



VIII. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

13-14 Aralık 2024 | Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

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



Zincir Mağazalarda Lojistik Performansı Algısı

Özet

Songül Tuncer

Yüksek Lisans Öğrencisi,
Hasan Kalyoncu Üniversitesi
songultuncer1@gmail.com

Ahmet Çetintas

Dr. Öğr. Üyesi,
Hasan Kalyoncu Üniversitesi
ahmet.cetindas@hku.edu.tr

Küreselleşme ve dijitalleşme ile birlikte perakende sektöründe rekabet hızla artmaktadır. Zincir marketler; müşteri ihtiyaçlarını, hızlı ve doğru bir şekilde karşılayarak sektörde sürdürülebilir bir başarı elde etmek için lojistik performanslarını sürekli geliştirmek durumundadır. Lojistik performansı, ürünlerin tedarikinden müşteriye ulaştırılmasına kadar olan süreçte etkinlik ve verimlilik sağlama yeteneği olarak tanımlanmıştır. Bu çalışma, zincir marketlerde tüketicilerin lojistik performansı algısını ölçerek tüketicilerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada zincir marketlerden alışveriş yapan tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen örneklem üzerinde nicel araştırma yürütülmüştür. Anket yöntemi kullanılarak toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeğe uygulanan keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizi sonucu ölçek geçerlenmiş ve doğrulanmıştır. Yapılan ANOVA analizi sonucu lojistik performansın mesleğe göre anlamlı farklılık gösterdiği ve farklılığın ev hanımları ve öğretmenler arasında olduğu anlaşılmıştır. Öğretmenler daha yüksek lojistik performansı algılamıştır. Ayrıca lojistik performansının ailedeki kişi sayısına göre anlamlı farklılık gösterdiği ve farklılığın iki kişilik ile beş kişilik aileler arasında olduğu görülmüştür. Ailedeki kişi sayısının daha fazla olması lojistik performansın daha yüksek algılanmasına neden olmuştur. Bunun yanında lojistik performansın gelire göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Gelir seviyesi arttıkça daha düşük lojistik performansı algılanmıştır. Lojistik performansı seçilen markete göre de anlamlı farklılık göstermiştir. Lojistik performans seviyeleri yüksekten düşüğe doğru Migros, Sembol, BIM, A101 şeklindedir. Bu bildiri lojistik performansı kavramının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı ve zincir marketlerde sürdürülebilir rekabet avantajı elde etme noktasında da işletmelere rehberlik edeceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler:

Anahtar kelimeler: Zincir Marketler, Perakende Sektörü, Lojistik Performansı



Perception of Logistics Performance in Chain Stores

Abstract

Abstract With globalization and digitalization, competition in the retail sector is rapidly increasing. Chain stores must continuously improve their logistics performance to achieve sustainable success in the industry by meeting customer needs quickly and accurately. Logistics performance is defined as the ability to provide effectiveness and efficiency in the process of both the supplication of the products and their delivery to the customer. The primary objective of this study is to measure consumers' perceptions of logistics performance in chain stores, and to examine whether these perceptions differ with respect to their demographic characteristics. A quantitative study was conducted on a sample selected through convenience sampling from consumers shopping at chain stores. Data was collected using a survey method and analyzed with the SPSS program. Exploratory and confirmatory factor analyses applied to the scale validated and confirmed its reliability. The ANOVA analysis revealed that logistics performance showed significant differences based on the occupation of the costumers, with an obvious distinction between housewives and teachers, the latter perceiving higher logistics performance. Furthermore, the study found that logistics performance significantly varied depending on the number of family members, with a notable difference between families of two and five members. Larger families were associated with higher perceptions of logistics performance. Additionally, logistics performance significantly differed with respect to income level, with higher income levels correlating with lower perceptions of logistics performance. Logistics performance also varied significantly depending on the selected store. The hierarchy of logistics performance levels, from highest to lowest, was Migros, Sembol, BIM, and A101. We expect this paper to contribute to a better understanding of the logistics performance concept, and provide guidance to businesses in achieving sustainable competitive advantage in chain stores.

Keywords:

Keywords: Chain Stores, Retail Sector, Logistics Performance

