



V. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress

September 19-10, 2019, İstanbul

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



Determining the Relationship Between Halal Logistics Performance Level and Customer Satisfaction: An Application in TR 82

Orhan Küçük

Prof.

Kastamonu Üniversitesi
orhank@kastamonu.edu.tr

Nurten Küçük

Lecturer

Kastamonu Üniversitesi
nkucuk@kastamonu.edu.tr

Abstract

Halal logistics is the fulfillment of every application, from order to storage, from shipment to information transfer and payment, from accommodation services to passenger transportation, taking into account Islamic rules while carrying out logistics operations. Halal logistics processes include packaging, storage, transportation and distribution activities in the delivery of final products to the customer. In the process of delivering products to the customer, halal logistics is considered by the labour market to ensure that the products are halal. This situation contributes to the formation of halal logistics and halal product opinion in the eyes of the customers, as a result it has positive repercussions on operating performance and profitability.

Customer satisfaction or satisfaction is used to express the pleasure or happiness that the customer feels as a result of the degree to which the product uses meets their personal or social expectations.

The aim of the research is to determine the relationship between halal logistics performance level and customer satisfaction. In the research, Small et al, consisting of 25 statements developed by the author in charge. (2019) Athanassopoulos et al with halal logistics performance scale. (2000) scale was used and the relationship between variables was tested by correlation analysis.

Halal logistics data of the research was obtained by face-to-face survey method from 36 companies with "halal" theme operating in Kastamonu province Center. Customer satisfaction data was obtained from 195 customers identified as coincidental from the customers of these stores. 23.0 SPSS package, reliability, validity and factor analysis, the factors determined the levels of importance of halal logistics performance factors and customer satisfaction, the relationship between the two variables was determined.

As a result of the analysis, it was determined that there is a very strong relationship between halal logistics performance factors and customer satisfaction.

Keywords:

Logistics, Halal Logistics, Customer Satisfaction

Helal Lojistik Performans Düzeyi İle Müşteri Memnuniyeti İlişkisinin Belirlenmesi: Bir Uygulama

Özet

Helal Lojistik; lojistik işlemleri gerçekleştirilirken sipariştten depolamaya, sevkiyattan bilgi aktarımı ve ödemeye, beraberinde konaklama hizmetlerinden yolcu taşımaya kadar her uygulamanın İslâmi kurallar dikkate alınarak yerine getirilmesidir. Helal lojistik süreçleri ise nihai ürünlerin müşteriye ulaştırılmasındaki paketleme, depolama, taşıma ve dağıtım faaliyetlerini kapsamaktadır. Ürünlerin müşteriye ulaştırılması sürecinde helal lojistik, ürünlerin helal olmasını güvence altına almak için iş piyasası tarafından dikkate alınmaktadır. Bu durum müşteriler nezdinde helal lojistik ve helal ürün kanaatinin oluşmasına katkı sağlamakta, sonuçta işletme performansına ve kârlılığın olumlu yansımaları olmaktadır. Müşteri memnuniyeti veya tatmini, müşterinin kullandığı ürünün kişisel veya sosyal beklentilerini karşılama derecesinin sonucu olarak duyduğu veya mutluluğu ifade etmek için kullanılmaktadır. Araştırmanın amacı helal lojistik performans düzeyi ile müşteri memnuniyeti ilişkisinin belirlenmesidir. Araştırmada, sorumlu yazar tarafından geliştirilen 25 ifadeden oluşan Küçük vd. (2000) helal lojistik performans ölçeği ile Athanassopoulos vd. (2000) ölçeği kullanılmış ve değişkenler arasındaki ilişki korelasyon analizi ile test edilmiştir. Araştırmanın verileri, Kastamonu il merkezinde faaliyet gösteren yaklaşık 250 işletmeden yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırmada geri dönüş sağlanan 46 anket formu değerlendirmeye alınmıştır. SPSS 23.0 paket programında güvenilirlik, geçerlilik ve faktör analizleri yapılmış, helal lojistik performans faktörlerinin ve müşteri memnuniyet faktörlerinin önem düzeyleri belirlenmiş, iki değişken arasındaki ilişki tespit edilmiştir. Analiz sonucunda helal lojistik performans faktörleri ile müşteri memnuniyeti arasında çok güçlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler:

Lojistik, Helal Lojistik, Müşteri Memnuniyeti

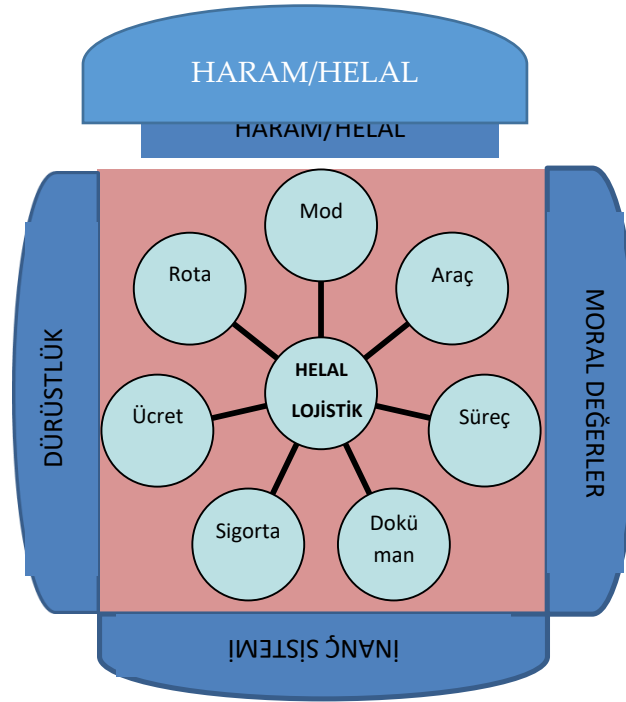
1. Teorik Çerçeve

Helal Lojistik; lojistik işlemleri gerçekleştirilirken sipariştan depolamaya, sevkiyattan bilgi aktarımı ve ödemeye, beraberinde konaklama hizmetlerinden yolcu taşımaya kadar her uygulamanın İslâmi kurallar dikkate alınarak yerine getirilmesi biçiminde tanımlanabilir.

Burada anlaşılması gereken temel husus, Helal Lojistik kavramının temelde farklı bir alt yapı ortaya koymadığı, lojistik uygulamalarının, işlemlerinin ve faaliyetlerinin İslâm dini esasları dikkate alınarak gerçekleştirilmesidir. Bunun temel nedeni de insan ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanması, böylece inanç ekseninde memnuniyetinin sağlanmasıdır. Temel neden olarak ifade edilen husus, aynı zamanda Helal Lojistik kavramına uygulamaları ile ne kadar ihtiyaç olduğunun anlaşılmasına katkı sağlamaktadır ve Helal Lojistik kavramı, ihtiyaçlardan doğmuştur (Küçük vd. 2017).

Helal Lojistik, lojistik bileşenlerinin moral değerler ve inanç sistemi göz önünde bulundurularak bir araya getirilmesidir. Burada mevzu sadece helal/haram konusu da olmayıp, dürüstlük, aldatmama, verdiği sözde durma gibi toplumsal değerlere de vurgu yapılmaktadır (Küçük, vd., 2017).

Lojistik karmaşıklık bakımından da Helal Lojistik itibariyle ciddi bir uygulama farklılığı önerilmemektedir. Helal Lojistik Bileşenleri, moral değerleri içerecek şekilde Şekil 1.'de paylaşılmıştır (Küçük, vd., 2017).



Şekil 1. Helal Lojistik Bileşenleri

Şekil 1.'den görüleceği üzere Helal Lojistik, lojistik bileşenlerinin moral değerler ve inanç sistemi gözönünde bulundurularak bir araya getirilmesidir. Burada helal/haram konusu yanında dürüstlük, aldatmama, verdiği sözde durma gibi toplumsal değerlere de vurgu yapılmaktadır.

Helal tedarik zincirinde de hammadde ve yarı mamullerin çeşitli işlemler görerek müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik nihai ürünlerin üretilmesi, depolama, paketleme, dağıtım ve müşteriye ulaştırma süreçleri bulunmaktadır.

Helal tedarik zincirinin temeli haram ile doğrudan temas, kirlenme riski ve müslüman tüketici algısı ile tanımlanmaktadır (Tieman, 2011).

Helal lojistik süreçleri ise nihai ürünlerin müşteriye ulaştırılmasındaki paketleme, depolama, taşıma ve dağıtım faaliyetlerini kapsamaktadır. Helal lojistik merkezi; üreticiden müşteriye dağıtımda gerekli olan depolama birimlerinin bulunduğu özel alanlardır. Helal lojistik taşımacılığı; taşıma sırasındaki olumsuz durumların engellenmesi için alınacak önlemleri içermektedir. Helal lojistik güzergâhı; istek ve ihtiyaçları karşılamak üzere ürünlerin müşteriye ulaştırılmasında en hızlı, güvenilir ve düşük maliyetle seçilen rotadır (Küçük vd., 2019: 706)

Ürünlerin müşteriye ulaştırılmasında helal lojistik, ürünlerin helallliğini garanti etmek için gıda ve lojistik sektörü tarafından göz önünde bulundurulmaktadır (Abdul vd., 2009; Muhammad vd., 2009; Othman vd., 2009). Böylelikle lojistik operasyonların helal standartlara göre yapıldığı helal lojistiğin uygulanmasına yol açmaktadır (Azliza ve Zailani, 2017).

Helal lojistik gereksinimleri, nakliye, depolama ve perakendecilik için lojistik sağlayıcıların gereksinimlerini de kapsamaktadır. Lojistik faaliyetlerin, talep artışını sağlayarak pazarda rekabet edebilmek ve rekabet gücünün sürdürülebilmesi için helal lojistik hizmetlerine yönelik değişimler yapılmalıdır (Susanto, 2009).

İşletmeler lojistik faaliyetlerini ister kendisi ister araçlar yardımıyla gerçekleştirsin sadece kârı değil, aynı zamanda işletmenin kendisine ve nihai müşterilere fayda sağlayacak diğer katma değerlere de dikkat etmelidir (Walker ve Jones, 2012).

Müşterileri anlama ve beklentilere cevap verme düzeyi iyileştiği ölçüde müşterilerin memnuniyeti artacaktır.

Müşteri memnuniyeti veya tatmini, müşterinin kullandığı ürünün, kişisel veya sosyal beklentilerini karşılama derecesinin sonucu olarak duyduğu hazzı veya mutluluğu ifade etmek için kullanılmaktadır. Bunun tersi de memnuniyetsizliktir (Küçük, 2019: 273-274).

Müşteri memnuniyeti, müşterinin üründen beklentisi ile ürünü kullandıktan sonra ürüne ilişkin kalite algısının karşılaştırılması ile ortaya çıkar. Eğer müşterinin kalite algısı beklentilerini karşılıyorsa müşteri memnuniyeti, karşılamıyorsa müşteri memnuniyetsizliği söz konusudur.

Helal lojistik kuralları çerçevesinde iş yaptığını beyan eden kuruluşların müşterileri, belli beklentilerle bu kuruluşlara yönelmekte, helal lojistik uygulamalarının başarısı ölçüsünde memnuniyetlerinin artacağı değerlendirilmektedir.

2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı helal lojistik ile müşteri memnuniyeti ilişkisinin belirlenmesidir.

Bu temel amaç çerçevesinde helal lojistik performans faktörlerinin ve helal vurgusu yapan kuruluşların müşteri memnuniyet faktörlerinin önem düzeylerini belirlenecektir.

3. Kapsam Ve Metodoloji

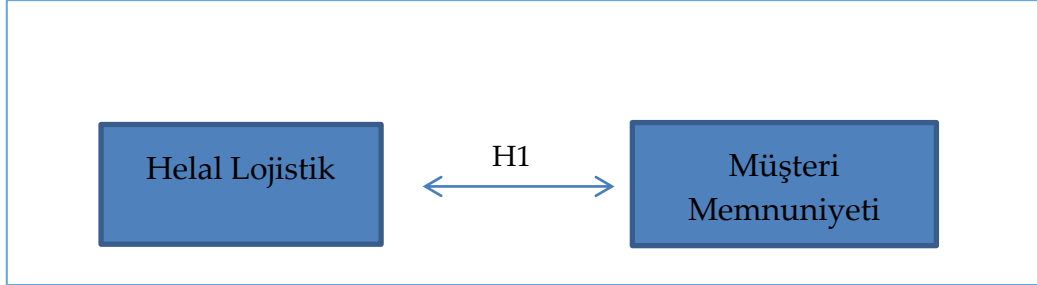
Araştırma TR82 bölgesinde helal uygulamalara sahip olduklarını duyuran, tam sayıları kestirilemeyen işletmelerden tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiş ve çalışmayı kabul etmiş olan 36 işletme ve bunların Ağustos 2019 dönemindeki müşterilerinden kolayda örnekleme (Küçük, 2016: 98) ile belirlenmiş 195 müşterisi üzerinde yapılmıştır. Veriler yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir.

Araştırma kapsamında Helal Lojistik konusunda 25 ifadeden oluşan Küçük vd. (2019) helal lojistik performans ölçeğinden yararlanılmıştır. Müşteri memnuniyeti için Athanassopoulos vd. (2000) 23 ifadeli ölçeği kullanılmış fakat ifadelerden 19'u dikkate alınmış ve değişkenler arasındaki ilişki

korelasyon analizi ile test edilmiştir. Ölçekler; 1 Tamamen Katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3 Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4 Katılıyorum ve 5 Tamamen Katılıyorum olmak üzere beşli likert ölçeğine göre hazırlanmıştır (Küçük, 2016: 81-83).

4. Model ve Hipotez

Araştırma modeli Şekil 2'deki gibidir.



Şekil 2. Araştırma Modeli

Şekil 2.'den görüleceği üzere araştırma kapsamında helal lojistik ve müşteri memnuniyeti incelenmiştir. Bu kapsamda iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir.

Küçük vd. (2019) helal lojistik performans faktörlerinin önem düzeyini yüksek olarak belirlemiş, Naktiyok ve Küçük (2003) işgören memnuniyeti ve müşteri memnuniyeti arasında doğru yönlü bir ilişki belirlemiştir.

Liang (2008), lojistik performans ve turizmde müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Helal lojistik performansı için Siu ve Cheung (2001) tarafından helal lojistik performansı, helal tedarikçilerin hizmet kalitesi, algılanan hizmet değeri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati olmak üzere beş değişkenden oluşan perakende hizmet kalite ölçüsünün kullanılması ileri sürülmüştür.

Kamaruddin ve ark. (2012) tarafından yapılan araştırmalarda iyi helal lojistik performansı için ödeme istekliliği araştırılmıştır. Stitou ve Rezgui (2012) ve Kamaruddin ve ark. (2012), Müslüman tüketicilerin hem Müslüman çoğunlukta hem de Gayrimüslim çoğunlukta olan ülkelerde helal lojistik için endişe duyduklarını ve ödemeye hazır olduklarını saptamışlardır.

Bu doğrultuda araştırmanın hipotezi şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Helal lojistik ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

5. Verilerin Analizi

Helal Lojistik Bulguları

Helal lojistik performansı ölçeğinden elde edilen verilerin güvenilirlik ve geçerliği test edilmiş, performans ifadelerine ilişkin ağırlıklı ortalamalar bulunmuştur. Analiz sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Halal Lojistik Performansı Bulguları

Halal Lojistik	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans Aç O (%)	Cronbach Alfa	Orta lama	KMO Değeri
1.Lojistik süreçler halal lojistik kapsamında yönetilmektedir.	0,854	4,654	84,625	0,923	4,24	0,785
2.Lojistik araçları halal lojistik kapsamında optimize edilmektedir.	0,638				3,34	
3.Yükleme araçlarının optimizasyonu halal lojistik kapsamında sağlanmaktadır.	0,784				3,90	
4.Ürünler halal lojistik kapsamında özel nakliye araçları ile taşınmaktadır.	0,671				3,95	
5. Ürünlerin taşınmasında halal lojistik kapsamında uygun lojistik rotası belirlenmektedir.	0,783				3,89	
6. Halal lojistik kapsamında rota optimizasyonu gerçekleştirilmektedir.	0,789				4,24	
7. Ürünlerin araçla ve elle taşıma etkinliklerinin optimizasyonu halal lojistik kapsamında yapılmaktadır.	0,676				4,85	
8. Ürünlerin halal ortamlarda depolanması için özel depolama alanları sağlanmaktadır.	0,698				4,00	
9. Uygun teslimat biçimi halal lojistik kapsamında belirlenmektedir.	0,788				3,76	
10. Halal lojistik kapsamında ürünlerin taşınmasında zararlı kimyasal maddeler ürünlerden uzak tutulmaktadır.	0,898				3,80	
11. Halal lojistik kapsamında taşınacak ürün, mesafe ve yükleme moduna uygun ambalaj tercih edilmektedir.	0,876				3,80	
12. Halal lojistik kapsamında ürün ambalajları müşterilere içerik konusunda yeterli bilgi sağlamaktadır.	0,768				3,78	
13. Taşınan ürünlerin üzerinde halal lojistiğe uygun ibareler yer almaktadır.	0,667				4,75	
14. İnsan sağlığına uygun ürünler halal lojistik kapsamında taşınmaktadır.	0,768				3,65	
15. Uygun lojistik dokümanları halal lojistik kapsamında hazırlanmaktadır.	0,826				3,97	
16. Ödeme biçimi halal lojistik kapsamında seçilmektedir.	0,687				3,75	
17. Maliyet optimizasyonu halal lojistik kapsamında gerçekleştirilmektedir.	0,768				3,95	
18. Ödemelerimizi halal lojistik kapsamında yapmaya özen göstermekteyiz.	0,872				4,31	
19. Ürünün taşınacağı mesafe ve riskler dikkate alınarak halal lojistik kapsamında sigorta işlemleri yapılmaktadır.	0,788				4,11	
20. İşletme çalışanlarına halal lojistik konusunda eğitim verilmektedir.	0,895				4,50	
21. İşletmemiz halal standartlara uyan tedarikçilerle iş birliği yapmaya özen göstermektedir.	0,687				4,21	
22. İşletmemiz tedarikçileri halal kurallara uyma konusunda yönlendirmektedir.	0,767				4,26	
23. Halal lojistik kapsamında bilgi teknolojileri kullanılmaktadır.	0,658				3,98	
24. İşletmemiz halal lojistik konusundaki yenilikçi fikirleri aktif olarak araştırmaktadır.	0,676				3,98	
25. İşletmemiz halal lojistik kapsamında yeni ürün tasarımı geliştirme kapasitesine sahiptir.	0,757				4,40	

Tablo 1'deki halal lojistik performansı ölçeğine ilişkin bulgular incelendiğinde tüm ifadelerin önem düzeyinin 14. ifade kritik olmak üzere yüksek olduğu görülecektir. Varyans açıklama oranı ise %84,625 düzeyindedir.

Faktör yüklerinin 0,4 hatta 0,5'in üzerinde olduğu görülmektedir. Buna göre hiçbir maddenin ölçekten çıkarılmasına gerek olmadığı söylenebilir. Öz değer 1'den büyük ve ifadelerin analize uygun olduğu tespit edilmiştir. Cronbach Alpha değeri 0,923 olarak bulunmuştur. Bu sonucuna göre; bulunan değer 0,80'den büyük olduğundan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir. Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri 0,785 olarak 0,5'de büyük olarak bulunmuştur. Bu değerler, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu, ölçeğin geçerli, güvenilir ve konuyu test etme ve analizde kullanma bakımından araştırma verilerinden anlamlı faktörler elde edilebileceğini göstermektedir (Küçük, 2016: 227-232).

Müşteri Memnuniyeti Bulguları

Tablo 2. müşteri memnuniyeti bulgularını göstermektedir.

Tablo 2. Müşteri Memnuniyeti Faktör Analizi Bulguları

Müşteri Memnuniyeti Performans Faktörleri	Faktör Yükü	Öz değer	Varyans Açık O (%)	Cronbach Alfa	Ortalama	KMO değeri
1.Hizmet hızı	0.856	4.685	66.342	0,890	3.81	0,876
2.İsteklere cevap verme	0.750				3.78	
3.Talepleri anlama	0.650				4.59	
4.Şikâyetleri dinleme	0.640				4.41	
5.İhtiyaca göre hizmet	0.840				4.10	
6.Personelin tecrübesi	0.725				3.75	
7.Personelin anlayışı	0.740				4.08	
8.Personelin güler yüzülüğü	0.650				4.05	
9.Personelin nezaketi	0.640				4.20	
10.İşletmedeki atmosfer	0.741				4.07	
11.Kişisel ilişki	0.675				3.73	
12.Çalışanlar arası iklim	0.866				4.05	
13.Çalışanların arkadaşça davranışı	0.656				4.05	
14.İşlemlerde hata	0.764				3.95	
15. Görevlileri rahatlıkla ulaşma	0.848				4.20	
16.Bina içinin fiziki görünümü	0.842				4.00	
17. Dolap ve mobilyaların niteliği	0.762				4.25	
18. Telefonla bilgi alma	0.784				3.85	
19.Sunulacak hizmetin maliyet vb. bilgisi	0.841				3.75	

Tablo 2'de görüldüğü gibi müşteri memnuniyeti ölçeğindeki ifadelerin önem düzeyi çoğunlukla yüksek çıkmıştır. Varyans açıklama oranı ise %66,342 düzeyindedir.

Tablo 2'de KMO testi neticesinde örneklem yeterlilik değerinin 0,876 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu bulgusu elde edilmiştir. Tüm ifadelerin faktör yükleri 0,5'in üzerinde ve öz değerleri 1'den büyük olması ifadelerin analizde kullanılmak için uygun olduğunu göstermektedir. Cronbach alfa katsayısı 0,890 olarak bulunmuştur. Bu değer 0,80'den büyük olduğu için ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir (Küçük, 2016: 226-232).

Korelasyon Analizi

Tablo 3. Korelasyon analizi bulgularını göstermektedir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi

Değişkenler	Helal Lojistik performansı	Müşteri Memnuniyeti
Helal Lojistik performansı	1	,680*
Müşteri Memnuniyeti	,680*	1

* Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 3.'den görüleceği üzere $r = ,680$ bulunmuş böylece helal lojistik performansı ile müşteri memnuniyeti arasında güçlü ve doğru yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Küçük, 2016: 207).

Böylece;

H₁: Helal lojistik ile müşteri memnuniyeti arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotezi kabul edilmiştir.

6. Sonuç ve Öneriler

Helal Lojistik, lojistik temel ilkeleri, işlemleri ve lojistik karması (7L) çerçevesinde değerlendirilen, sadece bu uygulamalarda, müşterilerin inanç eksenindeki beklentileri ve moral değerler doğrultusundaki istekleri dikkate alınarak, kişilere ayrı ortamlarda hizmet sunumu, ürünlerin birbiriyle karıştırılmadan sunulması, bu yapılırken sözleşme koşullarına mutlak riayet ve dürüstlük çerçevesinde işlem yapılmasını tespit etmek üzere tarafımdan geliştirilmiş bir kavramdır.

Yapılan çalışma sonucunda Küçük vd. (2017) ve Küçük vd. (2019) çalışmalarına benzer şekilde helal lojistik konusunda tüketicilerin olumlu yaklaşımları ve değerlendirmeleri tespit edilmiştir.

Küçük vd. (2019) çalışması bir il merkezinde yapılmış ve helal lojistik ölçeğinde yer alan ifadeler çoğunlukla önem düzeyi yüksek olarak belirlenmişti. Bu çalışma üç ili kapsayan TR82 bölgesinde yapılmış ve benzer şekilde ölçekte yer alan ifadelerin önem yüksek çıkmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda helal lojistik veya genel olarak helal vurgusu yapan işletmelerin müşterilerinin müşteri tatmin düzeyleri de yüksek olarak belirlenmiştir.

Yapılan korelasyon analiziyle de, helal lojistik ve müşteri tatmini değişkenleri arasında doğru yönlü güçlü bir ilişki belirlenmiştir.

Bu sonuçlar ışığında lojistik kuruluşlarına, genel olarak işletmelere ve araştırmacılara yönelik şu değerlendirme ve öneriler yapılabilir:

- Lojistik işlemlerinin yerine getirilmesinde helal lojistik uygulamaları önem arz etmektedir
- Müşteri tercihleri dikkate alınarak işlemler gerçekleştirilmelidir.
- Müşteriye sunulan ürünlerin mahiyetine dikkat edilmelidir.
- Ürünlerin sunumunda yararlanılan araçların, lojistik kuruluşlarının tercihinde dikkat edilmelidir.
- Müşterilerin memnuniyet faktörlerine dikkat edilmeli, faktör ağırlıklarına göre ölçütler doğrultusunda işlemler ve süreçler gözden geçirilmelidir.
- Ödemelerde katılım finans kuruluşları da sürece dahil edilmelidir.
- Helal lojistiğin inanç düzleminde dikkate alınması gereken bir olgu olduğu hatırdan çıkarılmamalı, müşteri beklentileri bu bakımdan iyi anlaşılmalıdır.
- Helal lojistik konusundaki bu çalışma bir bölgede ve sadece iki değişkenin karşılaştırılmasıyla sınırlı olarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar ülke genelini kapsayacak şekilde çalışabilirler. Lojistik performansı, işgören memnuniyeti ve kalite gibi değişkenlerle birlikte konuyu daha kapsamlı biçimde ele alabilirler.

Kaynakça

- Abdul, M., Ismail, H., Hashim, H., & Johari, J. (2009). Consumer decision making process in shopping for halal food in Malaysia. *China-USA Business Review*, 8(9), 4047.
- Azmin Azliza Aziz, Suhaiza Zailani. (2017) "Halal Logistics: The Role of Ports, Issues and Challenges" In *Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management*. Published online: 16 Jan 2017; 309-321.
- Küçük, O. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ekin Yayınevi: Bursa.
- Küçük, O. (2016). *Lojistik İlkeleri ve Yönetimi*, Seçkin Yayınevi: Ankara.
- Küçük, O. (2017). *İşletme Bilgisi ve Yönetimi*, Seçkin Yayınevi: Ankara.
- Küçük, O., Yeşilyurt, E., Nurov, G. (2017) "Helal Lojistik: Kavramsal Bir Değerlendirme", III. Uluslararası Kafkasya ve Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, Bildiri Özet Kitapçığı, 19-21 Ekim 2017, Kastamonu.
- Mohamad, M. H. (2005). *Future Expectations of the Halal Food Industry: Malaysian Perspective*. Kuala Lumpur: Centre for Economics and Social Studies, IKIM.
- Naktiyok A., Küçük O., "İşgören (İç Müşteri) ve Müşteri (Dış Müşteri) Tatmini, İşgören Tatmininin Müşteri Tatmini Üzerine Etkileri: Amprik Bir Değerlendirme", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, ISSN 1300-4646, Cilt: 17, Sayı: 1-2, ss. 225-245 (2003).
- Othman, P., Sungkar, I., & Hussin, W. S. W. (2009). Malaysia as an international halal food hub Competitiveness and potential of meat-based industries. *ASEAN Economic Bulletin*, 26(3), 306320.
- Susanto, A. B. (2008). Organizational Readiness for Change: A case Study on Change Readiness in a Manufacturing Company in Indonesia. *International Journal of Management Perspective*, 2 (1), 50-61.
- Walker, H., & Jones, N. (2012). Sustainable supply chain management across private sectors in UK. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17(1), 15-28.