmektedir; bu kavramlar ise, çevresel pazarlama, ekolojik pazarlama, yeşil pazarlama ve sürdürülebilir pazarlamadır. Söz konusu kavramlar, işletmelerin sosyal sorumlulukları gereği olarak ekolojik çevreye vermiş oldukları zararın en aza indirilmesi amacı doğrultusunda uygulanmaktadır.

Carter ve Ellram (1998) tersine lojistiği, şirketlerin yeniden kazanım, yeniden kullanım ve malzeme miktarını azaltma yoluyla çevresel anlamda daha etkin olabildiği bir süreç olarak ifade etmekte ve konuya dar anlamda bakıldığında bunun dağıtım maliyetlerinin azaltılmasında, kaynak yatırımları seviyesinde azalma ve müşteri memnuniyetinin geliştirilmesi kapsamında doğrudan faydaları olduğuna inanılmaktadır. Tersine lojistiğin değerin yeniden ele geçirilmesi ile şirkete önemli bir katkısı olabilmektedir. Tersine lojistiğin etkinliğinin artırılması işletmelerin pazarda başarılı olmalarını sağlayabilmektedir. Ürünlerin tamir, yeniden düzenleme ve yeniden üretime alınması fırsatların yakalanması suretiyle karlılığı arttırabilmektedir. Tersine lojistik müşteri memnuniyetini de olumlu yönde etki etmektedir (Kayabaşı 2010).

#### **4.8. Tekstil ve Hazır Giyim Lojistiği**

Tekstil ve Hazır Giyim sektöründe ürün grupları çok çeşitlidir. Ürünler temelde İplik grubu, Tekstil Grubu, Hazır Giyim Grubu, Saraciye Grubu ve Ayakkabı Grubu şeklinde incelenebilmektedir.

Bununla birlikte tekstil ürünleri kullanılan hammaddenin özelliklerine de göre farklı sınıflarda yer alabilmektedir. Bu amaçla tekstil ürünleri “Doğal Hammadde Tekstil Ürünleri”(pamuk, yün, jüt keten, rami vs.) ve “Sentetik Hammadde Tekstil Ürünleri”(polyester, naylon, perlon) olmak üzere iki bölüme ayrılmaktadır. Doğal Hammadde Tekstil Ürünleri tarım ve hayvancılık kökenli iken, sentetik ürünlerin büyük bölümü petrol türevi sanayi ürünleridir.

Hazır Giyim kavramı ise; standart ölçülere göre seri olarak üretilmiş ve satışa sunulmuş giyim eşyasını tanımlamaktadır.

Küreselleşme süreci tekstil ve hazır giyim sektöründe iki tür yapıyı birden geliştirmiştir. Tekstil sektörünün yapısının “birinci grupta” modern teknoloji ile tasarımın birleştirdiği yüksek kaliteli ürünlerin hakim olduğ u ”moda sektörü” vardır. Sektörün diğer alanında ise standart kalite düzeyinde ürünler bulunmaktadır.

Tekstil ve Hazır Giyim Lojistiğine konu olan materyaller genel olarak tamamlanmış ürünler ile tekstil endüstrisinde kullanılacak hammadde ve yardımcı maddelerden meydana gelmektedir. Tamamlanmış ürünler son kullanıcı tarafından kullanıma hazır “hazır giyim” ürünleri olarak tanımlanabilmekte, bu ürünlerde bayan erkek ve çocuk grubu ürünler olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Sektör mevsimsel bir niteliğe sahip olup, tekstil lojistiği diğer endüstrilere yönelik lojistik süreçlerden farklı özellikler barındırmaktadır.

Tekstil üreticileri için siparişler, ilgili sezonun yaşanmasından çok önce başlamaktadır. Ayrıca sezon iç i talep değişiklikleri olabilmektedir. Günümüzde müşteri zevk ve beğenileri



sıklıkla ve aniden değişebilmektedir. Bu nedenle üretilen ürünlerin bir kısmı pazara sunulmadan veya sunulduktan kısa bir süre sonra atıl bir hale dönüşebilmektedir. Diğer yandan tekstil endüstrisinde tasarım süreci giderek kısalmaktadır.

Bu nedenle tekstil tedarik zinciri planlaması talep dalgalanmaları, müşteri istek ve ihtiyaçları veya moda kaynaklı değişmelerden dolayı giderek zorlaşmaktadır. Tekstil sektöründe en önemli ilkelerden birisi planlamadır. Hammaddeme temininden ürünün son kullanıcıya ulaşmasına kadar olan tüm sürecin iyi planlanması ve yönetilmesi gerekmektedir. Üreticinin sipariş, miktar ve devamlılık değişkenliği karşısında talebin üzerinde ne kadar üretirsem zararım olur ile talep altında ne kadar üretirsem satış kaybı yaşarım sorularına cevap araması gerekmektedir. Bu anlamda üretici hangi üründen kalem kalem ne kadar üreteceğini risk havuzlaması metoduyla toplam talebi tahmin etmeye çalışabilmektedir. Aynı zamanda her bir ürün için toplam talep en yakın ihtimalleri belirlenmek zorundadır.

Tekstil sektörü için lojistik faaliyetler hayati bir önem taşımaktadır. Bunun nedenleri arasında ürünlerin devir hızının yüksek olması ve pazardaki talebin dönemsel olması gelmektedir. Tekstil ürünlerinin belirli bir dönemde pazara arz edilmeleri gerektiğinden tedarik zinciri ile ilgili planlamanın mükemmel olması gerekmektedir.

Tekstil ürünlerinin hammaddelerini ürün toplama, etiketleme, ütüleme askılama, sipariş alma, taşıma, dağıtım kanallarının kontrolü, teslim ve ters lojistik süreçleri içinde yer alan birimlerin oluşturduğu zincire denir. Bu zincire günümüzde kalite kavramı ve sürecin her alanında yalın ve çevik lojistiği uygulamaları da eklenmiştir.

Tedarik Lojistik Süreci; Tedarik zincirinin en hayati aşamalarından birisi hammadde yarı-mamul ve hazır parça lojistik sürecidir. Bu aşamada pazardaki talepler belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu parametrelere göre üretilecek ürünün tasarımına geçilmektedir. Tasarım aşamasından sonra üretilmesi kararlaştırılmış ürünü oluşturan hammadde ve yardımcı maddeler belirlenir. Planlama aşamasında ürünü oluşturan bileşenlerin belirlenmesinin yanı sıra bu bileşenlerin miktarı ve nereden, ne sıklıkla tedarik edileceği de belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu çalışmalar ürünün kalitesi, yasal sorumluluklar ve hedef tüketici/pazar yapısına göre değişmektedir.

Hammadde ve yardımcı maddeler yurt dışından tedarik edilebildiği gibi yurt içinden de temin edilebilmektedir. Bu aşamada önemli olan olabildiği kadar kısa bir zaman dilimi içersinde karar alma ve satın alma süreçlerinin tamamlanmasıdır. Aksi halde bu aşamada bir gecikme üretim sürecini de etkileyebilecek, ürünlerin pazara ulaşmasını erteleyebilecektir.

#### **4.8.1. Tekstil Ürünlerinin Taşınması**

Tekstil ürünlerinin taşınmasında iki tür araç ve konteyner tipi kullanılmaktadır. Özellikle koli ile ürünlerin taşınmasında düz tenteli treylerler kullanılırken askılı ürünlerde askılı araçlar kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra konteynerlarda da askılı tekstil ürünleri taşınabilmektedir.

Üretim alanında son kontrolleri yapılan ve ambalajlanan ürünler etiketlenerek hareketli askılara asılmaktadırlar. Bu hareketli askılar yükleme rampasına yanaşmış olan taşıma kabına doğrudan yüklenebilmektedir. Bu tür ekipmanlar askılı ürünlerin tek tek asılması sonucu meydana gelebilen zaman kayıplarını da ortadan kaldırabilmektedir. Diğer bir avantajı ise elleçlemeyi en aza indirebilmede önemli avantaj sağlamasıdır.

Yükleme öncesinde yüklemenin yapılacağı araçların belirlenmesi gerekmektedir. Araçlar ve araç plakaları belirlendikten sonra operatör tarafından bir yükleme formu SCF (Shipment Confirmation Form) oluşturulur. Yükleme formunda yüklenen malın miktarı, beden numaraları, renkleri ve diğer bilgileri ile birlikte taşıma süreciyle alakalı bilgiler almaktadır.

Düzenlenen formda yer alan bilgilere göre yükleme öncesi gönderilecek ürünler son kez kontrol edilerek araca yüklenir. Yükleme formu taşıma şirketi yetkilisi tarafından da imzalanarak teslim alma teyit edilmiş olur. Tek tip ürün yüklenecekse ürün üzerindeki etiketin aynısı yükleme formuna da yapıştırılır. Araç yüklendikten sonra ilgili evraklar ( İrsaliye, fatura, konşimento vs. ) sürücüyeye teslim edilir ve araç yola çıkartılır.

Bu özelliklere göre yükleme yapıldıktan sonra yola çıkan araç satış noktasına ulaştığında sürücü alıcıya yükleme formu ile birlikte diğer evrakları teslim etmektedir. Alıcı bu evraklar ile araç içerisindeki ürünleri karşılaştırmakta herhangi bir farklılık olmaması halinde teslim formunu imzalayarak malları teslim almaktadır.

#### **4.8.2. Tekstil Ürünlerinin Taşınmasında Sağlanması Gereken Koşullar**

Tekstil ürünlerin taşınmasında kullanılacak araçların özellikle yük taşıma bölümlerinin kuru ve temizlenmiş olması gerekmektedir. Aynı zamanda ürünün taşınması sırasında araç içerisindeki sıcaklığın 10 °C ile 30 °C arasında olması gerekmektedir. Uygun koşul ise normal hava sıcaklığında 20 °C ( ±5 °C) dir.

Tekstil ürünleri güneş ışığından önemli ölçüde etkilenmektedir. Dolayısıyla taşıma ve depolama süreçlerinde ürünün doğrudan güneş ışığına maruz kalması önlenmeli, ürünler üzeri kapalı araçlar veya konteynerler ile taşınmalıdır. Bunun yanı sıra ürünler kimyasal etkenler ile biyolojik etkenlere de maruz kalabilmektedir. Bu nedenle tekstil taşınması yapılan bir araçla kimyasal madde taşınması yapılmamalı, tekstil ürünlerinin taşınmasında önce araç biyolojik

organizmalara karşı ilaçlanmalıdır. Ek olarak ta fiber malzemeli taşıma araçları mikroorganizma ve kemirgenlere olanak tanıdığı için tercih edilmemelidir.

Özellikle sentetik ürünlerin taşınmasında ısı meydana getirebilecek etkenler kontrol altına alınmalıdır. Sentetik tekstil ürününün taşınacağı araçlarda akülerin en fazla 24 volt olması gerekmektedir. Aynı zamanda sürücülerin ve diğer personelin yükleme ve boşaltma sırasında sigara içmeleri ve araca en az 30 metre mesafede açık ateşle yaklaşmaları tehlike yaratmaktadır.

Diğer bir zarar verici etken de paslanmadır. Bu nedenle taşıma kabının en azından iç kısmı ve ürünlerin asılacağı askılıklar paslanmaz malzemeden boyalar ile boyanmış olmalıdır.

#### **4.8.3. Tekstil Ürünlerinin Depolanması ve RFID Uygulamaları**

Geleneksel yöntemlerle yapılan etiketlenmelerin ve ürünlerin kimliklerinin elle yapılması ve herhangi bir bilgisayar tekniğinin kullanılmaması depodan yapılan teslimatlarda gecikmelere, stokların artmasına, kontrol ve takip esnasında sıkıntıların yaşanmasına neden olmaktadır. Günümüzde birçok depolama şirketi, ütüleme, presleme, poşetleme gibi hizmetleri de yapılarında barındırmaktadırlar. Özellikle bazı depolama şirketlerinin perakende mağazalar ile birebir özel EDI sistemi adı verilen bilgisayarlı sistemleri vardır.

Kolili ve askılı ürünlerin depolanması ürünleri kolayca askı boyunca hareket ettirmek için sürgülü bir sistem kullanılmaktadır.

Son yıllarda gelişen RFID sistemleri, tekstil sektöründe bu zayıflıkları ortadan kaldırmak için önemli yatırımlar yapmıştır. Geliştirilen projelere, yalın ve çevik bir tedarik zincirinin yönetimini hedeflemektedir. Bu sistemin temel işleyişi depo içerisine yerleştirilen radyo frekans sistemlerini algılayan çipler aracılığıyla depodan çekilen ürünler aynı anda frekans sistemi ile ana bilgisayara aktarılmaktadır. RFID okuyucusu rayın üzerinde giderek sayım yapmaktadır.

RFID Tekstil lojistiğinde şu alanlarda kullanılabilir; üretimde (ürünün tanımlama ve üretim siparişlerinin kontrolü ), depolama ( ürünün yeri ve envanteri için ), ulaşımda ( araçları yükleme ve boşaltmasının kontrolü ), mağazalarda ( gelen malların direkt olarak kontrolü ve gelen mallarda hata tespit işlemleri, depolarda hırsızlığının önlenmesi ve mağazalarda direkt olarak bir bilgi akışının sağlanması ve böylece perakendecilere ve mağazalarda hangi ürünün yenilenmesi hakkında gerçek zamanlı bilgiye erişilmesi hedeflenmektedir.)

RFID sistemlerinin tekstil sektöründe kullanılması fiyatlamının elektronik olarak hesaplanmasıdır. Böylece ürünler tek tek fiyatlandırma yerine askıya yerleştirecek bir sistemle bir bilgisayar kontrolü ile yapılabilecek ve fiyat değişimleri anında yansıtılacaktır (Erdal ve Ark.2008).

## 5. DIŞ TİCARET

### 5.1. Dış Ticaretin Tanımı

Dış ticaret; bağımsız ölkeler arasında gerçekleştirilen mal, hizmet, sermaye ve fikri mülkiyet hakları ticaretinin tümüdür. Bu anlamda dış ticaret, bir ölkede üretilen malların başka ölkelerde veya bölgelerde satılması, dağıtılması ve başka şekillerde fayda yaratılması yoluyla tüketicilere veya aracılar sunulması faaliyetlerinin tümünü kapsar. En dar anlamda dış ticaret, İthalat ve İhracat faaliyetleridir.

### 5.2.Dış Ticaretin Özellikleri

Dış Ticaretin iç ticaretten farklı özellikleri vardır. Bunlar:

- a- Dış ticarete kullanılan para birimleri farklıdır. Bu nedenle, milli para ile yabancı paralar arasında bir değişim oranı(döviz kuru) ortaya çıkar. Diğer yandan, ihracat bedellerinin yurda getirilmesi veya ithalat bedellerinin dıŐarı transferi ile ilgili olarak kambiyo mevzuatı vardır.
- b- Dış ticaret, ölkemizin tarım, sanayi ve hizmetler sektöründe ciddi kayıplara ve zararlara neden olabilir. Bu nedenle dış ticarete korunma önlemleri, gümrük vergileri ve benzeri dış ticaret politikası önlemleri gerekebilir.
- c- Dış ticaret, ölkede ödemeler dengesi açıklarına, dış borçların aşırı büyümesine ve kronikleşmesine, dolayısıyla döviz kurunda aşırı dalgalanmalara ve bu dalgalanmaların ölkede yarattığı krizlere neden olabilir. Bu nedenle dış ticaret iyi yönetilmelidir.
- d- Devletler; gümrük tarifelerini gelir sağlamak amacıyla olduğu kadar yurt içindeki üretimi koruyacak şekilde hazırlayarak, mal ve ölkede itibarıyla miktar kontrolleri uygulayarak dış ticareti bir ekonomi politikası aracı olarak kullanabilirler.
- e- Ölkelerin, döviz alım satımını devletin denetimi altına alarak kontrol etmek gibi dış ticaret politikası önlemleri ile, üretimin yapısı, gelir dağılımı ve hatta ölkede teknoloji yapısı bile etkilenebilir.
- f- Dış ticaret, ölkelerin ekonomik ve siyasal açıdan dünyada söz sahibi olma, zenginleşme, kalkınma ve ekonomik birimlerin yararlarının maksimize edilmesi açısından önem taşır. İleri teknoloji üretimleri ile desteklenen istikrarlı makroekonomik yapıların varlığı o ölkede dış ticarete yüksek rekabet gücüne sahip olması anlamına gelir.

- g- Dış ticarete tarafların sayısı iç ticarete oranla çok daha fazladır, ayrıca kendine özgü işlem tekniklerinden dolayı iç ticaretten daha karmaşık bir yapıya sahiptir, dolayısıyla ayrı bir uzmanlık dalı haline gelmiştir.
- h- Dış ticarete kullanılan belgelerin sayısı nicelik itibariyle iç ticarete oranla belirgin biçimde fazlalık ve farklılık taşır.

### **5.3.Dış Ticaretin Nedenleri**

Ülkelerin birbirleriyle dış ticaret yapmalarının nedenleri şunlardır.

- a- Ülkelerin iklim ve kültür farklılıkları, her ürünün üretilmesi, saklanması ve pazarlanması için uygun olmayabilir. Bu nedenle, değişik iklimler, değişik kültürlerin oluşmasına neden olur. Ancak hızlı iletişim teknolojisi sonucu, kültürel etkileşim hızlanır ve yerel kültür ürünleri, tüm dünyada tanınarak dış ticarete konu olabilir.
- b- Ülkelerin teknolojik gelişmişlik düzeyleri farklıdır. Bu nedenle, ileri teknolojiye sahip ülkeler, ileri teknoloji ürünleri üretirken, düşük teknolojiye sahip ülkeler geleneksel tüketim ve yaşam ürünleri üretiminde yoğunlaşarak bu malların dış ticaretini gerçekleştirirler. Ortaya çıkan bu farklı uzmanlaşma yapısı ülkeleri dış ticarete zorlamaktadır.
- c- Ülkelerin girişimcilik ruhu, sermaye birikimi ve özellikle yetişmiş iş gücü potansiyeli farklıdır. Bu farklılık, üretimin ve dolayısıyla dış ticaretin yapısını değiştirir. Bu üretim ve ticaret yapısının farklılığı ülkeleri dış ticarete zorlamaktadır.
- d- Ülkelerin zevk ve tercihleri de farklıdır. Bu farklılık başlangıçta dış ticaretin gelişmesini engelleyen bir etken iken, gelişen iletişim teknolojisi sonucu, insanların farklı mallar ve ürünlerin tüketilmesine duyduğu özeni ülkeleri dış ticarete yöneltmektedir.
- e- Ülkeler arasında kaynaklar ve malların üretiminde kullanılan teknolojiler farklıdır. Bu durum, farklı uzmanlaşma alanlarının ortaya çıkmasına ve farklı maliyet yapılarına yol açar. Bu durum da malların farklı ülkelerde farklı fiyatlarla satılmasına neden olur. Fiyat farklılığı ülkeler arasında dış ticarete neden olan en önemli faktörlerden biridir.
- f- Ülkeler arasında şekil, tasarım, kalite, imaj, tanıtım ve pazarlama, finansman, satış sonrası hizmetler gibi mal ve hizmet farklılıkları dış ticarete neden olmaktadır.
- g- Dış ticarete entelektüel (fikri) mülkiyet haklarının küresel anlamda korunması, bir ürünü ilk icat eden ülkeye veya bir ürünün yıllardır üretildiği bölgeye (coğrafi işaretler) belli bir süre tekel hakkı tanımaktadır. Bu nedenle, bir ülkede entelektüel

mülkiyet hakları ile korunan bir ürünü tekel hakkı olan ülkeden veya üreticiden satın alma zorunluluğu dış ticarete neden olmaktadır.

#### **5.4.Dış Ticaretin Yararları**

Dış ticaretin ülke ekonomisine ve işletmelere sağladığı yararlar şunlardır;

- a- Döviz gelirlerinin artması, yatırımların hızlanması ve dolayısıyla istihdamın artması, ülke sanayinin dış rekabete açılarak daha kaliteli ve ucuz mal üretilmesi, ülke ihraç mallarının yurt dışında tutundurma ve kalite arayışlarının ülkeye teknoloji, kalite ve marka imajı kazandırması
- b- Yurt içi ekonomide durgunluk yaşandığı dönemlerde dış pazarlara yönelen işletmelerin, satış düzeylerini dolayısıyla üretim ve istihdam düzeylerini sürdürmeleri ve iç Pazar daralmalarının büyük çaplı bir işsizliğe yol açmadan geçiştirilmesi,
- c- Dış ticaret nedeniyle pazar payı genişleyen işletmelerin daha fazla gelir elde etmeleri ve dolayısıyla daha fazla araştırma-geliştirme ve reklam kaynağına sahip olmaları,
- d- Dış ticaret uzmanlık gerektiren bir alan olduğundan, dış ticaretin ülkenin yönetici vizyonu nu geliştirmesi ve şirketlerin dış ticaret departmanlarının kurulmasını veya gelişmesini özendirilmesi, sektörel dış ticaret şirketlerinin önemini artırması,
- e- Dış ticaretin ülkenin üretim ve sanayileşme yapısını değiştirmesi ve kapalı ekonomide otomobilden çocuk bezine karlılığı olan her ürünü üreten işletmelerin yerine az sayıda üründe uzmanlaşarak dünya markası olma yolunda çaba gösteren işletme yapısının oluşmasını sağlaması,
- f- Özellikle gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından olan aşırı dış borçların ödenmesi ve dış ticaret açığının kapatılması yolunda mal ve hizmet ihracatı şeklinde dış ticaretin en önemli faktör olması,

#### **5.5.Dış Ticaret Türleri**

Dış ticaretin normal ticaret, bağlı ticaret, sınır ticareti ve serbest bölge ticareti olmak üzere dört türü vardır. Bunlar;

- a- Normal ticaret; bir ülkenin dış ticaret ve kambiyo rejimleri çerçevesinde ve serbest döviz ile yapılan, mevzuat ile özel bir ayrıcalık tanınmayan ticarettir.
- b- Bağlı ticaret; iki ülke arasında yapılan ticari sözleşme gereğince ihracatçı ülkenin ithalatçı ülkeden ihracat bedeli için döviz dışında bir işlem talep etmesi şeklinde yapılan ticarettir.
- c- Sınır ticareti; komşu iki ülke arasında özel anlaşmalara dayanılarak yürütülen ve her iki ülkenin sınır ve kıyı bölgelerine yakın yerleşim yerlerini kapsayan ticarettir.

d- Serbest bölge ticareti; bir ülke ile o ülkenin veya bir başka ülkenin ulusal egemenlik sınırları içinde bulunan ancak gümrük sınırları dışında sayılan, ülkede geçerli olan mali ve ekonomik mevzuatın kısmen veya tamamen dışında tutulduğu bölgeler ile yapılan ticarettir. Serbest bölgeler, ticaret serbest bölgesi ve üretim serbest bölgesi olmak üzere ikiye ayrılır (Gültekin ve Savcı 2010).

### **5.6.Dış Ticarete Teslim Şekillerinin (Incoterms) Amacı ve Kapsamı**

Teslim Şekilleri'nin (Incoterms) amacı, dış ticaret alanında en yaygın kullanılan terimlerin yorumu için bir dizi uluslararası kural oluşturmaktır. Böylelikle bu tür terimlerin değişik ülkelerde yapılan farklı yorumlarının oluşturduğu belirsizlikler ortadan kalkacak veya en azından büyük ölçüde azaltılmış olacaktır.

Belirli bir sözleşmenin tarafları çoğu durumda diğer ülkelerdeki farklı ticari uygulamalardan 'haberdar değildirler. Bu durum yanlış anlamalara, ihtilaflara ve işin mahkemeye intikaline, aynı nedenle zaman ve para kaybına neden olabilmektedir.

Burada Dış Ticarete teslim şekilleri kapsamının; satış sözleşmesinin taraflarının, satılan malların teslimine ilişkin hak ve yükümlülükleriyle sınırlı olduğunu vurgulamakta fayda vardır.

Dış Ticarete teslim şekilleri hakkında özellikle iki kavram yaygın olarak yanlış kullanılmaktadır.

1- Öncelikle, Dış Ticarete teslim şekilleri 'nin satım sözleşmesinden ziyade taşıma sözleşmesine uygulanacağı yanılığına düşülmektedir.

2.- İkinci olarak, kimi zaman hataya düşülerek I Dış Ticarete teslim şekilleri 'nin tarafların sözleşmede bulundurmak isteyecekleri tüm yükümleri kapsayacağı sanılmaktadır.

Oysa Milletlerarası Ticaret Odası tarafından daha önce de belirtildiği gibi, Dış Ticarete teslim şekilleri sadece satıcı ve alıcı arasında satım sözleşmesinden kaynaklanan ilişkilerle ve bunların da sadece belirli çehreleri ile ilgilidir.

İhracat ve ithalatçıların, uluslararası bir satım işlemini gerçekleştirebilmek için değişik sözleşmeler arasındaki ilişkileri göz önüne almaları önemli ise de, burada sadece satım sözleşmesi değil; taşıma, sigorta ve finansman sözleşmeleri de gereklidir. Incoterms, bu sözleşmelerden sadece birisiyle, ismen belirtmek gerekirse satım sözleşmesiyle ilgilidir.

Bununla beraber tarafların belirli bir Incotermsin kullanılması konusunda anlaşmaları, kaçınılmaz olarak diğer sözleşmeleri de etkileyecektir. İkinci bir nokta, Incoterms, satıcının malları, alıcının tasarrufuna bırakma veya taşıma için teslim etme veya varış noktasına teslim

gibi taraflara yüklenmiş belirli borçları ve gerekli durumlarda hasarın karşılanması hususlarını düzenler.

Ayrıca malların ithalat ve ihracat için gümrüklenmesi ve ambalajlanması borçları ile alıcının malları teslim alma ve ilgili yükümlülüklerin gereği gibi yerine getirildiğini kanıtlama borçlarını da düzenler.

Incoterms satım sözleşmelerinin uygulanması için büyük önem taşımakla birlikte böyle bir satım sözleşmesinden kaynaklanabilecek mülkiyetin devri ve diğer mülkiyet hakları; sözleşmenin ihlali ve bu ihlali takiben ortaya çıkan sonuçlar; belirli durumlarda sorumluluktan kurtulma halleri gibi birçok sorunla ilgilenmemektedir. Incoterms'in tam bir sözleşme elde etmek için gerekli olan sözleşme şartlarının; ki bunlar standart şartlar veya ayrıca müzakere edilmiş geçmek gibi bir işlevi de yoktur.

Sonuç olarak, Incoterms öncelikle malların ulusal sınırlar dışında satımında kullanılması amacıyla oluşturulmuştur. Bundan dolayı da uluslararası ticari terimlerdir.

Uluslar arası teslim şekilleri dört temel grupta sınıflandırılmaktadır.

**Grup E:**Satıcının sorumluluğu en az seviyededir ve genellikle malları kendi iş yerinde alıcının tasarrufuna bırakmakla yükümlüdür. (EXW)

EXW İş yerinde teslim ( .....olarak belirtilen yerde)

**Grup F:**Satıcının, alıcının verdiği talimat üzerine malların taşınması amacıyla teslim etmesini gerektirir. ( FCA,FAS,FOB)

FCA Taşıyıcıya masrafsız ( .....olarak belirtilen yerde)

FAS Gemi doğrultusunda masrafsız ( .....olarak belirtilen yükleme limanında)

FOB Gemide masrafsız ( .....olarak belirtilen yükleme limanında)

**Grup C:** Satıcının taşıma için alışılmış şartlar altında ve masrafları kendisine ait olmak üzere sözleşme yapmasını gerektirir. Dolayısıyla ilgili "C" teriminden sonra satıcının hangi noktaya kadar taşıma masraflarını karşılayacağını açıkça belirtmesi gerekmektedir. ( CFR, CIF, CPT, CIP )

CFR Mal bedeli ve Navlun ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)

CIF Mal bedeli, Sigorta ve Navlun ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)

CPT Taşıma ödenmiş olarak ( varış yeri .....olarak belirtilmek suretiyle)

CIP Taşıma ve Sigorta ödenmiş olarak ( varış yeri .....olarak belirtilmek suretiyle)

**Grup D:** Satıcı malların, sınırda ya da ithal ülkesi içinde kararlaştırılan yere ya da varış noktasına ulaşmasından sorumludur. Satıcı bu yere malların getirilmesi ile ilgili bütün masraf ve hasarları karşılamalıdır. Bu nedenle "C" li terimler yüklemede satışları ifade ederken "D"li terimler boşaltma satışları ifade eder. ( DAF, DES, DEQ, DDU, DDP )



DAF Sınırdaki teslim ( .....olarak belirtilen yerde)  
DES Gemide teslim ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)  
DEQ Rıhtımda teslim ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)  
DDU Gümrük resmi ödenmeksizin teslim ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)  
DDP Gümrük resmi ödenmemiş teslim ( varış limanı .....olarak belirtilmek suretiyle)  
(Çancı ve Erdal 2009).

## 6. TÜRKİYE'DE TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN DURUMU

Tekstil ve hazır giyim sektörü, dünyada en ileri düzeyde küreselleşen sektörlerden biridir. Aynı zamanda, bu sektörler birçok ülkede önemli bir istihdam ve gelir kaynağı durumunda bulunmaktadır. Genelde emek yoğun bir çalışma gerektiren tekstil ve hazır giyim sektörü ürünleri, insan yaşamında beslenme ve barınma ihtiyaçları ile birlikte vazgeçilmez nitelik taşımaktadır. Bu özelliği ile tekstil ve hazır giyim sektörü, ülkelerin sanayileşme hareketlerinin ilk dönemlerinden itibaren öncelikli sektörler sıralamasında hep yer almıştır. Tekstil ve hazır giyim, üretim sektörleri içinde yüksek istihdam ile katma değer ortaya çıkarması nedeniyle ekonomik kalkınma sürecinde önemli bir alan olup, aynı zamanda, dünyanın sanayileşme sürecine önemli katkılar sağlamıştır. Özellikle, İngiltere, Japonya ve Kuzey Amerika'nın bazı bölgelerinin endüstrileşmesinin ilk aşamalarında çok önemli bir rol oynamıştır.

Tekstil ve hazır giyim sektörleri dünyanın en eski endüstrilerinden biri olup, ülkelerin çoğu tarafından bu sektöre ilişkin ürünler üretilmektedir. Tekstil ve hazır giyim sektörleri istihdam, ortaya çıkartılan katma değer ve ihracat bakımından ülke ekonomilerine önemli katkılarda bulunmakta ve ihracata dayalı bir büyümeyi benimseyen ülkeler için başlangıç sektörü olarak kabul edilmektedir. II. Dünya Savaşı'nı takip eden yıllardan başlamak üzere gelişmiş ülkeler dünya tekstil ve hazır giyim sektöründe gelişmekte olan ülkelerle rekabet edebilmek için çeşitli önlemler alarak kendi sanayilerini korumaya çalışmışlardır. Bu amaçla, gelişmiş ülkeler gelişmekte olan ülkelerde özellikle işgücü maliyetlerinin düşük olması nedeniyle bu ülkelere yapılan ithalatın kendi sanayilerine önemli ölçüde zarar verdiğini ileri sürerek ilk önce tek taraflı kısıtlamalar getirmişlerdir. Daha sonra ise, tek taraflı anlaşmalar yerine bu ülkeleri iki taraflı gönüllü ihracat kısıtlama anlaşmalarına zorlamışlardır. Gelişmiş ülkeler bu anlaşmalarla Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Anlaşmasının (GATT) genel kuralları dışına çıkarak tekstil ve hazır giyim dış ticaretinin daha liberal bir ortamda gerçekleşmesini engellemişlerdir. Dünyada tekstil dış ticaretini sınırlamaya yönelik ilk uygulama 1947 yılında GATT'ın yürürlüğe girmesinden sonra ABD tarafından 1957 yılında Japonya'dan ithal edilen pamuklu tekstil ürünlerine uygulanmıştır. Daha sonra bu sınırlamaların kapsamına sentetik elyaf ve yünlü ürünlerde dahil edilmiş ve kısıtlama kapsamındaki ülke sayısı artmıştır. Dünya'daki diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de lokomotif sektör olma özelliğini koruyan tekstil ve hazır giyim sektöründe gelişmiş ülkeler 1960'lardan başlayarak, düşük maliyetli üretici ülkelere yapılacak ithalatı engellemek ve böylece kendi sanayilerini korumak için kısıtlayıcı tedbirler almaya başlamışlardır. Başlangıçta tek taraflı kısıtlamalarla

daha sonra ise bu ülkelerle yapılan gönüllü ihracat kısıtlamaları ile devam eden bu süreçte tekstil ve hazır giyim ticareti, 30 yıldan fazla bir süre bazı özel anlaşmalarla- sadece pamuklu ürünleri kapsamak üzere uygulamaya 1961 yılında konan Uluslararası Pamuklu Tekstil Ticaretine İlişkin Kısa Dönemli Düzenleme ve 1963–1973 dönemini kapsayan uzun dönemli Pamuklu Tekstil Düzenlemesi ile düzenlenmiştir (Anonim 2008).

Tekstil ve hazır giyim sektörü, ekonomik gelişmenin ve refahın artmasının temelini oluşturan sanayileşmede itici bir güç olarak Türkiye’de özellikle 1980’li yıllardan itibaren benimsenen ihracata dayalı büyüme modelinin başarıyla uygulanabilmesinde önemli bir unsur olmuştur. Sektörün bir diğer önemli özelliği ise Türkiye’de de gördüğümüz gibi yoğun genç nüfusa sahip ülkelerde önemli bir istihdam kaynağı olma özelliğine sahip olmasıdır.

Türk tekstil sektörü 1997 yılında Uzakdoğu’ da başlayıp 1998 Ağustos ayında Rusya’ ya sıçrayan global krizden oldukça fazla etkilenmiştir. Giderek küreselleşen dünya ekonomisinde rekabet yoğunlaşmış, düşük maliyet, yüksek kalite ve verimlilik gibi faktörler ön plana çıkmıştır.

Türk tekstili 2002 yılındaki 9.2 milyar dolarlık ihracatı ile dünyanın en büyük 5. AB’nin 2.büyük tedarikçisi konumunda iken 2005 yılında 1160 firmanın kapanması ile 151.000 çalışan işini kaybetmiştir. Yine aynı yıl, tekstil sektöründe 430 milyon dolarlık ihracat düşüşü yaşanmış, kapanan 1160 firmanın 819’unun İstanbul’da, 341’inin Anadolu’da faaliyet gösteren firmalar olduğu görülmüştür (Anonim 2007a).

Sektör günümüzde de üretim ve ticaretin önemli kalemleri arasında yer almaktadır. Özellikle, küreselleşme ile birlikte tekstil sektörü imalat sanayiinin ve ticaretin kayda değer bir bölümünü oluşturmaktadır. Sektörün dünya ekonomisindeki önemi sadece sağladığı istihdamla sınırlı olmayıp, halkın günlük hayatını da etkileyen gelişmelerde sosyal rol oynamıştır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde sektör, Türkiye için de hem ekonomik hem de sosyal olarak önemli rol oynamaktadır. Örneğin, sektörün Türkiye genelinde ihracata yönelik üretim yapan, %90’nı KOBİ mahiyetinde olup toplam 18.500’ün üzerinde imalatçı/ ihracatçı firma bulunmaktadır. Bunlardan 11.000 firma hazır giyim ve 7.500 firma da tekstil imalatı alanında faaliyet göstermektedir. İhracat ve iç tüketim rakamları ile tekstil terbiye sanayi ve hazır giyim yan sanayi dikkate alınarak yapılan tahminlere göre sektörde istihdam edilen kişi sayısının 2 milyon civarında olduğu tahmin edilmektedir (Anonim 2008).

Küresel İlişkilerin bir ürünü olan Ekonomik krizler tüm dünya da olduğu gibi Türkiye Ekonomisi üzerinde de derin izler bırakmıştır. Ancak buna rağmen Türkiye Ekonomisinin son yıllarda içinde bulunduğu yükseliş gözden uzak tutulamayacağı gibi bunda Tekstil sektörünün de önemli bir katkısı olduğunu görmekteyiz. Türkiye’nin sanayileşmesinde ve de dışa

açılımlında büyük görevler yüklenmiş olan sektörün bu fonksiyonunu sürdürmesi tüm Türkiye'nin yararına olacaktır. Bundan öte Tekstil sektöründe yaşanacak olan herhangi bir olumsuz gelişmenin bir bütün olarak kabul etmek durumunda olduğumuz ekonomik ilişkiler zincirinde önemli bir halkanın kopması anlamına geldiğini gözden uzak tutamayız.

Yaşanan küresel krizler sonrasında ciddi bir adım geri atılmak durumunda iken, İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) her yıl geleneksel olarak açıkladığı 500 Büyük Sanayi Kuruluşu' araştırması, tekstil ve hazır giyim sektöründe yaşanan 'serbest düşüşün durduğunu ortaya koymakta bundan öte yükselen Türkiye ekonomisinde sektörün ne denli istikrar vaat ettiğini bize yansıtmaktadır.

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) açıkladığı 500 Büyük listesinde her yıl 3-5 firmayı kaybeden tekstil ve hazır giyim sektörünün 2010'da sadece 1 fire vermiş olması durumu kanıtlar niteliktedir. Yine 2010'da 8 yeni işletme listeye girerken, 9 işletmenin listeden çıkmış olması kayda değer bir gelişmedir. Böylece İSO 500'e giren dokuma, giyim ve deri sanayi işletmeleri sayısının 2010'da 52 olduğu ve de bu rakam bir önceki yıl 53 olduğu ancak ilk 500 şirket içindeki sektör işletmelerinin sayısı 2002'de 111 iken, bu rakam büyük krizin yaşandığı 2008'e gelindiğinde 47'ye kadar düşmüş olduğu göz önünde bulundurulmak zorundadır.

İSO'nun araştırmasına göre 2009'da ilk 100 büyük şirket içinde sadece Sanko Tekstil ve Korteks Mensucat yer alırken 2010'da ilk 100'e Advans'nın da girmeyi başarması Tekstil sektörünün Türk ekonomisindeki önemi konusundaki düşüncemize destek vermektedir. Buna karşılık tekstil ve hazır giyim sektörü açısından bir diğer olumlu gelişme ise ihracat kaleminde yaşanmış ve de İSO rakamlarına göre ilk 500 içindeki tekstil ve hazır giyim şirketlerinin ihracatı % 9,7 artarak 3.1 milyar dolara ulaşmıştır (Anonim \_\_ b).

Türkiye'de derin etkileri hissedilen 2008 krizi ile beraber 2008'de zarar eden tek sektör olan tekstil ve hazır giyim, 2009'da 666 milyon lira kâra geçerken, 2010'da bu rakam 979 milyon liraya çıkmıştır. 2010 yılında ayrıca çalışan başına kâr tutarında da yükselme görülmüş ve de 2009'da çalışan başına düşen kâr toplamı 7 bin 637 lira olurken, bu rakam 2010'da 12 bin 957 liraya çıkmıştır.

Çizelge 6.1.a.Dokuma. Giyim Eşyası, Deri ve Ayakkabı Sanayii

DOKUMA, GİYİM EŞYASI, DERİ VE AYAKKABI SANAYİİ				
No	2010 Sırası	2009 Sırası	Kuruluşlar	Üretimden Satışlar
1	64	64	Sanko Tekstil İş.San. Ve Tic.A.ş.	772.179.259 TL
2	77	136	AdvansaSasa Polyester San. A.Ş.	645.727.089 TL
3	87	99	Konteks Mensucat San. Ve Tic.A.Ş.	590.073.815 TL
4	123	135	Kordsa Global End.İplik San. Ve Tic.A.Ş.	448.076.833 TL
5	130	129	Gülsan Sentetik Dokuma San. Ve Tic. A.Ş.	4.251.622.346 TL
6	131	125	Zorluteks Tekstil Tic. Ve san A.Ş.	424.616.596 TL
7	151	181	Merinos Halı San. Ve Tic. A.Ş.	372.849.715 TL
8	173	166	Orta Anadolu Tic. Ve San.İşl.T.A.Ş.	331.349.760 TL
9	192	215	Bossa Tic. Ve San.İşl. T.A.Ş.	304.839.455 TL
10	198	182	Menderes Teks.San.ve Tic.A.Ş.	299.404.737 TL
11	216	170	Yeşim Teks.San ve Tic.A.Ş.	275.841.306 TL
12	242	481	Hugo Boss Tekstil San. Ltd.Şti	247.986.567 TL
13	248	238	Matesa Tekstil San. Ve Tic. A.Ş.	244.822.459 TL
14	251	289	BeyteksTeks. San. Ve Tic.A.Ş.	243.195.935 TL
15	272	253	Gap Güneydoğu Teks.San. Ve Tic. A.Ş.	219.297.202 TL
16	275	285	BoyteksTeks.San. Ve Tic.A.Ş.	216.706.070 TL
17	278	325	MemTeks.San.ve Tic.A.Ş.	213.860.377 TL
18	282	286	AltınyıldızMen.veKonf.Fab. A.Ş.	209.175.245 TL
19	284	257	Sarar Giyim Teks.Enerji San. Ve Tic.A.Ş.	208.681.098 TL
20	286	315	Kipaş Mensucat İşl.A.Ş.	206.512.251 TL
21	308	261	Küçükyalı Teks.San. Ve Tic.A.Ş.	191.558.759 TL
22	325	380	Üniteks Gıda TeksMot.Araç.San ve Tic. A.Ş.	180.339.877 TL
23	327	299	Aydınlı Hazır Giyim San. Ve Tic.A.Ş.	179.854.763 TL
24	328	237	Hey Teks. San.veTic.A.Ş.	179.536.845 TL
25	337		Baydemirler Teks.San. Ve Tic.A.Ş.	175.988.962 TL

Kaynak:[http://www.tekstilisveren.org/ttsis//index.php?option=com\\_content&task=view&id=1198&Itemid=1](http://www.tekstilisveren.org/ttsis//index.php?option=com_content&task=view&id=1198&Itemid=1)

Çizelge 6.1.b.Dokuma. Giyim Eşyası, Deri ve Ayakkabı Sanayii

DOKUMA, GİYİM EŞYASI, DERİ VE AYAKKABI SANAYİİ				
No	2010 Sırası	2009 Sırası	Kuruluşlar	Üretimden Satışlar
26	349		ANATEKS Anadolu Teks. Fab. A.Ş.	170.416.426 TL
27	351	334	Kipaş Denim İşlt.A.Ş.	169.775.683 TL
28	354	310	Şık Makas Giyim San. Ve Tic.A.Ş.	168.721.447 TL
29	356	411	Akteks Akrilik İplik San. Ve Tic. A.Ş.	168.175.440 TL
30	357	361	İşbir Sentetik Dokuma San. A.Ş.	168.147.637 TL
31	358	458	Erdem Tekstil San. Ve Tic.A.Ş.	167.912.895 TL
32	376	359	Işıl Teks.San.ve Tic. Ltd.Şti	160.624.058 TL
33	378	398	Akbaşlar Teks.Enerji San.ve Tic.A.Ş.	159.407.753 TL
34	382	416	FlokserTeks.San.ve Tic.A.ş.	158.827.009 TL
35	385	386	Özdilek Alışveriş Merk. Ve Teks.San.A.Ş.	158.037.598 TL
36	394		Günteks İplik San. Ve Tic.A.Ş.	157.831.920 TL
37	411		Yünsa Yünlü San. Ve Tic.A.Ş.	155.845.492 TL
38	427	469	Eraç Giyim San.veTic.A.Ş.	153.788.055 TL
39	432		Ongan Teks.San.ve Dış Tic.A.Ş.	148.657.045 TL
40	435	342	ŞireciTeks.San.ve Tic.A.Ş.	143.797.825 TL
41	432		Ozanteks. Tekstil San.ve Tic. A.Ş.	142.439.086 TL
42	435	342	Akın Teks. A.Ş.	141.975.888 TL
43	437		SUNJÜT Suni Jüt San. Ve Tic.A.Ş.	141.571.781 TL
44	438	391	Çak Teks.San. Ve Tic. A.Ş.	141.535.260 TL
45	439	466	Royal Halı İplik Teks.Mobilya San. Ve Tic.A.Ş.	141.491.464 TL
46	441	323	Aunde Teknik Tekstil San. Ve Tic. A.Ş.	141.258.155 TL
47	445		Çetinkaya Mensucat San. Ve Tic.A.Ş.	140.492.233 TL
48	479	394	Selçuk İplik San.ve Tic. A.Ş.	129.845.508 TL
49	484	379	Biran İplik San. Ve Tic. A.Ş.	128.373.771 TL
50	489	489	Venüs Giyim San. Ve Tic. A.Ş.	126.699.842 TL
51	499		İşkurTeks. Enerji Tic. Ve A.Ş.	123.882.148 TL
52	500	455	SöktaşTeks. San. Ve Tic.A.Ş.	123.795.926 TL

Kaynak:[http://www.tekstilveren.org/ttsis//index.php?option=com\\_content&task=view&id=198&Itemid=1](http://www.tekstilveren.org/ttsis//index.php?option=com_content&task=view&id=198&Itemid=1)

Türkiye GSMH'sinin % 11-12'sini, ihracatının % 37-40'ını, toplam istihdamın % 12'sini oluşturan tekstil ve hazır giyim sektörünün önemi tüm kesimler tarafından tartışmasız kabul edilen bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır (Atılğan 2001).

İstihdam alanında ki gelişmeler ve Tekstil sektörünün bu alanda oynadığı rol bize bu sektörün Türk Ekonomisindeki önemini yansıtmaktadır. Nitekim 2010 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe 500 Büyük Şirket' içindeki tekstilcilerin istihdamdaki payı uzun bir aradan sonra ilk kez yükselişe geçmiş ve % 14,9'dan % 15,1'e çıkmıştır. Buna karşılık tekstil ve hazır

giyim 1982 yılında istihdamdaki payının % 26,3 düzeyinde (Anonim 2011c) olduğu düşünülürken bu rakamlar bu konudaki tezimize destek verir niteliktedir.

Türkiye’de tekstil sektörünün "değer zinciri" diyebileceğimiz bir şekilde hammaddeden nihai tüketim aşamasına kadar olan tüm basamakları oluşturduğunu ifade eden Turan Atılğan’a göre bu zincirin halkalarında meydana gelebilecek olumsuz bir gelişme diğer sektörleri de olumsuz yönde etkileyecektir. Nitekim sektörde çalışan personel sayısı doğrudan 2 milyon olduğu halde dolaylı olarak sektörle ilgili diğer alt sektörlerde çalışanlarla beraber bu sayının 6 milyona yaklaştığını görmekteyiz. Bu da bize bir kere daha Türk ekonomisinde sektörün ne denli vazgeçilmez bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır.

“Dünyada ülkelerin rekabet gücünü belirleyen ve etkileyen en önemli kriter ve unsur, o ülkenin işletmelerinin gerek iç piyasalarda ve gerekse de dış piyasalarda gösterdiği performans ve yarattığı katma değerdir”(Atılğan ve Karaçay 2011 ). düşüncesini savunan Atılğan’ın da ifade ettiği gibi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tekstil sektörü ülkenin gelişmesinde ve kalkınmasında ilk ele alınan ve yatırımların yoğunlaştığı sektör olmuştur. Bunda hammaddenin ülkemizde üretilmesinin yanı sıra 20-25 sene önceki yapısıyla emek-yoğun bir sektör olmasının da etkisi olmuştur. Ancak günümüze geldiğimizde sektörün hem emek-yoğun yapısı tamamı ile (hazır giyim sektörü hariç) ortadan kalkmış ve hem de üretilen hammadde tüketiminde yetmediği için ciddi bir pamuk ithalatçısı (yılda yaklaşık 350-400 bin ton) ülke konumuna gelmiştir.

Türk tekstil sektörü de yarattığı katma değer ve gösterdiği performansla Türk ekonomisinin en önemli rekabet avantajlarından birisini oluşturmaktadır. Tekstil sektörü GSMH'nin yaklaşık % 11'ini, ihracatın % 37'sini, toplam sanayi üretiminin yaklaşık % 10'unu, toplam işgücünün doğrudan 2 milyonunu dolaylı olarak da 6 milyonunu bünyesinde barındıracak bir büyüklüğe ve etkinliğe ulaşmıştır.

Çizelge 6.2. İlk 500' deki İlk 50 İşletme

2010	2009	Şirket Üretimden Satışlar (Milyon TL)		2010	209	Şirket Üretimden Satışlar (Milyon TL)	
1	1	TÜPRAŞ	20.819	26	29	SARKUYSAN	1.472
2	2	EÜAŞ	9.740	27	24	GOLDAŞ	1.460
3	6	FORD OTOMOTİV	6.004	28	45	TOSÇELİK	1.451
4	3	OYAK-RENAULT	5.871	29	25	COCA-COLA İÇECEK	1.441
5	5	TOFAŞ	5.448	30	30	TÜRKİYE PETROLLERİAO.	1.371
6	4	ARÇELİK	5.108	31	33	AKSA AKRİLİK	1.309
7	8	AYGAZ AŞ.	3.969	32	21	PHİLSA	1.302
8	7	ERDEMİR	3.715	33	27	VESTEL BEYAZ EŞYA	1.220
9	11	İGDAŞ	3.523	34	36	KONYA ŞEKER	1.187
10	12	İSDEMİR	3.239	35	35	DİLER DEMİR ÇELİK	1.186
11	10	HABAŞ	2.827	36	32	ÇAYKUR	1.173
12	14	PETKİM	2.789	37	43	HYUNDAİ ASSAN	1.150
13	9	VESTEL ELEKTRONİK	2.422	38	41	KAPTAN DEMİRÇELİK	1.143
14	13	TOYOTO	2.326	39	31	AK GIDA	1.083
15	22	MERCEDES-BENZ TÜRK	2.221	40	37	BOSH SAN.	1.023
16	16	ÜNİLEVER SAN.	2.099	41	84	TÜRK TRAKTÖR	1.021
17	15	TÜRKİYE ŞEKER FAB.	2.072	42	46	KARDEMİR	1.000
18	18	TÜRKİYE KÖMÜR İŞ.	2.007	43	56	ETİ MADEN	981
19	20	ÇOLAKOĞLU METALURJİ	1.947	44	57	YILDIZ ENTEGRE	981
20	17	BSH EV ALETLERİ	1.929	45	40	ASELSAN	978
21	19	İPRAGAZ	1.875	46	44	BANVİT	971
22	26	MİLANGAZ	1.854	47	48	BORUSAB	956
23	28	BORÇELİK	1.619	48	49	BRİSA	924
24	38	ER-BAKIR	1.529	49	47	KASTAMANU ENTEGRE	914
25	23	KROMAN ÇELİK	1.525	50	51	İZMİR DEMİR ÇELİK	910

Kaynak:[http://www.tekstilisveren.org/tsis//index.php?option=com\\_content&task=view&id=1198&Itemid=1](http://www.tekstilisveren.org/tsis//index.php?option=com_content&task=view&id=1198&Itemid=1)

Ancak bunun yanı sıra Türk tekstil sektörü yukarıda açıklanmaya çalışılan ülke ekonomisindeki ağırlığına paralel birtakım ciddi sorunlar ve problemlerle de karşı karşıyadır. Tekstil işletmelerin zor duruma düşmelerinin çeşitli nedenleri vardır. Pazar şartlarının daralması, ön görülemeyen yüksek sermayeli başka şirketlerin rekabeti, karların enflasyon oranında artmaması nedeniyle işletme sermayesi yetersizliği, gelişen teknolojiyi elde edememeleri, özellikle kapalı ekonomiden serbest pazar ekonomisine geçişte uluslararası



rekabete hazır olmamaları, yanlış yatırım kararları, üretkenlik ve verimlilik düşüklüğü, devletin yatırım ve teşvik sistemlerinde uyguladığı/uygulamaya çalıştığı yöntem ve sistemlerin yanlışlığı, ekonomik, sosyal, hukuki ve politik sistemlerdeki belirsizlik ve ülkemizin son yıllarda yaşadığı ekonomik ve siyasi krizler gibi nedenlerden kaynaklandığı görülmektedir.

Türk tekstil sektörünün belki de karşı karşıya kaldığı en büyük sorunun rekabet gücünün sektördeki diğer aktörler ile yarışta zorlandığını da kabul etmek durumundayız. Özellikle Hong Kong, Güney Kore, Tayvan ve Çin uluslararası tekstil sektöründe hızla yükselirken bu Türkiye'nin zaman zaman zor durumda kalmasına da sebep olmaktadır. Sözü edilen ülkeler dünya tekstil ihracatında ilk sıralara yükselirken yine aynı ülkelerin tekstil ithalatında da aynı sıralara yükselmiş olması uluslararası rekabet koşullarında Türkiye'nin zorlu yerini ortaya koymaktadır. Türkiye'nin ucuz emek sağlayan ve maliyeti bu şekilde düşüren Uzakdoğu ülkeler ile küresel rekabet koşullarında rekabet etmesi önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Buna ek olarak Türkiye'nin yakın ilişkiler, içerisinde olduğu başta AB olmak üzere Avrupa ülkelerinin üreticilerinin üretimlerini işçilik ücretlerinin ve de taşıma maliyetlerinin düşük olduğu Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Bulgaristan ve de Romanya'ya kaydırmış olmaları Türkiye'nin karşı karşıya olduğu önemli bir sorun olmak kadar, bu çalışmada üzerinde durulan Tekstil Sektöründe Lojistik ilişkisinin önemine de işaret etmektedir.

Çizelge 6.3. Türkiye'nin Tekstil ve Giyim Dış Ticareti

Yıl	2007	2008	2009	2010	2009/2010 arası artış %
İthalat					
Tekstil	8,04	7,30	6,30	4,40	76,2
Giyim	1,52	2,12	2,02	1,11	25,4
İhracat					
Tekstil	6,36	6,64	5,37	3,02	24,4
Giyim	15,56	15,23	12,86	6,74	12,9

Kaynak: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği (ITKIB)

Çizelge 6.4. Türkiye'nin Genel Dış Ticareti

TÜRKİYE'NİN GENEL DIŞ TİCARETİ				
2007 - 2010 YILLIK (FİİLİ)				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM %	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM %
2007	107.271.749.904 USD		170.062.714.501 USD	
2008	132.027.195.626 USD	23,1	201.963.574.109 USD	18,8
2009	102.142.612.603 USD	22,6	140.928.421.211 USD	30,2
2010	113.979.451.826 USD	11,6	185.541.036.698 USD	31,7

Kaynak: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği (ITKIB)

Çizelge 6.5. Türkiye'nin Hazır Giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

TÜRKİYE'NİN HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ				
2007 - 2010 YILLIK (FİİLİ)				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM %	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM %
2007	1 5.563.491.645 USD		1 .516.892.282 USD	
2008	1 5.234.868.195 USD	-2,1	2 .117.836.346 USD	39,6
2009	1 2.854.444.401 USD	-15,6	2 .016.595.151 USD	-4,8
2010	1 4.203.999.262	10,5	2 .696.131.771 USD	33,7

Kaynak: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği (ITKIB)

Çizelge 6.6. Türkiye'nin Tekstil ve Hammaddeleri Dış Ticareti

TÜRKİYE'NİN TEKSTİL VE HAMMADLERİ DIŞ TİCARETİ				
2007 - 2010 YILLIK (FİİLİ)				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM %	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM %
2007	6.363.917.840 USD		8.039.756.467 USD	
2008	6.640.492.320 USD	4,3	7.301.405.106 USD	-9,2
2009	5.374.056.670 USD	-19,1	6.301.202.314 USD	- 1 3,7
2010	6.355.974.438 USD	1 8,3	9.079.083.692 USD	4 4,1

Kaynak: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği (ITKIB)

Çizelge 6.7. Tekstil ve Hazır Giyim Ticaretinde Türkiye'nin Durumu

2005-2013 (Milyar \$ )									
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dünya Tekstil Ticareti	204	214	225	236	248	260	273	287	301
Dünya Konf. Ticareti	279	293	307	323	339	356	373	392	412
Türkiye Tekstil Dışsatımı(CIF)	5,11	5,4	5,7	6,0	6,3	6,6	6,9	7,2	7,6
Türkiye Konf. Dışsatımı(CIF)	13,6	14,7	15,9	17,1	18,5	20,0	21,6	23,3	25,2

Kaynak: İTKİB/WTO International Trade Statics

Tüm olumlu ve olumsuz yönlerine rağmen sektörün Türkiye'nin dünyayla rekabet etmesinde sahip olduğu en önemli rekabet gücü konumunda olduğunu kabul etmek durumundayız. Dolayısıyla böyle bir sektörün gerilemesi veya ihmal edilmesi durumunun zaten kıt ve sınırlı bir sermaye birikimine sahip olan Türkiye'nin tüm ekonomik, siyasi ve sosyal dengelerinin bozulmasına neden olabileceği de ileri sürülen bir düşüncedir.

## 7. ARAŞTIRMA BULGULARI

Tekstil Dış Ticaretinde Lojistik Uygulamaları konulu Araştırma kapsamında 124 adet firmaya ulaşılmış ancak yöneticilerin yoğun çalışma temposundan dolayı anket için vakit ayırmak istememeleri ve işletmelerin gizlilik politikaları yüzünden bilgi vermekten kaçınmaları dolayısıyla 103 işletme yöneticisi anketi cevaplandırmıştır. Yüz yüze görüşme imkanı olmayan işletmelere anket formu e-posta aracılığıyla gönderilmiş 3 adet geri dönüş olmuştur.

### 7.1. Ölçek Geliştirme

#### 7.1.1. Ölçeğin Güvenirliliği

Çizelge 7.1. Ölçeğin Güvenirliliğinin Belirlenmesi

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.796	26

Yirmi altı soruluk ölçekte güvenilirlik katsayısı  $\alpha=0.798$  olarak bulunmuştur. ( $0.40 \leq \alpha \leq 0.60$  ise Düşük,  $0.60 \leq \alpha \leq 0.80$  ise Güvenilir,  $0.80 \leq \alpha \leq 1.00$  ise Yüksek Güvenilir).  $\alpha$  aralıklarına bakıldığında Ölçek Güvenilir olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 7.2. Ölçeğin Genel Ortalamasının Belirlenmesi

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.529	1.050	4.825	3.775	4.595	1.839	26
Item Variances	1.115	.172	3.513	3.342	20.483	.686	26

Ölçekte yer alan soruların genel ortalaması 2.529'dur. Ortalamaları değişim aralığı  $4.825-1.050=3.775$  olarak bulunmuştur.

Çizelge 7.3. Soru Ortalamalarının Belirlenmesi

Hotelling's T-Squared	F	df1	df2	Sig
8795.827	244.947	25	55	.000

Soru ortalamalarının testi sonucunda ortalamaların farklı olduğu görülmüştür. (Hotelling  $T^2 = 8795.827$ ,  $P=0.000$ )

Çizelge 7.4.Soru-Bütün Korelasyonu (Item-Total Statistics)

	ScaleMeanif ItemDeleted	ScaleVariance ItemDeleted	CorrectedItem-Total Correlation	SquaredMultipleCorrelation	Cronbach's Alpha ifItemDeleted
Firma çalışanları ile iletişim sorunları yaşamaktayız	64.0250	111.518	.475	.760	.784
Ürünümüz zamanında teslim edilemiyor	64.0000	110.861	.455	.614	.784
Ürünümüz hasarlı teslim ediliyor	64.1750	110.855	.542	.834	.781
Sözleşmedeki fiyatlar uygulanmıyor	64.4250	111.893	.628	.661	.779
Kayıp ve çalıntı sorunları yaşamaktayız	64.2875	112.385	.504	.807	.783
Pazarlama	63.8750	106.060	.482	.531	.782
Üretim	64.1000	108.496	.531	.453	.780
Lojistik	63.4250	102.475	.491	.548	.783
İnsan kaynakları	64.4625	114.581	.505	.647	.785
Satın alma	63.8750	109.680	.393	.557	.788
İdari işler	64.2000	117.149	.223	.283	.797
Bilgi işlem	64.6500	119.572	.506	.568	.791
İhracat	64.2500	128.367	-.183	.469	.821
Müşteri ilişkileri	64.7000	124.289	.013	.233	.800
Güvenilirlik	60.9250	122.602	.201	.455	.797
Fiyat	61.3250	120.855	.275	.449	.795
Uzmanlık	61.4750	116.734	.422	.672	.789
Çalışanların eğitilmiş olması	61.7250	119.063	.277	.492	.794
Örgütsel yapısı	61.9000	118.496	.276	.553	.794
Referans	62.0125	116.595	.341	.562	.791
Kullanılan teknoloji	61.4375	117.718	.350	.766	.791
Ekipman yeterliliği	61.4000	118.547	.279	.726	.794
Yeniliklere açık olmak	61.7125	118.688	.249	.470	.795
Müşteri isteği	62.0375	112.340	.348	.416	.791
Muhasebe	64.6500	124.762	-.038	.420	.803
Yönetim	64.7000	125.301	-.088	.356	.802

Soru-Bütün Korelasyonuna bakıldığında -0.183 ile 0.628 arasında değişim görülür.

Çizelge 7.5.Varyans Analizi

	Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig
Between People	378.654	79	4.793		
Within People					
BetweenItems	3677.544	25	147.102	151.943	.000
Residual					
Nonadditivity	3.638(a)	1	3.638	3.763	.053
Balance	1908.433	19	.967		
Total	1912.071	19	.968		
Total	5589.615	20	2.795		
Total	5968.269	20	2.871		

Yapılan Varyans Analizi sonuçlarına göre Yirmi altı soruluk ölçek toplanabilir özelliktedir.(Nonadditivity, F=3.763, P=0.053). Ölçekler arası değişkenliğe bakıldığında önemli bir farklılık görülmemektedir (F=147.102, P=0.000).

### 7.1.2.Ölçeğin Faktör Analizi

Çizelge 7.6.KMO Analizi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.640
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	885.389
	df	325
	Sig.	.000

Kullanılan ölçekte etkili olan faktörler belirlenerek Faktör analizi uygulanmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu KMO ( Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) testiyle analiz edilmiş ve KMO değeri 0.64 bulunmuştur. 0.50'den büyük olan KMO değeri değişkenlerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Çizelge 7.7.Döndürme Sonrası Yük Değerleri

Maddeler	Döndürme Sonrası Yük Değeri									
	Faktör Ortak Varyans 1	Faktör-1 Yük Değeri	Faktör-1 Yük Değeri	Faktör-2 Yük Değeri	Faktör-3 Yük Değeri	Faktör-4 Yük Değeri	Faktör-5 Yük Değeri	Faktör-6 Yük Değeri	Faktör-7 Yük Değeri	Faktör-8 Yük Değeri
Ürünümüz hasarlı teslim ediliyor	.850	.656	.892	.174	-.015	-.026	.087	.076	-.090	.043
Kayıp ve çalıntı sorunları yaşamaktayız	.783	.634	.853	.128	-.055	.136	.016	.093	-.061	-.075
Firma çalışanları ile iletişim sorunları yaşamaktayız	.813	.630	.847	.134	-.044	-.074	.017	.203	.144	.091
Sözleşmedeki fiyatlar uygulanmıyor	.698	.747	.706	.399	.103	.142	-.031	-.021	.064	-.061
Ürünümüz zamanında teslim edilemiyor	.770	.545	.691	.178	.168	-.023	-.012	-.367	.228	.214
Bilgi işlem	.675	.602	.233	.773	.049	-.031	-.024	.078	-.116	-.010
İnsan kaynakları	.688	.621	.218	.755	-.067	.075	-.025	.229	-.035	-.077
Satın alma	.616	.528	.140	.699	.126	-.083	-.006	-.178	.231	.031
Üretim	.531	.635	.238	.593	.013	.263	.013	.078	.206	-.071
Pazarlama	.608	.579	.190	.585	-.176	.154	.328	.027	.258	.021
İdari işler	.450	.326	-.028	.578	.204	-.143	.118	-.123	-.151	-.039
Kullanılan teknoloji	.799	.382	.058	.030	.850	.243	-.004	.074	.053	-.077
Ekipman yeterliliği	.799	.366	.079	-.011	.749	-.051	.375	.044	.248	-.159
Uzmanlık	.630	.408	-.020	.129	.605	.409	.271	-.027	.050	.048
Yeniliklere açık olmak	.731	.251	-.188	.129	.591	.194	.052	.485	-.114	.202
Örgütsel yapısı	.691	.251	-.032	-.021	.284	.770	.061	-.081	-.073	-.021
Çalışanların eğitilmiş olması	.529	.288	.076	-.101	.228	.539	.363	.172	-.092	-.019
Lojistik	.666	.597	.174	.407	-.082	.509	.258	.340	.072	-.132
Güvenilirlik	.729	.214	-.013	.058	.202	.062	.786	-.014	-.245	-.046
Fiyat	.616	.315	.041	.091	.103	.132	.735	-.066	.182	.006
Yakınlık	.765	.315	.180	.023	.148	.051	-.087	.828	.080	.084
Referans	.770	.419	.095	.088	.191	.446	-.084	.148	.695	.077
Muhasebe	.575	-.086	-.017	-.038	-.061	.304	-.034	.032	-.677	.131
Müşteri ilişkileri	.707	-.027	.036	-.075	-.014	-.227	.129	.253	.037	.752
İhracat	.735	-.244	.012	-.172	-.215	.148	-.190	-.262	-.207	.699
Müşteri isteği	.447	.367	.162	.150	.271	.343	-.122	.156	.049	.407

## Açıklanan Varyans

Toplam: 67.965

Faktör-1: 13.783

Faktör-2:12.423

Faktör-3: 9.656

Faktör-4: 8.023

Faktör-5: 6.894

Faktör-6: 6.032

Faktör-7: 5.670

Faktör-8: 5.481

Ölçeğimiz sekiz faktörlüdür. Önemli olarak belirlenen faktörlerden birincisi ölçeğe ilişkin toplam varyansın %13.78'ini, ikinci faktör %12.42'sini, üçüncü faktör %9.66'sını, dördüncü faktör 8.02'sini, beşinci faktör %6.89'unu, altıncı faktör %6.03'ünü, yedinci faktör %5.67'sini ve sekizinci faktör 5.48'ini açıklamaktadır. Sekiz faktörün açıkladıkları toplam varyans 67.97'dir. Sekiz faktörün maddelerde açıkladıkları ortak varyans yaklaşık %45-81 arasında değişmektedir.

Faktör döndürme sonrasında ölçeğin birinci faktörünün beş maddeden, ikinci faktörünün altı maddeden, üçüncü faktörünün dört maddeden, dördüncü faktörünün dört maddeden, beşinci faktörü-nün iki maddeden, altıncı faktörünün bir maddeden, yedinci faktörünün bir maddeden ve sekizinci faktörünün üç maddeden oluştuğu belirlenmiştir.

Birinci faktörde yer alan maddelerin faktördeki yük değerleri 0.691-0.892 arasında değişmektedir. Aynı değerler ikinci faktörde yer alan altı madde için 0.578-0.773, üçüncü faktörde yer alan dört madde için 0.591-0.850, dördüncü faktörde yer alan dört madde için 0.304-0.77, beşinci faktörde yer alan iki madde için 0.735-0.786, altıncı faktörde yer alan 1 madde için 0.828, yedinci faktörde yer alan 1 madde için 0.695 ve sekizinci faktörde yer alan 3 madde için 0.407-0.752 arasındadır.

Faktörlere maddelerin içerikleri dikkate alınarak isim verilmeye çalışılmıştır. İlk faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletmelerin lojistik firmaları ile yaşadığı sorunlar ile ilgili olduğu dikkate alınarak bu faktöre "Yaşanan sorun tipi" ismi verilmiştir. İkinci faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletmenin Lojistik firma ile çalışmasında sorumlu olan bölümlerle ilgili olması dikkate alınarak "Departmanlar" ismi verilmiştir. Üçüncü faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletmenin Lojistik firma ile çalışmasında dikkate aldığı özellikler ile ilgili olduğu dikkate alınarak bu faktöre "Aranan Kriterler" ismi verilmiştir. Dördüncü faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletme ile birlikte Lojistik firmanın durumunu ortaya



koyması dikkate alınarak bu faktöre “Firma Organizasyonu” ismi verilmiştir. Beşinci faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletmelerle Lojistik firma arasındaki ekonomik ilişki dikkate alınarak bu faktöre ”Ekonomik Faktörler” ismi verilmiştir. Altıncı faktörde yer alan maddenin İşletmedeki yönetici personel ile Lojistik firmalar arasındaki ilişki durumunu ortaya koyması dikkate alınarak bu faktöre “İkili İlişkiler” ismi verilmiştir. Yedinci faktörde yer alan maddenin İşletmelerin Lojistik firmalarına olan güveninde öne çıkan kriter dikkate alınarak bu faktöre “Referans” ismi verilmiştir. Son olarak sekizinci faktörde yer alan maddelerin tümünün İşletmelerin Lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinde öne çıkan etmenler dikkate alınarak bu faktöre “Ticari İlişkiler” ismi verilmiştir.

## 7.2. Verilerin Analizi

### 7.2.1. Betimsel İstatistik

#### a-Sermaye Yapısı

Çizelge 7.8. Tekstil İşletmelerinin Sermaye Yapısı Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Bölgesel	12	11,7
Ulusal	46	44,7
Uluslararası	24	23,3
Hepsi	21	20,3
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.8’ e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinin sermaye yapısını %45’i Ulusal, %23’ü Uluslararası, %12’si Bölgesel ve %20’side Hepsini bünyesinde bulunduran yapıda oldukları görülmektedir.

#### b- Çalışan Sayısı

Çizelge 7.9. Çalışan Sayısına Bağlı Olarak İşletme Büyüklüklerinin Dağılımı

	Frekans	Yüzde
1-100	16	15,5
100-250	45	43,7
250-500	33	32,0
500 ve üstü	9	8,7
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.9 'a göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmeleri, çalışan personel sayısı açısından değerlendirildiğinde (10 ile 49 arası-Küçük ölçekli işletmeler) %15,5 i Küçük işletmeden biraz büyük, (50 ile 249 arası-Orta ölçekli işletmeler) %43,7'si Orta ölçekli işletmeler, (249 ile 500 arası- Büyük ölçekli işletmeler)%32'si Büyük ölçekli işletmeler ve % 8,7'si de çok büyük işletmeler olduğu görülmektedir.

#### **c- Lojistik Hizmetini Sağlama**

Çizelge 7.10.Tekstil İşletmelerinin Lojistik Hizmetini Sağlama Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Kendi imkanlarımız ile sağlıyoruz	24	23,3
Lojistik firmasından destek alıyoruz	33	32,0
Hem kendi imkanlarımız ile hem de Lojistik firmasını kullanıyoruz	46	44,7
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.10'a göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde Lojistik Hizmetini %23,3'ü Kendi imkanları ile sağlarken, %32'sinin Lojistik Firmalarından destek alarak yürüttüğü geri kalan %44,7'lik kısmın da Hem kendi imkanlarıyla hem de Lojistik firmalarından destek alarak yürüttüğü görülmektedir.

#### **d- İşletmelerinin Lojistik Firma Kullanımı**

Çizelge 7.11.İşletmelerinin Lojistik Firma Kullanma Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Tek Firma	20	19,4
Birden Fazla	60	58,3
Kullanmıyor	23	22,3
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.11'e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinin %19,4'ü Tek firma ile çalışırken %58,3'ü Birden fazla firma ile çalışmaktadırlar. Bununla birlikte %22,3'ünün Lojistik firma kullanmadığı görülmektedir.

### e-İşletmeye Olan Maliyeti

Çizelge 7.12.Lojistik firmasından destek alındığı takdirde İşletmeye olan Maliyetinin Bilinilirlik Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	44	42,7
Hayır	59	57,3
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.12'ye göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde ankete katılan yöneticilerin %42,7'si Lojistik Hizmet maliyeti konusunda bilgi sahibi iken %57,3' ü Lojistik Hizmet maliyeti konusunda bilgisi olmadığı görülmektedir.

### f- Lojistik Firmasından Destek Alınmamasının Sebepleri

Çizelge 7.13.Lojistik Firmasından Destek Alınmamasının Sebepleri Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Güvensizlik	3	2,9
Lojistik Firmalarından teklif gelmeyişi	38	36,9
Konu hakkındaki bilgisizlik	18	17,5
Lojistik Firmasından destek alan firmalar	44	42,7
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.13'e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde ankete katılan yöneticilerin Lojistik Hizmet maliyeti konusunda bilgisi olmamalarının nedeni olarak %2,9'u Lojistik firmasına olan Güvensizliklerini gösterirken %36,9'u Lojistik firmalarından teklif gelmeyişi ve %17,5'i ise Konu hakkındaki bilgisizlikten olduğu görülmektedir.

### **g- Lojistik Faaliyetlerinin Sağlanması İle İlgili Maliyet Hesabı Yapma Teklifi**

Çizelge 7.14. Tekstil İşletmelerine Lojistik Firmaları, Lojistik faaliyetlerinin Sağlanması İle İlgili Maliyet Hesabı Yapma Teklifinde Bulunduğunun Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	30	29,1
Hayır	73	70,9
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.14'e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerine Lojistik firmaları %29,1 ile teklif yaptığı, %70,9'luk kısmına ise teklif yapmadığı görülmektedir.

### **h-Lojistik Hizmetlerin Üreticiler Tarafından Verilmesini Hatalı Bir Uygulama Olarak Görenler**

Çizelge 7.15. Tekstil Sektöründe Lojistik Hizmetlerin Üreticiler Tarafından Verilmesini Hatalı Bir Uygulama Olarak Görenlerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	44	42,7
Hayır	59	57,3
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.15'e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde %42,7'si Lojistik hizmetlerin üreticiler tarafından verilmesini hatalı bulduğu, %57,3 ise Lojistik hizmetlerin üreticiler tarafından verilmesini hatalı bulmadığı görülmektedir.

### **ı-Dış Kaynak Kullanımı**

Çizelge 7.16. Tekstil İşletmelerinde Outsourcing (Dış Kaynak Kullanımı) İfadesinin Anlamını Bilenlerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	44	42,7
Hayır	59	57,3
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.16'ya göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde Outsourcing (Dış Kaynak Kullanımı) ifadesinin anlamını %42,7'si bildiği %57,3'ünün ise bilmediği görülmektedir.

### **i- İşletmelerin Tercih Ettiği Lojistik Taşımacılığı**

Çizelge 7.17. Tekstil İşletmelerinin Tercih Ettiği Lojistik Taşımacılığı Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Hava	0	0
Deniz	2	1,9
Kara	66	64,1
Hepsi	35	34,0
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.17'ye göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde Hava taşımacılığının tek başına kullanılmadığı, %1,9'unun Deniz taşımacılığını tercih ettiğini, %64,1'lik kısmının Kara taşımacılığını tercih ettiği ve geri kalan %34'lük kısmında Tüm taşımacılık şekillerini tercih ettiği görülmektedir.

### **j-Lojistik Sektöründeki Son Trendleri (Gelişmeleri) Takip Eden Tekstil İşletmeleri**

Çizelge 7.18. Lojistik Sektöründeki Son Trendleri (Gelişmeleri) Takip Eden Tekstil İşletmelerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	34	33,0
Hayır	69	67,0
TOPLAM	103	100,0

Çizelge 7.18'e göre Araştırmaya katılan Tekstil işletmelerinde yöneticilerin Lojistik sektöründeki son trendleri (Gelişmeleri)%33'ünün takip ettiği %67'sinin ise takip etmediği görülmektedir.

### k- İşletme Şekline Göre Lojistik Hizmet Alımı

Çizelge 7.19.İşletme Şekline Göre Lojistik Hizmeti Alımının Karşılaştırmalı Dağılımı

Çalışan Sayısı		İşletmeniz ihtiyacı olan Lojistik Hizmetini nasıl gerçekleştiriyor?			TOPLAM
		Kendi imkanlarımızla sağlıyoruz	Lojistik firmasından destek alıyoruz	Her ikisinde	
1-100	İşletme Sayısı	6	4	6	16
	Yüzde	%37,5	%25,0	%37,5	%100
100-250	İşletme Sayısı	15	14	16	45
	Yüzde	%33,3	%33,1	%35,6	%100
250-500	İşletme Sayısı	3	12	18	33
	Yüzde	%9,1	%36,4	%54,5	%100
500 ve üstü	İşletme Sayısı	0	3	6	9
	Yüzde	0	%33,3	%66,7	%100
TOPLAM		24	33	46	103

İşletmelerde çalışan sayısına bağlı olarak, Lojistik hizmetlerini (10 ile 49 arası-Küçük ölçekli işletmeler) %37,5'i Kendi imkanları ile %25'i Lojistik firmasından destek alarak,%37,5'i Hem kendi imkanları ile hem de Lojistik firmasından destek alarak sağlarken, Küçük işletmeden biraz büyük, (50 ile 249 arası-Orta ölçekli işletmeler) %33,3'ü Kendi imkanları ile,%33.1'i Lojistik firmasından destek alarak, %35,6'sıHem kendi imkanları ile hem de Lojistik firmasından destek alarak sağlarken, Orta ölçekli işletmeler, (249 ile 500 arası- Büyük ölçekli işletmeler)%9.1'i Kendi imkanları ile,%36,4'ü Lojistik firmasından destek alarak, %54,5'iHem kendi imkanları ile hem de Lojistik firmasından destek alarak sağlarken, Çok Büyük ölçekli işletmeler (500 ve üstü) %0.0Kendi imkanları ile,%33,3'ü Lojistik firmasından destek alarak, %66,7' si Hem kendi imkanları ile hem de Lojistik firmasından destek aldığı görülmektedir.

## I- İşletmelerin Lojistik Hizmetini Karşılama Şekli

Çizelge 7.20.İşletmelerin Lojistik Hizmetini Karşılama Dağılımı

İşletmeniz ihtiyacı olan Lojistik Hizmetini nasıl gerçekleştiriyor?		İşletmeniz kaç ayrı Lojistik Firması ile çalışıyor?			TOPLAM
		Tek Firma	Birden Fazla	Kullanmıyor	
Kendi imkanlarımızla sağlıyoruz	İşletme Sayısı	0	1	23	24
	Yüzde	0	%4,2	%95,8	%100
Lojistik firmasından destek alıyoruz	İşletme Sayısı	11	22	0	33
	Yüzde	%33,3	%66,7	0	%100
Her ikiside	İşletme Sayısı	9	37	0	46
	Yüzde	%19,6	%80,4	0	%100
TOPLAM		20	60	23	103

İşletmelerin Lojistik ihtiyaçlarını karşılama şekillerine bakıldığında;Kendi imkanlarımız ile sağladığını ifade eden bir firma %4.2 ile Birden fazla firma ile çalıştığı, 23 firma ise %95.8 ile lojistik firma kullanmadığı görülmektedir.Lojistik firmasından destek aldığını ifade eden firmaların %33.3'ü Tek firma ile %66.7'si Birden fazla Lojistik firma ile çalıştığı görülmektedir. Hem kendi imkanları ile Hem de Lojistik Firma ile ihtiyaçlarını karşılayan firmalara bakıldığın da işletmelerin %19.6'sı Tek firma ile %80.4'ü Birden fazla Lojistik firma ile çalıştığı görülmektedir.

### m- İşletme Yapısına Göre Lojistik Hizmetini Alma Durumu

Çizelge 7.21. İşletme Yapısına Göre Lojistik Hizmetini Dışarıdan Alıp Almama Dağılımı

İşletmenizin sermaye yapısı hangi kategoriye girmektedir?		Tekstil sektöründe lojistik hizmetlerin üreticiler tarafından verilmesini hatalı bir uygulama olarak görüyor musunuz?		TOPLAM
		Evet	Hayır	
Bölgesel	İşletme Sayısı	8	4	12
	Yüzde	%67	%33	%100
Ulusal	İşletme Sayısı	21	25	46
	Yüzde	%45,6	%54,4	%100
Uluslar arası	İşletme Sayısı	10	14	24
	Yüzde	%42	%58	%100
Hepsi	İşletme Sayısı	5	16	21
	Yüzde	%24	%76	%100
TOPLAM		44	59	103

İşletmelerin sermaye yapılarına bakıldığında; Lojistik hizmetin üreticiler tarafından verilmesini Bölgesel firmaların %67'sinin hatalı bulduğu %33'ünün ise doğru bulduğu, Ulusal firmaların %45.6' sının hatalı bulduğu %54.4'ünün ise doğru bulduğu, Uluslar arası firmaların %42'sinin hatalı bulduğu %58'inin ise doğru bulduğu, Sermaye yapısının hepsini barındıran firmalar da ise %24'ünün hatalı bulduğu %76'mın ise doğru bulduğu görülmektedir.



### 7.2.2.Yordamsal İstatistik

Yapılan pilot çalışmadan elde edilen veriler aşağıda belirtilen yöntemlerle yorumlanmıştır.

#### a-İşletmelerinde Lojistik Firma Kullanmayanlar

Çizelge 7.22. İşletmelerinde Lojistik Firma Kullanmayanların Tanımlayıcı Değerlendirmesi

	İşletme Sayısı	Anlam	Standart Sapma
Lojistik firmasına sır verme endişesi	23	1.5217	1.37740
Lojistik firma kullanımı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunmaması	23	1.4348	1.19947
Kullanılan ürünün lojistik firma kullanımına uygun olmaması	23	2.5652	1.99604
İşletmenin lojistik firma kullanımına uygun olmaması	23	1.9565	1.69164
Lojistik firmasının yeterliliğine inanılması	23	1.6957	1.39593
Maliyetlerin azalması	23	3.9565	1.79591
sevkiyatı kontrol edememe endişesi	23	1.9565	1.66456
Lojistik firma çalışanlarının profesyonel bulunmaması	23	1.7826	1.56544
Valid N (listwise)	23		

Çizelge 7.22 incelendiğinde İşletmelerin Lojistik Firma Kullanmayanlarının sebepleri incelendiğinde iki önemli neden ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki Lojistik firma kullanımının İşletmeye Maliyetleri azaltıcı yönde herhangi bir etkisinin olmaması, diğeri de kullanılan ürünün lojistik firma kullanımına uygun olmaması olarak görülmüştür.

## **b- Lojistik Firmaları İle Çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tipleri**

Çizelge 7.23.Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tiplerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	3	29,67	3	2,692	0,0442	Yok
Ulusal	37	40,01				
Uluslararası	22	37,55				
Hepsi	18	46,92				
Toplam	80					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.23'teki bilgiler, Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tipleri İle İlgili Görüşleri, sermaye yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 2.692$   $p > 0.05$ ].

## **c- İşletmelerdeki Farklı Departmanların Lojistik Firmaları İle Çalışmada Ne Ölçüde Etkili Olduğu**

Çizelge 7.24.İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	42,21	3	8,335	0,04	Hepsi-Bölgesel, Hepsi-Ulusal, Hepsi-Uluslar arası, Uluslar arası-bölgesel, uluslar arası-ulusal, ulusal-bölgesel
Ulusal	46	45,96				
Uluslararası	24	60,06				
Hepsi	21	61,62				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının, firmaların sermaye yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir [ $X^2 = 8.335$ ,  $p < .05$ ]. Bu bulgu, firmaların sermaye yapılarının işletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları ile çalışmalarında farklı etkilere sahip

olduğunu gösterir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, sermaye yapısı bütün kategorileri kapsayan işletmelerin farklı departmanlarının Lojistik Firmaları ile çalışmada daha etkili olduğu, bunu uluslar arası, ulusal ve bölgesel sermaye yapısına sahip işletmeler izlemektedir.

#### **d-İşletmelerin Lojistik Firmaları İle Olan Ticari İlişkileri**

Çizelge 7.25. İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	51,58	3	4,07	0,0254	Yok
Ulusal	46	57,21				
Uluslararası	24	51,06				
Hepsi	21	41,9				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.25'teki bilgiler, İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [X<sup>2</sup>= 4,070, p> 0.05].

#### **e- İşletme Açısından Lojistik Firmalarının Organizasyonu**

Çizelge 7.26. İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunun ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	53,96	3	0,288	0,0962	Yok
Ulusal	46	50,33				
Uluslararası	24	52,71				
Hepsi	21	53,74				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.26'daki bilgiler, İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [X<sup>2</sup>= 0.288, p> 0.05].

#### f- İşletmelerle Lojistik Firmaları Arasındaki Ekonomik Faktörler

Çizelge 7.27. İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik faktörlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	52,25	3	5,289	0,152	Yok
Ulusal	46	47,54				
Uluslararası	24	63,23				
Hepsi	21	48,79				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.27'deki bilgiler, İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik ilişki İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 5.289$ ,  $p > 0.05$ ].

#### g-İşletmenizin Lojistik Firmalarında Hangi Özellikleri Aradığına Dair Kriterler

Çizelge 7.27.İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterlerine ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	51,71	3	1,72	0,0632	Yok
Ulusal	46	50,2				
Uluslararası	24	58,71				
Hepsi	21	48,45				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.28'deki bilgiler, İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterler İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının Sermaye Yapısına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 1.720$ ,  $p > 0.05$ ].

## **h- Lojistik Firmaları İle Çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tipleri**

Çizelge 7.29.Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tiplerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

<b>Sorun</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ort.</b>	<b>sd</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı Fark</b>
1-99kisi	10	54,75	3	5,587	0,134	Yok
100-249kisi	30	38,95				
250-499kisi	31	36,5				
500 ve üstü	9	43,61				
Toplam	80					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.29'daki bilgiler, Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin, Lojistik Firmaları İle Yaşanan Sorun Tipleri İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 5.587$ ,  $p > 0.05$ ].

## **ı-İşletmelerdeki Farklı Departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada Ne Ölçüde Etkili Olduğu**

Çizelge 7.30.İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türü göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

<b>Sorun</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ort.</b>	<b>sd</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Anlamlı Fark</b>
1-99 kişi	16	47,28	3	9,947	0,019	500 ve üstü-250-499 kişi, 500 ve üstü-100-249 kişi, 500 ve üstü-1-99 kişi, 250-499 kişi-100-249 kişi , 250-499 kişi-1-99 kişi, 250-499 kişi -1-99 kişi
100-249 kişi	45	46,08				
250-499 kişi	33	55,85				
500 ve üstü	9	75,89				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

İşletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları İle çalışmada ne ölçüde etkili olduğu Görüşleri Ölçeği Puanlarının, firmaların İşletme Türüne göre anlamlı bir şekilde

farklılaştığını göstermektedir [ $X^2= 9.947$ ,  $p<.05$ ]. Bu bulgu, firmaların İşletme Türleri ile işletmelerdeki farklı departmanların Lojistik Firmaları ile çalışmalarında farklı etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, İşletme Türleri 500 kişi ve üstü, işletmelerde farklı departmanların lojistik firmaları ile çalışmada daha etkili olduğu bunu 250-499 kişi, 100-249 kişi ve 1-99 kişi çalışan sayısına sahip işletmeler izlemektedir.

### **i-İşletmelerin Lojistik Firmaları İle Olan Ticari İlişkileri**

Çizelge 7.31. İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

<b>Sorun</b>	<b>n</b>	<b>Sıra Ort.</b>	<b>sd</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>p</b>	<b>Anlamli Fark</b>
1-99 kisi	16	48,63	3	1,532	0,0675	Yok
100-249 kisi	45	49,26				
250-499 kisi	33	55,94				
500 ve üstü	9	57,28				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.31'deki bilgiler, İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 =1.532$ ,  $p> 0.05$ ].

## j- İşletme Açısından Lojistik Firmalarının Organizasyonu

Çizelge 7.32. İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunun ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
1-99 kişi	16	54,25	3	7,905	0,048	500 ve üstü-250-499 kişi, 500 ve üstü-100-249 kişi, 500 ve üstü-1-99 kişi, 1-99 kişi-250-499 kişi, 1-99 kişi-100-249 kişi, 250-499 kişi-100-249 kişi
100-249 kişi	45	45,91				
250-499 kişi	33	52,71				
500 ve üstü	9	75,83				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının, firmaların İşletme Türü göre anlamlı bir şekilde farklılaştığını göstermektedir [ $X^2= 7.905$ ,  $p<.05$ ]. Bu bulgu, firmaların İşletme Türleri ile İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunun farklı etkilere sahip olduğunu gösterir. Grupların sıra ortalamaları dikkate alındığında, İşletme Türleri 500 kişi ve üstü olan işletmelerde lojistik firmalarının organizasyonunun da daha etkili olduğu bunu 1-99 kişi, 250-499 kişi ve 100-249 kişi çalışan sayısına sahip işletmeler izlemektedir.

### k- İşletmelerle Lojistik Firmaları Arasındaki Ekonomik Faktörler

Çizelge 7.33. İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik faktörlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
1-99 kişi	16	58,44	3	1,138	0,0768	Yok
100-249 kişi	45	50,64				
250-499 kişi	33	50,17				
500 ve üstü	9	54,06				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.33'teki bilgiler, İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik faktörlerin ne ölçüde etkili olduğu İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 1.138$ ,  $p > 0.05$ ].

### İ-İşletmenizin Lojistik Firmalarında Hangi Özellikleri Aradığına Dair Kriterler

Çizelge 7.34.İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterler İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre Kruskal Wallis Testi Sonucu

Sorun	n	Sıra Ort.	sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı Fark
Bölgesel	12	51,71	3	1,72	0,0632	Yok
Ulusal	46	50,2				
Uluslararası	24	58,71				
Hepsi	21	48,45				
Toplam	103					

Anlamlılık düzeyi, .05 olarak alınmıştır.

Çizelge 7.34'teki bilgiler, İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterler İle İlgili Görüşleri Ölçeği Puanlarının İşletme Türüne göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını göstermektedir [ $X^2 = 1.720$ ,  $p > 0.05$ ].



## 8.SONUÇ ve ÖNERİLER

Tekstil Dış Ticaretinde, ekonomik alanda hız, maliyet ve esneklik kavramlarının ön plana çıkmasıyla birlikte lojistik sektörünün önemi daha da artmıştır. Farklı taşıma modlarını entegre eden intermodal taşımacılık sistemleri, günümüzde lojistik faaliyetlerin vazgeçilmez unsurları haline dönüşmüştür. Bu anlamda, Trakya Bölgesi mevcut havaalanı, limanları, demiryolu ve denizyolu bağlantıları ile gelişmiş bir lojistik sektörüne üs olabilecek nitelikleri kapsamaktadır.

Bu niteliklerin en başında coğrafi konum yer almaktadır. Özellikle bölgenin, gerek Avrupa-Asya arasında bir köprü işlevi görme gerekse sık sık belirtildiği üzere İstanbul'a yakınlığı gibi avantajları daha etkin bir şekilde kullanılabilen bu da başta tekstil olmak üzere Türkiye'nin dış ticaretine olumlu bir katkı sağlayacaktır. Ayrıca, ülke dış ticaretinde Avrupa ülkelerinin önemli bir paya sahip olması, Trakya Bölgesinin jeo-ekonomik konumunu güçlendirici bir etkide bulunmaktadır. Tekirdağ da bulunan Tekirdağ Deniz İşletmesi Limanının demiryolu hattı ile bağlantısının tamamlanmış olması ve başta Çerkezköy, Çorlu ve Muratlı gibi önemli üretim merkezleri ile pazarlama merkezi olan İstanbul ve de Trakya'nın en büyük limanı olan Tekirdağ limanı arasındaki üçgenin kurulmuş olması bu konudaki düşünceleri bir kere daha öne çıkarmaktadır. Bu şekilde de Marmara Denizi içinde ve Avrupa limanları kapsamında gerçekleştirilen Ro-Ro seferleri, Bölgenin ülke ve dünya pazarlarında etkin olmasını olumlu yönde etkilemektedir. (KUBAŞ 2004)

Trakya Bölgesinin bu kadar önemli bir coğrafyaya sahip olduğu ve Lojistik sektörünün dış ticaretteki rolü göz ardı edilemez boyutlarda olduğu görülmüş; buna istinaden Trakya bölgesinde uluslararası alanda faaliyet gösteren Tekstil İşletmelerinin lojistik faaliyetlerini uygulayış biçimleri kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmada veri toplama amacıyla anket yönteminden faydalanılmıştır.

Anket neticesinde elde edilen verilerde Trakya'daki tekstil işletmelerinin büyük bir bölümünün orta ölçekli büyüklükte ve ulusal yapıda olduğu aynı zamanda Lojistik hakkında donanımlı olmadıkları saptanmıştır.

İşletmelerin yarıdan fazlasının birden fazla sayıda lojistik firma kullandıklarını beyan etmelerine rağmen Lojistiği Taşımacılık ile karıştırdıkları belirlenmiştir. Oysaki Lojistik; üretimden sonraki aşamaları, yani müşteriye kadar olan süreci de kapsamaktadır.

Lojistik firmalarının prezantasyon yapmaması, Tekstil işletmelerinin çoğunun Lojistik firmalarının çalışma şeklini bilmemesi, bilenlerin de lojistik firmaya olan güvensizlikleri ve

maliyet konusu ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle Tekstil işletmelerinin Lojistik firma kullanımını da olumsuz yönde etkilediği görülmüştür.

Lojistik firmaları Tekstil işletmelerine maliyet hesabı yapıp teklif götürmediği için, tekstil işletmelerinin büyük bir bölümü lojistiği üreticinin yapmasını doğru bulmaktadır. Tekstil işletmelerinin tamamı paketleme, elleçleme işlemlerini kendisi yapmaktadır. Yurt dışındaki müşterilere sevk edilecek ürünler İthalatçı firmaya teslim edilene kadar işletmelerin kendi imkanları ile sağlanmaktadır. Tekstil işletmelerindeki yöneticilerin büyük bir bölümü Lojistik ile ilgili gelişmeleri takip etmemektedir.

Tekstil işletmelerinin büyük bir kısmının da Lojistiğe ayrılmış bir departman olmadığı görülmüştür. Çeşitli departmanlar iş bölümü şeklinde yürütmektedir. Bu durumun ne gibi olumsuzluklara yol açtığı ve ne kadar sağlıklı olduğu da ayrı bir tartışma konusudur. Tekstil işletmelerinin merkezlerinin İstanbul olması da, Lojistik açısından olumsuzluktur.

İşletmelerin Lojistik Firma Kullanmayışlarının sebepleri incelendiğinde iki önemli neden ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki Lojistik firma kullanımının İşletmeye Maliyetleri azaltıcı yönde herhangi bir etkisinin olmaması, diğeri de kullanılan ürünün lojistik firma kullanımına uygun olmaması olarak görülmüştür.

Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin sermaye yapısının, Lojistik Firmaları ile Yaşanan Sorun Tiplerinde, Lojistik Firmaları ile olan ticari ilişkilerinde, Lojistik firmaların organizasyonu, Lojistik Firmalarla aralarındaki ekonomik faktörlerle, Lojistik Firmaların özellikleriyle aralarında bağ kuracak anlamlı bir fark görülmemiştir. Bununla birlikte Lojistik Firmaları ile çalışan İşletmelerin uluslararası sermaye yapısına sahip olanlar da konu ile departman seçimlerinde farklılık görülmüştür.

Anket çalışması yapılan Tekstil işletmelerin hiç birinde gerçek anlamda Lojistik firma kullanılmadığı görülmüştür.

Trakya Bölgesi tekstil sektörünün kalbi ise; gerek devletin gerekse yatırımcıların Lojistik sektörüne ivedilikle önem vermesi gerekmektedir.

Tekstil sezonsal ve çok çeşitlilik gerektiren bir sektör, aynı zaman da raf ömrü çok kısadır. Küresel rekabette Tekstil işletmeleri bu konularla başa çıkmak zorunda olduğundan Lojistik firmalarının çok yönlü olanaklarla gelmesi gerekmektedir. Ayrıca her tekstil işletmesinin şartları da farklılık gösterdiği için esnek yapıya sahip olmaları şarttır.

Tekstil beden, renk, cinsiyet gibi çeşitli detaylara sahip olduğu için Lojistik firmasının böyle bir yapıya uygun yazılımlara ihtiyacı vardır. Mağazada eksilen ürünün online takip edilmesi, eksilen ürünün yerine yenisinin konması, bu işleminde en kısa zamanda ve en uygun maliyetle gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Tekstil işletmeleri Lojistiği; taşıma şekilleri sebebiyle de farklılık gösterdiği için Lojistik firmaların askılı ve katlı ürünler için de çözüm bulmaları gerekmektedir. Çünkü askılı taşımacılık tekstil firmaları için ütü maliyetini azaltmaktadır.

Yapılması gereken hususlardan biri de Trakya Bölgesindeki tekstil ve lojistik sektörünün bir araya gelebileceği platformlar oluşturarak karşılıklı etkileşime girmelerine sağlamaktır. Ayrıca devletin Trakya Bölgesine Lojistik üsler kurması, bu üslerde nitelikli elemanlar ve kaliteli ekipmanlar olması gereklidir. Buna ek olarak ta etkili bir tanıtım şarttır.

Lojistik üsler kurulursa Tekstil sektöründe maliyetlerin azalması, ürün stok döngüsünün hızlı ve sağlıklı olması, müşteri memnuniyeti, rekabette avantaj gibi birçok konu kendiliğinden çözümlenmiş olacaktır. Üreticiler de sadece yeni ürün ve pazarlama konularına kanalize olabileceklerdir. Buna bağlı olarak ta tekstil dış ticaretimiz gelişerek Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKLAR

Akyıldız M (2004). Lojistik Dış Kaynak Kullanımın Gelişimi ve Türkiye’deki Kullanım Biçimleri. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 6 Sayı:3,2004 Dokuz Eylül Üniversitesi

Anonim,(\_\_\_\_ a),Mit vollerKompaktkraft in dieZukunft,

[http://www.schlafhorst.oerlikontextile.com/Portaldata/1/Resources/schlafhorst/zin/Impact\\_FX\\_Iskur\\_Referenz\\_de.pdf](http://www.schlafhorst.oerlikontextile.com/Portaldata/1/Resources/schlafhorst/zin/Impact_FX_Iskur_Referenz_de.pdf), (Erişim: 21.07.2011)

Anonim(\_\_\_\_ b), İSO 500 deki Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründeki Düşüş yavaşladı”

[http://www.tekstilveren.org/ttsis//index.php?option=com\\_content&task=view&id=1198&Itemid=1](http://www.tekstilveren.org/ttsis//index.php?option=com_content&task=view&id=1198&Itemid=1), “, (Erişim: 28.08.2011)

Anonim(2007a). Konya Ticaret Odası Etüd Araştırma Servisi, Sektör Raporu,01.04.2007

Anonim(2008). Tekirdağ ilinde faaliyet gösteren sektörlerin uluslararası rekabetçilik düzeylerinin analizi. Vezir Danışmanlık. Sayfa: 66-86

Anonim(2010a). Export Manager-AusgewählteInformationenfürExportverantwortliche,

<http://www.exportmanager-online.de/archiv/49/liefern-in-die-tuerkei-fallstricke-beachten>, (Erişim: 20.07.2011)

Anonim (2010b).Textilindustrie in der Türkeiüberrascht mit Vitalität”

[http://textination.de/de/TN\\_Archiv/dtTN\\_09.11.10.pdf](http://textination.de/de/TN_Archiv/dtTN_09.11.10.pdf), (Erişim: 19.07.2011)

Anonim(2011a).ExportBerichtTuerkei

<http://www.eenbayern.de/awp/inhalte/Laender/Anhaenge/Exportbericht-Tuerkei.pdf>, (Erişim:18.07.2011)

Anonim (2011b)Interviewzu den IT-Trends in der Textilbranche 2011,

<http://logistics.de/Interview-zu-den-IT-Trends-in-der-Textilbranche-2011-cormeta-and-Clientis>, (Erişim: 20.07.2011)

Atılğan T. (2001). “Türk Tekstil Sektörünün Fırsat ve Riskleri”,

<http://www.tekstilveren.org.tr/dergi/eylul/16.html>, (Erişim: 05.09.2011)

- Atılğan T, Karaçay Y.( 2011). “Bölgesel Kalkınma ve Rekabette Türk Tekstil Sektörünün Önemi”, <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/yudumkaracay.pdf>, (Erişim 05.09.2011)
- Aydoğuş İ, Diler G (2009).Tekstil Ürünleri İhracatında Stratejik Dış Ticaret Yaklaşımı: Türkiye ve Çin üzerine bir uygulama. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi (C.X I,S II, 2009)
- Babacan M ( 2010 ). Lojistik Sektörünün Ülkemizdeki Gelişimi ve Rekabet Vizyonu. <http://www.gemikariyer.com/bilgi/comments.php?DiscussionID=24>,(Erişim:03.08.2011)
- Bilginer N ve Ark.(2008). Lojistik Faaliyetlerin Süreçsel Etkinliğine Etki Eden Faktörlerin Değerlendirilmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma.Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı:22 S:277-295
- Bilginer N, Kayabaşı A (2007).İşletmelerin Lojistik Faliyetlerinin Rekabetçi Perspektifte Değerlendirilmesi: Üretim İşletmeleri Üzerine bir Uygulama. Ege Akademik Bakış Dergisi. 7 (2) 2007: 629-644.Ege Üniversitesi
- Çancı M, Erdal M.(2009). Lojistik Yönetimi. UTİKAD- Uluslar arası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği yayını genişletilmiş 3. Baskı.Sayfa:26-29,243-245
- Çakırlar H (2009). İşletmelerin Lojistik Faliyetlerin de Dış Kaynak Kullanımı: Trakya Bölgesinde Faliyet gösteren işletmeler üzerine bir inceleme. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Edirne.
- Erdal M. (2011)Üretici ve Lojistik İşletme İlişkileri. [http://www.meslekiyeterlilik.com/lojistik/4.uretici ve Lojistik işletme ilişkileri.pdf](http://www.meslekiyeterlilik.com/lojistik/4.uretici%20ve%20Lojistik%20işletme%20ilişkileri.pdf) (Erişim: 03.08.2011)
- Erdal M, Saygılı, M. S.(2007). Lojistik İşletmelerinde Yönetim-Organizasyon ve Filo Yönetimi. Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği. Zebra Matbaacılık ve Baskı Hizmetleri Sanayi ve Tic. A.Ş.İstanbul.
- Erdal M, ve Ark.(2008). Entegre Lojistik Yönetimi.Beta Basım Yayım A.Ş.Sayfa:116-145

Gültekin S, Savcı M.(2010). Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi. Murathan Yayınevi 2. Baskı Trabzon. S.1-5

Gümüş Y (2009). Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Karı ile Olan İlişkisi. Muhasebe ve Finansman Dergisi Cilt:41 Sayfa:97-113

Karagöz İ (2006). Meşrubat Sektörünün Pazarlama Yapısı ve Sektör Tarafından Yürütülen Tüketicilere Yönelik Satış Geliştirme Araçlarının Analizi; Tekirdağ Örneği. Trakya Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Edirne. Sayfa7.

Kayabaşı A.(2010).Rekabet Gücü Perspektifinde Lojistik Faaliyetlerde Performans Geliştirme. İTO yayınları yayın no:2010-40 Sayfa:90-95

Kayabaşı A ve Özdemir A (2008).Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Analizi Uygulaması.AtatürkÜniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Cilt: 22, Sayı:1, S: 195-209

Keskin, M.H.(2008). Lojistik Tedarik Zinciri Yönetimi Nobel Yayın No:868. Ankara.

Koçdemir Ş. (2005).Qualitätsetzt sich durch: Textilienmade in Turkey, [http://www.localglobal.de/sixcms/detail.php?id=732255&template\\_id=3724](http://www.localglobal.de/sixcms/detail.php?id=732255&template_id=3724), (Erişim: 19.07.2011)

Knupp M.(2010). “Textilindustrie in der Türkeiüberrascht mit Vitalität

<http://www.gtai.de/DE/Content/Online-news/2010/20/medien/s2-textilindustrie-tuerkei.html>, (Erişim: 20.07.2011)

Kubaş A. (2004). Adaptation of QualityandEnvironmentalStandards. FindingsfromTextile Industry in ThraceRegion”, Journal of EnvironmentalProtectionandEcology, Vol.5, No.1, 205-213

Onay M, Kara H.S (2009). Lojistik Dış Kaynaklama Uygulamalarının Örgüt Performansı Üzerine Etkileri. Ege Akademik Bakış Dergisi. 9 (2) 2009: 593-622.Ege Üniversitesi

- Saatçioğlu C, Gr B. (2005). Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması'nın Sona Ermesi Sürecinde Çin'in Türk Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Y.2005,C.10,S.1 s 149-179
- Sevim ř ve Ark.(2008). Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanan İşletmelerin Aldıkları Hizmetlerin Kalitesinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir İnceleme. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Y.2008, C.13, S.1 s.1-27. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Toker B.(2007). Demografik değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmirdaki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 8 (1) 2007, 92-107
- Uğur A.(2004).Türkiye'nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi. Ankara Üniversitesi Coğrafi Bilimler Dergisi Cilt: 2 Sayı: 2 , ANKARA2004.
- Utz B, Hibbeler S. (2010). "DieTrkischeTextilundBekleidungsbranche in zeiten der Krise", <http://library.fes.de/pdf-files/iez/07316.pdf>, (Erişim: 19.07.2011)
- Zorlu F (2008). Türkiye Lojistik Coğrafyası. Planlama Dergisi. TMMOB şehir Planlamacıları Odası Yayını 2008/3 ISSN 1300-7319Sayı:43 S:39

<http://www.belgeler.com/blg/tnb/turk-dis-ticaret-dengesinde-tekstil-sektorunun-rolu-ve-finansman-olanaklari-the-role-and-financial-possibilities-of-textile-sector-in-turkish-external-trade>

## **EKLER**

### **EK 1: ARAŞTIRMA KAPSAMINDA KULLANILAN ANKET FORMU**

NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ANKET FORMU

Bu anket, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında yürütmekte olduğumuz Yüksek Lisans Tez Çalışmasına veri sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Anket yardımıyla Tekstil Dış Ticaretinde Lojistik ve Türkiye'nin Durumu hakkında bilgilere ulaşmaya çalışılacaktır. Anket sonuçlarının sağlıklı olabilmesi için doğrudan konuyla ilgili kişilerin anketi doldurması gerekmektedir. Bu çalışmaya yapacağınız katkılar gelecekteki araştırmalara ve sektörel gelişmelere ışık tutması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu konuda göstereceğiniz çaba ve ayıracağınız vakit için şimdiden teşekkür ederim.

Saygılarımla

Elif MUTLU



1.İşletmenizin sermaye yapısı hangi kategoriye girmektedir?

1)-Bölgesel 2)-Ulusal 3)-Uluslar arası 4)-Hepsi

2.İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?

1)1-99 2) 100-249 3) 250-499 4) 500 ve üstü

3.İşletmeniz ihtiyacı olan Lojistik Hizmetini nasıl gerçekleştiriyor?

1)-Kendi imkanlarımızla sağlıyoruz

2)-Lojistik firmasından destek alıyoruz

3)-Hem kendi imkanlarımızı hem de Lojistik firmasını kullanıyoruz

4.İşletmeniz kaç ayrı Lojistik Firması ile çalışıyor?

1)-Tek Firma 2)-Birden Fazla 3)-Kullanmıyor

5.İşletmeniz lojistik faaliyetlerinde Lojistik firması kullanmıyorsa, aşağıdaki faktörlerden hangileri öne çıkmaktadır?( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.

1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Faktörler</b>	1	2	3	4	5
Lojistik firmasına sır verme endişesi					
Lojistik Firma kullanımı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunmaması					
Kullanılan ürünün Lojistik Firma kullanımına uygun olmaması					
İşletmenin Lojistik Firma kullanımına uygun olmaması					
Lojistik firmasının yeterliliğine inanılmaması					
Maliyetlerin azalması yönünde bir getirisinin olmaması					
Sevkiyatı kontrol edememe endişesi					
Lojistik firma çalışanlarının profesyonel bulunmaması					

6.Lojistik firmasından destek alındığı takdirde size olan maliyetini biliyor musunuz?

1)-Evet

2)-Hayır

7.Yukarıdaki sorunun cevabı olumsuz ise bunun sebebini neye bağlıyorsunuz?

1)-Güvensizlik 2)-Lojistik Firmalarından teklif gelmeyişi

3)-Konu hakkındaki bilgisizlik

8.Herhangi bir Lojistik Firması, Lojistik faaliyetlerinizin sağlanması ile ilgili size maliyet hesabı yapma teklifinde bulundu mu?

1)-Evet

2)-Hayır

9.Lojistik Firmasından destek alıyorsanız, bu firmalarla ilgili sorunları ne ölçüde yaşamaktasınız? ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Yaşanan Sorun Tipi</b>	1	2	3	4	5
Firma çalışanları ile iletişim sorunları yaşamaktayız					
Ürünümüz zamanında teslim edilemiyor					
Ürünümüz hasarlı teslim ediliyor					
Sözleşmedeki fiyatlar uygulanmıyor					
Kayıp ve ya çalıntı sorunları yaşamaktayız					
Diğer, Lütfen belirtiniz.					

10.Lojistik Firmalar ile çalışmada, işletmenizde bulunan farklı departmanların ne ölçüde etkili olduğunu düşünüyorsunuz? ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Departmanlar</b>	1	2	3	4	5
Pazarlama					
Üretim					
Lojistik					
İnsan Kaynakları					
Satın Alma					
İdari İşler					
Bilgi işlem					
Planlama					
Depo					
Sevkiyat					
İhracat					
Müşteri İlişkileri					
Yönetim					
Muhasebe					

11.İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterleri değerlendiriniz. ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Aranan Kriterler</b>	1	2	3	4	5
Güvenilirlik					
Fiyat					
Uzmanlık					
Çalışanların eğitimi olması					
Örgütsel Yapısı					
Referans					
Kullanılan teknoloji					
Ekipman yeterliliği					
Yeniliklere açık olması					
Yakınlık					
Müşteri isteği					

12.Tekstil sektöründe lojistik hizmetlerin üreticiler tarafından verilmesini hatalı bir uygulama olarak görüyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

13. Outsourcing ne demek? Anlamını biliyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

14. Tercih ettiğiniz lojistik taşımacılığı hangisidir?

1)-Hava 2)-Deniz 3)-Kara 4)-Hepsi

15. Lojistik sektöründeki son trendleri takip edebiliyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Şirket ismi:.....

Adı soyadı:.....e-mail:.....

Tel:.....

## EK 2: ÖLÇEK GELİŞTİRİLMİŞ ANKET FORMU

1.İşletmenizin sermaye yapısı hangi kategoriye girmektedir?

1)-Bölgesel 2)-Ulusal 3)-Uluslar arası 4)-Hepsi

2.İşletmenizde kaç kişi çalışmaktadır?

1)1-99 2) 100-249 3) 250-499 4) 500 ve üstü

3.İşletmeniz ihtiyacı olan Lojistik Hizmetini nasıl gerçekleştiriyor?

1)-Kendi imkanlarımızla sağlıyoruz

2)-Lojistik firmasından destek alıyoruz

3)-Hem kendi imkanlarımızı hem de Lojistik firmasını kullanıyoruz

4.İşletmeniz kaç ayrı Lojistik Firması ile çalışıyor?

1)-Tek Firma 2)-Birden Fazla 3)-Kullanmıyor

5.İşletmeniz lojistik faaliyetlerinde Lojistik firması kullanmıyorsa, aşağıdaki faktörlerden hangileri öne çıkmaktadır?( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.

1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

Faktörler	1	2	3	4	5
Lojistik firmasına sır verme endişesi					
Lojistik Firma kullanımı ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunmaması					
Kullanılan ürünün Lojistik Firma kullanımına uygun olmaması					
İşletmenin Lojistik Firma kullanımına uygun olmaması					
Lojistik firmasının yeterliliğine inanılmaması					
Maliyetlerin azalması yönünde bir getirisinin olmaması					
Sevkiyatı kontrol edememe endişesi					
Lojistik firma çalışanlarının profesyonel bulunmaması					

6.Lojistik firmasından destek alındığı takdirde size olan maliyetini biliyor musunuz?

1)-Evet

2)-Hayır

7.Yukarıdaki sorunun cevabı olumsuz ise bunun sebebini neye bağlıyorsunuz?

1)-Güvensizlik

2)-Lojistik Firmalarından teklif gelmeyişi

3)-Konu hakkındaki bilgisizlik

8.Herhangi bir Lojistik Firması, Lojistik faaliyetlerinizin sağlanması ile ilgili size maliyet hesabı yapma teklifinde bulundu mu?

1)-Evet

2)-Hayır

9.Lojistik Firmasından destek alıyorsanız, bu firmalarla ilgili sorunları ne ölçüde yaşamaktasınız? ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Yaşanan Sorun Tipi</b>	1	2	3	4	5
Firma çalışanları ile iletişim sorunları yaşamaktayız					
Ürünümüz zamanında teslim edilemiyor					
Ürünümüz hasarlı teslim ediliyor					
Sözleşmedeki fiyatlar uygulanmıyor					
Kayıp ve ya çalıntı sorunları yaşamaktayız					

10.Lojistik Firmalar ile çalışmada, işletmenizde bulunan farklı departmanların ne ölçüde etkili olduğunu düşünüyorsunuz? ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Departmanlar</b>	1	2	3	4	5
Pazarlama					
Üretim					
İnsan Kaynakları					
Satın Alma					
İdari İşler					
Bilgi işlem					

11.İşletmelerin lojistik firmaları ile olan ticari ilişkilerinde öne çıkan etmenler hakkındaki görüşlerinin ne ölçüde etkili olduğunu düşünüyorsunuz? ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Ticari İlişkiler</b>	1	2	3	4	5
İhracat					
Müşteri İlişkileri					
Referans					
Müşteri isteği					

12.İşletme açısından lojistik firmalarının organizasyonunu değerlendiriniz. (Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız. 1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Firma Organizasyonu</b>	1	2	3	4	5
Lojistik					
Muhasebe					
Çalışanların eğitimi olması					
Örgütsel Yapısı					

13.İşletmelerle lojistik firmaları arasındaki ekonomik ilişkiyi değerlendiriniz. ( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız. 1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Ekonomik Faktörler</b>	1	2	3	4	5
Güvenilirlik					
Fiyat					

14.İşletmenizin Lojistik firmalarında hangi özellikleri aradığına dair kriterleri değerlendiriniz.( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Aranan Kriterler</b>	1	2	3	4	5
Uzmanlık					
Kullanılan teknoloji					
Ekipman yeterliliği					
Yeniliklere açık olması					

15.İşletmelerdeki yönetici konumundaki personel ile lojistik firmaları arasındaki ilişkiyi değerlendiriniz.( Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>İkili ilişkiler</b>	1	2	3	4	5
Yakınlık					

16.İşletmelerin lojistik firmalara olan Güveninde öne çıkan etmeni değerlendiriniz.  
(Önem sırasını azdan çoğa göre sıralayınız.1:Hiç önemli değil. 2.Önemli değil. 3.Az önemli. 4.Önemli. 5. Çok önemli)

<b>Destekleyici Unsur</b>	1	2	3	4	5
Referans					

17.Tekstil sektöründe lojistik hizmetlerin üreticiler tarafından verilmesini hatalı bir uygulama olarak görüyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

18.Outsourcing ne demek? Anlamını biliyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

19.Tercih ettiğiniz lojistik taşımacılığı hangisidir?

1)-Hava 2)-Deniz 3)-Kara 4)-Hepsi

20.Lojistik sektöründeki son trendleri takip edebiliyor musunuz?

1)-Evet 2)-Hayır

Katılımınız için teşekkür ederiz.

Şirket ismi:.....

Adı soyadı:.....e-mail:.....

Tel:.....

## ÖZGEÇMİŞ

04.10.1978 tarihinde Tekirdağ Saray'da doğdum. İlk, Orta ve Lise öğrenimimi Kırklareli Lüleburgaz da tamamladım.1998 yılında Anadolu Üniversitesi'nin Halkla İlişkiler ve Tanıtım ön lisans programına başlayarak 2000 yılında bitirdim. 2004 yılında Dikey geçiş ile Anadolu Üniversitesi'nin İşletme Anabilim dalında Lisans öğrenimime başlayarak 2007 yılında bitirdim. Yüksek Lisansa 2009 yılın da Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim dalında başladım. Ön Lisans eğitimimi tamamladıktan sonra 2000-2002 tarihleri arasında Mutlu Deri Tekstil Tic. Ltd. Şirketin de İdari işler sorumlusu, 2002-2004 tarihleri arasında Aras Kargo A.Ş. Trakya Bölge Müdürlüğünde Satış Yönetmeni, 2004 yılı içerisinde Arıkanlı Holding' e bağlı RL Lojistik (Cargo&Cargo) firmasında Satış& Pazarlama Uzmanı, 2007-2009 tarihleri arasında Namık Kemal Üniversitesi Meslek Yüksekokulunda Serbest Öğretim Elemanı Olarak, 2009- 2011 tarihleri arasında Genesis Sağlık Hizmetleri Ltd. Şirketinde İdari işler Sorumlusu olarak çalıştım. Evliyim ve İki oğlum var.