

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği*

Araştırma Makalesi
Alınış Tarihi: 02 Ağustos 2019
Kabul Tarihi: 03 Ekim 2019

*Dilşad GÜZEL***
*Meerim ASKARBEKOVA***

Öz: Bu çalışmanın amacı üretim işletmelerindeki lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevrenin firma rekabetçiliği üzerinde olan etkilerini incelemektir. Çalışmada Türkiye'nin Erzurum ve Kırgızistan'ın Bişkek şehrinde anket uygulaması yapılmış olup, toplamda 127 katılımcıdan toplanan veriler araştırmanın hipotezlerini test etmek için analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde SPSS 20 istatistik programı kullanılmış olup, sırasıyla frekans, regresyon, faktör analizleri ve T-testi yapılmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda, Erzurum'da firma rekabet gücüne; lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevrenin etkisi anlamlı çıkmıştır. Bişkek'teki firmaların rekabet gücü üzerinde, lojistik stratejinin ve lojistik entegrasyonun etkisi anlamlı çıktığı görülmüştür. Ancak örgütsel çevrenin firma rekabet gücü üzerindeki etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, lojistik strateji, lojistik entegrasyon, örgütsel çevre ve firma rekabet gücünün ülkeler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Lojistik strateji, lojistik entegrasyon, örgütsel çevre, rekabet gücü, Bişkek, Erzurum

The Effect of Logistic Strategy, Logistics Integration and Organizational Environment on Firm Competitiveness: A Case Study of Turkey and Kyrgyzstan

Abstract: The purpose of this study is to investigate the effects of logistics strategy, logistics integration and organizational environment on firm competitiveness in two different countries. This research was conducted through taking measurement surveys from manufacturer with producer companies in the city of Erzurum (Turkey) and Bishkek (Kyrgyzstan). The data were analyzed by SPSS 20 package program using regression, factor analysis and T-test analysis

As a result of the study, in Erzurum, the impact of logistic strategy, logistic integration and the organizational environment on the competitiveness of the firms were significant. The impact of logistic strategy and logistic integration on the other hand was significant in Bishkek. It has been determined that the organizational environment of the manufacturing firms in Bishkek city has no effect on the competitiveness of firms. However, logistic strategy, logistics integration, organizational environment and firm competitiveness were not significantly different between countries.

Keywords: Logistics strategy, logistics integration, organizational environment, competitiveness, Bishkek, Erzurum

* Bu çalışma Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul "Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan örneği" adlı yüksek lisans tez çalışmasından faydalanılarak oluşturulmuştur.

** Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, ORCID-ID: 0000-0003-1421-7692

** Yüksek Lisans Öğr., Atatürk Üniversitesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, ORCID-ID: 0000-0002-2878-8798

I.Giriş

Piyasa ekonomisinde en önemli faktör, insanların ekonomik faaliyet biçimlerini büyük ölçüde belirleyen rekabet ruhudur. İşletmeler, günümüzde rekabet dünyasında ayakta kalabilmek için hem çalışan memnuniyetini hem de müşteri memnuniyetini sağlayabilmek adına mücadele etmektedirler. Bu yüzden rekabet edebilirliğin sağlanması, nesnel olarak herhangi bir işletmenin temel stratejik hedefidir. Rekabet düzeyinin çok sayıda faktör tarafından belirlendiği bilinmektedir. Bu çalışmada rekabet gücünü etkileyip etkilemediğini öğrenmek amacıyla lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevre faktörleri incelenmiştir.

Lojistik strateji, şirketin kurumsal iş stratejisinin bir parçası olmalı ve firmanın temel amaç ve hedefleri göz önünde bulundurularak oluşturulmalıdır. Lojistik strateji, bir işletmenin hedeflerine ulaşması için eldeki verilere dayanarak optimum bir fayda sağlama yöntemidir (Berezhnov, 2006: 248).

İşletmeler için, pazar ortamında rekabet avantajı sağlayan entegrasyon görevi de çok önemlidir. Lojistik entegrasyon, bir işletme içindeki fonksiyonel birimlerin eylem ve amaçlarının yanı sıra, etki kazanma uğruna tedarikçiler, distribütörler ve tüketiciler ile ilgili doğru yer ve zamandaki bütünleşmesidir (Anikin, 2002: 190-191).

Yukarıdaki bilgiler ışığında, bu çalışmanın amacı Erzurum ve Bişkek illerindeki üretim işletmelerin lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevrenin firma rekabet gücü üzerindeki etkisini incelemektir.

II.Literatür

A. Lojistik Kavramı

Günümüzde lojistiğin rolü tüm ülkeler için oldukça önemlidir. Çünkü, lojistik, hammadde ve yarı mamullerin edinimi ile nihai ürünün tüketiciye ulaşması arasındaki zaman aralığının önemli ölçüde azaltılmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, lojistik bilgi edinme sürecini hızlandırma ve hizmet kalitesini geliştirmektedir (Drozdo, 2015: 4).

Lojistik kelimesinin kökenine bakacak olursak Yunanca “logistike” kelimesinden türemiştir ve bu kelime “düşünme, hesaplama, uygunluk” anlamına gelmektedir. Roma İmparatorluğu döneminde bu kavram genelde “gıdaların dağıtımı” olarak kullanılmıştır. Bizans döneminde ise askeri alana ilişkin gerekliliklerin teşkilatlanmasında ve orduların idaresi için önem arz etmekte olup 20. asrın başlarından itibaren lojistik askeri bir bilim olarak da kabul edilmeye başlanmıştır (Çancı ve Erdal, 2003: 86).

Lojistik kavramının tarihi ve gelişimi çok eskilere dayanmaktadır. Hamburg Üniversitesi Profesörü G. Pawellet, Roma İmparatorluğu döneminde bile "lojistikçi" veya "lojistik" unvanını alan hizmetçiler olduğunu belirtmiştir. Lojistikçileri “gıda dağıtımı yapan hizmetçiler” olarak tanımlamıştır. Lojistik ise askeri bir düzene alınarak, M. S. 1000’lerde askeri kuvvetler içerisinde maddi

kaynak ve rezervlerin sağlanması için önemli bir rol verilmiştir (Tulembaeva, 2008; 7).

Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında lojistik ilke ve modelleri yaygın şekilde kullanılmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında askeri sanayi, lojistik üsleriyle ulaşım arasında açık bir etkileşime imkan tanınması ABD Ordusu'nun maddi ve teknik arzında lojistiğin aktif rolünü gözler önüne sermiştir. Askeri bir disiplin olarak, lojistik şimdikiye kadar Dünya'nın gelişmiş ülkelerinde uygulanmaktadır (Alesinskaya, 2005: 121).

Lojistik en geniş tanımıyla, ekonomik sistemlerde var olan her türlü akışın (materyal, insan, enerji, finansal vb.) yönetimi olarak tanımlanmaktadır. Herhangi bir nesneyi yönetmek, ilk önce bir karar vermeyi ve daha sonra bunu uygulamayı gerektirir. Yerli ve yabancı literatür günümüzde "lojistik" kavramının tek bir tanımı olmadığını göstermektedir (Alesinskaya, 2005: 121).

Lojistik - hammaddelerin ve malzemelerin üretim işletmesine getirilmesi, hammaddelerin, malzemelerin ve yarı mamullerin fabrikada işlenmesi, bitmiş ürünün etkileşim ve gereksinimlerine uygun olarak tüketiciye getirilmesi sırasında yapılan nakliye, depolama ve diğer maddi ve manevi operasyonları planlama, kontrol etme ve yönetme bilimidir (Afanasenko ve Borisova, 2013: 432).

B. Lojistik Strateji

Lojistik strateji bir işletmenin genel stratejisinin önemli bileşenidir. "Strateji" terimi Yunanca "stratos" kelimesinden gelmekte ve "ordu" anlamına gelen askeri bir kökene sahiptir. Strateji kavramı "önemli", "belirleme" anlamında olup yönetimin bir parçası haline gelmiştir. Stratejinin içeriği, ana faaliyetleri belirlemek için kullanılan kuralların tamamı olarak ifade edilmektedir (Rodnikov, 1995: 122).

Sergeyev (2013), şirketin lojistik misyonunu lojistik bir strateji olarak ifade etmektedir. Ona göre misyon, şirketin tüm stratejik ve taktik hedeflerini ve bunlara dayanarak alınan kararları belirleyen temel dayanaktır. Donald Waters'a göre "Organizasyonlar lojistik stratejileri için önemli olan faktörü seçerek bir ya da daha fazla alternatif üretmektedirler (Waters, 2003: 61). Waters'ın bu tezi üzerine yorum yapılarak, her bir şirketin veya firmanın lojistik stratejisini belirli bir "stratejik yön" üzerine odakladığı söylenebilir.

Her işletme kendi lojistik stratejisini geliştirir, ancak genellikle benzer hareket eder. Michael Porter, genel olarak, iki temel stratejinin olduğunu belirtmektedir (Lankina, 2006: 241):

- maliyet yönetimi, yani aynı veya benzer ürünlerin daha ucuz üretimi,
- ürün farklılaştırması, yani tüketicilerin diğer tedarikçilerden alamadıkları ürünlerin üretimi.

Lojistikte, bu iki yaklaşım "yalın" ve "çevik" stratejiler olarak ifade edilir. "Yalın" lojistiği tercih eden işletmeler maliyetleri düşürmek için bir hedef belirlemektedirler. "Çevik" lojistiğe odaklananlar ise her şeyden önce daha yüksek müşteri memnuniyeti elde etmeye çalışmaktadırlar.

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

C. Lojistik Entegrasyon

Entegrasyon, lojistik yönetiminin gelişiminin temelini oluşturmaktadır. Bu gelişme, yaklaşık 40 yıl önce yerel düzeyde nakliye ve depolama operasyonlarının fiziksel dağıtım sistemlerine entegrasyonu ile başlamıştır. Bugün, birçok işletme dünya çapında, birkaç tedarikçi, distribütör katmanı içeren, farklı nakliye modları ve taşıyıcıları kullanan tedarik ağlarını entegre etmeye çalışmaktadır. (Mckinnon, 2008: 157-170).

Lojistik entegrasyonun ana hedefi, tüm lojistik zincirini kapsayan ve kısa sürede yenilikçi fiyatlarla yüksek kaliteli ürünlerin pazarlanmasına, sonradan tedarik edilmesine imkan veren birbirine bağlı süreçlerin oluşturulmasıdır. Lojistik entegrasyon, ticari kuruluşların ilişkilerini optimize etmeye olanak tanımaktadır. Bu durum da her bir ticari işletmenin ve entegre sistemin bir bütün olarak faaliyet verimliliğini arttırmaktadır (Plotnikov, 2002: 104).

Lojistik entegrasyonu, modern perakende teknolojilerinin kullanılmasına katkıda bulunmakta, daha gelişmiş lojistik sistemleri inşa etmekte, genel lojistik maliyet düzeyini düşürmekte ve genel olarak da perakende ticaretin verimliliğini geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Naglovsky, 1997: 11-12).

D. Örgütsel Çevre

Bir firma belirli bir ortamda çalışmaktadır. İstisnasız tüm firmaların her eylemi ancak ortamın uygulanmasına izin vermesi durumunda mümkündür. Bir sistem olarak her örgüt, çeşitli dış etkiler yoluyla çevresi tarafından etkilenmektedir.

İşletmenin çevresini analiz ederek, kuruluşun bölümleri (iç değişkenler), kuruluş ile dış çevre (dış değişkenler) arasındaki ilişkiyi incelemek gerekmektedir. İç değişkenler bir organizasyon içindeki durumsal faktörlerden oluşmaktadır. Kuruluşlar insanlar tarafından oluşturulan sistemleri temsil ettiğinden, iç değişkenler temel olarak yönetim kararlarının sonucu olmaktadır. Örgütlerde dikkat gerektiren temel değişkenler; hedefler, yapı, görevler, teknoloji ve insanlardır (Podoprighora ve Tytar, 2014: 264).

Çevre, örgütü etkilemektedir ve kendi gereksinimlerini talep etmektedir. Yönetici bu önemli etkiyi dikkate almalıdır. Bu birbiriyle ilişkili faktörler organizasyon içinde gerçekleşen her şeyi etkilemektedir (Ruzhanskaya ve diğ., 2015: 7) Örgütün çevre ile olan etkileşimi, potansiyel hedeflerine ulaşmak için gerekli seviyede tutulması ve böylece uzun vadede hayatta kalması sağlanmalıdır.

E. Firma Rekabetçiliği

Pazarın yapısı günümüzde rekabetin varlığını göstermektedir. Sadece mal ve hizmet üreticileri değil, tüketiciler de birbirleriyle rekabet etmektedir. Rekabet en iyi olmak için doğal bir insan arzudur. Bu istek sayesinde müşteriler daha iyi ürünleri daha düşük fiyatlarla elde alabilmektedir (Bogomolova ve Khokhlov, 2005: 113).

Rekabet, ülkelerin ekonomik kalkınmasını sağlamakta olup işletmelerin de hayatta kalmasına fayda sağlayıcıdır. İşletmenin başarısı, büyük ölçüde aynı pazar segmentinde faaliyet gösteren ve aynı ürünleri üreten diğer işletmelerle

rekabet edebilme becerisine bağlı olmaktadır. Buna göre, rekabet gücü piyasada mal ve hizmetlerde çok önemli bir başarı faktörü olarak ifade edilmektedir. Asıl rekabet, işletmeleri mümkün olduğunca bilimsel ve teknik başarılar almaya, etkin ekipman, teknoloji uzmanları, modern üretim ve işçilik düzenleme yöntemleri uygulamaya yönlendirmektedir. Rekabetçi bir durum olduğunda işletmeler, belli bir ürün hacminin üretilmesinde kaynakların en büyük ekonomik kombinasyonunu kullanmaktadır. Bu durum işletmelere avantaj sağlamaktadır (Francis, 1989: 3-12).

F. Türkiye ve Kırgızistan'da Lojistik Sektörü

1980'lerin başından beri Türkiye hem ekonomik hem de sosyal boyutlarda hızlı bir dönüşüm geçirmektedir. Uzun bir istikrarsızlık ve kriz döneminin ardından Türkiye, 2002'den bu yana ekonomik gelişme ve bolluk yolunda büyük ilerleme kaydetmiştir. Türkiye ekonomisi, son on yılda yıllık ortalama yüzde 5'lik büyüme ile lojistik sektörü için birçok fırsat sunmaktadır. Kamu ve özel altyapı yatırımları, ülkenin lojistik hizmetlerini son on yılda önemli ölçüde geliştirmektedir. Ülkede pek çok havaalanı inşa edilmiş olup karayollarında duble yollar (iki yönlü) ve otoyollar genişletilmiştir. Büyük şehirlere hızlı tren seferleri başlamış ve Türkiye'nin limanlarının kullanımı artmıştır. Türkiye'nin Doğu Avrupa, Orta Asya, Orta Doğu ve Kuzey Afrika'ya kolay erişim sağlayan elverişli coğrafi konumu, ülkenin bölgedeki yük trafiği için 2 trilyon dolardan fazla bir değere sahip merkezi bir bağlantı olmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda Türkiye çeşitli ulaşım türleri sunarak ulaşım maliyetlerini azaltmaya yardımcı olan lojistik merkezleri inşa etmektedir (Gülen, 2011: 159).

Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olduğu göz önüne alındığında denizyolu ile yapılan transfer hacminin düşündürücü seviyede olduğu saptanmıştır. Son yıllarda dünyadaki ticaret nakliyeciliğinin %80 kadarı denizyolu ile yapılmaktadır. Nakliyecilikte diğer nakliye türlerine nazaran denizyolunun avantajları çoktur ve demiryolundan 3,5 kat, karayolundan ise 7 kat daha düşük fiyatlıdır (Tutar ve diğ., 2009: 201).

Kırgızistan ise Orta Asya'nın doğu kısmında yer alır ve kuzeyde Kazakistan, batıda Özbekistan, güneyde Tacikistan, doğuda ise Çin Halk Cumhuriyeti ile sınırlıdır. Denize çıkışı olmadığından, Kırgızistan için uluslararası karayolları ve demiryolları büyük ekonomik pazarlara ve rotalara erişim sağlamaktadır. Kırgızistan dağlık bir ülke olduğundan devlet karayolu altyapısına ve gelişimine önem vermektedir. Kırgızistan'ın lojistik sektörü iyi gelişmemiş ancak durumu iyileştirmek için çok çaba gösterilmektedir (www.traceca-org.org).

Temel ulaşım karayolu taşımacılığı ile gerçekleşir. Karayolu taşımacılığı ülkedeki toplam taşıma yöntemlerinin % 90'ından fazlasını oluşturmaktadır. Diğer önemli ulaşım şekli, düşük maliyetlerden dolayı demiryolu taşımacılığıdır. En pahalı ulaşım şekli olan hava kargo oldukça gelişmiştir. Manas Uluslararası Havalimanı'nda her türlü lojistik hizmet verilmektedir. Kırgızistan'dan

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

denizyollarına ve limanlara erişim yoktur. Ülkede var olan tek su yolu İssyk-Kul gölündedir. Oradaki ulaşım sadece yerel limanlar arasında karşılıklı seferler içermekte olup öncelikle turistik yolculara hizmet vermektedir. Yurtdışındaki lojistik sistemlerin değişimi sadece bireysel organizasyonlar için değil bir bütünlük içinde ülke için rekabette en önemli stratejik araçlardan biri olduklarını kanıtlamaktadır. Kırgızistan'da durum biraz farklıdır. Tarihsel, politik ve ekonomik nitelikteki nesnel nedenlerden dolayı lojistik alanında teknolojik eksiklikler vardır (Lucy Styles, 2019: 50).

III. Metodoloji

A. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmanın temel amacı, Erzurum (Türkiye) ve Bişkek (Kırgızistan) şehirlerindeki üretim firmalarının lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevre faktörlerinin firma rekabetçiliği üzerinde etkisini incelemektir.

Çalışma Erzurum ve Bişkek illerinde faaliyet gösteren üretim işletmelerini kapsamaktadır. Örneklem bölgeleri tespit edildikten sonra örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için: Erzurum Ticaret Odası yetkilileri ile görüşülmesi sonucunda, Erzurum ilinde faaliyet gösteren üretim işletmelerinin sayısı 76 olarak belirlenmiştir. Kırgızistan Bişkek şehrinde ise faaliyet gösteren işletmelerinin sayısı 112 olarak belirlenmiştir. Erzurum ve Bişkek'teki üretim işletmelerinin yetkilileri ile randevu alınarak görüşme yapılmış ve ayrıca e-mail üzerinden anket gönderilerek veri toplanmıştır.

Araştırmada veriler anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen verilerin analizi için SPSS 20 paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde regresyon, faktör analizi ve T-testi kullanılmıştır.

Anket formu Erzurum ve Bişkek illerinde faaliyet gösteren 188 işletmeye sunulduktan sonra 127 işletmeden geri dönüş sağlanabilmiştir. Bunlardan 61 tanesi Erzurum, 66'sı ise Bişkek ilindeki üretim işletmelerinden gelen anketlerdir. Anket uygulamasına katılan kişiler; işletmelerin lojistik konusunda yeterli bilgiye sahip oldukları düşünülen firma sahipleri, genel müdürler, muhasebeciler ve pazarlamacılarıdır.

Araştırma değişkenlerine ilişkin sorular 5'li likert ölçeği (1 - Kesinlikle katılmıyorum, 2 - Katılmıyorum, 3 - Kararsızım, 4 - Katılıyorum, 5 - Kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür. Anketin birinci bölümünde, firma hakkında 7 soru sorulmaktadır. İkinci bölümünde ise araştırma değişkenleri ile ilgili 30 soru yer almakta ve anket toplam 37 sorudan oluşmaktadır.

B. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Literatürden yola çıkılarak araştırmaya dair hipotezler oluşturulmuş ve aşağıda ifade edilmiştir.

H₁: Lojistik stratejinin lojistik entegrasyon üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂: Lojistik stratejinin örgütsel çevre üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₃: Üretim işletmelerin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{3a}: Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{3b}: Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₄: Üretim işletmelerin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{4a}: Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{4b}: Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₅: Üretim işletmelerin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{5a}: Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_{5b}: Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₆: Lojistik strateji Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₇: Lojistik entegrasyon Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₈: Örgütsel çevre Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₉: Firma rekabet gücü Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Araştırma modelinin oluşturulmasında temel olarak Michael A. McGinnis ve diğerlerin (1993, 2013) çalışmaları esas alınmıştır. Araştırmanın modeli Şekil 1’de sunulmuştur.

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Atatürk
Üniversitesi

C. Araştırma Bulguları

Anket uygulaması sonucu elde edilen verilerin güvenilirliğini test etmek amacıyla 5'li likert tipi sorulardan oluşan 30 soruya güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Türkiye'nin Cronbach Alfa değeri 0,837, Kırgızistan'ın ise 0,857 ve toplam – 0,846 çıkmıştır. 0,80 ile 1,00 değer aralığındaki Cronbach Alfa katsayısı yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunun göstergesidir (Akgül ve Çevik, 2003). Buna göre anket uygulamasında kullanılan ölçeğin güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu ifade edilebilir.

Lojistik stratejiyi ölçmek için süreç stratejisi, pazar stratejisi, bilgi stratejisi alt değişkenleriyle ilgili ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Lojistik Strateji Değişkenine İlişkin Değerlendirmeler

Lojistik Strateji	Erzurum (n=61)		Bışkek (n=66)	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
<i>Süreç Stratejisi</i>	4,07	0,69	4,13	0,62
1. İşletmem satın alma, üretim ve dağıtımda maksimum verimlilikle çalışır.	4,05	0,90	4,17	0,78
2. İşletme lojistiğinin temel amacı satın alma, üretim ve dağıtım maliyetleri ile sonuçlanan faaliyetler tümünü kontrol altına almaktır.	4,11	0,71	4,17	0,71
3. İşletmemde lojistik; Odaklı İmalat ve Tam Zamanında Malzeme Alımı gibi maliyet ve envanter azaltıcı kavramların uygulanmasını kolaylaştırır.	4,03	0,86	4,06	0,76
<i>Pazar Stratejisi</i>	4,16	0,65	4,02	0,68
1. İşletmem çeşitli iş birimlerinin hizmetinde olan müşterilere hizmet etmek için koordineli bir şekilde fiziksel dağıtım yapar.	4,21	0,78	4,03	0,84
2. İşletmemdeki lojistiğin temel amacı, müşterilerimizin bizimle iş yaparken karşılaştıkları karmaşıklığı azaltmaktır.	4,16	0,78	4,05	0,87
3. İşletmemdeki lojistik, rekabetçi bir müşteri hizmeti sunmak için çeşitli iş birimlerinin koordinasyonunu kolaylaştırır.	4,11	0,80	3,98	0,77
<i>Bilgi Stratejisi</i>	4,07	0,68	4,19	0,67
1. İşletmem, kanal üyelerinin (distribütörler, toptancılar, bayiler, perakendeciler) faaliyetlerinin koordinasyonunu ve kontrolünü gerçekleştirir.	4,03	0,91	4,18	0,74
2. İşletmemdeki lojistiğin temel amacı, tüm dağıtım kanalı üzerindeki bilgi akışlarını ve envanter seviyelerini yönetmektir.	4,16	0,71	4,23	0,86
3. İşletmemin lojistiği; kanal üyeleri (distribütörler, toptancılar, bayiler, perakendeciler) arasındaki bilgi akışlarının yönetimini kolaylaştırır.	4,00	0,82	4,15	0,75
<i>Genel Değerlendirme</i>	4,09	0,50	4,11	0,50

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

Tablo 1 incelendiğinde, Erzurum işletmeleri açısından göreceli olarak en yüksek algılanan unsurun 4,21 ortalama ile “İşletmem çeşitli iş birimlerinin hizmetinde olan müşterilere hizmet etmek için koordineli bir şekilde fiziksel dağıtım yapar.” olduğu belirlenmiştir. Buna karşın en düşük algılanan unsurların ise 4,00 ortalama ile “İşletmemin lojistiği; kanal üyeleri (distribütörler, toptancılar, bayiler, perakendeciler) arasındaki bilgi akışlarının yönetimini kolaylaştırır.” olduğu görülmüştür. Bişkek üretim işletmeleri açısından bakıldığında ise, en yüksek algılanan unsurların 4,23 ortalama ile “İşletmemdeki lojistiğin temel amacı, tüm dağıtım kanalı üzerindeki bilgi akışlarını ve envanter seviyelerini yönetmektir.” olduğu belirlenmiştir. En düşük algılanan unsurlar ise 3,98 ortalama ile “İşletmemdeki lojistik, rekabetçi bir müşteri hizmeti sunmak için çeşitli iş birimlerinin koordinasyonunu kolaylaştırır.” ifadesi olmuştur.

Lojistik entegrasyonu ölçmek için lojistik koordinasyonunun etkinliği, müşteri hizmetleri etkililiği alt değişkenleriyle ilgili ortalama ve standart sapma değerlendirmeleri Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. *Lojistik Entegrasyon Değişkenine İlişkin Değerlendirmeler*

Lojistik Entegrasyon	Erzurum (n=61)		Bişkek (n=66)	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
<i>Lojistik Koordinasyonunun Etkinliği</i>	4,08	0,54	4,08	0,70
1. Tedarikçiler, satıcılar ve diğer kanal üyeleri ile daha yakın koordinasyon ihtiyacı, işletmemde departmanlar arasında daha iyi çalışma ilişkileri geliştirmiştir.	4,16	0,66	4,09	0,85
2. İşletmemde, lojistik planlaması, genel stratejik planlama süreci ile iyi bir şekilde koordine edilir.	4,08	0,64	4,15	0,75
3. İşletmemde, lojistik faaliyetler; müşteriler, tedarikçiler ve diğer kanal üyeleri ile etkin bir şekilde koordine edilir.	3,98	0,62	3,98	0,79
<i>Müşteri Hizmetleri Etkinliği</i>	3,90	0,75	3,84	0,70
1. Daha yüksek müşteri hizmetleri seviyesine ulaşılması, çalışanların gelişimine ve eğitimine önem verilmesine yol açmıştır.	4,05	0,92	3,97	0,78
2. İşletmemdeki müşteri hizmetleri programı, diğer lojistik faaliyetlerle etkili bir şekilde koordine edilmektedir.	3,92	0,78	3,85	0,75
3. İşletmemde kullandığım müşteri hizmetleri programı, rakiplerimize kıyasla üstün bir rekabet avantajı sağlamaktadır.	3,74	0,93	3,71	0,99
<i>Genel Değerlendirme</i>	3,99	0,54	3,96	0,61

Tablo 2 incelendiğinde Erzurum'daki katılımcılar lojistik entegrasyon konusunda en yüksek ortalamayla (4,16) "Tedarikçiler, satıcılar ve diğer kanal üyeleri ile daha yakın koordinasyon ihtiyacı, işletmemde departmanlar arasında daha iyi çalışma ilişkileri geliştirmiştir." unsurunu değerlendirmişlerdir. "İşletmemde kullandığım müşteri hizmetleri programı, rakiplerimize kıyasla üstün bir rekabet avantajı sağlamaktadır." unsurunu hem Erzurum (3,74) hem Bişkek'teki (3,71) katılımcılar en düşük ortalamayla değerlendirmişlerdir. Bişkek'teki cevaplayıcılar "İşletmemde, lojistik planlaması, genel stratejik planlama süreci ile iyi bir şekilde koordine edilir." unsuruna 4,15 ortalamayla en yüksek değer vermişlerdir.

Örgütsel çevreyi ölçmek için çevresel cömertlik, çevresel dinamizm, çevresel heterojenlik ve çevresel düşmanlığı alt değişkenleriyle ilgili ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Örgütsel Çevre Değişkenine İlişkin Değerlendirmeler

Örgütsel Çevre	Erzurum (n=61)		Bişkek (n=60)	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
<i>Çevresel Cömertlik</i>	3,98	0,73	3,85	0,70
1. Mevcut yeni pazarlardaki birimler için yeni fırsatlar vardır.	4,16	0,88	3,63	0,97
2. İşletmemde mevcut ya da yeni ürünlerde birçok fırsat bulunmaktadır.	3,92	0,94	3,83	0,80
3. İşletmemin pazar potansiyeli fazladır.	3,85	0,91	4,10	0,80
<i>Çevresel Dinamizm</i>	2,61	0,98	3,00	1,01
1. İşletmem işletmelerin rekabetçi stratejilerini tahmin edemez.	2,67	1,12	3,08	1,06
2. İşletmemin hizmet ettiği pazarı tahmin etmek zordur.	2,56	1,06	2,91	1,08
<i>Çevresel Heterojenlik</i>	3,65	0,69	3,85	0,56
1. İşletmemin pazara sunduğu ürünlerin dağıtımı, farklı toptancılar, distribütörler ve müşteriler ile çalışmayı gerektirir.	3,75	0,92	4,14	0,65
2. İşletmemin gerçekleştirdiği rekabetçi taktikler pazarlarda büyük farklılıklar gösterir.	3,84	0,82	3,91	0,67
3. İşletmem tarafından verilen hizmet, ürün tercihleri, beklenen hizmet seviyeleri ve fiyat beklentileri büyük ölçüde farklılık gösterir.	3,33	1,03	3,58	0,86
4. İşletmem, mevcut pazarında etkili bir şekilde rekabet edebilmek için, farklı teknolojilere sahiptir.	3,67	0,85	3,79	0,79

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

<i>Çevresel Düşmanlık</i>	3,78	0,97	3,87	0,73
1. Yeraldığı işletmemin pazarda şiddetli bir rekabet vardır.	3,95	0,86	3,97	0,72
2. Yeraldığı işletmemin pazarda rehavete kapılan bir işletme müşterilerini rakiplerine kaptırır.	3,61	1,28	3,77	0,87
<i>Genel Değerlendirme</i>	3,57	0,39	3,70	0,40

Tablo 3 incelendiğinde, Erzurum'daki katılımcılar açısından bağıntılı olarak en yüksek algılanan “Çevresel cömertlik” alt değişkeni sorusunun 4,16 ortalama ile “Mevcut yeni pazarlardaki birimler için yeni fırsatlar vardır.” olduğu belirlenmiştir. Bişkek'te üretim yapan firma katılımcıları açısından bakıldığında ise, en yüksek algılanan “Çevresel heterojenlik” alt değişkeni sorusunun 4,14 ortalama ile “İşletmemin pazara sunduğu ürünlerin dağıtımı, farklı toptancılar, distribütörler ve müşteriler ile çalışmayı gerektirir.” olduğu belirlenmiştir. Buna kıyasla en düşük algılanan “Çevresel dinamizm” alt değişkeni sorusunun ise hem Erzurum (2,56) hem Bişkek'teki (2,91) ortalama ile “İşletmemin hizmet ettiği pazarı tahmin etmek zordur.” olduğu görülmüştür.

Firma rekabet gücüne etki eden unsurlara yönelik ortalama ve standart sapma değerleri tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Firma Rekabet Gücü Değişkenine İlişkin Değerlendirmeler

Firma Rekabet Gücü	Erzurum (n=61)		Bişkek (n=60)	
	Ortalama	Standart Sapma	Ortalama	Standart Sapma
<i>İşletme Rekabetçiliği</i>	3,52	0,50	3,44	0,62
1. İşletmem, rakiplerime kıyasla, müşterilerin veya tedarikçilerin değişen ihtiyaçlarına hızlı ve etkili biçimde yanıt verir.	4,18	0,65	4,02	0,81
2. İşletmem rakiplerle kıyaslandığında stratejilerindeki değişikliklere daha hızlı ve etkin bir şekilde yanıt verir.	4,10	0,65	3,95	0,85
3. İşletmem, rakiplerimize kıyasla, daha hızlı ve verimli bir şekilde yeni ürünler geliştirir ve satar.	4,05	0,69	3,92	0,83
4. Çoğu pazarda, işletmem çok zayıftır.	1,74	0,66	1,85	0,66
<i>Genel Değerlendirme</i>	3,52	0,50	3,44	0,62

Tablo 4 incelendiğinde Erzurum'daki ve Bişkek'teki katılımcıların her ikisi de en yüksek ortalama ile (4,18 ve 4,02) “İşletmem, rakiplerime kıyasla, müşterilerin veya tedarikçilerin değişen ihtiyaçlarına hızlı ve etkili biçimde yanıt verir.” ve en düşük ortalama ile (1,74 ve 1,85) “Çoğu pazarda, işletmem çok zayıftır.” unsurlarını değerlendirmişlerdir.

Çalışmada faktör yapısı incelenirken ölçeği oluşturan her bir faktörün özdeğerinin en az 1.00 ve faktör yük değerlerinin en az 0.40 ve üzeri olması kriteri esas alınmıştır (Schriesheim ve Eisenbach, 1995: 1117-1193). Ayrıca her bir faktör için en az % 5 varyans açıklama ve toplamda ise en az % 40 ve üzeri varyans açıklaması kuralı da göz önünde bulundurulmuştur.

Tablo 5. *KMO and Bartlett's Testi*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0,748	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2094,857
	df	435
	Sig.	0,000

KMO değeri 0,748 bulunmuştur, bu değer 0,50 den büyük olduğundan yeterli kabul edilmektedir. Bartlett testi ise korelasyon matrisinde yer alan tüm korelasyonların genel anlamlılıklarını gösteren bir istatistiksel testtir. Örneklemin analiz için yeterlilik durumunu açıklamaktadır. P değeri < 0,05 ise veri seti faktör analizi için uygundur. Bartlett küresellik testi ise 0,000 düzeyinde anlamlı çıkmıştır.

Tablo 6. *Faktör Analizinin Sonucu*

FAKTÖRLER	Faktör Yükleri
Süreç Stratejisi (Açıklanan varyans: % 10)	
1. İşletmem satın alma, üretim ve dağıtımda maksimum verimlilikle çalışır.	0,849
2. İşletme lojistiğinin temel amacı satın alma, üretim ve dağıtım maliyetleri ile sonuçlanan faaliyetler tümünü kontrol altına almaktır.	0,752
3. İşletmemde lojistik; Odaklı İmalat ve Tam Zamanında Malzeme Alımı gibi maliyet ve envanter azaltıcı kavramların uygulanmasını kolaylaştırır.	0,634
Pazar Stratejisi (Açıklanan varyans: %9)	
1. İşletmem çeşitli iş birimlerinin hizmetinde olan müşterilere hizmet etmek için koordineli bir şekilde fiziksel dağıtım yapar.	0,740
2. İşletmemdeki lojistiğin temel amacı, müşterilerimizin bizimle iş yaparken karşılaştıkları karmaşıklığı azaltmaktır.	0,744
3. İşletmemdeki lojistik, rekabetçi bir müşteri hizmeti sunmak için çeşitli iş birimlerinin koordinasyonunu kolaylaştırır.	0,753
Bilgi Stratejisi (Açıklanan varyans: %9)	
1. İşletmem, kanal üyelerinin (distribütörler, toptancılar, bayiler, perakendeciler) faaliyetlerinin koordinasyonunu ve kontrolünü gerçekleştirir.	0,765
2. İşletmemdeki lojistiğin temel amacı, tüm dağıtım kanalı üzerindeki bilgi akışlarını ve envanter seviyelerini yönetmektir.	0,707
3. İşletmemin lojistiği; kanal üyeleri (distribütörler, toptancılar, bayiler, perakendeciler) arasındaki bilgi akışlarının yönetimini kolaylaştırır.	0,828

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

Lojistik Entegrasyonu (Lojistik koordinasyonunun etkinliği, Müşteri hizmetleri etkinliği) (Açıklanan varyans: %9)	
1. Tedarikçiler, satıcılar ve diğer kanal üyeleri ile daha yakın koordinasyon ihtiyacı, işletmemde departmanlar arasında daha iyi çalışma ilişkileri geliştirmiştir.	0,603
2. İşletmemde, lojistik planlaması, genel stratejik planlama süreci ile iyi bir şekilde koordine edilir.	0,583
3. İşletmemde, lojistik faaliyetler; müşteriler, tedarikçiler ve diğer kanal üyeleri ile etkin bir şekilde koordine edilir.	0,602
4. Daha yüksek müşteri hizmetleri seviyesine ulaşılması, çalışanların gelişimine ve eğitimine önem verilmesine yol açmıştır.	0,708
5. İşletmemdeki müşteri hizmetleri programı, diğer lojistik faaliyetlerle etkili bir şekilde koordine edilmektedir.	0,563
6. İşletmemde kullandığım müşteri hizmetleri programı, rakiplerimize kıyasla üstün bir rekabet avantajı sağlamaktadır.	0,390
Firma Rekabet Gücü (Açıklanan varyans: %8)	
1. İşletmem, rakiplerime kıyasla, müşterilerin veya tedarikçilerin değişen ihtiyaçlarına hızlı ve etkili biçimde yanıt verir.	0,846
2. İşletmem rakiplerle kıyaslandığında stratejilerindeki değişikliklere daha hızlı ve etkin bir şekilde yanıt verir.	0,917
3. İşletmem, rakiplerime kıyasla, daha hızlı ve verimli bir şekilde yeni ürünler geliştirir ve satar.	0,905
4. Çoğu pazarda, işletmem çok zayıftır.	0,590
Çevresel Cömertlik (Açıklanan varyans: %7)	
1. Mevcut yeni pazarlardaki birimler için yeni fırsatlar vardır.	0,693
2. İşletmemde mevcut ya da yeni ürünlerde birçok fırsat bulunmaktadır.	0,831
3. İşletmemin pazar potansiyeli fazladır.	0,760
Çevresel Dinamizm (Açıklanan varyans: %7)	
1. İşletmem işletmelerin rekabetçi stratejilerini tahmin edemez.	0,835
2. İşletmemin hizmet ettiği pazarı tahmin etmek zordur.	0,892
Çevresel Heterojenlik (Açıklanan varyans: %7)	
1. İşletmemin pazara sunduğu ürünlerin dağıtımı, farklı toptancılar, distribütörler ve müşteriler ile çalışmayı gerektirir.	0,892
2. İşletmemin gerçekleştirdiği rekabetçi taktikler pazarlarda büyük farklılıklar gösterir.	0,720
3. İşletmem tarafından verilen hizmet, ürün tercihleri, beklenen hizmet seviyeleri ve fiyat beklentileri büyük ölçüde farklılık gösterir.	0,616
4. İşletmem, mevcut pazarında etkili bir şekilde rekabet edebilmek için, farklı teknolojilere sahiptir.	0,572
Çevresel Düşmanlık (Açıklanan varyans: %7)	
1. Yeraldığı işletmemin pazarda şiddetli bir rekabet vardır.	0,838
2. Yeraldığı işletmemin pazarda rehavete kapılan bir işletme müşterilerini rakiplerine kaptırır.	0,859
TOPLAM AÇIKLANAN VARYANS: %73	

Yapılan açımlayıcı faktör analizi neticesinde 9 faktör belirlenmiştir. Tablo 6’da sıralanan bu faktörler toplam varyansın %73’ünü açıklamaktadır. Analiz sonucunda elde edilen bu faktörler orijinal ölçekle karşılaştırıldığında kısmi olarak bazı değışikliklerin olduğu belirlenmiştir. Yani lojistik entegrasyonunun alt değışkenleri olan lojistik koordinasyonunun etkinliği ve müşteri hizmetleri etkinliği bir faktör olarak çıkmıştır. Özet olarak orijinal ölçekte yer alan 4 temel ve 10 alt değışken, yapılan açımlayıcı faktör analizi neticesinde 4 temel ve 9 alt değışken olarak görölmektedir.

Araştırma hipotezlerini test edilmek için doğrusal regresyon analizi uygulanmış ve elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Regresyon Tablosu

Hipotezler	p-değeri	Sonuç
H ₁ : Lojistik stratejinin lojistik entegrasyonu üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H ₂ : Lojistik stratejinin örgütsel çevre üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H ₃ : Üretim işletmelerin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{3a} : Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{3b} : Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin lojistik stratejilerinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H ₄ : Üretim işletmelerin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{4a} : Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{4b} : Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin lojistik entegrasyonunun firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H ₅ : Üretim işletmelerin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{5a} : Erzurum ilindeki üretim işletmelerinin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p<0,05	Kabul
H _{5b} : Bişkek ilindeki üretim işletmelerinin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı etkisi vardır.	p>0,05	Red
H ₆ : Lojistik strateji Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.	p>0,05	Red
H ₇ : Lojistik entegrasyon Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.	p>0,05	Red
H ₈ : Örgütsel çevre Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.	p>0,05	Red
H ₉ : Firma rekabet gücü Erzurum ve Bişkek illerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir.	p>0,05	Red

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

Lojistik strateji, lojistik entegrasyon, örgütsel çevre ve firma rekabet gücü değişkenlerinin ülkelere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla bağımsız örneklem T-testi yapılmış olup, sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. *Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon, Örgütsel Çevre ve Firma Rekabet Gücü Değişkenlerinin Arasındaki Farklılıklar*

Değişkenler	Ülke	Ortalama	Standart Sapma	T-Testi		
				t	df	p
Lojistik Strateji	Erzurum	4,10	0,50	-0,162	125	0,871
	Bişkek	4,11	0,50	-0,162	123,979	0,871
Lojistik Entegrasyon	Erzurum	3,99	0,54	0,288	125	0,774
	Bişkek	3,96	0,61	0,289	124,802	0,773
Örgütsel Çevre	Erzurum	3,57	0,39	-1,790	125	0,076
	Bişkek	3,70	0,40	-1,791	124,550	0,076
Firma Rekabet Gücü	Erzurum	3,52	0,50	0,806	125	0,422
	Bişkek	3,44	0,62	0,813	123,100	0,418

Lojistik strateji, lojistik entegrasyon, örgütsel çevre ve firma rekabet gücü açısından Erzurum ile Bişkek şehirlerinde bulunan işletmelerin ortalamaları kıyaslandığında; lojistik strateji ve örgütsel çevre faktörlerinde Bişkek’in, lojistik entegrasyon ve firma rekabet gücü faktörlerinde Erzurum’un ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Ortalamalar arasındaki farklılığın anlamlı olup olmadığı incelendiğinde, 0.05 önem derecesinde farklılaşmadığı görülmektedir (Lojistik strateji (p=0.871), lojistik entegrasyon (p=0.773), örgütsel çevre (p=0.076), firma rekabet gücü (p=0,418)). Bu sonuçlar bağlamında H₆, H₇, H₈ ve H₉ hipotezleri red edilmiştir.

IV.Sonuç

Üretim işletmelerindeki lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevrenin firma rekabetçiliğini etkileyip etkilemediğini ve değişkenlerin ülkelerarası farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma, Erzurum ve Bişkek şehirlerinde faaliyet gösteren 127 işletmede uygulanmıştır. Bu işletmelerden toplanan bilgilerin analiz edilmesiyle aşağıda özetlenen sonuçlara ulaşılmıştır.

Yararlandığımız çalışmalara dayanarak lojistik stratejinin lojistik entegrasyon ve örgütsel çevre üzerindeki etkisini belirlemek için doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Sonucunda lojistik stratejinin hem lojistik entegrasyon (%26) hem de örgütsel çevre (%09) üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ancak lojistik stratejinin lojistik entegrasyon üzerindeki etki oranı yüksek görülmüştür. Yani işletmeler bu konuda süreçlerin

bütünleştirilmesine, zaman planlamaların yapılmasına, faaliyetlerin düzenli bir şekilde sağlanmasına vb. daha çok önem vermektedirler.

Elde edilen bulgulara göre; Erzurum'daki işletmelerin lojistik stratejisinin firma rekabet gücü üzerinde olan etkisi Bişkek'teki işletmelere göre daha yüksek orandadır. Yani, Türkiye'deki işletmeler lojistik stratejiyi kullanma konusunda daha bilinçlidirler denebilir. Lojistik entegrasyonun firma rekabet gücü üzerinde olan etkisi incelediğinde ise, yine Erzurum ilindeki işletmelerin oranı Bişkek ilindeki işletmelerin oranına göre yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Erzurum'daki işletmelerin lojistik bölümlerinin daha düzenli bir şekilde çalıştıklarını söylemek mümkündür. Bu da yine Türkiye'deki lojistik sektörünün Kırgızistan'a kıyasla daha gelişmiş olduğunu göstermektedir. Başka bir neden de Türkiye'nin lojistik sektöründe denizyolu, demiryolu, havayolu ve karayolu gibi taşıma türleri sebep olabilir. Çünkü her taşıma şekli ayrı bir stratejiyi talep eder ve aynı zamanda entegrasyonlu bir şekilde çalışmasını ister. Erzurum ilindeki işletmelerin örgütsel çevresinin firma rekabet gücüne olan etkisi anlamlı sonuç göstermiştir. Fakat Bişkek'teki işletmelerin örgütsel çevresinin firma rekabet gücü üzerinde anlamlı bir etki göstermediği tespit edilmiştir. Kırgızistan'daki işletmeler daha yeni faaliyete geçmiş veya Türkiye'deki işletmelere göre küçük olduğundan anlamlı etki çıkmamasına neden olmuştur.

Ortalamalar arasındaki farklılığın anlamlı olup olmadığının analiz sonucunda; iki ülkedeki üretim işletmelerin lojistik stratejileri, lojistik entegrasyonları, örgütsel çevreleri ve firma rekabet güçleri arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Bu da hem Erzurum hem de Bişkek illerinde sanayileşme bakımından farklılık göstermelerine rağmen, lojistik ve firma rekabetçilik anlamında aynı bakış açısına sahip olduklarını göstermektedir.

Analizlerin sonuçlarına bakıldığında her iki ülkedeki durumların genel anlamda benzedikleri görülmektedir. Bazı farklılıkların olmasının sebebi de her iki ülkenin kültür, yaşam tarzı ve gelişme düzeyinin farklı olduğundan kaynaklanabilir. İki ülkede de işletmelerin lojistik strateji, lojistik entegrasyon ve örgütsel çevrenin firma rekabetçiliği üzerindeki etkisi anlamlı çıkmıştır, ancak düşük oranda etkilendiğini görülmüştür. Bu, iki ülkenin sanayisi dünyadaki gelişmiş ülkeler arasında olmaması bir etken olarak gösterilebilir. Örneğin, daha gelişmiş ve istikrarlı ekonomilere sahip ülkelerde (ABD, Çin, Japonya, Fransa vb.) işletmeler arasında daha güçlü bir rekabet vardır. Güçlü ekonomiye sahip ülkeler pazardaki potansiyellerini kaybetmemek için sürekli gelişmeleri gerekmektedir. Bu gelişim sürecinin daha iyi olması için işletmelerin gelişimini etkileyen tüm faktörleri göz önünde bulundurmaktadırlar. Fakat Türkiye ve Kırgızistan gibi ülkelerde ise işletmeler gelişme aşamasındadır. İşletmenin rekabet gücünü etkileyen birçok faktöre önem verilmelidir. Bu faktörlerin başındaki temel sorun bilgi eksikliği ile personelin vasıfsız olmasıdır. Dolayısıyla uluslararası standartlı eğitim çalışmalarına önem verilmesi ve vasıflı uzmanların yetiştirilmesi gereklidir. Bununla birlikte ülkelerdeki üretim işletmelerinin lojistik alanlarına ve örgütsel çevresine önem vermeleri gerekmektedir. Çünkü

Lojistik Strateji, Lojistik Entegrasyon ve Örgütsel Çevrenin Firma Rekabetçiliği Üzerindeki Etkisi: Türkiye ve Kırgızistan Örneği

işletmenin başarısı onun piyasadaki rekabet gücünü etkiler. Modern ekonomide, rekabetçi bir işletme oluşturmak için sadece üretim ve yönetimi modernleştirmek değil, aynı zamanda ne için yapıldığını ve hangi amaca ulaşılması gerektiğini de açıkça bilmek gerekir. Rekabetçi mücadelede karşılaştırmalı üstünlüklerini tanımlama, hızlı ve etkili kullanma yeteneği önemli rol oynar. Tüm çabalar işletmenin potansiyel veya gerçek rakiplerden ayrılan tarafların geliştirilmesine yönlendirilmelidir.

Bu çalışma, müşteri hizmetleri ve örgütsel rekabet edebilirlik üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla diğer ülkeler için de farklı kültürlerde lojistik yönetimi uygulamalarını araştıran bir dizi araştırmaya sahip olabilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı işletme özelliklerinin lojistik yönetimi ve rekabet konusunda uygulamalarına etkisi araştırılabileceği gibi, çalışma alanı olarak ayrı sektörlerdeki işletmeler de ele alınabilir (elektrik sektörü, yiyecek ve içecek sektörü, otomotiv sektörü, tekstil ve giyim sektörü, kimya sektörü, makine imalat sektörü, vb.). Bahsedilen bu endüstriler, birbirinden farklı ortamlarda çeşitli bakış açıları sağlayabilir. Ayrıca gelecekte yapılacak olan çalışmalarda kültürlerarası lojistik yönetimi, rekabet açısından ülkelerin kendi iç ve dış pazardaki değerlerinin karşılaştırılması ve firmalar arası karşılaştırmalı çalışmaların yapılması öneri olarak sunulabilir. Son olarak, çalışmada gözden geçirilen literatürden, araştırmanın bulguları ile birlikte elde edilen sonuçlar, teori benzeri genellemelerin geliştirilmesine ve lojistik yönetimi rollerinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir.

Kaynaklar

- Akgül, A, Çevik, O. (2003). **İstatistiksel Analiz Teknikleri “SPSS’te İşletme Yönetimi Uygulamaları**. Emek Ofset, Ankara.
- Alesinskaya, T.V. (2005). **Lojistiğin Temelleri. Lojistik Yönetiminin Genel Sorunları**. Taganrog: Taganrog Devlet Radyo Mühendisliği Üniversitesinin yayınevi.
- Anikin, B. A., (2002). **Lojistik**. Ders kitabı, Moskova: INFRA-M.
- Afanasenko, I. D., Borisova, V. V. (2013). **Ekonomik Lojistik. Üniversiteler için bir ders kitabı**, Üçüncü neslin standardı, St. Petersburg: Peter.
- Berezhnov, G.V. (2006). **Kurumsal Lojistik**. Astragan Devlet Teknik Üniversitesi: Melap Yayınevi, 2 (54).
- Bogomolova, I.P., Khokhlov, E. V. (2005). “Ekonomik Objelerin Piyasa Üstünlüğünde Bir Faktör Olarak Rekabet Kategorisinin Oluşumunun İncelenmesi”. *Rusya ve Yurtdışında Pazarlama*, 1 (45), 113 - 119.
- Çancı, Metin ve Erdal, Murat (2005). **Lojistik Yönetimi**. İstanbul: Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenler Derneği.
- Drozdov, P. A. (2015). **Logistics**. Minsk: High School.
- Francis, A. (1989). “The Concept of Competitiveness”. *The Competitiveness of European Industry*, London: Routledge, 3-12.

- Gülen, K. G. (2011). **Lojistik Sektöründe Durum Analizi ve Rekabetçi Stratejiler**. İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Lankina, V. E. (2006). **Pazarlama: Son Disiplinlerarası Sınav Pazarlamacı Eğitimi İçin Hazırlık Ders Kitabı**. Taganrog: Taganrog Devlet Radyo Mühendisliği Üniversitesinin yayınevi.
- Lucy Styles, (2019). "Logistics Capacity Assessment. Kyrgyzstan". Version: 15.
- Mcginnis, M.A. and Kohn, J.W. (1993). "Logistics Strategy, Organizational Environment and Time Competitiveness". *Journal of Business Logistics*, Vol. 14 No. 2, 1-23.
- Mckinnon, A. (2008). "Integrated Logistics Strategies. In Handbook of Logistics and Supply-Chain Management". *Emerald Group Publishing Limited*, 2, 157-170.
- Michael A. Mcginnis, John E. Spillan, Ali Kara, George Liu Yi, (2013). "A Comparison of the Effect of Logistic Strategy and Logistics İntegration on Firm Competitiveness in the USA and China". *The International Journal of Logistics Management*, 24 (2), 153-179.
- Naglovsky, S.N. (1997). **Logistics: Monograph**. Rostov-na-Donu: Rostov Devlet İktisat Akademisi.
- Plotnikov, V.V. (2002). **The Effect of Logistical İntegration: Monograph / V.V. Carpenters**. Moskova: Scientific book.
- Podoprigora, M. G., Tytar, A. D. (2014). **Organizasyon Teorisi ve Örgütsel Davranış**. Yüksek Lisans öğrencileri için. 2. baskı, Rostov-na-Donu: Güney Federal Üniversitesi.
- Rodnikov, A.N. (1995). **Lojistik: Terminoloji Sözlüğü**, Moskova: Ekonomi.
- Ruzhanskaya, L.S., Yashin, A. A., Soldatova, Yu, V., (2015). **Organizasyon Teorisi: Çalışma Kılavuzu**. Ekaterinburg: Ural Üniversitesi.
- Schriesheim, C. A., Eisenbach, R. J. (1995). "An Exploratory and Confirmatory Factor-Analytic İntegration of İtem Wording Effects on the Obtained Factor Structures of Survey Questionnaire Measures". *Journal of Management*, 21(6), 1177-1193.
- Sergeev, V. I. (2013). **İşletmelerde Lojistik**. Ders Kitabı, Moskova: INFRA.
- TRACECA (2013). *Denizin Lojistik Süreçleri ve Otoyolları II*. Erişim tarihi: 05.08.2018 http://www.traceca-org.org/fileadmin/fmdam/TAREP/65ta/Master_Plan/MPA9.1KYRU.pdf
- Tulembaeva, A. N. (2008). **Lojistik**. 3. baskı, Almaty: Triumph.
- Waters, Donald (2003). **Logistics: An Introduction to Supply Chain Management**. Palgrave Macmillan.