



LOJİSTİK PERFORMANSIN, FİRMA PERFORMANSI VE İHRACAT PERFORMANSINA ETKİSİ*

THE EFFECT OF LOGISTICS PERFORMANCE ON COMPANY PERFORMANCE AND EXPORT PERFORMANCE

M. İhsan ÇUBUKÇU**
Nesrin İMAMOĞLU***

Öz

Dış piyasalardaki tüketicilere ulaşmak isteyen firmalar, hem çok rakiple hem de daha çok formaliteyle baş etmek zorundadır. Firmaları, rakiplerine göre avantajlı konuma getirecek ve dış piyasada yer edinmelerini sağlayacak durumların irdelenmesi ve buna göre pazarlama politikası oluşturulması gerekmektedir. Böylelikle dış piyasadaki müşterilerin firmaya olan bağlılığı artırılarak firmanın temel amacı olan satışlarını arttırıp kar elde etme amacı kolaylaşacaktır. Firmaların bu amaçları gerçekleştirebilmeleri için temelde hızlı ve sorunsuz bir şekilde hammaddenin elde edilmesinden nihai tüketiciye ulaşana kadarki süreçte önemli olan lojistik performanslarının, rakiplere göre müşteri memnuniyetine önem veren, müşteri ihtiyaçlarını analiz edip bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik mal ve hizmet üretmeleri olarak ifade edilen firma performanslarının ve ihracat yetkinliği olan ihracat performanslarının yüksek olması gerekmektedir. Böylelikle bu üç performans kriteri yüksek olan firmaların dış pazarda daha başarılı olacağı muhtemeldir.

Bu çalışmada; TRA 1 Düzey 2 Bölgesindeki ihracatçı firmaların lojistik performans ile firma performansı ve ihracat performansı ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın amacı ise; lojistik performansın firmalardaki performans uygulamaların ve ihracat performansını ne yönde etkilediği ve firmaların ihracat hacimlerinin nasıl etkileyebileceğini göstermektir. Çalışmanın sonucunda ise; firmaların lojistik performanslarının firma performanslarını ve ihracat performanslarını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca firma performansı ile ihracat performansı arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik Performans, Firma Performansı, İhracat Performansı.

Abstract

Companies that want to reach consumers in the foreign markets have to deal with both a lot of competitors and more formality. Companies should take advantage of their position in the foreign market and take a marketing policy accordingly. In this way, increasing the loyalty of the customers in the foreign market and increasing the sales of the company, which is the main purpose of the company, will make it easier to make profit. In order for companies to realize these goals, the performance of the company is expressed as the importance of customer satisfaction, analyzing customer needs and producing goods and services to meet these needs. have high performance in export performance. Thus, it is likely that firms with these three performance criteria will be more successful in the foreign market.

In this study; The relationship between logistics performance and company performance and export performance of exporters in TRA 1 Level 2 Region were examined. The aim of the study is; The aim of this course is to show how the performance of logistics performance affects the performance and export performance of the companies and how the export volume of firms can be affected. As a result of the study; It was determined that the logistic performance of the firms had a positive effect on the firm performance and export performance. It is also concluded that there is a positive and significant relationship between firm performance and export performance.

Keywords: Logistics Performance, Company Performance, Export Performance.

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada ticari hayattaki baş döndüren hızda yaşanan değişimler ve ülkeler arasındaki ticari savaşların yaşandığı günümüzde ihracat kavramı, ülkelerin büyümesi ve kalkınması için giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Gerek ülkeler gerekse firmalar dış pazarlardaki satış hacimlerini arttırmak ve ticari işlemlerin sürekliliğini sağlayabilmek için pek çok politika uygulamaktadır.

Firmaların dış piyasalarda başarılı olabilmeleri, dış pazarlardaki pazar paylarını arttırabilmeleri için müşterilerin ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde yanıt vermeleri ve müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürünleri üreterek teslimat sürecinden yaşanabilecek aksaklıkların en aza indirilebilmesi için gerekli önlemlerin alınması son derece önemlidir. Dış piyasada başarılı olmak isteyen firmaların lojistik performanslarının, firma performanslarının ve ihracat performanslarının rakiplerine göre yüksek olması rekabet açısından rekabet avantajı sağlamada etkili olmaktadır. Firmaların ihracat performanslarını etkileyen en önemli faktör ise firmaların içsel ve dışsal nedenlerden kaynaklanan lojistik ve firma performanslarıdır. Firmalar, lojistik

* Bu çalışma, Nesrin İMAMOĞLU'nun Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü yüksek lisans programında tamamlanmış olduğu yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

** Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, icubukcu@bayburt.edu.tr

*** Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, nesrin-imamoglu@hotmail.com



performanslarını ve firma performanslarını arttırabildikleri sürece; hem iç piyasada hem de dış piyasada, hem pazar paylarını hem de satış hacimlerini arttırabileceklerdir. Dış piyasalardaki satış hacminin artması da firmaların ihracat performanslarına bağlıdır. Dış piyasalardaki rakiplerine karşılık rekabet avantajı elde etmek isteyen firmalar performans ölçütlerini ne kadar iyi ve başarılı uygulayabilirlerse o kadar yüksek başarı elde edebileceklerdir.

Küresel ticaretin getirdiği değişim ve gelişmelerin sonuçları lojistik sektöründe de etkisini göstermektedir. Bilhassa dış ticaretin her alanına etki eden lojistik, küresel pazarlarda rekabet edebilmenin önemli bir aracıdır. Lojistik faaliyetlerde önemli olan sadece ürünün kalitesinin korunması değil, aynı ürünün ilgili pazara ulaşımındaki hızı ve maliyetidir (Kara vd, 2009, 70).

Sürdürülebilir rekabet avantajının çok önemli olduğu böyle bir küresel endüstride lojistik faaliyetlerin meydana getirdiği değer ve müşteri memnuniyetinin önemini kavrayan işletmeler, lojistik faaliyetlere daha fazla önem göstermeye başlamışlardır. Fakat lojistik faaliyetler büyük oranda işletmelerin temel yetenekleri arasında yer almamaktadır. Bu yüzden ki, işletmeler lojistik ile alakalı faaliyetlerin tamamını ya da bir kısmını, lojistik alanında uzman olan işletmelere devretmektedirler. Bu sayede işletmeler temel yeteneklerine daha yoğun bir şekilde odaklanabilmekte ve inkâr edilemez bir esneklik kazanmakta ve ciddi maliyet avantajları sağlayabilmektedirler. İşletmenin sağladığı bu avantajlar ise işletmelerin sürdürülebilir rekabet ortamında çok ihtiyaç duyduğu rekabet gücünü arttırmaktadır (Taşlıyan vd, 2016,35).

Literatürde; firma performansının, ihracat performansını ve lojistik performansın ihracat performansını arttırıcı etkisinin olduğunu kanıtlayan pek çok çalışma söz konusudur. Bu nedenle; büyüyen, müşteri memnuniyetine önem veren, müşteri ihtiyaçlarını analiz edip bu ihtiyaçları karşılamaya yönelik mal ve hizmet üreten firmaların gerek iç piyasada gerekse yabancı piyasalarda başarılı olma olasılığı artmaktadır. Firmaların içsel ve dışsal performans ölçütlerini yerine getirerek ihracat performanslarının da arttırabilecekleri olgusu, firmaların performans değerlendirme kriterlerine olan ilgilerini arttırmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada firmalar açısından son derece önemli olan lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı kavramları incelenerek bu kavramlar arasındaki ilişkiler araştırılarak kavramlar arasındaki etkileşim sorgulanarak öneriler sunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Lojistik Performans

Yunanca Logistikos kelimesinden ortaya çıkan lojistik kavramı önceleri askeri bir kavram olarak kullanılmaktaydı. "Logistikos" kelimesi, hesap kitap yapma bilimi, hesapta yetenekli olma gibi anlamlar taşımaktadır. Lojistik kelimesinin kökenleri, savaşlar ve hayatta kalma mücadelelerine kadar uzanmaktadır. Bunun için lojistiğin, savaşların başladığı çok eski dönemlere kadar uzanan bir geçmişinin olduğu kabul edilmektedir (Demir, 2003, 1).

Lojistik kavramının aslında askeri bir terim olması sebebiyle ilk kullanım alanları askeri ve savaş alanları olmuştur. Ancak bu anlayış 2. Dünya Savaşı sırasında değişmiş ve lojistiğin önemi ortaya çıkmış ve bilimsel bir kavram olarak değerlendirilmeye konu olmuştur. 2. Dünya savaşı sonrasında ortaya çıkan bu yeni anlayışla ABD'de birçok işletme lojistiğin işletme açısından önemi fark etmiştir. 1960'lı yıllardan günümüze kadar devam eden gelişime sürecinde işletmeler lojistik hizmetlerinden yararlanmaya başlamışlardır (Yılmaz, 2007, 2).

Lojistik sektöründe hızlı gelişmelerin yaşandığı günümüzde lojistik kavramı taşımacılık işlevi özelliğine ek olarak yeniliğe açık işletmelerde pazarlama stratejisine katkı sağlayan bir politika olma özelliği kazanmıştır. Bilhassa da işletmelerin tüketicilerin isteklerine en kısa sürede cevap verebilme güçlerini arttırmak, işletmelerin pazardaki konumlarını, ulusal ve uluslararası pazarlardaki rekabet güçlerini koruyabilmelerini sağlayan önemli bir araç olmuştur (Doğruer, 2005, 403).

Lojistik faaliyetlerin etkin bir şekilde yürütülmesi işletmelere pazarlama açısından pek çok fayda sağlamaktadır Bu faydaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Mentzer vd, 2001, 82):

- Pazar payını artırır.
- Hizmet performansının geliştirilmesi yoluyla müşteri ve tedarikçi yönlü değer oluşturma faaliyetlerinin gerçekleştirilmesini sağlar.
- Müşterilerin taleplerine cevap verilebilmesini sağlar.
- Müşteri cevaplama hizmetinin etkin bir şekilde oluşturulmasını sağlar.
- Müşteri tatmininin artırılması ve buna bağlı olarak işletme performansının geliştirilmesine katkı sağlar.
- Rekabetçi üstünlük farklılaştırmasına olanak sağlar.



- Müşteri bölümlendirilmesinin etkin bir şekilde yapılmasını sağlar.

2.1.1. Ülkelerin Lojistik Performanslarının Ölçülmesi

Lojistik performansın, hem iktisadi gelişmişlik göstergesinin hem de hem de iktisadi gelişmişlik düzeyinin ölçülmesinde kullanılan bir araç olduğu söylenmektedir. Günümüzde ülkelerin, bölgelerin ve şehirlerin sahip oldukları lojistik altyapılarının gelişmişliğine göre sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında işletmelerin, uluslararası nakliye, depolama, stok kontrolü, paketleme, etiketleme, sevkiyat, gümrükleme, dağıtım gibi konularda yeteri kadar hizmet alabilmesinde ulaştırma altyapısı ve hizmetlerinin çok önemli bir rolü olduğu kabul edilmektedir. Ulaştırma altyapısının, hem yatırım kararlarında hem de ekonomik büyüme üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır. Bunlara ek olarak her taşıma modunun teknik ve ekonomik açıdan etkin olduğu hizmeti sunabilmesinin temel yolu da ulaştırma altyapısından geçmektedir (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015, 96).

Ülkelerin bütün bu temel faaliyetler konusundaki etkinlikleri lojistik performansları ile ölçülmektedir. Küreselleşme kapsamında ticaretin serbestleşmesi uluslararası rekabeti daha da şiddetlendirmiştir. Bu yoğun rekabetle başa çıkabilmenin en önemli gerekliklerinden birisi de lojistik performansıdır. Lojistik performansına bağlı olarak uluslararası ticarete katılan taşıma ve işlem maliyetleri azalırken, ürünlerin daha hızlı ve daha az hatayla teslimi mümkün olabilmektedir. Böylece gecikmeden kaynaklanabilecek maliyetler minimize edilebilmektedir. Günümüzde lojistik performansın geliştirilmesi hem ekonomik büyüme hem de rekabetçilik açısından önemlidir. Söz konusu performans büyük ölçüde lojistik performansa ciddi anlamda katkı sağlayan altyapıda, mevzuatta, hizmetlerin gelişmişliğinde, ticaretin kolaylaştırılmasında, ülkeler veya bölgesel ekonomik gruplar tarafından ölçülen politika çerçevesine dayanmaktadır (Köksal vd, 2014, 1).

Ülkelerin lojistik yeteneklerinin karşılaştırılmasında kolaylık sağlaması açısından çeşitli indeksler oluşturulmaktadır. Küresel düzeyde lojistik performansını ölçen endeksler şunlardır (Bayraktutan ve Özbilgin, 2015, 101-107);

- Lojistik Performans Endeksi,
- Yeni Gelişen Pazarlar Lojistik Endeksi,
- Baltık Kuru Yük Endeksi,
- Küresel Lojistik Rehberi,
- Düzenli Hat Taşımacılığı Bağlanabilirlik Endeksidir.

2.1.2. Firma Bazında Lojistik Performansın Ölçülmesi

Lojistik performans lojistik sektör veya lojistik hizmet üreten firmaların kendi stratejik planları çerçevesinde belirli bir dönem sonunda elde ettikleri hizmet çıktısının veya önceden belirlenmiş kendi lojistik görevlerine yönelik oluşturulan; amaçlara, politikalara, stratejilere, taktiklere, planlara ve hedeflere ne derece ulaşıldığını veya belirlenen standartlara ne derece yaklaştığını kurumsal açıdan ifade etmesi ile ilgili çalışmalar bütünüdür. Etkili bir lojistik yönetimi için bu hizmeti üreten ülke, bölge, şehir ve firma performansının değerlendirilmesi gerekmektedir. Lojistik performans, lojistik ile ilgili hedeflerin başarılması olarak düşünülebilir. Maliyet etkinliği, kârlılık, sosyal sorumluluk, zamanında teslim, verilen sözlerin tutulması, esneklik, müşteri memnuniyeti bu hedeflerden bazıları olarak düşünülebilir. Bu durumda, ülke/bölge/şehir/firmanın stratejilerine ve hedeflerine göre pek çok performans ölçüsünün ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır (Bayat ve Özdemir, 2016, 2).

2.2. Firma Performansı

Firma performansı, farklı değişkenler tarafından belirlenen işletmenin başarısını ölçen bir göstergedir. Bir organizasyonun dönemsel veya bütünlük performansını ifade edildiğinde, bu performansı etkileyen ya da performansa katkı yapan bütün değişkenlerin aynı anda etkisinin olduğu anlaşılmalıdır. Firma performansı, sadece soyut bir kavram değildir aynı zamanda firmanın maddi ve beşeri varlıklardan oluşan bütün olarak ele alınabilir bir kavramdır (Yavuz, 2010, 147).

Küresel rekabet koşullarının, sürekli olarak değiştiği ve geliştiği günümüzde firma performanslarını pek çok açıdan ve detaylı olarak incelemek gerekmektedir. Firma performansının değerlendirilmesinde sadece finansal performansın ölçülmesi yeterli değildir. Aynı zamanda firmanın finansal olmayan performansın da ölçülmesi ve genel değerlendirme yapılırken bu durum da göz önüne alınması gerekmektedir. Bunun temel nedeni ise performans ölçümünün firmanın stratejik kararlarını etkilemesinden kaynaklanmaktadır (Şen ve Polat, 2015, 155). Bu açıklamalardan hareketle firma performans türlerini finansal performans, pazarlama performansı ve inovasyon performansı olarak sınıflandırmak mümkündür.

Firma finansal performansı, bir firmanın stratejisinin ve bu stratejiye yönelik uygulamaların, firmanın gelişimine katkıda bulunup bulunmadığını ortaya koyan performans ölçütleridir. Belirlenen her



ölçütün, finansal performansa olumlu bir katkısında sebep sonuç ilişkisinin olması gerekir. Firma pazarlama performansı, örgütün pazarlama fonksiyonunun bir sonucudur. Firma pazarlama performansı aynı zamanda firmanın pazar payı, satış hacmi, maliyet, müşteri memnuniyeti konularında göstermiş olduğu başarıdır. Firma pazarlama performansı, sadece firmanın ürünlerinden elde ettiği başarıyı göstermez. Aynı zamanda, pazara yeni sunulan ürünlerden beklenen satış, karlılık, yatırım getirisi, pazar payı büyümesi gibi hedeflerin de gerçekleşip gerçekleşmediğini de gösterir. Firma inovasyon performansı ise, firma tarafından yeni fikirlerin ortaya çıkarılması ve başarılı bir şekilde kullanılmasıdır. Firma inovasyon performansı, yenilikçi fikirler, yeni ürünler, hizmetler, işletme biçimleri ve yeni iş yapma biçimleri yoluyla hayata geçirilmesidir (Şen ve Bolat, 2015, 155).

Konuyla ilgili literatürde, performans ölçümünün önemine sıklıkla vurgu yapılmaktadır. Ancak araştırmacılar arasında performansın nasıl ölçüleceği konusunda bir fikir birliği yoktur ve performansın nasıl ölçüleceği tartışma konusudur. Araştırmacılar özellikle firma performansının, üzerinde örgütsel etkisi olan bireylerin yanı sıra firma dışındaki paydaşların (yatırımcılar, müşteriler, toplum vb.) davranışları üzerinde de etkisine vurgu yaparak kavramın boyutlarının belirlenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Literatürde yapılan çalışmalarda performans, işletmenin geçmişe yönelik durumunu yansıtan finansal göstergeler aracılığıyla ölçülmüştür. Bu nedenle performans ölçümünde finansal performans, performans ölçümü çalışmalarının odak noktası olmuştur. Ancak daha sonraları finansal göstergelerin işletmenin uzun dönemdeki performansları hakkında bilgi veremediği fark edilmiştir. Bu nedenle finansal olmayan performans göstergelerinin gerekliliği ortaya çıkmıştır. Performans ölçümüyle ilgili son dönemlerde yapılan araştırmalarda ise performans ölçümünde işletmenin finansal, pazar ve yenilik performansını birlikte kullanılmaktadır (Keskin vd, 2016, 115).

2.3. İhracat Performansı

İhracat performansı, yurtdışı piyasalara bir ürünün ihracatı ile birlikte planlama ve pazarlama yollarının işletmelerin ekonomik amaçlarına ulaşabilmelerinde belirlenen hedefleri gerçekleştirmedeki başarı derecesidir. Bu başarıyı yakalamak da ancak iyi bir planlama ve pazarlama stratejisinin belirlenmesiyle gerçekleştirilebilmektedir. İşletmelerin ihracat faaliyetlerini gerçekleştirmelerindeki asıl amaç işletmenin bazı hedeflerini gerçekleştirmek istemeleridir. Gerçekleştirilmek istenen bu hedeflerin bir kısmı işletme faydaları satışlar veya maliyetler vb. gibi ekonomik hedeflerdir. Diğer bir kısmı ise, ulaşmak istenen pazarı genişletme, rekabet edebilme, yurtdışı piyasada diğer işletmelerle ortaklık yapma vb. gibi stratejik hedefler olabilmektedir. Ancak bu hedeflerin tamamının gerçekleştirilebilmesi pek de mümkün olamayabilir. Bu açıklamalardan hareketle ekonomik ve stratejik hedeflerin gerçekleştirilebilme derecesi işletme açısından bir performans göstergesi olmaktadır (Çavuşgil ve Zou, 1994, 4).

İhracat performansı, bir işletmenin ihracat yoluyla hedeflerini gerçekleştirebilme başarısının bir göstergesidir. İhracat performansı ne kadar yüksek olursa işletmelerin devamlılığı o kadar yüksek olmaktadır ve bu performans işletmenin devamlılığına etki yaratmaktadır. Ayrıca yüksek ihracat performansı işletmenin dış piyasalardaki rakiplerle rekabet edebilirliğinin bir göstergesidir (Torlak vd, 2007, 104).

İşletmelerin yurtdışı piyasalara ve ihracat faaliyetlerine bağlılık dereceleri ihracat performanslarını doğrudan etkilemektedir. Çünkü bağlılık, hedeflerin başarılabilmesi için kaynakların en iyi şekilde bir araya getirilmesini gerektirmektedir. Daha fazla bağlılık gösteren işletmelerin, finansal kaynaklarını ve insan kaynaklarını ihracat faaliyetleri doğrultusunda iyi bir şekilde planlamaları ve organize etmeleri ihracat performanslarına olumlu katkılarda bulunmaktadır (Lages ve Montgomery, 2004, 1188).

Firmanın ihracat başarısını ölçerken işletmede belirleyici olan faktörler; firmanın büyüklüğü, firmanın yaşı, firmanın ihracat tecrübesi ve kullandığı teknolojidir. Firma yöneticisinin eğitimi ve sektörel tecrübesi, ihracata yatkınlığı/yeteneği ve yabancı dil bilgisi, işletmenin ihracat yapma isteğini şekillendirmektedir. Dolayısıyla ihracat pazarına giriş ve pazarlama yöntemi firma yöneticisinin stratejik kararlarına göre oluşmaktadır. Firmanın fiyatlama ve rekabet gücü, ihracattaki mevcut yasal uygulamalar, ülkelerin sosyo kültürel politik yapıları, iç ve dış pazarın satış potansiyeli, iç veya dış pazarın karlılık derecesi, büyük ve küçük firmaların endüstriyel gücü, pazara giriş zorlukları/alışkanlıklar işletmelerde dışsal faktörlerdir (Çavuşgil ve Zou, 1994, 5-6).

İhracat performansının tanımlanması ve ölçülmesiyle ilgili olarak literatürde fikir birliği yoktur. İhracat performansı tanımlamalarına farklı yazarlar tarafından yapılan farklı çalışmalarda değişik şekillerde rastlamak mümkündür. Buna pek çok örnek gösterilebilir. Bu örneklerden bazıları şunlardır. Shoham'a göre (1996), bir firmanın ihracat pazarlarındaki faaliyetlerinin sonucu ihracat performansı olarak tanımlanmaktadır. Cooper ve Kleinschmidt (1985), firmanın yapısı, firmanın bulunduğu endüstri, pazarın



yapısı ve firmanın ihracat stratejisi ihracat performansının belirleyicisi olduklarını söylemiştir. Koh (1991) ise, firmanın yapısı ve pazarlama stratejilerinin ekonomik sonuçlarının ihracat pazarlama performansını etkilediğini öne sürmüştür (Yücel ve Kara, 2014, 154).İhracat performansı, temelde stratejik avantajlarla değerlendirilmesine rağmen finansal göstergeler ve rekabette üstünlük de ihracat performansının değerlendirilmesinde kullanılmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ihracat performansı; finansal ihracat performansı, rekabetsel ihracat performansı ve stratejik ihracat performansı olmak üzere üç boyutta incelenebilmektedir (Erdil ve Özdemir, 2016, 547).

2.4. Lojistik Performans, Firma Performansı ve İhracat Performansı İlişkisi

Küresel rekabetten kaynaklanan yeni durumlar uluslararası ticaretin de değişmesine neden olmaktadır. Bu değişme nedeniyle küresel bir firmanın rekabet gücü, bilgi sermayesi akışkanlığıyla üretim maliyetlerinden ziyade pazara sunduğu ürünün veya hizmetin kalitesi ile anılmaktadır. Bu da etkin bir lojistik süreciyle ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle lojistik, üretimden tüketime kadarki süreçte her türlü ürün, bilgi ve para akışının yönetilmesine katkı sağlayan faaliyetlerin tamamıdır (Lambert, 1998, 3).

Küresel ticaretin getirdiği değişim ve gelişmelerin sonuçları lojistik sektöründe de etkisini göstermektedir. Bilhassa dış ticaretin her alanına etki eden lojistik, küresel pazarlarda rekabet edebilmenin önemli bir aracıdır. Lojistik faaliyetlerde önemli olan sadece ürünün kalitesinin korunması değil, aynı ürünün ilgili pazara ulaşımdaki hızı ve maliyetidir (Kara vd, 2009, 70).

Sürdürülebilir rekabet avantajının çok önemli olduğu böyle bir küresel endüstride lojistik faaliyetlerin meydana getirdiği değer ve müşteri memnuniyetinin ehemmiyetini kavrayan işletmeler, lojistik faaliyetlere daha fazla önem göstermeye başlamışlardır. Fakat lojistik faaliyetler büyük oranda işletmelerin temel yetenekleri arasında yer almamaktadır. Bu yüzden ki, işletmeler lojistik ile alakalı faaliyetlerin tamamını ya da bir kısmını, lojistik alanında uzman olan işletmelere devretmektedirler. Bu sayede işletmeler temel yeteneklerine daha yoğun bir şekilde odaklanabilmekte ve inkâr edilemez bir esneklik kazanmakta ve ciddi maliyet avantajları sağlayabilmektedirler. İşletmenin sağladığı bu avantajlar ise işletmelerin sürdürülebilir rekabet ortamında çok ihtiyaç duyduğu rekabet gücünü arttırmaktadır (Taşlıyan vd, 2016, 35).

Lojistik, işletmedeki stokların tedarik zinciri halkalarıyla tüketicilerin fayda sağlayabilmesi açısından tüketicilerin faydasına sunulması ve hareket ettirilmesi için gerekli işlemlerdir. Bu açıdan bakıldığında lojistik, stokların konumlanmasını, hareket kabiliyetini ve zaman fonksiyonunu yöneten ve değer yaratan bir kavramdır (Bowersox vd, 2002, 4). Bu açıklamalardan hareketle lojistik performansının firma ve ihracat performansını artırıcı bir etkisinin olduğundan bahsedilebilmektedir.

Konuyla ilgili yapılan detaylı literatüre göre; Zhao vd. (2001) Sezen vd. (2002), Panayides ve So (2005), Yeung (2006), Cho vd. (2008), Kenneth vd. (2008), Kayabaşı ve Özdemir (2008), Gümüş (2009), Onay ve Kara (2009), Gotzamani vd. (2010), Cao ve Zhang (2011), Golitic ve Smith (2013), Çatı vd. (2015), Ölmez (2017), Aslan vd. (2018), Aydın ve Bacak (2018) lojistik performans ile firma performansı arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu kanıtlayıcı sonuçlara ulaşmışlardır.

Nguyen ve Tongzon (2010), Yeung vd.(2012), Rahchamandi ve Kewmars (2014), Bensassi vd. (2015), Ofluoğlu- Öztürk ve diğerleri (2018) tarafından yapılan uygulamalı çalışmalarda lojistik performansın firmaların ihracat performanslarını arttırdıklarını tespit etmişlerdir.

Son olarak; Hoang (1998), O'Cass ve Julian (2003), Lee ve Habte-Giorgis (2004), Perçin (2005), Calantone vd. (2006), Kaplan ve Eren (2014), Spanos (2016), Love vd. (2016), Kayapınar (2016), Boso vd. (2017), Aulakh vd. (2017), Azar ve Ciabuschi (2017), Çınar ve Koç (2017) tarafından yapılan çalışmalarda ise firma performansının ihracat performansını pozitif etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Yapılan kapsamlı literatür taramasına göre değişkenler arasında olabilecek ilişkiler ve bu ilişkilerin test edilmesini sağlayacak hipotezler şunlardır;

H1. Lojistik performansı, firma performansını pozitif yönde etkiler.

H2. Lojistik performansı, ihracat performansını pozitif yönde etkiler.

H3. Firma performansı, ihracat performansını pozitif yönde etkiler.

3. YÖNTEM

3.1. Örneklem ve Katılımcı Özellikleri

Katılımcılar, Türkiye İhracatçılar Meclisinden elde edilen bilgiler doğrultusunda, TRA1 Düzey 2 Bölgesi illeri olan Bayburt, Erzincan ve Erzurum illerinde faaliyette bulunan 55 ihracatçı firma yöneticisinden oluşmaktadır. Özellikle yapılan araştırmanın istatistiki bir bölgede yapılmasının nedeni, coğrafi, beşeri ve kültürel farklılıkların araştırmanın değişkenlerini ne derecede etkilediğinin tespit edilmeye çalışılmasıdır. Bu amaçla örneklem tamamına ulaşılmış ve anket formlarındaki soruları cevaplamaları



istenmiştir. İki bölümden oluşan anket formunun ilk bölümü anketi yanıtlayanların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, çalışma süresi vb.) ve çalıştıkları işletmeyle ilgili sorulardan oluşmaktadır. Uygulanan anket formunun ikinci bölümü ise lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Ancak örnekleme dâhil edilen 5 ihracatçı firmanın bazı nedenlerden dolayı anketi yanıtlanmamak istemesiyle araştırmanın örneklemini oluşturan toplam katılımcı sayısı 50'dir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise elde edilen veriler örneklemin %89'unu kapsadığı için örneklemin geneline açıklama konusunda başarılı olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, firmadaki unvanı, firmanın faaliyette bulunduğu il, firmanın faaliyette bulunduğu sektör, firma kaç yıldır aynı sektörde faaliyette bulunduğu, firmanın ihracat yaptığı süre, firmada çalışan kişi sayısına ilişkin dağılımlarıyla ilgili bulgular frekans analizinden yararlanılarak incelenmiştir. Yapılan frekans analizinde katılımcıların; %38,0'nin 36-46 yaş aralığında, % 36,0'nun 26-35 yaş aralığındadır. Katılımcıların geri kalan bölümünün yaş dağılımı sırasıyla %14,0'ü 58 yaş ve üzeri, %10,0'u 47-57 yaş aralığında, % 2,0'i ise 18-25 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde katılımcıların %98,0'nin erkek, %2,0'nin ise bayan olduğu görülmüştür. Katılımcıların eğitim durumuna bakıldığında; %6,0'sının ilköğretim mezunu, %34,0'ünün lise/meslek lisesi mezunu, %12,0'sinin ön lisans mezunu, %34,0'ünün lisans mezunu, %14,0'ünün yüksek lisans-doktora mezunu olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların firmadaki unvanları incelendiğinde; %64,0'ünün firma sahibi, %12,0'sinin genel müdür, % 2,0'sinin pazarlama müdürü, % 16,0'sinin ithalat-ihracat müdürü, % 4,0'ünün satın alma sorumlusu ve %2,0'nini ise diğer departmanlarda görev alan çalışanlar olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı firmaların faaliyette bulunduğu iller incelendiğinde % 4,0'ü Bayburt ilinde, % 72,0'si Erzurum ilinde ve %24,0'ü ise Erzincan ilinde faaliyette buldukları anlaşılmaktadır. Katılımcı firmaların faaliyette bulunduğu sektörler incelendiğinde % 82,0'si sanayi sektöründe, % 6,0'si inşaat sektöründe, % 4,0'ü ticaret sektöründe ve % 8,0'i ise ulaştırma ve haberleşme sektöründe faaliyette bulunduğu görülmektedir. Katılımcı firmaların, kaç yıldır aynı sektörde faaliyette buldukları durum incelendiğinde katılımcıların % 18,0'i 5 yıldan az, % 24,0'ü 5-10 yıl arası, % 14,0'ü 11-15 yıl arası, % 22,0'si 16-20 yıl arası ve % 22,0'si 21 yıl ve üzeri aynı sektörde faaliyette bulunduğu gözlemlenmiştir. Katılımcı firmaların kaç yıldır ihracat yaptığı incelendiğinde; firmaların % 30,0'unun 5 yıldan az, % 30,0'unun 5-10 yıl arası, % 16,0'sinin 11-15 yıl arası, % 20,0'sinin 16-20 yıl arası ve % 4,0'ünün ise 21 yıl ve üzeri süredir ihracat yaptığı görülmektedir. Katılımcı firmalar çalışan kişi sayısına göre incelendiğinde ise % 28,0'inin mikro ölçekli işletme ve % 72,0'sinin ise küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) olduğu anlaşılmaktadır.

3.2. Veri Toplama Araçları

3.2.1. Lojistik Performans Ölçeği

Bu çalışmada, Liu ve Lyons'un (2011) tarafından geliştirilen ve Türkçe güvenilirliği ve geçerliliği Şekelli (2016) tarafından test edilen ve 15 sorudan oluşan Lojistik Performans Ölçeği kullanılmıştır. Lojistik performansını ölçmeye yönelik sorulan sorular 5'li Likert ölçeğine göre (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) hazırlanmıştır.

3.2.2. Firma Performansı Ölçeği

Çalışmada firma performansını test etmek amacıyla Ellinger ve diğerleri (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe güvenilirliği ve geçerliliği Başak (2014) tarafından test edilen ve 16 sorudan oluşan Firma Performansı Ölçeği kullanılmıştır. Firma performansını ölçmeye yönelik sorulan sorular 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür.

3.2.3. İhracat Performansı Ölçeği

İhracat performansını ölçmek için ise Navarro ve diğerleri (2010) tarafından geliştirilen ve Türkçe güvenilirliği ve geçerliliği Sürer (2012) tarafından test edilen ve 5 sorudan oluşan İhracat Performansı Ölçeği kullanılmıştır. İhracat performansını ölçmeye yönelik sorulan sorular ise 5'li Likert ölçeği (1=Çok Azaldı, 2=Azaldı, 3=Değişmedi, 4=Arttı, 5=Çok Arttı) şeklinde ölçülmüştür.

3.3. Bulgular

3.3.1. Veri Toplama Araçlarının Geçerliliğine ve Güvenilirliğine İlişkin Bulgular

Güvenilirlik analizi, ölçümün ne derece doğru ölçüldüğü ortaya çıkarmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alfa Katsayısı kullanılmakta ve hesaplanan katsayı ile ölçekte kullanılan ifadelerin homojen bir yapıya sahip olup olmadıklarını test etmek için kullanılmaktadır. Cronbach Alfa Katsayısı 0 ile 1 arasında değişen değerler almaktadır. Elde edilen



güvenilirlik değeri 0,7 ve üzerinde bir değer ise ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilmektedir (Başak, 2014, 71).

Çalışmanın bu kısmında, çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini incelemek amacıyla Cronbach Alfa Güvenilirlik analizi yapılmıştır. Çalışma ölçeklerine ilişkin güvenilirlik analizi değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Değişkenlere Göre Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayıları

Değişkenler	Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayısı
Lojistik Performans	,910
Firma Performansı	,931
İhracat Performansı	,964

Tablo 1'de bu çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı verilmiştir. Tablo 1'deki güvenilirlik analizine ilişkin Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayısı incelendiğinde değişkenlerin tümünün güvenilirlik katsayılarının eşik değerinden (0,70) daha büyük olduğu görülmektedir. Bu nedenle ölçeklerin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

3.3.2. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama ve Korelasyon Katsayıları

Araştırmada kullanılan geçerlilik ve güvenilirliklerinin test edildiği lojistik performansı, firma performansı ve ihracat performansı ölçekleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 2'de araştırma değişkenlerinin ortalamaları ve değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Tablo 2: Ortalama ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Lojistik Performans	Firma Performansı	İhracat Performansı
Lojistik Performans	4,0467	,59678	1		
Firma Performansı	3,4025	,71151	,587**	1	
İhracat Performansı	3,2880	,99563	,342*	,424**	1

*P< 0.05 düzeyinde anlamlı

**P< 0.001 düzeyinde anlamlı

Araştırma ölçeklerinden olan lojistik performansı, firma performansı ve ihracat performansı ölçeklerin Pearson korelasyon katsayıları, ortalama, standart sapma ve korelasyon değerleri hesaplanmıştır. Araştırma değişkenlerinin ortalamalarını yorumlamak amacıyla bir scala geliştirilmiştir. Geliştirilen scalaya göre "1 - 2,66" arası düşük düzeyde, "2,67 - 4,33" arası orta düzey, "4,34 - 5" arası ise yüksek ortalamayı göstermektedir. Korelasyon analizlerinde, eğer $n > 100$ ve $r > 0.70$ ise, değişkenler arasında güçlü ilişki olduğu, eğer $r = 0.40$ ile 0.70 arasında ise orta derecede, $r = 0.20$ ve 0.40 arasında ise zayıf bir ilişki olduğu kabul edilmektedir. Eğer $r < 0.20$ ise ihmal edilebilecek bir ilişki olarak adlandırılmaktadır.

Ölçek ortalamalarını değerlendirmek amacıyla geliştirilen scalya göre lojistik performans ölçeğinin ortalaması (4,0467), firma performansı ölçeğinin ortalaması (3,4025) ve ihracat performansı ölçeğinin ortalamasının (3,2880) orta düzeyde olduğu görülmüştür. Firma performansı ölçeğinin ortalamasının yapılan korelasyon analizinde $P < 0.01$ anlamlılık düzeyinde; lojistik performans ile firma performansı arasında ,587 orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki, firma performansı ile ihracat performansı arasında ,424 orta düzeyde orta düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca $P < 0.05$ anlamlılık düzeyinde; lojistik performans ile ihracat performansı arasında ,342 zayıf pozitif bir ilişkinin olduğu saptanmıştır.

3.3.3. Firma Özellikleri İle Araştırmanın Diğer Değişkenleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu çalışmada literatürden hareketle katılımcı firmaların; faaliyette buldukları il, faaliyette buldukları sektör, kaç yıldır aynı sektörde faaliyette buldukları, kaç yıldır ihracat yaptıkları ve çalışan sayısına göre firmanın büyüklüğü değişkenlerinin araştırma değişkenleri olarak kabul edilen lojistik performansı, firma performansı ve ihracat performansı değişkenlerini etkileyebileceği varsayımında bulunmuş, bu değişkenler kontrol değişkenleri olarak analize dâhil edilmiştir. Bu amaçla kontrol değişkenlerinden iki kategoriye sahip olan (çalışan sayısına göre işletme büyüklüğü) bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Kategorik olarak ikiden fazla değişkene sahip kontrol değişkenleri için (faaliyette buldukları il, faaliyette buldukları sektör, kaç yıldır aynı sektörde faaliyette buldukları, kaç yıldır ihracat yaptıkları) ise ANOVA testi yapılmıştır.



3.3.3.1. Çalışan Kişi Sayısına Göre İşletme Büyüklüğünün Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisi (t Testi)

Çalışan kişi sayısına göre işletme büyüklüğü değişkeni için yapılan t testinin sonuçları Tablo 3'te verilmiştir. Tablo 3 incelendiğine işletme büyüklüğü ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı açısından herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3: Çalışan Kişi Sayısına Göre İşletme Büyüklüğünün Araştırmanın Diğer Değişkenlerine Etkisi (t Testi)

Değişken	İşletme Büyüklüğü	N	Ortalama	Standart Sapma	t	P
Lojistik Performans	Mikro İşletme	14	4,1952	,60903	1,100	,277
	KOBİ	36	3,9889	,59040	1,085	,289
Firma Performansı	Mikro İşletme	14	3,5938	,55185	1,190	,240
	KOBİ	36	3,3281	,75849	1,367	,181
İhracat Performansı	Mikro İşletme	14	3,3571	1,10990	,303	,763
	KOBİ	36	3,2611	,96311	,285	,779

3.3.3.2. Firmanın Faaliyette Bulunduğu İlin Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular (ANOVA Testi)

Katılımcı firmaların faaliyette buldukları il ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Yapılan ANOVA testi Sonuçları Tablo 14'te gösterilmiştir. Tablo 4'e göre firmanın faaliyette bulunduğu il ile lojistik performans (P= ,629), firma performansı (P=,606) ve ihracat performansı (P=,276) arasında anlamlı herhangi bir farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 4: Faaliyette Bulunulan İlin Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisi (ANOVA Testi)

Firmanın Faaliyette Bulunduğu İl	Kareler toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P	
Lojistik Performans	Gruplar arası	,341	2	,171	,469	,629
	Gruplar içi	17,110	47	,364		
	Toplam	17,451	49			
Firma Performansı	Gruplar arası	,523	2	,262	,507	,606
	Gruplar içi	24,282	47	,517		
	Toplam	24,806	49			
İhracat Performansı	Gruplar arası	2,586	2	1,293	1,322	,276
	Gruplar içi	45,987	47	,978		
	Toplam	48,573	49			

3.3.3.3. Firmanın Faaliyette Bulunduğu Sektörün Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular (ANOVA Testi)

Firmaların faaliyette buldukları sektör ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla ANOVA testi yapılarak Tablo 5'te gösterilmiştir. Tablo 5'deki durum incelendiğinde firmaların faaliyette buldukları sektör ile lojistik performans (P= ,047), ve firma performansı (P=,041) arasında anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Ancak firmaların faaliyette buldukları sektör ile ihracat performansı (P=,298) arasında anlamlı herhangi bir farklılık tespit edilememiştir. Firmaların faaliyette buldukları sektör ile lojistik performans ve firma performansı arasında tespit edilen anlamlı farklılıkların nedenini araştırmak amacıyla Post Hoc Testi yapılmıştır. Yapılan Post Hoc Testi sonuçlarına göre firmaların faaliyette buldukları sektör ile lojistik performans arasındaki farklılığın Sanayi- Ticaret (P=0,49) ve İnşaat- Ticaret (P=0,06) sektörlerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Firmaların faaliyette buldukları sektör ile firma performansı arasındaki farklılığın ise Sanayi- Ticaret (P=0,07), İnşaat- Ticaret (P=0,08), Ulaştırma ve Haberleşme- Ticaret (P=0.16) sektörlerinden kaynaklandığı görülmüştür.



Tablo 5: Firmanın Faaliyette Bulunduğu Sektörün Diğer Değişkenler Üzerindeki Etkisi (ANOVA Testi)

Firmanın Faaliyette Bulunduğu Sektör	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P
Lojistik Performans	Gruplar arası	2,741	,914	2,857	,047
	Gruplar içi	14,710	,320		
	Toplam	17,451	49		
Firma Performansı	Gruplar arası	4,039	1,346	2,982	,041
	Gruplar içi	20,767	,451		
	Toplam	24,806	49		
İhracat Performansı	Gruplar arası	3,699	1,233	1,264	,298
	Gruplar içi	44,874	,976		
	Toplam	48,573	49		

3.3.3.4. Firmanın Aynı Sektörde Faaliyette Bulunduğu Süre İle Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Firmaların faaliyette buldukları sektördeki faaliyet süreleri ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla ANOVA testi yapılarak Tablo 6'da gösterilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde firmaların faaliyette buldukları sektördeki faaliyet süreleri ile lojistik performans ($P=,977$), firma performansı ($P=,309$) ve ihracat performansı ($P=,416$) arasında anlamlı herhangi bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 6: Firmanın Aynı Sektörde Faaliyette Bulunduğu Süre ile Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisi (ANOVA Testi)

Firmanın Aynı Sektörde Kaç Yıldır Faaliyette Bulunduğu	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P
Lojistik Performans	Gruplar arası	,175	,044	,114	,977
	Gruplar içi	17,276	,384		
	Toplam	17,451	49		
Firma Performansı	Gruplar arası	2,456	,614	1,236	,309
	Gruplar içi	22,350	,497		
	Toplam	24,806	49		
İhracat Performansı	Gruplar arası	3,979	,995	1,004	,416
	Gruplar içi	44,593	,991		
	Toplam	48,573	49		

3.3.3.5. Firmanın İhracat Yaptığı Süre İle Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisine İlişkin Bulgular

Firmaların ihracat yaptıkları süre ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla ANOVA testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına Tablo 7'de yer verilmiştir. Tablo 7'deki durum incelendiğinde firmaların ihracat yapma süreleri ile lojistik performans ($P=,536$), firma performansı ($P=,103$) ve ihracat performansı ($P=,790$) arasında anlamlı herhangi bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 7: Firmanın İhracat Yaptığı Süre ile Araştırmanın Diğer Değişkenleri Üzerindeki Etkisi (ANOVA Testi)

İhracat Süresi	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P
Lojistik Performans	Gruplar arası	1,149	,287	,793	,536
	Gruplar içi	16,302	,362		
	Toplam	17,451	49		
Firma Performansı	Gruplar arası	3,829	,957	2,053	,103
	Gruplar içi	20,977	,466		
	Toplam	24,806	49		
İhracat Performansı	Gruplar arası	1,767	,442	,425	,790
	Gruplar içi	46,805	1,040		
	Toplam	48,573	49		



3.3.4. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Yapılan korelasyon analiziyle araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiler ortaya koyulmuş ve değişkenler arasındaki etkileşimin tespit edilebilmesi için regresyon analizi yapılarak değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Regresyon analizinde firma performansı ve ihracat performansı bağımlı değişken olarak belirlenirken lojistik performans ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Ayrıca literatüre göre firma performansı ve ihracat performansı arasındaki ilişki de tespit edilmeye çalışılmıştır.

Regresyon analizi yorumlanırken bağımsız değişken ve bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi gösteren R değeri, bağımlı değişkendeki varyansın % kaçınının bağımsız değişken tarafından açıklandığını ifade eden R² değeri, oluşturulan modelin uygun olup olmadığına karar vermede yardımcı olan F değeri, Beta değeri ve Beta değerine ilişkin t değeri, anlamlılık seviyesinin 0,05'ten düşük olması durumunda söz konusu değişkenin modelin açıklayıcılığına önemli bir katkı sağladığı anlamına gelen P değeri (p≤,05) dikkate alınmıştır (Altunışık ve diğerleri, 2010, 235-236).

3.3.4.1. Lojistik Performansın Firma Performansına Etkisine Yönelik Bulgular

Firmaların, lojistik performanslarının firma performanslarına etkisini incelemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Lojistik Performansın Firma Performansına Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R ²	F	t	P
Firma Performansı	Lojistik Performans	,587	,344	25,193	5,019	,000

Firmaların, lojistik performanslarının firma performanslarına etkisini yönelik yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; lojistik performansın firmaların firma performanslarının %34'ünü açıkladığına (R² = ,344) ve istatistiksel olarak önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=25,193; p=,000).

Regresyon analizindeki katsayıların anlamlılığını ifade eden t-Testi sonuçlarına göre; lojistik performansın ihracatçı firmaların firma performanslarını etkileyen önemli bir değişken olduğu (t=5,019; P=,000) anlaşılmaktadır. Firma performansının %34'ü lojistik performans faktörüyle açıklanmaktadır. Ayrıca Beta katsayısının (.604) pozitif olması da bu etkinin pozitif yönlü bir etki olduğunu göstermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ise **H1**: Lojistik performansı firma performansını pozitif yönde etkiler hipotezi kabul edilmiştir.

3.3.4.2. Lojistik Performansın İhracat Performansına Etkisine Yönelik Bulgular

İhracatçı firmaların lojistik performanslarının ihracat performanslarına etkisi ortaya koymak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Lojistik Performansın İhracat Performansına Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R ²	F	t	P
İhracat Performansı	Lojistik Performans	,342	,117	6,354	2,521	,015

Firmaların, lojistik performanslarının ihracat performanslarına etkisini incelemek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; lojistik performansın, firmaların ihracat performanslarının yaklaşık %12'sini açıkladığına (R² = ,117) ve istatistiksel olarak önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (F=6,354; p=,015).

Regresyon analizindeki katsayıların anlamlılığını ifade eden t-Testi sonuçlarına incelendiğinde; lojistik performansın ihracatçı firmaların firma performanslarını etkileyen önemli bir değişken olduğu (t=2,521; P=,015) görülmektedir. İhracat performansının %17'si lojistik performans faktörüyle açıklanmaktadır. Bunlara ek olarak Beta katsayısının (.604) pozitif olması da bu etkileşimin pozitif yönlü olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre **H2**: Lojistik performansı ihracat performansını pozitif yönde etkiler hipotezi kabul edilmiştir.

3.3.4.3. Firma Performansının İhracat Performansına Etkisine Yönelik Bulgular



İhracatçı firmaların firma performanslarının ihracat performanslarına etkisi tespit edebilmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 10' da gösterilmiştir.

Tablo 10: Firma Performansının İhracat Performansına Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	R ²	F	t	P
İhracat Performansı	Firma Performansı	,424	,180	10,518	3,243	,002

Firmaların, firma performanslarının ihracat performanslarına etkisini ortaya koyabilmek için yapılan regresyon analizine göre; firma performansın, firmaların ihracat performanslarının yaklaşık %18'ini açıkladığına (R² = ,180) görülmüştür. Ayrıca elde edilen sonuca göre bu ilişki istatistiksel olarak önemlidir (F=10,518; p=,002).

Regresyon analizindeki katsayıların anlamlılığını ifade eden t-Testi sonuçlarına incelendiğinde; firma performansının ihracatçı firmaların ihracat performanslarını etkileyen önemli bir değişken olduğu (t=3,243; P=,002) tespit edilmiştir. İhracat performansının %18'si firma performansı değişkeniyle açıklanmaktadır. Ayrıca Beta katsayısının (424) pozitif olması da değişkenler arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre **H3**: Firma performansının ihracat performansını pozitif yönde etkiler hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde 1980 yılında 24 Ocak Kararları olarak anılan kararlarla birlikte serbest piyasa ekonomisine geçilmesi ve kademeli olarak dış ticaretin serbestleştirilmesi ve ihracata yönelik büyüme politikalarının benimsenmesiyle ihracat kavramının önemi artmıştır. Yurtdışı piyasalara açılmak ve ihracat yapmak isteyen firmalara sağlanan devlet yardımları ve ihracat teşvikleri firmaları ihracat yapma konusunda cesaretlendirmiştir. Ancak bu gelişmelere rağmen ihracat performansımız istenilen düzeyde değildir. Ülkemizdeki firmaların yaklaşık %80'i KOBİ olmasına rağmen bu firmalar ülkemizdeki toplam ihracatın yaklaşık dörtte birini gerçekleştirmektedir. Yani ülkemizdeki firmaların çoğunluğunu oluşturan KOBİ'lerin ihracat performansları çok düşük düzeydedir. KOBİ'lerin ihracat konusundaki bilgi, beceri, donanım ve yeteneklerinin artırılması hem firmaların büyümesine hem de ülkemizin ihracat performansını arttırılmasına yardımcı olarak dış açık sorununun çözümüne katkı sağlayacaktır. Bu nedenle firmaların ihracat performanslarının arttırılabilmesine katkı sağlayacak faktörlerin belirlenmesi ve performans düşüklüğüne neden olana sorunların belirlenerek çözüm üretilmesi gerekmektedir.

Firmaların dış piyasalarda rakip firmalarla rekabet edebilmesi ve marka imajı kazanabilmesi için müşteri memnuniyetine önem veren yönetim anlayışıyla yönetilmeleri ve ayrıca satılan ürünün müşterinin kalite algısına uygun ürünler olması, zamanında ve eksiksiz bir şekilde müşteriye ulaştırılması gerekmektedir. Bu da ancak firmaların firma performansları ile lojistik yetenek ve performanslarıyla mümkün olabilecektir. Bu amaçla yapılan bu çalışma üç temel soruya cevap aramaktadır. Bunlardan birincisi; lojistik performansın firma performansına etkisinin olup olmadığını ölçmektir. İkincisi; lojistik performansın ihracat performansına etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Üçüncüsü ise; firma performansı ile ihracat performansı ilişkisini araştırmaktır.

Yukarıda belirtilen amaçlara ulaşmak için yapılan bu araştırma, TRA 1 Düzey 2 Bölgesindeki iller olan Bayburt, Erzincan ve Erzurum illerini kapsamaktadır. Araştırmada bu bölgenin ve bölgedeki bu illerin seçilmesinin temel nedeni illerin ihracat potansiyellerinin Türkiye'deki illerin 2018 yılı ihracat potansiyelleri sıralamasında Bayburt ili 78., Erzincan ili 73., Erzurum ile ise 70. sırada olmasıdır. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi bölgedeki illerin ihracat performansları düşük düzeydedir ve ihracat konusunda başarılı bir ivme kazanamamış olmalarıdır. Bu bölgedeki firmaların ihracat performansı ile ilgili sorunların nedenlerinin ortaya çıkarılması ve modellenmesi ülkemizdeki ihracat performansının arttırılmasına katkı sağlayabilecektir.

TRA 1 Düzey 2 Bölgesinde 2018 yılında toplamda 55 ihracatçı firma bulunmaktadır. Bu firmalardan 40'ı Erzurum ilinde, 13'ü Erzincan ilinde ve 2'si ise Bayburt ilinde faaliyette bulunmaktadır. Bölgedeki illerde bulunan firmalarla iletişime geçilerek 50 ihracatçı firmaya anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Yapılan analizlerle birlikte öncelikle anketi dolduran firma yöneticileri ile ilgili demografik özellikler ile firma özelliklerinin frekansları hesaplanmıştır. Frekans sonuçlarına göre araştırmaya katılanların % 38,0'i



36-46 yaş aralığında ve % 98,0'i baydır. Katılımcıların % 34,0'ü lisans mezunu, % 34,0'ü ise lise-meslek lisesi mezunu ve % 64,0'ü de firma sahibidir. Araştırmaya katılan firmaların %72,0'si Erzurum ilinde ve % 82,0'si sanayi (çoğunlukla imalat sanayi) sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Katılımcı firmaların % 24,0'ü 5-10 yıl arası aynı sektörde faaliyette bulunmakta ve % 60,0'ı 10 yıldan daha az bir süredir ihracat yapmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen firmaların % 72,0'si KOBİ'dir.

Araştırmaya katılan firma yöneticileri ve firmaların özellikleri incelendikten sonra araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlikleri analiz edilmiştir. Güvenilirlikleri tespit edilen ölçekler arasındaki ortalama ve korelasyon katsayıları incelenmiş ve ölçek ortalamalarının orta düzeyde olduğu ve lojistik performans ile firma performansı arasında, firma performansı ile ihracat performansı arasında ve lojistik performans ile ihracat performansı arasında ilişki olduğu saptanmıştır.

Araştırma örnekleminde elde edilen verilerle firmanın özellikleri ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı ilişkileri araştırılmıştır. Firmanın çalışan sayısına göre büyüklüğü ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı herhangi bir anlamlı farklılığın olmadığı ve bunun nedeninin ise araştırma örneklemindeki firmaların işletme büyüklüklerinin birbirlerine benzer olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Firmaların faaliyette bulunduğu il ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ve bunun nedeninin ise coğrafik ve fiziki olarak birbirine yakın olan bu illerde; ulaşım, pazarlama, tanıtım, üretim vb. gibi benzer sorunların varlığından bahsedilebilmektedir. Araştırmaya katılan firmaların faaliyette bulunduğu sektör ile lojistik performans, firma performansı arasında anlamlı bir farklılığın olduğu ancak faaliyette bulunan sektör ile ihracat performansı arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Firmaların faaliyette buldukları sektör ile lojistik performans arasındaki farklılığın Sanayi- Ticaret ve İnşaat- Ticaret sektörleri arasındaki farklılıktan, faaliyet sektörü ile firma performansı arasındaki farklılığın ise Sanayi- Ticaret, İnşaat- Ticaret, Ulaştırma ve Haberleşme- Ticaret sektörlerinden arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Firmaların faaliyette buldukları bu sektörlerdeki faaliyet süreleri ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç Torlak ve diğerleri (2007), işletmelerin faaliyet alanlarının ihracat performansını etkilediği sonucunu destekler niteliktedir. Bu durum sektörlerdeki faaliyette bulunan firmaların büyük çoğunluğunun sektördeki faaliyet sürelerinin az olmasından ve sektördeki bilgi ve deneyim gibi firmaların rekabet özelliklerini geliştirici özelliklerinin gelişmemiş olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca firmaların ihracat yaptıkları süre ile lojistik performans, firma performansı ve ihracat performansı arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı ve bu durumun firmaların büyük bir çoğunluğunun 10 yıldan az süredir ihracat yapıyor olmasından, ayrı bir ihracat bölümlerinin olmayışından, ihracat konusunda deneyimli işgücüne sahip olmayışlarından ve iç piyasadaki performanslarının düşük olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca bu sonuç literatürdeki Gomez-Mejia (1988), Hoang (1998) elde ettikleri sonuçları desteklemesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya konu olan değişkenler arasında korelasyon analiziyle tespit edilen ilişkilerin varlığı araştırma analizlerinin son bölümünde regresyon analiziyle ortaya koyulmuştur. Firmaların, lojistik performanslarının firma performanslarına etkisini incelemek amacıyla yapılan regresyon analizinde firmaların, lojistik performansın, firmaların firma performanslarının %34'ünü açıkladığı görülmektedir. Bu nedenle firmaların firma performanslarını arttırabilmeleri için öncelikle lojistikle alakalı sorunların çözülmesi ve lojistik performansın arttırılmasının gerektiği çıkarımı elde edilebilir. Ayrıca elde edilen bu sonuç; Zhao vd. (2001) Sezen vd. (2002), Panayides ve So (2005), Yeung (2006), Cho vd. (2008), Kenneth vd. (2008), Kayabaşı ve Özdemir (2008), Gümüş (2009), Onay ve Kara (2009), Gotzamani vd. (2010), Cao ve Zhang (2011), Golicic ve Smith (2013), Çatı vd. (2015), Ölmez (2017), Aslan vd. (2018), Aydın ve Bacak (2018) yaptıkları çalışma sonuçlarını destekler niteliktedir.

İhracatçı firmaların lojistik performanslarının ihracat performanslarına etkisi ortaya koymak amacıyla yapılan regresyon analizinde lojistik performansın, firmaların ihracat performanslarının yaklaşık %12'sini açıkladığı ve istatistiksel olarak önemli olduğu ve bu durumda ihracat performansı açısından lojistik performansın önemli bir faktör olduğu ve firmaların iç piyasada olduğu gibi dış piyasada da başarılı olabilmesi için lojistik performanslarını arttırması gerektiği çıkarımında bulunulabilir. Bu sonuçlar literatürde ülke bazında yapılan Nguyen ve Tongzon (2010), Yeung ve diğerleri (2012), Rahchamandi ve Kewmars (2014), Bensassi ve diğerleri (2015), Ofluoğlu- Öztürk ve diğerleri (2018), çalışmalarla örtüşmektedir.



Son olarak ihracatçı firmaların firma performanslarının ihracat performanslarına etkisi tespit edebilmek amacıyla yapılan regresyon analizinde firma performansın, firmaların ihracat performanslarının yaklaşık %18'ini açıkladığına ve anlamlı bir ilişkinin olduğu ve bu durumda ihracat performansı düşük olan firmaların öncelikle firma performanslarını arttırıcı politikalar oluşturarak ihracat performanslarını arttırabilecekleri öngörülebilmektedir. Bu sonuca göre literatürde yapılan; Hoang (1998), O'Cass ve Julian (2003), Lee ve Habte-Giorgis (2004), Perçin (2005), Calantone vd. (2006), Kaplan ve Eren (2014), Spanos (2016), Love vd. (2016), Kayapınar (2016), Boso vd. (2017), Aulakh vd. (2017), Azar ve Ciabuschi (2017), Çınar ve Koç (2017) çalışmaları destekleyici bir sonuç elde edilmiştir.

Sonuç olarak ihracatçı firmaların lojistik performanslarının firma performanslarına ve ihracat performanslarına ayrıca firma performanslarının ihracat performanslarına etki ettiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle ihracatçı firmaların dış piyasalarda rekabet avantajı elde edebilmeleri ve ihracat pazar paylarını ve performanslarını arttırabilmeleri için lojistik performanslarının ve firma performanslarını arttırmaları gerekmektedir. Lojistik performanslarında meydana gelen iyileşmeler hem firma performansını hem de firmanın ihracat performansını artmasına katkı sağlayacak ve ayrıca firma performansındaki iyileşmeler de firmanın ihracat performansını arttırabilecektir. Bu durumda firma hem yurtdışında hem de yurtdışında rekabet avantajı elde edebilecek ve amaçlarını gerçekleştirebilmek için yeni fırsatlara sahip olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aslan, Hüseyin, Taşçı, Hayriye ve Yıldız, Bülent (2018). Lojistik Hizmet Kalitesi ve Lojistik Bilgi Teknolojisinin Lojistik ve Firma Performansı Üzerindeki Etkisi. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 8 (1), s. 343-358.
- Aulakh, Preet S., Döndür, Masaaki ve Hildy Teegen (2017). Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43 (3), s. 342-361.
- Aydın, Yüksel ve Bacak, Sema (2018). Üretim İşletmelerindeki Lojistik Faaliyetlerin Finansal Performansa Etkisinin İşletme Yetkilileri Algısı: Sivas İlinde Bir Araştırma. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), s.195-227.
- Azar, Goudarz ve Ciabuschi, Francesco (2017). Organizational Innovation, Technological Innovation and Export Performance: The Effects of Innovation Radicalness and Extensiveness. *International Business Review*, 26(2), s. 324-336.
- Başak, Bora (2014). *Örgüt Kültürü, Girişimsel Yönelim, Yenilik ve Firma Performansı İlişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayat, Tuğrul ve Özdemir, Şuayip (2016). Yeni Bir Lojistik Performans Endeks Oluşturmak İçin Gerekli Olan Kriterlerin Belirlenmesi Üzerine Araştırma. V. *Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi Bildiriler Kitabı*, s. 186-195.
- Bayraktutan, Yusuf ve Özbilgin, Mehmet (2015). Lojistik Maliyetler ve Lojistik Performans Ölçütleri. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 1(2), s. 95-112.
- Bensassi, Sami, Laura, Márquez-Ramos, Inmaculada, Martínez-Zarzoso, Celestino ve Suárez-Burguet (2015). Relationship between Logistics Infrastructure and Trade: Evidence from Spanish Regional Exports. *Transportation Research*, 72 (1), s. 47-61.
- Boso, Nathaniel, Adeolab, Ogechi, Dansoc, Albert ve Assadinia, Shahin (2017). The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: Moderating Role of Dysfunctional Competition. *Industrial Marketing Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.indmarman>, s.1-9.
- Bowersox, Donald J., Closs, David J. ve Cooper, M. Bixby (2002). *Supply Chain Logistics Management*. International Edition, Hill Boston: McGraw
- Calantone, Roger J., Kim, Daekwan, Schmidt, Jeffrey B. ve Cavusgil, S. Tamer (2006). The Influence of Internal and External Firm Factors on International Product Adaptation Strategy and Export Performance: A Three-Country Comparison. *Journal of Business Research*, 59(2), s.176-185.
- Caoa, Mei ve Zhang, Qingyu (2011). Supply Chain Collaboration: Impact on Collaborative Advantage and Firm Performance. *Journal of Operations Management*, (29), s.163-180.
- Cho, Jay Joong-Kun, Ozment, John ve Sink, Harry. (2008). Logistics Capability, Logistics Outsourcing and Firm Performance in an E-commerce Market. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(5), 336-359.
- Çatı, Kahraman, Çömlekçi, İstemi ve Zengin, Emre (2015). Dış Kaynak Kullanımının İşletme Finansal Performansına Etkisi: Düzce İli İmdat Sanayisinde Kobi Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(28), s. 56-67.
- Çavuşgil, S. Tamer ve Zou, Shaoming (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 1(58), s. 1-21.
- Çınar, Binnaz ve Koç, Fatih (2017). Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), s. 115-143.
- Demir, Volkan (2003). *Lojistik Yönetim Sisteminde Fiziksel Tedarik ve Dağıtım Alt Sistem Maliyetlerinin Hesaplanması ve Bir Öneri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğruer, İ. Mete (2005). *Üretim Organizasyonu ve Yönetimi*. 1. Baskı, İstanbul: Alfa Basım Yayın.
- Ellinger, D. Andrea, Ellinger, E. Alexander, Yang, Baiyin ve Howton, Shelly W. (2002). The Relationship Between the Learning Organization Concept and Firms' Financial Performance: an Empirical Assessment. *Human Resource Development Quarterly*, 13(1), s.5-22.
- Erdil, T. Sabri ve Özdemir, Osman (2016). The Determinants of Relationship Between Marketing Mix Strategy and Drivers of Export Performance in Foreign Markets: An Application on Turkish Clothing Industry. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (235), s. 546-556.
- Golicic, Susan ve Smith, Carlo D. (2013). A Meta-Analysis of Environmentally Sustainable Supply Chain Management Practices and Firm Performance. *Journal of Supply Chain Management*, 49(2), s. 78-95.
- Gotzamani, Katerina, Longinidis, Pantelis ve Vouzas, Fotis (2010). The Logistics Services Outsourcing Dilemma: Quality Management and Financial Performance Perspectives. *Supply Chain Management: An International Journal*, 15(6), s. 438-453.
- Gümüş, Yusuf (2009). Lojistik Faaliyetlerin Rekabet Stratejileri ve İşletme Karı İle Olan İlişkisi. *MUFAD Journal*, 1(41), s. 97-113.



- Hoang, B. Peter (1998). A Causal Study of Relationships between Firm Characteristics, International Marketing Strategies, and Export Performance. *Management International Review*, 38 (1), s. 73-93.
- Kaplan, Mustafa ve Eren, Selim Said (2014). Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), s. 1-31.
- Kara, Mehmet, Tayfur, Lütfü ve Basık, Hamit (2009). Küresel Ticarete Lojistik Üslerin Önemi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), s. 69-84.
- Kayabaşı, Aydın ve Özdemir, Ali (2008). Üretim İşletmelerinde Lojistik Yönetimi Faaliyetlerinde Performans Yönetimine Bakış: Beklenti-Fayda Farkı Analizi Uygulaması. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22 (1), s. 195-209.
- Kayapınar, Özgür (2016). *Lojistik Hizmet Kalitesi İle Firma Performansı Arasındaki İlişkide Lojistik Performansı ve Teknoloji Düzeyinin Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kenneth W. Green Jr, Whitten, Dwayne ve Inman, R. Anthony (2008). The Impact of Logistics Performance on Organizational Performance in a Supply Chain Context. *Supply Chain Management: An International Journal*, 13(4), s. 317-327.
- Keskin, Halit, Zehir, Songül ve Ayar, Hayat (2016). Pazar Yönelimi ve Firma Performansı İlişkisi: Farklılaştırma Stratejisinin Aracı Rolü. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 17(1), s. 111-127.
- Köksal, M. Zafer ve diğerleri (2014), *The Logistics Performance Index and Its Indicators*. Ankara: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayını, 1(424).
- Lages, L. Filipe ve Montgomery, David. B. (2004). *Export Performance As An Antecedent of Export Commitment and Marketing Strategy*.
- Lambert, Douglas. (1998). *Supply Chain Management*. The International Journal of Logistics Management, 3.
- Lee, JooH ve Habte-Giorgis, Berhe (2004). Empirical Approach to the Sequential Relationships Between Firm Strategy, Export Activity, and Performance in U.S. Manufacturing Firms. *International Business Review*, 13(1), s.101-129.
- Liu, Chiung Lin ve Lyons, Andrew C. (2011). An Analysis of Third Party Logistics Performance and Service Provision. *Transportation Research*, 47(E), s. 547-570.
- Love, James H., Roper, Stephen ve Zhou, Ying (2016). Experience, Age and Exporting Performance in UK SMEs. *International Business Review*, 25 (4), s. 806-819.
- Mentzer, T. John, DeWitt, William, Keebler, S. James, Min, Soonhong, Nix, Nancy W., Smith, Carlo D ve Zacharia, G. Zach (2001). Defining Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*, 22(3), s. 65-82.
- Navarro Antonio, Losada Fernando, Ruzo, Emilio ve Diez, A. Jose (2010). Implications Of Perceived Competitive Advantages, Adaptation Of Marketing Tactics And Export Commitment On Export Performance. *Journal of World Business*, 45(1), s. 49-58.
- Nguyen, Hong-Oanh ve Tongzon, Jose (2010). Causal Nexus between the Transport and Logistics Sector and Trade: The Case of Australia. *Transport Policy*, 17 (1), s. 135-146.
- O'Cass, Aron ve Julian, Craig (2003). Examining Firm and Environmental Influences on Export Marketing Mix Strategy and Export Performance of Australian Exporters. *European Journal of Marketing*, 37(3/4), s. 366-384.
- Ofluoğlu-Öztürk, Nuran, Kalaycı, Cemalettin, Artan, Seyfettin ve Çebi Bal, Hasan (2018). Lojistik Performansındaki Gelişmelerin Uluslararası Ticaret Üzerindeki Etkileri: AB ve MENA Ülkeleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9(24), s. 92-109.
- Onay, Meltem ve Kara, Hatice Sibel (2009). Lojistik Dış Kaynaklama Uygulamalarının Örgüt Performansı Üzerine Etkileri. *Ege Akademik Bakış*, 9 (2), s. 593-622.
- Ölmez, Semir (2017), *3PL Lojistik Hizmetlerinde İlişkisel Kalite ve İşletme Performansı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Panayides, Photis M ve So, Meko (2005). The Impact of Integrated Logistics Relationships on Third-Party Logistics Service Quality and Performance. *Maritime Economics & Logistics*, 1(7), s.36-55.
- Perçin, Selçuk (2005). *İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Firmaların İhracat Performans Ölçülerine Göre Sınıflandırılmasındaki Rolü: İSO 1000 Sanayi Firmaları Uygulaması*. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1), 139-155.
- Rahchamandi, Ehsan ve Fallahi, Kewmars (2014). An Investigation on Logistics Outsourcing on Exports of Minerals Goods. *Uncertain Supply Chain Management*, 2(3), s.163-166.
- Sezen, Bülent, Yılmaz, Cengiz ve Gezgın, Güzide(2002). Lojistik İşlevinin Pazarlama ve Üretim Birimleri Arasındaki Bağlayıcı Rolü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri. *D.E.Ü. İ.İ.B.F Dergisi*, 17 (2), s. 133-146.
- Spanos, Grigorios (2016). Organization and Export Performance. *Economics Letters*, 146 (1), s. 130-134.
- Sürer, Atilla (2012). *E-Pazarlama Yöneliminin İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şekeli, Zümrüt Hatice (2016). *Lojistik Stratejilerinin Rekabet Avantajı ve Lojistik Performansına Olan Etkileri Üzerinde Türkiye Ölçeğinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şen, Erdal ve Bolat, Mustafa (2015). İşletmelerde Demokratik Yönetim Anlayışının İnovasyon ve Firma Performansı Üzerine Etkisi: İstanbul Avrupa Yakası Lojistik İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 14 (27), s. 149-172
- Taşlıyan, Mustafa, Çiçeklioğlu, Hüseyin ve Yılmaz, Ö. İhsan (2016). Lojistik Yönetiminde Dış Kaynak Kullanımının Önemi. *International Journal of Academic Value Studies*, 2 (5), s. 35-55.
- Torlak, Ömer, Kula, Veyssel ve Özdemir, Şuayıp (2007). Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(1), s. 103-114.
- Yavuz, Çağla (2010). İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5 (2), s. 143-173.
- Yeung, Andy C. L. (2006). The Impact of Third-Party Logistics Performance on the Logistics and Export Performance of Users: An Empirical Study. *Maritime Economics & Logistics*, 8(2), s. 121-139.
- Yeung, Kwong, Zhou, Honggeng, Yeung, Andy C.L. ve Cheng, T.C.E. (2012). The Impact of Third-Party Logistics Providers' Capabilities on Exporters' Performance. *International Journal of Production Economics*, 135(2), s. 741-753.
- Yılmaz, Mesut (2007). *Uluslararası Lojistik Yönetimi ve Bir İşletme Örneğinde Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Zhao, Meng, Cornelia Dröge ve Theodore P. Stank (2001). The Effects of Logistics Capabilities on Firm Performance: Customer- Focused Versus Information-Focused Capabilities. *Journal of Business Logistics*, 22(2), s. 91-107.