



IX. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

24-25 Ekim 2025 | Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

<https://www.ulk.ist/>



Gümrük Müşavirlikleri Web Sitelerinin Rekabet Gücünün Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri Değerlendirilmesi

Özet

Derin Dönmez Topçuoğlu

Arş. Gör.,

Bartın Üniversitesi

dtopcuoglu@bartin.edu.tr

Gülden Öner

Arş. Gör.,

Zonguldak Bülent Ecevit
Üniversitesi

gulden.oral@beun.edu.tr

Tuğçe Bal

Doktora Öğrencisi,

Sakarya Uygulamalı Bilimler
Üniversitesi

tugcebal@subu.edu.tr

Özgür Özsoy

Doktora Öğrencisi,

İstanbul Üniversitesi

ozgurozsoy78@hotmail.com

Küresel ticaretin hızlı dijital dönüşümü ile birlikte çevrimiçi hizmetlerin yaygınlaşması, işletmelerin bilgiye erişim, işleme ve paylaşma biçimlerini yeniden şekillendirmektedir. Her alanda olduğu gibi gümrük müşavirliği (GM) firmalarının da rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri açısından dönüşüme uyum sağlamaları kritik bir önem taşımaktadır. Bu noktada hizmetlerin sunulduğu arayüzler olan web sitelerinin işlevselliği ve performansı müşteri beklentilerini karşılaması bakımından önemli bir rol oynamaktadır. Şu anda bu web siteleri öncelikli olarak şirket tanıtımları sağlamak, iletişim kanallarını kolaylaştırmak, sınırlı müşteri bilgi modülleri sunmak ve bir ölçüde çevrimiçi belge paylaşımına olanak tanımak gibi işlevlere sahiptir. Literatürde GM web sitelerinin performansına ilişkin bir çalışma yapılmamış olması bu çalışmanın özgünlüğünü yansıtmaktadır. Bu doğrultuda, mevcut gümrük müşavirliği firmalarının web sitelerinin dijital hizmet yeteneklerini analiz ederek daha etkili bir model geliştirmek hedeflenmektedir. Bu kapsamda çalışmanın temel amacı, Türkiye'deki GM web sitelerinin teknik performans, kullanıcı deneyimi, içerik kalitesi ve erişilebilirlik boyutlarını bütünlük bir yaklaşımla değerlendirerek çok kriterli bir analitik çerçeve geliştirmek ve stratejik çözüm önerileri ortaya koymaktır. Değerlendirme sürecinde literatür incelemesi ve uzman görüşleriyle oluşturulan kriter seti çok kriterli karar verme de kullanılan subjektif ve objektif ağırlıklandırma yöntemleri ile incelenecektir. Araştırma bulgularının, gümrük müşavirliği firma yöneticileri arasında dijital dönüşüm yatırımlarına öncelik vererek müşteri memnuniyetini artıracak çözümler geliştirmesinin önemi konusunda farkındalık yaratması beklenmektedir. Sonuç olarak önerilecek model, politika yapıcılara web sitelerinde gümrük yönetimine yönelik şeffaf ve veri odaklı bir yaklaşım sunarken, sektöre müşteri memnuniyetini artıran, operasyonel verimliliği iyileştiren ve rekabet gücünü artıran bir dijital dönüşüm vizyonu sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler:

Gümrük Müşavirliği Firması, Web Sitesi, Dijitalleşme, ÇKKV.

Evaluation of the Competitiveness of Customs Consultancy Websites Using Multi-Criteria Decision Making Methods

Abstract

The rapid digital transformation of global trade and the proliferation of online services are reshaping the way businesses access, process and share information. As in every field, it is of critical importance for customs consultancy (CC) companies to adapt to the



transformation in order to survive in the competitive environment. At this point, the functionality and performance of websites, which are the interfaces through which services are offered, play an important role in meeting customer expectations. Currently, these websites primarily function to provide company introductions, facilitate communication channels, offer limited customer information modules, and allow for some online document sharing. The fact that there is no study on the performance of CC websites in the literature reflects the originality of this study. In this regard, it is aimed to develop a more effective model by analyzing the digital service capabilities of the websites of existing customs consultancy companies. In this context, the main purpose of the study is to develop a multi-criteria analytical framework and present strategic solution suggestions by evaluating the technical performance, user experience, content quality and accessibility dimensions of CC websites in Türkiye with an integrated approach. During the evaluation process, the criteria set created by literature review and expert opinions will be examined with subjective and objective weighting methods used in multi-criteria decision making. The research findings are expected to raise awareness among customs consultancy firm managers about the importance of developing solutions that will increase customer satisfaction by prioritizing digital transformation investments. The proposed model aims to provide policy makers with a transparent and data-driven approach to customs management on websites, while providing the industry with a digital transformation vision that increases customer satisfaction, improves operational efficiency and enhances competitiveness.

Keywords:

Customs Consultancy Company, Website, Digitalization, MCDM.

