
LOJİSTİK KOORDİNASYON YETENEĞİ, LOJİSTİK İNOVASYON YETENEĞİ VE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ (MİY) YETENEĞİ İLE REKABET AVANTAJI VE LOJİSTİK PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

İsmail BAKAN*

Zümrüt Hatice ŞEKKELİ**

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, lojistik sektöründe faaliyet gösteren lojistik firmalarının lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği, müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği ile rekabet avantajı ve lojistik performansı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma verileri Türkiye'nin 9 ilinde UND'ye kayıtlı lojistik firmalarına anket uygulanması yoluyla toplanmıştır. 428 anket geri dönerek araştırma kapsamına alınmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesi SPSS paket programı aracılığıyla frekans analizi, Pearson korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılarak yapılmıştır. Araştırma bulgularına istinaden lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği, Müşteri İlişkileri (MİY) Yeteneği, Rekabet Avantajı, Lojistik Performans

THE RELATIONSHIP BETWEEN LOGISTICS COORDINATION CAPABILITY, LOGISTIC INNOVATION CAPABILITY, CRM CAPABILITY AND THE EFFECTS OF COMPETITIVE ADVANTAGE AND LOGISTICS PERFORMANCE: A FIELD RESEARCH ABSTRACT

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the relationship between logistics coordination capability, logistic innovation capability, CRM capability and the effects of competitive advantage and logistics performance among the firms that operating in the logistics sector. The research data was collected among third part logistics (3PL) firm in the 9 cities of Turkey, that members of the UND by the questionnaire method, 428 usable questionnaires were returned. Data were analyzed by SPSS programme; the frequency, Pearson correlation, and regression analyze are used. According to the findings it can be said that there is a statistically significant relationship between logistics coordination capability, logistic innovation capability, CRM capability with competitive advantage and logistics performance.

Keywords: Logistics Coordination Capability, Logistic Innovation Capability, CRM Capability, Competitive Advantage, Logistics Performance

* Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

** Uzman, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu

***Bu çalışma Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi BAP birimi tarafından desteklenmiştir.

1. GİRİŞ

Müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin sürekli değişiklik arz etmesi (Kunt, 2004), küreselleşme, sürekli gelişen teknoloji ve artan iletişim nedeniyle, "rekabet etmek" gün geçtikçe zorlaşmaktadır (Babacan, 2003). İşletmeler rekabet avantajı elde etmek için rakiplerine kıyasla maliyeti düşürmek, daha fazla katma değer sağlamak, aynı veya çok az fiyat farkı ile ek faydalar katarak hizmet vermek mecburiyetinde kalmaktadırlar (Ehmke, 2008).

Yaşanan tüm bu değişim ve gelişmelerin sonucunda, internetin varlığı ile dünyanın herhangi bir yerinden ürün (Sarısakal vd., 2003); ucuz iş gücü, ucuz ve kaliteli hammadde ya da yarı mamul tedariki yapabilmek yani farklı ülkelerdeki pazarlardan faydalanmak mümkün hatta tercih edilir hale gelmiştir (Gönel, 2007). Değişik pazarlardan tedarik edilen bu malzemelerin, hammaddelerin, yarı mamullerin, nihai ürünlerin ve hatta bilginin; tedarikçilerden işletmelere ve /veya müşterilere, istenilen zamanda, doğru biçimde, ihtiyaca uygun şekilde ve minimum maliyetle iletilmesi için bu faaliyetleri içeren bir "Lojistik Yönetimi" sürecine ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır (Bowersox, 1978, Akt. Vatansver, 2005:3; İgeme, 2005, Akt. Gümüş, 2009:98; Aydın, 2005).

Lojistik yönetimi; müşteri ihtiyaçlarına cevap vermek amacıyla tüm birimlerin koordine edilmesi ve ürün, hizmet veya ilgili bilginin akışı gibi tüm lojistik faaliyetlerin en etkin biçimde gerçekleştirilmesi için yapılması gerekenleri kapsamaktadır (Gönel, 2007:6; Lambert vd., 1998,2).

Etkin bir lojistik yönetimi için işletmelerin bazı lojistik yeteneklere sahip olmaları gerekmektedir. Bu yetenekler, işletmenin pazar ve mali performansını artırmakta ve işletmeye rekabet avantajı ile üstün kâr imkanı sağlamaktadır (Hult vd., 2008; Hayes ve Pisano, 1994; Akt. Acar, 2010: 5-6).

Bu çalışmada kendi içlerinde rekabet etmeye çalışan bu firmaların lojistik yeteneklerinden olan lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) yeteneğinin rekabet avantajına ve lojistik performansına olan etkileri araştırılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde yetenek, lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) yeteneği, rekabet avantajı ve lojistik performansı kavramları teorik boyutta açıklanmıştır.

2.1. Yetenek

Yetenek; örgütsel süreçler kullanılarak çok sayıda kompleks becerinin ve fonksiyonel faaliyetlerin koordinasyonunu sağlama olarak tanımlanmaktadır (Day, 1994). Bir diğer ifade ile yetenek, işletmenin özvarlığı ile ne yaptığı ve ondan nasıl faydalandığıdır (Daugherty vd., 2009).

Bir sürecin etkin olması, o süreçle ilgili yetenekleri etkin bir şekilde kullanmak ile ilişkilidir (Nelson vd., 1982, Akt. Ettlíe vd., 2006). Ancak işletmeler gerekli yetenekleri tanımlayarak ve ilgili yetenek sistemini kurarak

rakiplerine kıyasla başarılı olurlar. Bu yetenekler; özellikle rekabet avantajı yaratmakta anahtar görevi görmektedirler (Day, 1994).

Literatürde lojistik yeteneğini temel almış bir çok çalışma yapılmış olup (Lieb vd., 1996; Murphy vd., 1998-2000; Van Hoek, 2001; Larson vd., 2001; Lieb vd., 2003, Rao vd., 1993-1994, Acar vd., 2008; Peters vd., 1998, Bhatnagar vd.,1999, Kemppainen vd., 2007, Sohail vd., 2005 vs.); bu çalışmaların büyük çoğunda “tedarikçilerin hizmet yeteneğinin müşteri ihtiyaçları ile uyumlu olması” konusuna vurgu yapılmıştır (Liu vd., 2009).

2.2. Lojistik Koordinasyon Yeteneği

Lojistik Koordinasyon Yeteneği, örgütsel koordinasyonun ve işbirliğinin, kanal boyunca yer alan tüm paydaşları da kapsayarak gerçekleşmesi kabiliyetidir. Diğer bir ifade ile lojistik koordinasyon yeteneğini, lojistik süreci boyunca hem süreçteki faaliyetlerin hem de paydaşların (tedarikçi, taşıyıcı, üçüncü parti lojistik firmaları, perakendeci vs.) koordinasyonunu sağlama becerisi olarak da tanımlamak mümkündür (Bowersox vd., 1987; Savitskie, 2003).

Schillo ve Walter'in 2010'da yayınladıkları makalede, teknolojinin varlığında satış büyüklüğünü etkileyen faktörler (ağ koordinasyon yeteneği, pazar belirsizliği ve inovasyon fikrine açık olma) incelenmiştir. Pazar belirsizliğinin inovasyon fikrine açıklığı negatif yönde; ağ koordinasyon yeteneğini pozitif yönde etkilediği bulgularına ulaşılmıştır. Daugherty vd. (1996), yaptıkları çalışmada koordinasyon sağlamanın temelini oluşturan bütünleşik lojistik kavramı ile lojistik performansı ilişkisini irdelemişlerdir. Kanalların etkinliğinin sağlanmasında bütünleşik lojistiğin büyük önemi olduğu sonucuna varmışlardır.

2.3. Lojistik İnovasyon Yeteneği

İnovasyon, örgütlerin rekabet avantajı sağlayabilmek ve ayakta kalabilmek için yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet, metot ya da süreçlerin geliştirilmesidir (Bakan ve Yıldız, 2009: 177). Diğer bir ifade ile inovasyon, bir süreci (yenilemeyi- yenilenmeyi); bir sonucu (yenilik) ve bu yeniliğin pazarlanabilir olduğunu ifade etmektedir anlatmaktadır (Eraslan vd., 2008).

İnovasyon yeteneği ise; sistem, politika, program, ürün, süreç, teçhizat veya hizmet gibi yeni olan şeylerin uygulanması ya da teknolojisinin yaratılması; birçok ana yeteneği ve firma kaynaklarını başarılı bir şekilde birleştirme becerisi ve işletmeye dışarıdan transfer edilen yeni bilginin, özüm senerek uygulanabilmesi kabiliyeti olarak tanımlanabilmektedir (Lawson vd., 2001: 384; Fuchs, vd., 2000; Lin vd., 2009:113). İnovasyon yeteneği, firmanın en kritik örgütsel yeteneği sayılmakta ve geleceğin başarı faktörlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Çünkü bu yeteneğin varlığı ile işletmeler yeni ürün veya hizmet üreterek uyumlu ve esnek olarak, yeni fikirlerden faydalanarak değer kazanmaktadırlar.

Lojistik inovasyon yeteneği ise lojistik faaliyetler ile ilgili yeni olan fikirlerin uygulanması veya yönteminin yaratılması becerisi anlamına gelmektedir. Bu fikirler, mevcut olan ürün veya hizmeti daha kullanışlı veya daha

verimli hale getirmek ya da çözümsüz kalan sorunları çözmek veya karşılanmayan ihtiyaçlara cevap vermek amacıyla geliştirilebilmektedir. Lojistik inovasyon yeteneği ile rakipler tarafından kopyalanması oldukça zor bir lojistik yeteneğe ulaşmak mümkün hale gelmekte ve bu da sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaktadır. İşletmeler bu yeteneği geliştirmeyi önemsemekte, bunun için de araştırma ve geliştirmeye yatırım yapmaktadırlar (Kallio vd., 2012; Yeşil vd., 2012: 614; Yang vd., 2009 ; Shan vd., 2009:458).

Hii ve Neely (2000), işletmenin inovasyon potansiyelinin birçok yeteneğe bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Weerawardena (2003), yayınladığı makalesinde sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak için örgütsel inovasyon yoğunluğunun geliştirilmesini önermektedir. Acar ve Günsel (2010) yazmış oldukları makalelerinde, lojistik hizmetlerinde uygulanan inovasyonun (özellikle de süreç inovasyonunun), lojistik yetenekler, rekabet avantajı ve performans ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Teece (2010) teknolojik inovasyonun rekabet avantajı üzerine etkisini ölçmek için bir model oluşturmuş ve modeli analiz ederek teknolojik inovasyon ve rekabet avantajı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

2.4. Müşteri İlişkileri Yönetimi (Miy) Yeteneği

Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY), müşterilerin işletmeye uzun vadede değer kazandıracak biçimde seçilmesi ve yönetilmesi için uygulanan işletme stratejisidir. Etkin bir MİY yönetimi sayesinde yeni müşteriler kazanılmakta veya mevcut müşteriyi tatmin ederek sadakat sağlanmaktadır (Baydaş, 2004: 366-367).

MİY yeteneği, MİY faaliyetleri içerisinde yer alan ve işletmenin bu alandaki becerilerini ve bilgi birikimini gösteren bütüncül bir yetenektir (Morgan vd., 2009). MİY yeteneği ile çok daha üst düzeyde müşteri ilişkileri kurmak, geniş bir tabana yayılmış müşteri sadakati sağlamak, böylelikle de sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek amaçlanmaktadır (Day, 2000, 2003; Akt. Wang ve Feng, 2008).

MİY yeteneği, Müşteri Etkileşim Yönetimi, Müşteri İlişkileri İyileştirme, Müşteri Geri Kazanma ve Müşteri Bilgi Yönetimi olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır (Reichheld ve Sasser, 1999; Akt. Wang ve Feng, 2008:84).

Müşteri Etkileşim Yönetim Yeteneği; işletmenin kar getirisi olan müşteriyi belirleme, elde etme ve etkileşimin sürekliliğini sağlama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Wang ve Feng, 2008:84). Bunun için satış ziyaretleri yapılması; çağrı merkezi (call center) oluşturulması, telefon ve web ile iletişim sağlanması; doğrudan (direct mail) veya dolaylı pazarlama yapılması, şikâyetlerin değerlendirilmesi gibi faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Çiçek, 2005:63).

Müşteri İlişkileri İyileştirme Yeteneğini ise mevcut müşteriye yapılan satışı, miktar ve fiyat açısından artırma yeteneği olarak tanımlamak mümkündür (Wang ve Feng, 2012). Bu noktada satın alma sıklığını veya muadil ürün satın alma miktarını artırmak gerekmektedir. Değişen müşteri ihtiyaçlarına göre aynı firmaya ait farklı ürün gruplarının da satılması yöntemi olan "çapraz satış" gibi daha farklı hizmetler sunabilmek amaçlanmaktadır. Böylelikle müşterilerin işletmelere bağlılığı ve sadakati sağlanmaktadır (Hamşioğlu, 2002:10; Huber vd., 2011:48).

Müşteri Geri Kazanma Yeteneği, kaybedilmiş ya da artık aktif olmayan karlı müşteriler ile ilişkileri onarma ve onları yeniden kazanma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Reichheld ve Sasser, 1999; Akt. Wang ve Feng, 2012). Bilindiği üzere kaybedilen her müşteri para ve bilgi kaybına neden olmakta; bu durumda yeni müşteri edinme gayretini ve çalışan moralini negatif bir şekilde etkilemektedir. Bu yüzden kaybedilen müşteri ile olan ilişkileri onarmak ve müşteriye yeniden kazanmak oldukça önemlidir (Griffin vd., 2001).

Müşteri Bilgi Yönetimi Yeteneği ise literatürde, yapılan tüm bu faaliyetlerin karlılığı artıracak şekilde yapılandırılması ve sürekliliğinin sağlanması yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Wang ve Feng, 2008:84). Burada müşteri hakkında bilgilerin elde edilmesi, bütünleştirilmesi ve organize edilmesi yoluyla müşteriye en iyi şekilde hizmet verilmesi amaçlanmaktadır (Gibbert vd., 2012:2). Örgütsel teorist ve stratejistlere göre bu yeteneğin varlığı işletmelere rekabet avantajı sağlamak ve işletme performansını artırmaktadır (Eisenhardt ve Santos, 2002; Teece 1998).

Comb (2004) yayımlanan makalesinde, e-ticaret uygulamalarında MİY stratejilerinin rekabet avantajı yaratmaya katkısını analiz etmiş; MİY uygulamalarının tek başına rekabet avantajı yaratmada yeterli olmadığını ve MİY ile Kurumsal Kaynak Planlamasının (ERP) bütünleştirilmesiyle daha etkin rekabet avantajı sağlanacağı sonucuna varmıştır. Coltman (2007), MİY yeteneğinin rakiplere karşı avantaj sağladığı ve performansı da geliştirdiği savı üzerinde çalışma yapmış; bu çalışma sonucunda da değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Nguyen vd.,'nin (2007), yaptıkları çalışmada MİY'in rekabet avantajı sağladığını tespit etmişlerdir. Acar (2010) Marmara bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lere uyguladığı anketlerin analizleri sonucunda lojistik yeteneklerin rekabet stratejileri, rekabet avantajı ve lojistik performans üzerinde etkisi olduğu bulgusuna ulaşmıştır.

2.5. Rekabet Avantajı

Rekabet kavramı, en genel ve sade anlamı ile "kıt olan bir şeyi paylaşmak veya bir ödül elde etmek için çeşitli kural ve sınırlar dâhilinde; herhangi bir ayrıcalığın bulunmadığı bir ortamda birden fazla kişi ve/veya kuruluşun birbirlerine üstün gelme amacıyla yaptıkları oyun veya bir yarış" olarak tanımlanmaktadır (Türkkan, 2003: 11; Akt. Demir ve Demirel, 2011: 84; Eraslan vd.,2008:5).

Küreselleşme ile rekabet tüm dünyaya yayılmış; ülkeler artık refah düzeylerini artırmak değil, sadece mevcut durumlarını korumak amacıyla da rekabet etmek durumunda kalmışlardır. Bu nedenle günümüzde işletmeler rekabet avantajı kazanmaya çalışmaktadırlar (Porter, 2008:9).

Rekabet avantajı, bir işletmenin rakiplerine kıyasla temel yetenek, daha fazla satış, geniş pazar payı, yüksek müşteri sayısı, düşük maliyet, ürün çeşitliliği, dağıtım gibi bir veya birçok farklı konuda üstün olması durumu olarak tanımlanabilmektedir (09.10.2014, www.investopedia.com). Bir diğer ifade ile de rekabet avantajı, işletmenin rakiplerine karşı savunma pozisyonu alma durumu olarak da açıklanabilmektedir (Li vd., 2006:111).

Rekabet avantajı, herhangi bir işletmenin rakiplerine kıyasla bir özelliği veya faktöründeki pozitif anlamdaki farklılıktır. Bu farklılık, işletmenin müşterilerine rakiplerinden daha fazla değer sunmasına ve daha iyi performans göstermesine, onlara daha iyi hizmet etmesine yol açmaktadır (Sakarya, 2006:851). Birbirleri ile eşit özelliklere sahip olan işletmeler, eğer rakipleri karşısında rekabet avantajı elde etmek istiyorlarsa ya aynı faydayı rakiplerinden daha düşük maliyetle sağlamak ya da rakiplerinden daha fazla ve farklı faydalar yaratmak zorundadırlar. Ancak bu yolla bu rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlamaları mümkün olmaktadır (Hsiano;2010:72).

Genel olarak rekabet avantajı sağlamanın sadece işletme içi faktörlere bağlı olduğu düşünülse de, son zamanlarda yaşanan değişimler ve gelişmeler sonucunda rekabet avantajı sağlama sebebinin sadece işletme temelli değil tedarik zincirlerine de bağlı olduğu iddiası gündeme gelmiştir (Hines ve Rich, 1998:1; Li vd., 2006). Zira bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmeler ve küreselleşmenin etkisi ile üretim yapan işletmeler artık yeni bir alan olan tedarik zincirleri üzerinden de rekabet etmeye başlamışlardır. Lojistik ve tedarik zinciri yönetimi sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak konusunda önemli bir konuma sahip olmuşlardır. Özellikle de lojistik tedarik zincirinin başarılı olmasında kritik bir faktör olarak yerini almıştır (Liu ve Luo, 2010:50). Lojistiğin bu önemli pozisyonunun asıl nedeni; fiziksel akış ve tedarik zinciri ile ilişkili süreçlerin planlaması, uygulaması ve kontrolünün yapılması yoluyla değer yaratması ve böylelikle rekabet avantajı oluşturmalarıdır, denilebilmektedir (Alarcon, 2012: 741).

Literatürde rekabet avantajını temel almış birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar; (Prahalad ve Hamel ,1990 ; Hall, 1993; Barney ve Wright, 1997, Smart ve Wolfe, 2000; Barney, 1991 ve Teece vd., 1997) maddi olmayan kaynak ve yeteneklerin avantaj yarattığını belirtmişlerdir. Yani temel yeterlilikler ve dinamik yetenekleri vurgulayan kaynak temelli yaklaşım sergilemişlerdir. Clulow, Barry ve Gerstman (2003), güven, itibar, fikri özellikler gibi maddi olmayan varlıklar ve bilgi, kültür, beceri ve tecrübe gibi yeteneklerin firmanın rekabet gücünü artırdığı sonucuna varmışlardır. Porter (1980) ise endüstri yapısı ve pazar konumunun önemini vurgulayan endüstri analizi yaklaşımını vurgulamıştır. Senge (1990) ve Nonaka (1991) da, öğrenen organizasyonların oluşturulmasının, bilgi üretilmesinin ve kullanılmasının, rekabet avantajı elde etmenin temeli olduğunu vurgulayan bilgi temelli yaklaşımlar geliştirmişlerdir (Sakarya, 2006; Prahalad ve Hamel, 1990; Li vd., 2006).

2.6. Lojistik Performans

Günümüzde, küreselleşme olgusunun bir sonucu olarak giderek zorlaşan rekabet ortamında uzun ömürlü olmak isteyen işletmeler, sadece teknolojik yeniliklere ayak uydurmakla yetinmeyip, aynı zamanda örgütlerinin performanslarını da artırmaya önem vermek durumundadırlar (Bakan ve Kelleroğlu, 2008: 76)

Performans; bir işletmenin amaçlarına ulaşmak için daha önceden planlanmış bir faaliyetin belirli bir süre sonunda ortaya çıkmış sonuçlarının nitel ve nicel olarak tanımlanmasıdır (Akal, 1988:1; Yıldız, 2010: 180). Lojistik performans ise önceden planlanmış lojistik faaliyetlerinin belirli bir süre sonunda ortaya çıkmış sonuçlarının nitel ve nicel olarak tanımlanmasıdır. Çok

boyutlu olması nedeniyle lojistik performans; birçok tedarikçi, perakendeci, taşıyıcı vs. gibi paydaşları da ilgilendirmekte; maliyetin düşük olması, müşteri memnuniyetinin sağlanması, çevresel sorumluluklar, iş güvenliği, karlılık, esneklik gibi konuları da içermektedir (Deepen, 2007: 84).

Lojistik performans yönetimi, yönetsel amaçları olan ve tüm personelin bu amaç ve ilgili hedeflere ulaşmalarını sağlayan bir yaklaşımdır. Lojistik performans yönetiminin temel amaçları, performans göstergelerinin belirlenmesi, bu göstergelerin ışığında hedefleri gerçekleştirecek faaliyetlerden beklenen ile gerçekleşen performansın karşılaştırılması ve değerlendirilmesi olarak özetlenebilir (Bilgin, 2004:24; Akt. Kayabaşı vd., 2008:199).

Perry (1988) çalışmasında, tam zamanlı işletmeler ile tam zamanlı olmayan işletmelerin perakende ilişkileri, teslim zamanı, satın alma yöntemi ve performansını kıyaslamıştır. Gassenheimer vd.(1989) lojistik performansı; vaat edilen ürünün sipariş ve çevrim süresinin uzunluğunu, üreticilerin teslim tarihi ile ilgili performansları, sözlerine bağlılıkları, tahminlerinin doğruluğu ve stok seviyeleri, nakliye seçenekleri gibi performans kriterleri ile ölçmüşlerdir. Fawcett ve Vellenga (1990) ise zamanlama, transit süresi, oranı ve tarifeleri, malzeme koordinasyonu, kayıp ve hasar düzeyi gibi kriterler kullanarak sadece taşıma fonksiyonunun performansını ölçmüşlerdir (Chow vd., 1994,18-21). Marr (1991), dağıtım hizmeti performansını ölçmeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Daugherty vd. (1992a), Daugherty vd. (1992b), Dröge ve Germain (1989)'in çalışmaları ise firma yetenekleri, performans kriteri olarak incelenmiştir. Caplice ve Sheffi (1994) lojistik performansı değerlendirirken lojistik sürecinin önemli olduğunu belirtmişler ve lojistik süreç baz alınarak geçerlilik, tekrar uygulanabilme, fayda, entegrasyon, ekonomiklik, uyumluluk, detay seviyesi ve çalışanların bireysel etkisi olmak üzere birçok kriter tanımlamışlardır. Amstel ve D'hart (1996) ise performans ölçüm aşamasında dağıtım kanalı, stoklama, ulaştırma ve müşteri hizmetleri için farklı göstergeler önermişlerdir. Rafele (2004) tedarik, üretim ve dağıtım sürecinde, lojistik performans ölçümü kriterlerinden olan maliyet, kalite, zaman, esneklik ve uzaklığın incelenmesi gerektiğini belirtmiştir. Gunasekaran vd., 2001 yılında kaynak zincirleri yönetimi araştırmasında plan, kaynak, montaj ve tüketiciye dağıtım konularında performans ölçümü yapmışlardır. Gimanez ve Ventura (2005) da lojistik performansın ölçümünde işletmenin ihracat ya da ithalat yapıyor olmasının etkisini incelemişlerdir (Akt. Kayabaşı vd.,2008). Tuan ve Yoshi'nin 2010 yılında Vietnam'daki yan sanayilerin, örgütsel yetenek, rekabet avantajı ve performanslarını belirlemeye dair yaptıkları çalışmada rekabet avantajının performans üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yine Li vd.,'nin 2006'da yaptıkları çalışmada tedarik zinciri sürecinde rekabet avantaj düzeyinin performans düzeyini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Avustralya'da yapılan bir başka çalışmada ise genel stratejiler, rekabet avantajı ve örgütsel performans arasındaki ilişkiler araştırılmış; firma büyüklüklerine göre analizler yapılmış ve aralarında anlamlı ilişki olduğu gözlemlenmiştir (Yamin vd., 1999).

3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ VE ANALİZ SONUÇLARI

Lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve MİY yeteneğinin rekabet avantajına ve lojistik performansa etkisinin bir alan çalışması yoluyla açıklanmaya çalışıldığı bu bölümde; araştırmanın amaçları, önemi, evren ve örnekleme, sınırlar, varsayımlar, veri toplama aracı, model ve hipotezleri de yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Yeteneklerin rekabet avantajı sağlayan ve lojistik performansı artıran birçok faktör içeren rekabet araçları olduğu düşüncesinden yola çıkarak lojistik koordinasyon etkinliği, MİY yeteneği ve lojistik inovasyon yeteneği değişkenlerinin rekabet avantajını ve lojistik performansını ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu amaçla çalışmada, lojistik firmalarında lojistik koordinasyon etkinliği, MİY yeteneği ve Lojistik inovasyon yeteneğinin rekabet avantajı ile arasındaki ilişkinin belirlenmesi, rekabet avantajının ise lojistik performansa olan etkisi araştırılacaktır.

3.2. Araştırmanın Evreni

Bu araştırma, kısa adı UND olan Uluslararası Nakliyeciler Derneğine kayıtlı lojistik firmalarında uygulanmıştır. UND'ye kayıtlı 1185 üyenin ilk olarak bölge bazında dağılımlarına bakılmış, Marmara Bölgesinin 409 firma ile en yüksek firma sayısına sahip bölge olduğu, onu 344 firma ile Akdeniz Bölgesinin takip ettiği görülmüştür. Firma sayısının en yüksek olduğu üçüncü bölge ise Karadeniz Bölgesidir.

Lojistik firmalarının özellikle deniz kenarında olan bu bölgelerde daha fazla konumlandığı göze çarpmaktadır. Bunun ana sebebi komşu ülkelere daha yakın noktalarda bulunmaları ve deniz ulaşımına elverişli olmalarıdır. Daha sonra ise sırası ile İç Anadolu Bölgesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Ege Bölgesi gelmekte; Doğu Anadolu Bölgesi ise 25 firma sayısı ile en sonda yer almaktadır (Tablo1).

Tablo 1. UND'ye Kayıtlı Firmaların Bölgesel Dağılımları

Bölge	Firma Sayısı	1.İl	Sayı	2.İl	Sayı	Toplam Firma Sayısı
Marmara	409	İstanbul	371	Kocaeli	25	396
Akdeniz	344	Mersin	195	-	-	195
Karadeniz	131	Trabzon	37	Bolu	28	65
İç Anadolu	123	Ankara	47	Kayseri	39	86
Güneydoğu Anadolu	116	Gaziantep	70	-	-	70
Ege	37	İzmir	33	-	-	33
Doğu Anadolu	25	Iğdır	21	-	-	21
Toplam	1185					866

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde anketi yanıtlayanların demografik özelliklerine ilişkin (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, çalışma süresi vb.) önermelere, ikinci bölümde ise araştırma değişkenlerini (lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği, müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği, rekabet avantajı ve lojistik performans) ölçen önermelere yer verilmiştir.

Anketin ikinci bölümünde yer alan önermeler 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) ile ölçümlenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 17.0 paket programında analiz edilmiştir.

Çalışmanın örneklem sayısı ise Tablo 1'deki veriler göz önüne alınarak belirlenmiştir. Uluslararası Nakliyeciler Derneğine kayıtlı lojistik firmalarında görev alan üst, orta ve alt düzey yöneticilere anket uygulanmış, her firmadan ortalama 2 kişinin cevaplayacağı öngörüsüyle % 95 güven seviyesinde, %5 kabul edilebilir hataya göre hesaplanan örneklem sayısı 292 bulunmuştur. Anketlerin tamamının yanıtlanmama ihtimaline karşı örneklem sayısından fazla anket (450 adet) dağıtılmıştır. Anketler profesyonel anketörler vasıtasıyla ile toplanmış ve dağıtılan 450 anketten 428 geri dönerek araştırma kapsamına alınmıştır. Bu durumda anketin geri dönüş oranı %95'dir.

İllere göre dağılımda ise, "Örneklem Sayısı/ Ana kütle" oranı bulunmuş ve bu oran illere kayıtlı firma sayıları ile çarpılmak suretiyle her bir ile dağılacak anket sayısı belirlenmiştir. Ancak Doğu Anadolu'da yer alan firma sayısının azlığı nedeniyle bu bölgeye anket uygulanmamış; kalan bu anketler İstanbul'un sektörün başkenti durumunda olması ve birçok ilde faaliyet

gösteren firmaların İstanbul'da da ofislerinin bulunması nedeniyle İstanbul'a aktarılmıştır. Uygulanan 428 anketin illere ve bölgelere göre sayıları ise Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Anket Dağıtılan İller ve Bölgeleri

Anket Dağıtılan İller ve Bölgeleri				
Bölgeler		İller	Frekan s	Geçerli yüzde
Marmara Bölgesi	1	İstanbul	166	38,8
Marmara Bölgesi	2	Kocaeli	14	3,3
Karadeniz	3	Trabzon	21	4,9
Karadeniz	4	Bolu	18	4,2
İç Anadolu Bölgesi	5	Kayseri	22	5,1
İç Anadolu Bölgesi	6	Ankara	29	6,8
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	7	Gaziantep	41	9,6
Ege Bölgesi	8	İzmir	11	2,6
Akdeniz Bölgesi	9	Mersin	106	24,7
Toplam			428	100,0

3.4. Araştırmanın Kısıtları

Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmaların genel sınırlılıkları bu araştırma için de geçerlidir. Ayrıca çalışma İstanbul, Kocaeli, Trabzon, Bolu, Kayseri, Ankara, Gaziantep, İzmir, Mersin olmak üzere 9 ilde bulunan lojistik firma üst, orta ve alt düzey yöneticiler ile sınırlıdır. Araştırmanın örneklemini; fonksiyonel ve operasyonel düzey unvanlarına sahip 428 yönetici oluşturmaktadır. Araştırma kapsamındaki ilgili kişiler, hem buldukları mevki itibarıyla hem de firma hakkında sahip oldukları bilgi düzeyleri nedeniyle araştırılan konuya dair tüm yönetsel konularda firmanın tutumlarını yansıtabilecek durumdadırlar. Çalışmada kullanılan anket yönteminin bünyesinde var olabilecek bazı eksikliklerin sonuç üzerinde etkili olabileceği ihtimali göz ardı edilmemelidir.

3.5. Araştırma Modeli Ve Hipotezler

Lojistik stratejilerinin uygulandığı örgütlerde, lojistik koordinasyon yeteneğinin, lojistik inovasyon yeteneğinin ve MİY yeteneğinin pozitif olarak etkileneceği; tüm bu yeteneklerin rekabet avantajına ve lojistik performansına olumlu olarak yansıtacağı düşünülmektedir. Araştırmanın belirlenen amaçlar doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

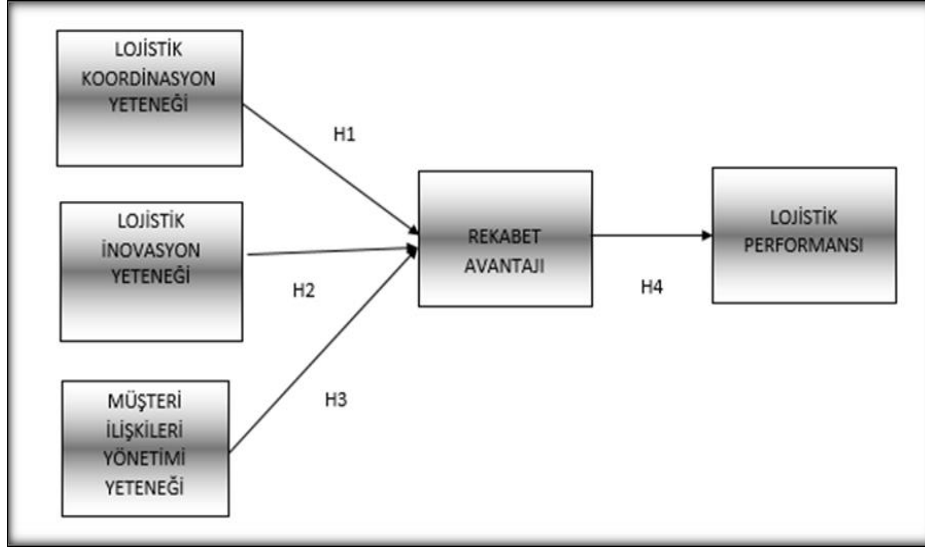
H1: Lojistik koordinasyon yeteneği, rekabet avantajını olumlu yönde etkiler.

H2: Lojistik inovasyon yeteneği, rekabet avantajını olumlu yönde etkiler.

H3: Müşteri ilişkileri yönetim (MİY) yeteneği, rekabet avantajını olumlu yönde etkiler.

H4: Rekabet avantajı, lojistik performansını olumlu yönde etkiler.

Oluşturulan hipotezler doğrultusunda ise Şekil 1'deki model kurgulanmıştır.



Şekil 1. Kurgulanan Araştırma Modeli

Yapılacak istatistiksel analizlerle bu modelin test edilmesi ve sonuçlarının raporlanması hedeflenmektedir.

3.6. Araştırma Bulguları

Araştırmada yer alan tüm değişkenler için çoklu önermeden oluşan ölçekler (multiple item scale) kullanılmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS paket programından yararlanılmış; verilerin analiz sürecinde frekans analizi, Pearson korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Ankette yer alan değişkenlerin güvenilirliği literatürde yaygın olarak kullanılan Cronbach's Alfa değerleri ile araştırılmıştır (Jensen, 2003; Bryman ve Cramer, 1997; Norusis, 1992). Bilindiği gibi Cronbach's alfa katsayısı 0 ile 1 arasında bir dağılım göstermekte ve aldığı değere göre; "0.00 < α < 0.40 güvenilir değil; 0.40 < α < 0.60 düşük güvenilirlikte; 0.60 < α < 0.80 oldukça güvenilir; 0.80 < α < 1.00 yüksek derecede güvenilir" olarak yorumlanmaktadır (Nunally, 1978).

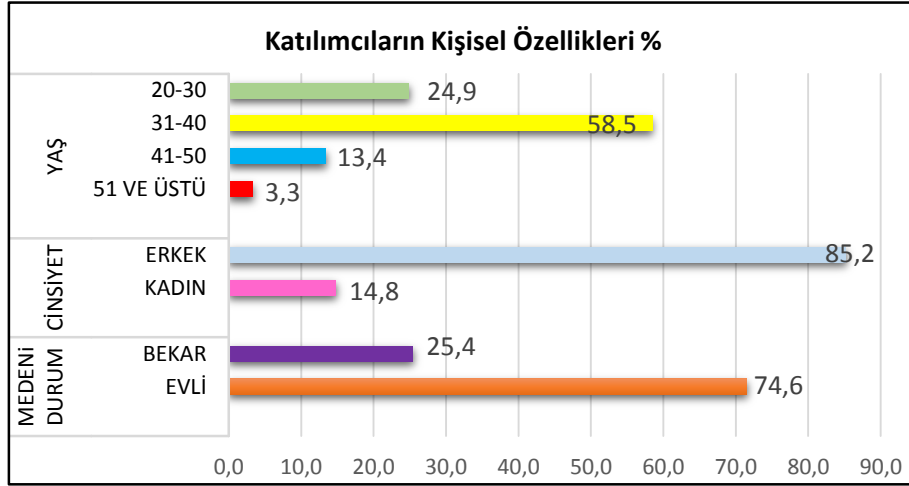
Araştırma değişkenleri, değişkenlerle ilgili soru adetleri ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir. Tablo 3 incelendiğinde değişkenlerin Alfa değerlerinin en düşüğünün 0.736; en yüksekinin de 0,828 olduğu görülmektedir. Buna göre değişkenlerin güvenilir olarak ölçümlendiği söylenebilir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Soru Sayısı ve Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	Cronbach's α	Önerme sayısı
Lojistik koordinasyon yeteneği	0,820	6
Lojistik inovasyon yeteneği	0,736	5
MİY yeteneği	0,828	15
Rekabet avantajı	0,822	8
Lojistik performans	0,813	15

3.6.1. Demografik Özellikler

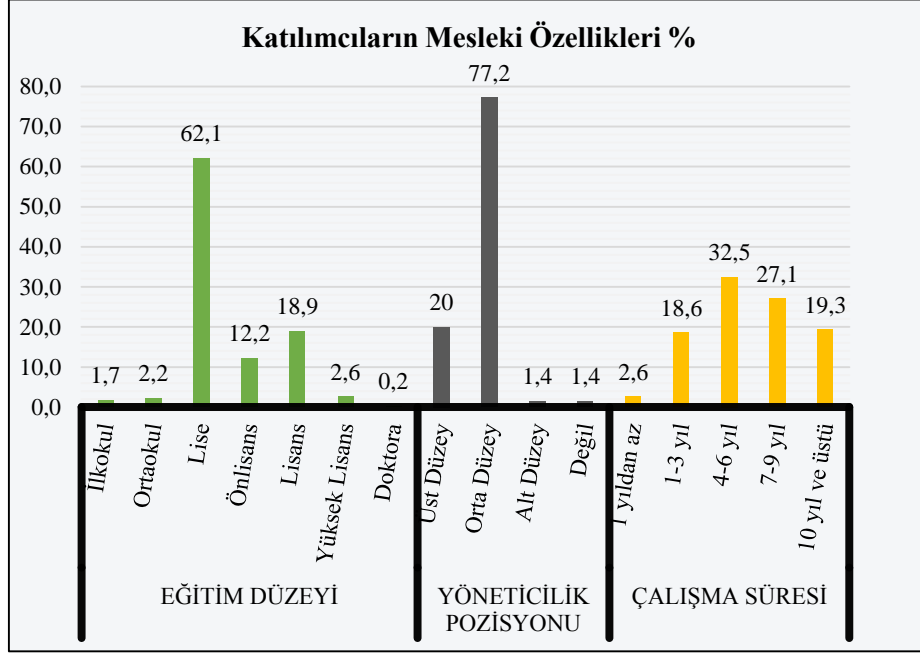
Şekil 2'de anketi yanıtlayan üst, orta ve alt düzey yöneticilerin demografik özellikleri verilmiştir. Araştırmaya katılan lojistik firma yöneticilerinin çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu (%85,2) ve katılımcıların büyük bir kısmının (%71,5) evli olduğu gözlenmektedir. Yaş dağılımına bakıldığında ise 31-40 yaş aralığında olanların oranı %58,4 ve 41-50 yaş aralığında olanların %13,4'tür. Bir diğer ifade ile katılımcıların yarısından fazlası (%71,8), 31-50 yaş aralığındandır.



Şekil 2. Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Şekil 3'de katılımcıların, eğitim düzeyleri ve mesleki özellikleri yer almaktadır. Katılımcıların iş yerlerindeki pozisyonlarına bakıldığında, % 77,2 ile orta düzey yöneticilerin en yüksek orana sahip olduğu, % 20'sinin üste düzey yönetici ve sadece % 1,4'nün alt düzey yönetici olduğu görülmektedir. Çalışma süresi bakımından 4-6 yıl en yüksek (%32,5) orana sahiptir. Dağılımın genel yapısına bakıldığında katılımcıların yarıya yakınının (%46,4) mesleki kıdeminin 6 yıldan fazla olduğu görülmüştür. Eğitim düzeylerine bakıldığında

ise %62,1'inin lise mezunu olduğu görülmektedir. Sadece %18,9'unun lisans mezunu olduğu (n=79), %2,6'sının yüksek lisans yaptığı (n=11) ve 428 yöneticiden sadece 1 tanesinin (%0,2) doktora diplomasına sahip oldukları belirlenmiştir.



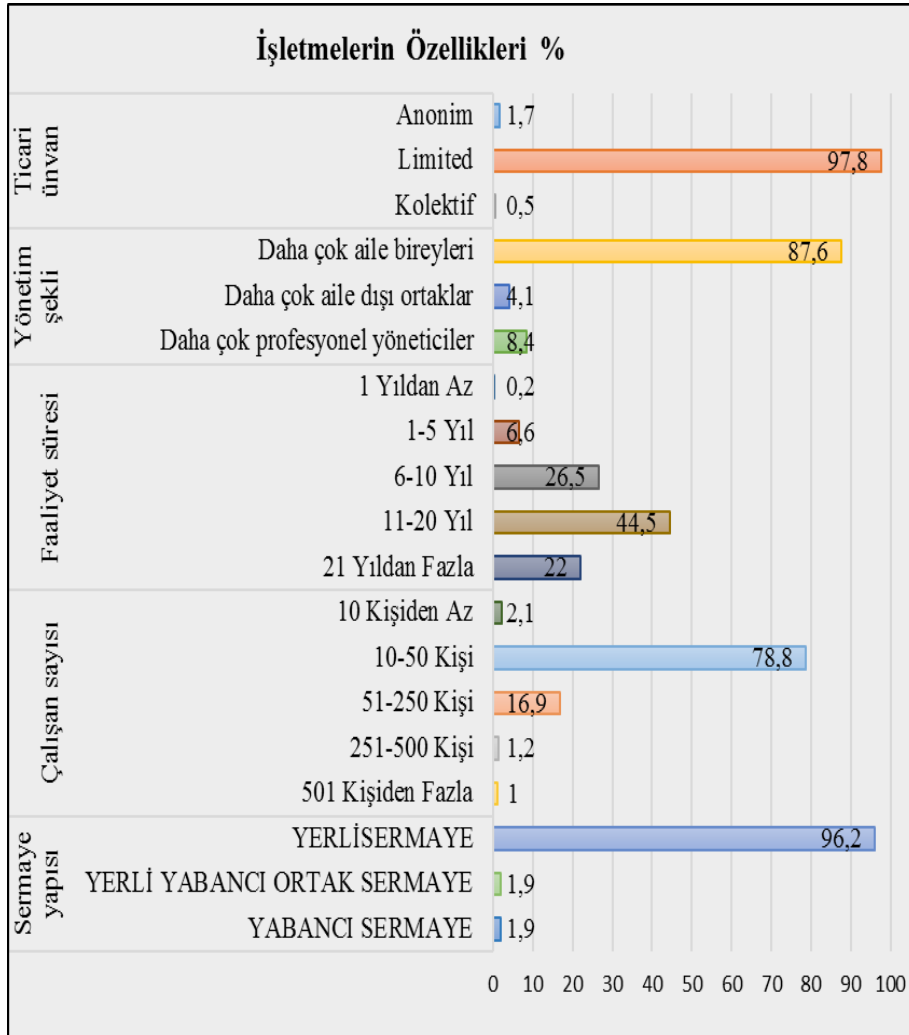
Şekil 3. Katılımcıların Mesleki Özellikleri

Anketi yanıtlayanların çalıştığı firmalara dair bilgiler incelendiğinde (Şekil 4); %97,8 gibi oldukça büyük bir oranla “limited şirket” ; % 96,2 gibi bir yüzde ile de yerli sermayeli işletmeler olduğu görülmektedir

Anket uygulanan firmaların %78,8'i küçük ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Orta ölçekli firmaların oranı ise %16,9 ile ikinci yüksek orana sahiptir. 10 kişiden az çalışanı olan mikro işletmelerin oranı ise %2,1'dir. Anket uygulanan firmaların %2,2'si (%1+1,2) büyük ölçekli işletmelerdir.

Bu firmaların büyük oranda aile şirketlerinden oluştuğu (% 87,6) ve sadece %8,4'ünün yönetim şekli olarak profesyonel yöneticileri tercih ettiği görülmektedir.

Çalışma sürelerine oran açısından bakıldığında ise 10 yıl ve üstü olanların en yüksek değere (%44,5) sahip oldukları görülmektedir. Firmaların faaliyet süreleri ile ilgili yapılan analiz toplu olarak incelendiğinde çoğunluğun (%93,2) en az 6 yıllık olduğu (6-10 yıllık %26,5; 11-20 yıllık %44,5 ve 21 yıldan fazla %22,0) görülmektedir. 5 yıldan az süredir çalışan firmaların oranı ise %6,6 olarak gözlemlenmiştir



Şekil 4. İşletmelerin Özellikleri

3.6.2. Değişkenlere Dair İlişkiler

Çalışmanın bu bölümünde lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği, müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği, rekabet avantajı ve lojistik performans değişkenlerini ölçen önermelerle ilgili frekans analizi sonuçlarına yer verilecektir. Lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği, müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği ile rekabet avantajı ve lojistik performans ile ilgili geliştirilen hipotezler regresyon analizi ile test edilecek, boyutlar arasındaki ilişki korelasyon analizi ile açıklanmaya çalışılacaktır.

3.6.2.1. Lojistik Koordinasyon Yeteneğine, Lojistik İnovasyon Yeteneğine ve Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) Yeteneğine İlişkin Bulgular

Ankette yer alan değişkenlere ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4’de görülmektedir. Tablo 4’ e göre:

- Ankete katılanlara firmalarının lojistik koordinasyon yeteneğini ölçmek amacıyla 6 önerme sunulmuştur. Lojistik koordinasyon yeteneği değişkeninin genel ortalaması 4,22 olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre firmaların paydaşları ile işbirliği halinde olmayı ve onlarla iyi iletişim kurmayı önemsedikleri söylenebilir.

- Ankette Lojistik inovasyon yeteneğini ölçen 5 önerme olup, bunlardan hepsinin ortalaması 4’den büyüktür. Lojistik inovasyon yeteneği değişkeninin genel ortalaması 4,28 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar lojistik firma yöneticilerinin, inovasyon konusuna önem verdikleri, çok daha iyi ve özgün hizmet vermeye gayret ettikleri anlamına gelmektedir.

- Katılımcılara firmalarının müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) yeteneğine ilişkin toplam 15 önerme sunularak bu önermelere ne oranda katıldıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Yanıtlardan müşteri ilişkileri yönetimi (MİY) yeteneği alt boyutuna ilişkin elde edilen ortalama değer 4,43 olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar uyarınca lojistik firma yöneticilerinin, müşteri ilişkilerinin stratejik bir kavram olduğu konusunda hem fikir oldukları ve müşteri memnuniyeti sağlama, müşteri sadakati oluşturma, müşteri tutma, müşteri karlılığını artırma ve yeni müşteri kazanma konularına ekstra önem verdikleri görülmektedir. Sadece mevcut müşterileri değil, katma değer sağlamayan müşteriler ile de iyi ilişkiler kurma, onları kazanmak adına gerekirse düzenleyici önlemler almak konusunda da büyük gayret göstermektedirler. Bu arayışların temelinde, rekabet avantajı kazanma ve kalıcı olma gibi amaçlar yer almaktadır.

- Rekabet avantajını ölçen 8 önerme bulunmaktadır ve bu önermelerin ortalaması 4,21’dir. Bu değer lojistik firma yöneticilerinin müşteri odaklı olduklarını ve yüksek rekabet gücüne sahip olduklarına inandıklarını göstermektedir.

- Katılımcılara firmalarının lojistik performanslarını ölçmek amacı ile sunulan 15 önermeye katılımın oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Lojistik performans ortalama 4,45 olarak hesaplanmıştır ve “Kesinlikle katılıyorum” ifadesine oldukça yakındır. Bu değer firma yöneticilerinin, kendi firmalarının hız ve güvenle ilgili konularda oldukça başarılı olduklarını düşündüklerini ve yüksek düzeyde müşteri memnuniyeti sağladıklarına inandıklarını göstermektedir.

Tablo 4. Lojistik Koordinasyon Yeteneğine, Lojistik İnovasyon Yeteneğine, Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) Yeteneğine, Rekabet Avantajına ve Lojistik Performansına İlişkin Bulgular

Değişkenler	Önerme sayısı	Ort.	St. Sap.
Lojistik Koordinasyon Yeteneği	6	4,22	0,55
Lojistik İnovasyon Yeteneği	5	4,28	0,48
Müşteri İlişkileri Yönetimi (MİY) Yeteneği	15	4,43	0,38
Rekabet Avantajı	8	4,21	0,48
Lojistik Performans	15	4,45	0,34

3.6.3. İlişki Bazında Bulgular

Bu başlık altında araştırmaya dâhil edilen değişkenlerin, korelasyon ve regresyon analizine ilişkin bulguları yer almaktadır.

3.6.1. Korelasyon testi

Korelasyon testi bilindiği gibi iki değişken arasındaki mevcut ilişkinin yönünü ve şiddetini hesaplamak için kullanılmaktadır. Çalışmada “Lojistik koordinasyon yeteneği, MİY yeteneği, İnovasyon yeteneği, Rekabet avantajı ve Lojistik performans” arasında ve diğer değişkenlerin de kendi aralarındaki ilişki durumlarını ve varsa bu ilişkinin yönünü araştırmak için korelasyon testinden faydalanılmıştır. Tablo 5 incelendiğinde araştırma modelinde yer alan tüm değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir ($p < 0,01$).

Tablo 5. Korelasyon Testi Sonuçları

		<i>Korelasyon Testi Sonuçları</i>				
<i>Değişkenler</i>		Lojistik Koordinasyon Yeteneği	İnovasyon Yeteneği	MİY Yeteneği	Rekabet Avantajı	Lojistik Performans
<i>Lojistik Koordinasyon Yeteneği</i>		1				
<i>İnovasyon Yeteneği</i>		,549**	1			
<i>MİY Yeteneği</i>		,624**	,667**	1		
<i>Rekabet Avantajı</i>		,628**	,536**	,571**	1	
<i>Lojistik Performans</i>		,487**	,513**	,625**	,627**	1

** $P \leq 0,01$: korelasyon 0.01 düzeyi için anlamlıdır.

3.6.2. Regresyon Analizi

Araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkileri incelemek ve geliştirilmiş olan hipotezleri test etmek amacıyla regresyon analizi uygulanmış, böylece bir bağımlı değişken üzerinde bir veya daha fazla sayıda bağımsız değişkenin etkisinin araştırılması ve aralarındaki neden-sonuç ilişkisinin bulunması amaçlanmıştır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2013:348). R^2 değeri 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Regresyon modelinin anlamlılığının test edilmesi amacıyla da F (ANOVA) testinden yararlanılmaktadır. ANOVA tablosunun anlamlılık sütununda yer alan değer vasıtasıyla; ilgili değişkenler arasındaki ilişkinin $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı sonucuna varılmaktadır. Ayrıca yine bu tabloda yer alan F ve p değerleri kurulan regresyon modelinin anlamlılık düzeylerini göstermektedir (Bayram, 2004: 119, Akt. Büyükbese, 2012: 84).

3.6.2.1. Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği ve MİY Yeteneği ile Rekabet Avantajı İlişkisi

Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği ve MİY Yeteneği ile Rekabet Avantajı ilişkisini araştırmak için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 6'da görülmektedir.

- Modelde yer alan ilişkileri test etmek amacıyla geliştirilen, birinci hipotez "H1: Lojistik koordinasyon yeteneği rekabet avantajını olumlu yönde etkiler" hipotezidir. Bu hipotezi sınamak amacıyla yapılan regresyon analizinde $\beta = 0,628$, $p < 0,00$ ve $F = 274,125$ olarak bulunmuş; lojistik koordinasyon yeteneğinin rekabet avantajını olumlu yönde etkilediği ve aralarında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Düzeltilmiş R^2 değeri uyarınca da lojistik koordinasyon yeteneği rekabet avantajının % 39,3'ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Korelasyon değeri de bu sonucu desteklemektedir. Bu bağlamda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular literatürde yer alan ve bu konuyla ilgili yapılmış olan (Schillo ve Walter, 2010; Foss vd., 1999; Sayılı vd., 2006) birçok çalışma ile örtüşmektedir.

- Çalışmada lojistik inovasyon yeteneği ile rekabet avantajı arasındaki ilişkiyi incelemek için "H2: Lojistik inovasyon yeteneği, rekabet avantajını olumlu yönde etkiler" hipotezi kurulmuştur. Hipotez regresyon analizi ile test edilmiş ve bağımsız değişken olan lojistik inovasyon yeteneğinin, bağımlı değişken olan rekabet avantajını olumlu yönde etkilediği ve iki değişken arasında anlamlı ilişki ($F = 169,728$; $p < 0,001$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Lojistik inovasyon yeteneği rekabet avantajının % 28,5'ini açıklamaktadır. Bu bulgular ışığında H2 hipotezi kabul edilmiştir. Korelasyon analizi de bu sonucu desteklemiştir. Daha önce bu konuda yapılmış çalışmaların bulguları da (Tidd ve Bessant, 2009; Weerawardena, 2003; Teece, 2010; Barañano, 2005) bu çalışmanın bulgularını doğrular niteliktedir.

- "H3: Müşteri ilişkileri yönetim (MİY) yeteneği, rekabet avantajını olumlu yönde etkiler" hipotezi çalışmanın üçüncü hipotezidir. Hipotezin test edilmesi amacıyla yapılan analiz sonuçlarına göre bağımsız değişken olarak ele alınan MİY yeteneği ile bağımlı değişken olan rekabet avantajı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ($p < 0,001$) tespit edilmiş; F değeri ise 205,038 olarak

bulunmuştur. MİY yeteneği rekabet avantajının % 32,4'ünü açıklamaktadır. Bu da MİY yeteneğindeki bir artışın rekabet avantajında pozitif açıdan bir artışa neden olacağı anlamına gelmektedir. Sonuç itibari ile H3 hipotezi kabul edilmiştir. Korelasyon analizi de bu sonucu destekler durumundadır. Coltman (2007), MİY yeteneğinin rakiplere karşı avantaj sağladığı ve performansı da geliştirdiği savı üzerinde çalışma yapmıştır. Yaptığı analiz sonucunda da pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu konu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar (Zineldin, 2005;Noble, 1997; Tan vd., 1998; Wines, 1996; Nguyen vd., 2007; Comb, 2004) bu çalışmayı desteklemektedir.

Tablo 6. Lojistik Koordinasyon Yeteneği, Lojistik İnovasyon Yeteneği ve MİY yeteneğinin Rekabet Avantajı Üzerindeki Etkilerini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>	<i>Bağımlı Değişken</i>	β	<i>t</i>	<i>p</i>	R^2	<i>Düzeltilmiş R^2</i>	<i>F</i>
Lojistik Koordinasyon Yeteneği	Rekabet avantajı	0,628	16,557	0,0	0,394	0,393	274,125*
İnovasyon yeteneği		0,536	13,028	0,0	0,287	0,285	169,728*
MİY yeteneği		0,571	14,319	0,0	0,326	0,324	205,038*

*p<0,001

3.6.2.2. Rekabet Avantajı ve Lojistik Performans İlişkisi

Çalışmanın dördüncü ve son hipotezi ise “H4: Rekabet Avantajı, Lojistik Performansını olumlu yönde etkiler”dir. Yapılan regresyon analizi sonucunda bağımsız değişken olan rekabet avantajının bağımlı değişken olan lojistik performansının %39,2’sini açıkladığı; aralarında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu ($p < 0,001$, $F = 274,771$) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca istinaden H4 hipotezi kabul edilmiştir. Korelasyon analizi sonuçları bu sonucu desteklemektedir. Araştırmada ulaşılan rekabet avantajı ve lojistik performans arasındaki anlamlı ilişki literatürdeki (Barney, 1991; Tuan ve Yoshi, 2010; Li vd., 2006; Tracey vd., 1999; Chiou vd., 2011; Tracey vd., 2005) çeşitli araştırma bulguları ile de örtüşmektedir.

Tablo 7. Rekabet Avantajının Lojistik Performans Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	β	T	p	Düzeltilmiş R ²	F
<i>Rekabet avantajı</i>	Lojistik performans	0,627	16,576	0,0	0,392	274,771*

* $p < 0,001$

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşme ile ticaret ve rekabet anlayışında farklılaşmalar olmuş, rekabet daha geniş bir alana yayılmıştır. İşletmeler rekabet edebilmek için rakiplerinden kalite, maliyet, yenilikçilik gibi konularda üstün olmak ve müşterilerin isteklerini hızlı bir şekilde karşılamak ve onlara değer yaratmak zorunda kalmışlardır. Ayrıca teknolojik gelişmelerin varlığı ve bunun sonucu olan yeni ekonomi anlayışı ile iletişim yaygınlaşmış; dünya çapında istenilen yerden, istenilen zamanda; insanların tanışması veya alışveriş yapması mümkün hale gelmiştir. Sonuç olarak işletmeler artık herhangi bir işletme hammaddesini farklı bir ülkeden tedarik edip, üretimini farklı bir ülkede yapıp, farklı pazarlara ürün ve hizmet sunabilmektedirler.

Hem coğrafi anlamda hem de rekabet açısından bu kadar farklı alanlara dağılmış olan faaliyetlerin planlanması, organize edilmesi, uygulanması, maliyetlendirilmesi, optimize edilmesi vs. nasıl olmalıdır sorusu akıllara gelmektedir. Etkin bir “Lojistik Yönetim Sisteminin” varlığı ile tüm bu sorulara cevap bulunmakta; bu sayede de rekabet avantajı sağlanmaktadır. Bilindiği gibi lojistik; karmaşık bilgi, iletişim ve kontrol sistemlerinin içinde yer aldığı mal, hizmet, bilgi ve sermaye akımının planlanması olarak tanımlanmaktadır. Lojistik yönetimi ise, tüm bu lojistik faaliyetlere ek olarak pazarlama, satış, üretim, finans, insan kaynakları yönetimi ve bilişim teknolojileri fonksiyonlarının koordine edilmesi görevini gerçekleştirmektedir. Lojistiğin başarılı bir şekilde yönetilebilmesi ve firmanın rekabet gücü elde etmesi, sahip olduğu lojistik yetenekleriyle doğrudan ilişkilidir.

Bir örgütün faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi sahip olduğu yeteneklerine bağlıdır. Lojistik sektörü açısından bakıldığında, bu

yetenekler; lojistik koordinasyon, lojistik inovasyon ve müşteri ilişkileri (MİY) gibi özgün faaliyetlerde ortaya çıkmaktadır. Bu tür özgün yetenekler sayesinde lojistik firmaları pazardaki belirsizliğin yaratmış olduğu risklere karşı kendilerini güvene almış olmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadırlar. Bu yüzden de rakiplerinden üstün olmak isteyen örgütler, kendi yeteneklerinin ne olduğunu ve ne düzeyde olduğunu belirlemek ve o yeteneklere yönelik faaliyetlerde bulunmak zorundadırlar. Bu amaçla çalışmada lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasındaki ilişki incelenmektedir. Çalışmada elde edilen sonuçların lojistik sektöründe faaliyet gösteren işletmelere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada ilk olarak konuyla ilgili hem yerli hem de yabancı literatür taranmış, böylelikle kavramsal çerçeve ve ilgili model oluşturulmuş, ardından modelde yer alan değişkenler açıklanmış daha sonra ise araştırma modelinde yer alan değişkenlerle ilgili hipotezler oluşturularak, alan araştırması aşamasına geçilmiştir. Alan araştırması, uluslararası düzeyde lojistik faaliyetlerinde bulunan ve kurumsal kimliği bulunan lojistik firmalarında yapılmıştır. Bu amaçla Türkiye’de belirli bölgelerde faaliyet gösteren ve Uluslararası Nakliyeciler Derneğine (UND) kayıtlı lojistik firmaları belirlenmiş, bu firmaların bölgelere göre dağılımları baz alınarak; %95 güven seviyesi ve %5 hata oranı ile örneklem sayısı 292 bulunmuştur. Anketlerin tamamının yanıtlanmama ihtimaline karşı örneklem sayısından fazla anket (450 adet) dağıtılmıştır. Anketler profesyonel anketörler vasıtasıyla ile toplanmış ve dağıtılan 450 anketten 428 geri dönerek araştırma kapsamına alınmıştır. Bu durumda anketin geri dönüş oranı %95’dir.

Araştırma modelinde yer alan değişkenler ile ilgili tanımlayıcı istatistiklerin analizi sonucunda lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve MİY yeteneği değişkenleri ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasında orta derecede ve pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmektedir.

Bir sonraki aşamada ise lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği değişkenleri ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasındaki ilişkiler yine regresyon analizlerine tabi tutulmuştur. Hipotezler bazında elde edilen sonuçlar uyarınca;

Tüm bu bulguların ışığında lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri (MİY) yeteneği değişkenleri ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasındaki ilişkinin anlamlı ve olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmış; araştırma hipotezlerinin 4 tanesi de kabul edilmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Hipotezler ve Kabul/Ret Durumları

Hipotez No	Hipotezler	Kabul/ Ret Durumu
H1	Lojistik koordinasyon yeteneği rekabet avantajını olumlu yönde etkiler.	Kabul
H2	Lojistik inovasyon yeteneği rekabet avantajını olumlu yönde etkiler	Kabul
H3	Müşteri ilişkileri yönetim (MİY) yeteneği rekabet avantajını olumlu yönde etkiler.	Kabul
H4	Rekabet avantajı ve lojistik performans olumlu yönde etkiler.	Kabul

Bu çalışmanın hipotez sonuçları uyarınca lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri yönetim yeteneği gibi yeteneklerin rekabet avantajı ve lojistik performans üzerinde pozitif etkisi bulunduğu görülmüştür. Bir diğer ifade ile etkin bir şekilde yönetilen lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri yönetim yeteneğinin, rekabet avantajı ve lojistik performansını artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Rekabet avantajı ve yüksek lojistik performans düzeyi elde etmek isteyen firmaların yeteneklerinin farkına varmaları ve onları geliştirme yoluna gitmeleri oldukça önemlidir. Bu yüzden firmalar, öncelikle mevcut durumlarını analiz etmeli; yeteneklerinin güçlü ve zayıf yönlerini keşfederek; eksik yönlerini tamamlama ve geliştirme yoluna gitmelidirler. Bu amaçla gerekli yatırımlar yapılmalı, örgütsel düzeyde eğitimler alınmalı, olası tehditler ve fırsatlar göz önüne alınarak örgütsel ve yönetsel açıdan gelişime ve değişime fırsat verilmelidir. Ancak bu sayede istedikleri performans düzeyine ulaşabilme ve rekabet avantajı sağlama imkânı elde edeceklerdir.

Bu çalışmada bir takım kısıtlılıkları ve eksik yanlar bulunmaktadır. Ancak lojistik yeteneklerin rekabet avantajı ve lojistik performans üzerinde etkilerinin incelendiği bu çalışmanın, literatürdeki önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir. Gelecekte de bu konuda benzer çalışmaların, özellikle daha farklı örneklem kitleleri ile yapılması yerinde olacaktır. Bu çalışma UND derneğine kayıtlı firmalarda yapılmıştır. UTİKAD, RODER, KARİD gibi farklı lojistik ve taşımacılık sektör dernekleri de bulunmaktadır. Sektörlerde faaliyette bulunan ve diğer derneklere de kayıtlı olan farklı firmalara ve onların paydaşlarına benzer çalışmaların yapılması lojistik yeteneklerin daha iyi anlaşılmasına ve bu sayede de sektörün rekabet avantajını ve performansını olumlu yönde değiştirebilecek stratejileri uygulamasına olanak sağlayacaktır.

DEĞİŞKENLERE İLİŞKİN ÖNERMELER

LOJİSTİK KOORDİNASYON YETENEĞİ

LCC1	Firmamız, hangi paydaşları (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri, vs.) ile neleri başarmak istediğini bilir.
LCC2	Firmamız paydaşları (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri, vs.) ile bireysel ilişkiler kurmak amacıyla personel, finans vs. gibi kaynakların kullanımlarını karşılaştırır.
LCC3	Firmamız paydaşlarımızın (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri vs.) amaçları, potansiyeli ve stratejilerinden haberdardır.
LCC4	Firmamız hangi muhtemel paydaşla (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri vs.), ilişkilerin geliştirilmesi ile ilgili konuşulacağını önceden değerlendirir.
LCC5	Firmamız paydaşlarımızla (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri vs.) ilişki sağlama konusunda sorumlu koordinatörleri tayin eder.
LCC6	Firmamız, her birimizin başarılı olması için birbirimizi nasıl desteklememiz gerektiği konusunda paydaşlarımızla (tedarikçiler, bayiler, diğer kanal üyeleri vs) düzenli olarak tartışır.

LOJİSTİK İNOVASYON YETENEĞİ

SI1	Tüm faaliyetlerimizde inovatif (yenilikçi) uygulamalar kabul görür.
SI2	Firmamızın tepe yönetimi, hizmet inovasyonuna özel önem vermektedir.
SI3	Firmamız müşterilerimize daha iyi hizmet verebilmek için sürekli yeni yollar araştırır.
SI4	Firmamız müşterilerden gelen özel istekleri karşılamak için mevcut hizmet yaklaşımlarını değiştirebilir.
SI5	Firmamız rakip firmalara göre yeni hizmet önermede daha iyidir.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ (MİY) YETENEĞİ

CKMC1	Firmamızda müşteri bilgilerinden yeni hizmet geliştirmede bütünüyle faydalanır.
CKMC2	Firmamız yeni ürünlerini test ederken ve değerlendirirken müşterilerinin fikirlerini sürekli dikkate alır.
CKMC3	Firmamız yeni ürün geliştirmek için sürekli müşterilerinin davranışlarını inceler.
CIMC1	Firmamız yeni ürünlerle ilgili olarak müşterilerinin mevcut ve potansiyel ihtiyaçlarını, taleplerini sürekli karşılamaya çalışır.
CIMC2	Firmamız önemli müşterileri ile iyi ilişkiler kurma konusunda iyidir.
CIMC5	Firmamız müşterileri ile etkileşimsel çift taraflı iletişim içindedir.
CIMC6	Firmamız paydaşlarıyla ilişkilerini iyileştirmek için iyi geliştirilmiş her metodu kullanır.
CIMC7	Firmamız önemli müşterileri ile ilişkilerini sürdürmek konusunda iyidir.
CRU 2	Firmamız müşteri memnuniyetini sıkça ve sistemli bir şekilde ölçer.
CRU3	Firmamız değerli müşterilerine yapılan çapraz satış yöntemlerini (sigorta, farklı yöntemler, rota vs.) resmileştirmiştir
CRU5	Firmamız yüksek katma değerli müşterilerinin payını sistemli bir şekilde artırmaya çalışmaktadır.
CWC1	Firmamız müşterilerine verdiği rahatsızlık ya da kayıplar ile ilgili olarak zamanında özür diler veya durumu telafi eder.
CWC3	Firmamız kaybettiği ve aktif olmayan müşterileri ile ilişkilerini yeniden geliştirme konusunda sistemli bir yaklaşım sergiler.

CWC33	Müşterilerimizin sunduğumuz hizmetlerle veya diğer konularla ilgili yetersizliklerimizden mutsuz olduğunu fark edersek anında düzeltici önlemler alırız.
CWC4	Firmamız diğer firmalarla da çalışmayı tercih eden ya da katma değeri yüksek olmayan müşteriler ile de ilişkisini sürdürür.

REKABET AVANTAJI

CMP1	Firmamız, rakiplerimize kıyasla müşteri ve tedarikçilerin değişen ihtiyaçlarını en hızlı ve etkili bir şekilde yanıtlar.
CMP2	Firmamız, rakiplerimizle kıyasla, rekabetçi stratejilerindeki değişikliklere hızlı ve etkin bir şekilde cevap verir.
CMP3	Firmamız rakiplerimize kıyasla, yeni hizmet tekniklerini daha hızlı ve etkili bir şekilde pazarlar ve geliştirir.
CMP4	Firmamız birçok pazarda (sahada) iyi bir rekabetçidir.
CAD1	Firmamızın, benzer firmalarla kıyaslandığında ekonomik performansı daha yüksektir.
CAD2	Firmamız, benzer firmalarla kıyaslandığında, finansal performansı daha yüksektir.
CAD3	Firmamızın, benzer firmalarla kıyaslandığında, bu zamana kadar tüm amaçlarına daha fazla ulaşmıştır.
CAD4	Firmamız benzer firmalarla kıyaslandığında gelecek yıllara dair ekonomik ve finansal öngörüsü daha iyidir.

LOJİSTİK PERFORMANS

P1	Firmamızın teslimat hızı yüksektir
P2	Firmamızda tedarik süresi kısadır
P3	Firmamızda zamanında ve eksiksiz teslimat yapılır.
P4	Firmamızda müşteri tatmini oranı yüksektir
P5	Firmamızda müşteri tutma başarısı yüksektir
P6	Firmamızda müşteri şikâyetleri oranı düşüktür.
P7	Firmamızda hasarsız ürün teslimi yapılır.
P8	Firmamızda özel ya da rutin dışı talepler karşılanır.
P9	Firmamız beklenmedik olayların üstesinden gelir.
P10	Firmamızda müşterilere hızlıca yanıt verilir.
P11	Firmamızda genel işletme maliyetlerini düşüktür.
P12	Firmamızda sağlanan hizmetlerde tesis/ekipman /işgücü kullanım oranları yüksektir.
P13	Firmamızda hizmetlerin katma değerini artırmada ataktır.
P14	Firmamız siparişlerin hızla teslim edilmesi konusunda katıdır.
P15	Firmamız yeni ve daha iyi hizmet sağlamada yeterlidir.

KAYNAKÇA

Acar, Z. Ve Zehir, C.. (2008). Kaynak Tabanlı İşletme Yetenekleri Ölçeği Geliştirilmesi Ve Doğrulanması, İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 8, Sayı 1, 2008, 103-131.

- Acar, Z., Ve Günsel, A.. (2010). The Effects Of Process Innovation İn Logistics Service, Proceedings Of The 5th European Conference On Innovation And Entrepreneurship, 1-1, University Of Athens, Greece
- Akal, Z.. (1988). İşletmelerde Performans Ölçü Ve Denetimi, Mpm, Yayın No. 473. Ankara, 368s.
- Alarcón, R., Antún J.P., Lozano, A.. (2012). Logistics Competitiveness In A Megapolitan Network Of Cities: A Theoretical Approach And Some Application İn The Central Region Of México , Procedia-Social And Behavioral Sciences 39,739 – 75
- Amstel, R.P., D’hert G.. (1996). Performance Indicators İn Distribution. The International Journal Of Logistics Managements, Vol.7, No.1. Ss. 73-82.
- Aydın, S., Z.. (2005). Tedarik Zinciri Yönetiminde Stratejik İttifak Olarak Üçüncü Parti Lojistik, Fakülte Kitabevi Yayınları: 83, Isparta, Ss.199
- Babacan, M.. (2003). Lojistik Sektörünün Ülkemizdeki Gelişimi Ve Rekabet Vizyonu, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt 3, Sayı 12.
- Bakan, İ., Ve Kelleroğlu, H.. (2003). Performans Değerlendirme: Çalışanların Performans Değerlendirme Uygulamalarından Beklentileri Konusunda Bir Alan Çalışması, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1).
- Bakan, İ., Ve Yıldız, B.. (2009). Innovation Strategies And Innovation Problems İn Small And Medium-Sized Enterprises: An Empirical Study. In Innovation Policies, Business Creation And Economic Development (Pp. 177-211). Springer New York.
- Baraňano A.M., Bommer, M., Jalajas, D.S.. (2005). Sources Of Innovation For High-Tech Smes: A Comparison Of Usa, Canada, And Portugal, International Journal Of Technology Management, List Of Issues, Volume 30, Issue 1-2
- Barney, J. B. Ve Wright, P. M.. (1997). On Becoming A Strategic Partner: The Role Of Human Resources İn Gaining Competitive Advantage, (Cahrs Working Paper #97-09). Ithaca, Ny: Cornell University, School Of Industrial And Labor Relations, Center For Advanced Human Resource Studies
- Barney, J.B.. (1991). Firm Resources And Sustained Competitive Advantage Journal Of Management, No. 17, Ss. 99-120.
- Baydaş, A.. (2004). Müşteri İlişkileri Yönetimi , Çağdaş Yönetim Yaklaşımları, Bakan İ. (Ed.) Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Bayram, N.. (2004). Sosyal Bilimlerde Spss İle Veri Analizi, Bursa, Ezgi Kitabevi, Ss. 165
- Bhatnagar, R., Sohal, A.S., Ve Millen, R.. (1999). Third Party Logistics Services:A Singapore Perspective , International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 29 No. 9, Ss. 569-587.
- Bilgin, K.U.. (2004). Kamu Performans Yönetimi, Memur Hak Ve Yükümlülüklerinin Performansa Etkisi, Türkiye Ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara,
- Bowersox, D.J.. (1978). The Logistics Of The Last Quarter Of The 20th Century , Journal Of Business Logistics, Vol 1, Iss 1.,
- Bowersox, D.J., Ve Morash, E.A.. (1987). Marketing Concept Integration And The Division Of Labor, Proceeding Of The Third Conference On Historical Research İn Marketing Co-Sponsored By Michigan State

- University And The Academy Of Marketing Science Held At The Kellogg Center For Lifelong Education, Msu, April 23-26.
- Bryman A. Ve Cramer, D.. (1997). Quantitative Data Analysis With Spss For Windows: A Guide For Social Scientists, London: Routledge.
- Büyükbeşe, T.. (2012). Güçlendirici Liderliğin Çalışan Performansı Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Bir Model Önerisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Kahramanmaraş
- Caplice, C. Ve Sheffi, Y.. (1994). A Review And Evaluation Of Logistics Metrics , The International Journal Of Logistics Management, Vol. 5 Iss 2 Pp. 11 - 28
- Chiou, T.Y., Chan, H.K., Lettice F., Chung, S.H.. (2011). The Influence Of Greening The Suppliers And Green Innovation On Environmental Performance And Competitive Advantage İn Taiwan , Transportation Research Part E 47, 822-836
- Chow G., Heaver, T.D. Ve Henriksson, L.E.. (1994). Logistics Performance , International Journal Of Physical Distribution And Logistics Management, Vol. 24 Iss 1 Pp. 17 - 28
- Clulow, V., Gerstman, J., Barry, C.. (2003). The Resource-Based View And Sustainable Competitive Advantage: The Case Of A Financial Services Firm. Journal Of European Industrial Training 27(5), 220-232.
- Coltman, T.R.. (2007). Why Build A Customer Relationship Management Capability? Journal Of Strategic Information Systems, 2007, 16(3), 301-320.
- Comb, C.. (2004). Assessing Customer Relationship Management Strategies For Creating Competitive Advantage İn Electronic Business , Journal Of Knowledge Management Practice, Vol. 5
- Çiçek, E.. (2005). Müşteri İlişkileri Yönetimini Uygulama Sürecinde Başarıyı Etkileyen Faktörler , Kmü Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. S: Aralık
- Damanpour, F.. (1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis Of Effects Of Determinants And Moderators , The Academy Of Management Journal, Vol. 34, No. 3, Pp. 555-590
- Daugherty, P.J., Stank, T.P., Rogers, D.S.. (1992). The Impact Of Formalization On Warehousing Firms , The International Journal Of Logistics Management, Vol. 3 Iss 2 Pp. 49 - 62.
- Daugherty, P.J., Ellinger A. E. Ve Gustin, C.M.. (1996). Integrated Logistics: Achieving Logistics Performance Improvements , Supply Chain Management: An International Journal, Vol. 1, Iss 3 Pp. 25 - 33.
- Daugherty, P.J., Chen, H., Mattioda, D.D., Grawe, S.J.. (2009). Marketing/Logistics Relationships: Influence On Capabilities And Performance , Journal Of Business Logistics, Vol. 30 No. 1, Pp. 1-18.
- Day, G.S.. (1994). The Capabilities Of Market-Driven Organizations , Journal Of Marketing Vol: 58, 37-52
- Day, G.S.. (2000). Managing Marketing Relationships , Journal Of The Academy Of Marketing Science, Vol. 28 No. 1, Pp. 24-30.
- Deepen, J.. (2007). Logistics Outsourcing Relationships; Measurement, Antecedents And Effects Of Logistics Outsourcing Performance,

Physica-Verlag, Springer Science, Contributions To Management Science,

- Demirel, E. T., Ve Demir, Y.. (2011). Rekabet Avantajı Yaratmada Entelektüel Sermayenin Önemi . İş, Güç, Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt/Vol: 13, Sayı/Num: 1, Page: 81-104
- Dröge, C. Ve Germain, R.. (1989). The Impact Of The Centralized Structuring Of Logistics Activities On Span Of Page 5 Of 7 Control, Formalization, And Performance, Journal Of The Academy Of Marketing Science, 17 (Winter), 83- 89.
- Ehmke, C.. (2008). Strategies For Competitive Advantage , Department Of Agricultural And Applied Economics, University Of Wyoming.
- Eisenhardt, K.M. Ve Santos, F.M.. (2002). Knowledge-Based View: A New Theory Of Strategy . Handbook Of Strategy And Management, 2002, 1: 139-164.
- Eraslan, H., Bulu, M., Ve Bakan, İ.. (2008). Kümelenmeler Ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar . Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 5(3), 15-29.
- Fawcett, S.E., Vellenga, D.B.. (1990). Concentration And The Relevant Market İn Air Transportation Since Deregulation . In: Journal Of The Transportation Research Forum. 1990
- Fuchs, P.H., Mifflin, K.E., Miller, D., Whitney, J.O.. (2000). Strategic İntegration . California Management Review, 2000, 42.3: 118-129.
- Gassenheimer, J.B., Sterling, J.U., Robicheaux, R.A.. (1996). Long-Term Channel Member Relationships , International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 26 Iss: 5, Pp.94 – 116
- Gibbert, M., Leibold, M., Probst, G.. (2012). Five Styles Of Customer Knowledge Management, And How Smart Companies Put Them İnto Action , [Http://Archive-Ouverte.Unige.Ch/Unige:5813](http://Archive-Ouverte.Unige.Ch/Unige:5813)
- Gimanez, C. Ve Ventura, E.. (2005). Logistic-Production, Logistic-Marketing And External İntegration , International Journal Of Operation & Production Management, Vol. 25, No. 1. Ss.20-38.
- Gönel, G.. (2007). Uludağ Üniversitesi, Deniz Taşımacılığında Lojistik Sisteminin Performans Ölçümü Ve Bir Uygulama Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- Grawe, S.J.. (2009). Logistics İnnovation: A Literature-Based Conceptual Framework , The International Journal Of Logistics Management, Vol. 20 Iss: 3 Pp. 360 - 377
- Griffin, J., Ve Lowenstein, M.W. Customer Win Back , *San Francisco*, 2001.
- Gunasekaran, A., Patel C., Tirtiloglu E.. (2001). Performance Measures And Metrics İn A Supply Chain Environment Journal Of Operation & Production Management, Vol. 21, No. 1/2. Ss.71-87
- Hall, R.. (1993). A Framework Linking İntangible Resources And Capabilities To Sustainable Competitive Advantage , Strategic Management Journal, 1993, 14.8: 607-618.
- Hamşoğlu, A. B.. (2002). Pazarlama Stratejisi Olarak Müşteri İlişkileri Yönetimi (Miy): Kars İli Merkez Kobi'lerinde Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri.
- Hayes, R. Ve Pisano, G.P.. (1994). Beyond Worldclass: The New Manufacturing Strategy, Harvard Business Review, 72(1), Ss.77-86.

- Hazen B.T., Ve Byrd, T.A.. (2012). Toward Creating Competitive Advantage With Logistics Information Technology , International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 42 Iss 1 Pp. 8 - 35,
- Hu, J., Neely, A.. (2000). Innovative Capacity Of Firms: On Why Some Firms Are More Innovative Than Others. 7th International Annual Euroma Conference 2000 – Ghent.
- Hines, P. Ve Rich, N.. (1998). Outsourcing Competitive Advantage, Lean Enterprise Research Centre, Cardiff Business School, Aberconway Building, Colum Drive Cardiff, Cf10 3eu
- Hsiao, J.M.. (2010). Building Competitive Advantage Through Innovative Reverse Logistics Capabilities , Operations And Supply Chain Management, 2010, 3.2: 70-82.
- Huber, F., Herrmann, A., Morgan, R.E.. (2001). Gaining Competitive Advantage Through Customer Value Oriented Management , Journal Of Consumer Marketing, Vol. 18 Iss 1 Pp. 41 - 53
- Hult, G.T.M., Ketchen, Jr., D.J., Adams, G.L. Ve Mena, J.A.. (2008). Supply Chain Orientation And Balanced Scorecard Performance, Journal Of Managerial Issues, 20(4), Ss.526-44.
- İgeme, (2005). Lojistik. İhracatta Pratik Bilgiler Serisi.
- İslamoğlu, H. Ve Alıncık, Ü.. (2013). Sosyal Bilimler Araştırma Yöntemleri (Spss Uygulamalı), 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul
- Jensenn, O.. (2003). Innovative Behaviour And Job Involvement At The Price Of Conflict And Less Satisfactory Relations With Co-Workers , Journal Of Occupational And Organizational Psychology (2003), 76, 347–364
- Kallio, A. Ve Kujansivu, P.. (2012). Locating The Weak Points Of Innovation Capability Before Launching A Development Project , Interdisciplinary Journal Of Information, Knowledge, And Management Volume 7,
- Kayabaşı A., Ve Özdemir, A.. (2008). Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması, Atatürk Üniversitesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 22 Ocak, Sayı: 1
- Kemppainen, K. Ve Vepsäläinen, A.P.. (2007). Logistical And Technological Differentiation As A Precondition Of Supply Networking, The International Journal Of Logistics Management 2007 18,1, 81-101
- Kunt, A.. (2004). Müşteri İlişkileri Yönetimi (Miy) Ve Lojistik Sektöründe Bir Uygulama. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Lambert, D. M.; Stock, J.R. Ve Ellram, L.M.. (1998). Fundamentals Of Logistics Management, Irwin/Mcgraw-Hill, Boston,
- Larson, P.D., Gammelgaard, B.. (2001a). Logistics İn Denmark: A Survey Of The İndustry, International Journal Of Logistics: Research And Applications 4 (2), 191–206.
- Lawson, B. Ve Samson, D.. (2001). Developing Innovation Capability İn Organizations: A Dynamic Capabilities Approach , International Journal Of Innovation Management, 5(3), 377-400.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., Ve Rao, S. S.. (2006). The Impact Of Supply Chain Management Practices On Competitive Advantage And Organizational Performance , Omega, 34(2), 107-124.

- Lieb, R.C., Randall, H.L.. (1996). Ceo Perspectives On The Current Status And Future Prospects Of The Third-Party Logistics Industry In The United States , *Transportation Journal* 42 (3), 5-12.
- Lieb, R.C., Kendrick, S.. (2003). The Year 2002 Survey: Ceo Perspectives On The Current Status And Future Prospects On The Third Party Logistics Industry In The Unites States . *Transportation Journal* 42 (3), 5-12.
- Lin, R.J., Chen, R.H., Chiu, K.K.. (2009). Customer Relationship Management And Innovation Capability: An Empirical Study , *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 110 No. 1, 2010, Pp. 111-133
- Liu, C Ve Lyons, A. (2009). An Analysis Of Third-Party Logistics Performance And Service Provision, *Transportation Research Part E* 47, 547-570
- Liu, L. Ve Luo, D.. (2010). Effects Of Logistics Capabilities On Performance In Manufacturing Firms , *Logistics And Supply Chain Research In China - Proceedings Of The 3rd International Conference On Logistics And Supply Chain Management*, Hunan, China
- Marr, N. E.. (1991). Management Sophistication And Service Performance, *International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management*, 21(4), 32-41.
- Morgan, N., Vorhies, D., Mason, C.. (2009). Research Notes And Commentaries Market Orientation, Marketing Capabilities, And Firm Performance , *Strategic Management Journal*, Strat. Mgmt. J., 30: 909-920.
- Murphy, P.R., Poist, R.F.. (1998). Third-Party Logistics Usage: An Assessment Of Propositions Based On Previous Research , *Transportation Journal* 37 (4), 26-35.
- Nelson, R. R., Ve Winter, S. G.. (1982). *An Evolutionary Theory Of Economic Change*. Cambridge, Ma: Belknap.
- Nguyen, T.H., Sherif, J.S. Ve Newby.. (2007). Strategies For Successful Crm Implementation, *Information Management & Computer Security*, Vol. 15 No. 2, 2007, Ss. 102-115
- Nonaka, I.. (1991). The Knowledge-Creating Company , *Harvard Business Review* 69 (6) 96-104.
- Norusis, M. J.. (1992). *Spss For Windows Professional Statistics*, Release 6.0. Chicago: Spss Inc.
- Nunally, J. C.. (1978). *Psychometric Theory*, Mcgraw-Hill, New York.
- Perry, F. W.. (1988). *The Commonwealth Armies: Manpower And Organization In Two World Wars*. Manchester University Press.
- Peters, M.J., Lieb, R.C., Randall, H.L.. (1998). The Use Of Third-Party Logistics Services By European Industry . *Transport Logistics* 1 (3), 167-179.
- Porter, M., E.. (2008). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors* . New York: The Free Press, 1980, 35-46.
- Porter, M. E.. (1980). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competition*. New York Ss: 300.
- Prahalad, C.K. Ve Hamel, G. (1990), *The Core Competence Of The Corporation*, *Harvard Business Review*, Vol. 68 No. 3, Pp. 79-91.
- Rafele, C.. (2004). Logistic Service Measurement: A Reference Framework. *Journal Of Manufacturing Technology Management*, 15(3), 280-290.
- Rao, K., Young, R.R.. (1994). Global Supply Chains: Factors Influencing Outsourcing Of Logistics Functions , *International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management* 24, (6), 11-19.

- Reichheld, F.F. Ve Sasser, W.E. Jr.. (1999). Zero Defections: Quality Comes To Services, Harvard Business Review, Vol. 68, Pp. 105-11.
- Sakarya, S.. (2006). Bölüm 40. Sürdürülebilir Rekabet Avantajı , Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Organik Tarım Sektörü: Sektörel Stratejiler Ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu, Ed.: İ. H. Eraslan & F. Şelli, Pp.851-865
- Sarisakal, M.N., Aydın, M.A.. (2003). E-Ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret , Havacılık Ve Uzay Teknolojileri Dergisi, Cilt 1 Sayı 2 (83-90)
- Savitskie, K.. (2007). Internal And External Logistics Information Technologies: The Performance Impact İn An International Setting , International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 37 Iss: 6 Pp.454 – 468
- Schillo, P.S. Ve Walter, A.. (2010). Can New Technology-Based Ventures Achieve Sales Growth Through Open Innovation? An Empirical Study Accounting For Network Coordination Capabilities And Market Uncertainty, Innovation Impact Working Paper Series, Working Paper No. 1
- Senge, P. M.. (1990). The fifth Discipline: The Art And Practice Of The Learning Organization. New York: Currency Doubleday.
- Shan, W., Ve Zhang, Q.. (2009). Extension Theory And Its Application İn Evaluation Of Independent Innovation Capability , Kybernetes, 38(3/4), 457-467.
- Smart, D. L., Ve Wolfe, R. A.. (2000). Examining Sustainable Competitive Advantage İn Intercollegiate Athletics: A Resource-Based View . Journal Of Sport Management, 14, 133-153
- Sohail, M.S., Al-Abdali, O.S.. (2005). The Usage Of Third Party Logistics İn Saudi Arabia: Current Position And Future Prospects , International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management 35, 637–653.
- Teece, D.. (2010). Business Models, Business Strategy And Innovation , Long Range Planning 43 (2010) 172-194
- Teece, D.J.. (1998). Capturing Value From Knowledge Assets: The New Economy, Markets For Know-How, And Intangible Assets , California Management Review, 1998, 40: 55-79.
- Teece, D.J., Pisano, G. Ve Shuen, A.. (1997). Dynamic Capabilities And Strategic Management , Strategic Management Journal, Vol. 18 No. 6, Pp. 509-33.
- Tidd, J. Ve Bessant, J.. (2009). Managing Innovation: Integrating Technological, Market And Organizational Change, 4.Th Edt. John Wiley & Sons, Ltd
- Tracey, M.A., Vonderembse, M.A. Ve Lim, J.S.. (1999). Manufacturing Technology And Strategy Formulation: Keys To Enhancing Competitiveness And Improving Performance , Journal Of Operations Management, Vol. 17 No. 4, Pp. 411-28.
- Tuan, N.P. Ve Yoshi, T.. (2010). Organizational Capabilities, Competitive Advantage And Performance İn Supporting Industries İn Vietnam , Asian Academy Of Management Journal, 2010, 15.1: 1-21.
- Türkkan, E.. (2003). Vizyon Rekabeti. Ankara: Liberte Yayınları.
- Van Hoek, R.L.. (2001). The Rediscovery Of Postponement A Literature Review And Directions For Research , Journal Of Operations Management 19 (2001) 161–184

- Vatansever, K.. (2005). Üçüncü Parti Lojistik İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Ölçümü Üzerine Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- Wang, Y. Ve Feng, H.. (2008). Crm Capability In Service Industries: Conceptualization And Scale Development, 2008 Ieee International Conference On Service Operations And Logistics, And Informatics, V. 1 | 83 - 88
- Wang, Y. Ve Feng, H.. (2012). Customer Relationship Management Capabilities Measurement, Antecedents And Consequences , Management Decision, Vol. 50 No. 1, 2012, Pp. 115-129
- Weerawardena, J.. (2003), Exploring The Role Of Market Learning Capability In Competitive Strategy , European Journal Of Marketing, Vol. 37 Iss 3/4 Pp. 407 - 429
- Yamin, S., Gunasekaran, A., Ve Mavondo F.T.. (1999). Relationship Between Generic Strategies, Competitive Advantage And Organizational Performance: An Empirical Analysis , Technovation 19 (1999) 507-518
- Yang, C., Marlow, P., Ve Lu C.S.. (2009). Assessing Resources, Logistics Service Capabilities, Innovation Capabilities And The Performance Of Container Shipping Services In Taiwan, Int. J. Production Economics 122, 4-20
- Yeşil, S., Şekkelî, H. Ve Doğan, Ö.. (2012). An Investigation Into The Implications Of Islamic Work Ethic (Iwe) In The Workplace , Journal Of Economics And Behavioral Studies Vol. 4, No. 11, Pp. 612-624, Nov 2012 (Issn: 2220-6140)
- Yıldız, S.. (2010). İşletme Performansının Ölçümü Üzerine Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma , Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 180 Sayı: 36, Ss.179-193
- 09.10.2014, [Http://Www.Investopedia.Com/](http://www.investopedia.com/)