

# TEDARİK ZİNCİRİ KOORDİNASYONU VE YENİLİKÇİLİK: SOSYAL ETKİLENME VE ÖĞRENME YAKLAŞIMI



Kafkas Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
KAÜİBFD  
Cilt, 11, Sayı 21, 2020  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

Makale Gönderim Tarihi: 06.11.2019

Yayına Kabul Tarihi: 02.03.2020

Dilşad GÜZEL  
Doç. Dr.,  
Atatürk Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
Türkiye  
[dguzel@atauni.edu.tr](mailto:dguzel@atauni.edu.tr)  
ORCID ID: 0000-0003-1421-7692

Gülşah KORKMAZ  
Doktora Öğrencisi,  
Atatürk Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
Türkiye  
[glsh\\_krkms@hotmail.com](mailto:glsh_krkms@hotmail.com)  
ORCID ID: 0000-0002-3909-2745

**ÖZ** | Günümüzde hızla değişen piyasa koşullarına ayak uydurabilmek ve piyasada uzun vadede rekabet avantajı sağlayabilmek adına işletmelerin yenilikçilik anlayışını benimsemesi önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok büyük şirketin rekabetle baş edebilme konusunda yenilikçiliklerini geliştirmek için büyük yatırımlar yaptığı görülmektedir. Tedarik zinciri koordinasyonu ve yenilikçilik kapsamında hazırlanan bu çalışma, sosyal etkilenme ve örgütsel öğrenme teorisini temel alarak tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkileri incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında, tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans, sosyal etkilenme ve örgütsel öğrenme teorisi ele alınmıştır. Çalışma, Erzurum'da faaliyet gösteren üretim işletmeleri üzerinde yapılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 23 paket programı kullanılmış ve çeşitli analizler uygulanmıştır. Sonuç olarak, tedarikçi yenilikçiliğinin üretici yenilikçiliği ve finansal performans üzerinde, üretici yenilikçiliğinin finansal performans üzerinde, tedarikçi koordinasyonunun tedarikçi yenilikçiliği üzerinde ve müşteri koordinasyonunun finansal performans üzerinde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Tedarik zinciri koordinasyonu, Yenilikçilik, Finansal Performans*

**JEL Kodu:** M30, L10, O40

**Alanı:** İşletme

**Türü:** Araştırma

**DOI:** 10.36543/kauibfd.2020.003

**Atıfta bulunmak için:** Güzel, D., Korkmaz, G. (2020). Tedarik zinciri koordinasyonu ve yenilikçilik: sosyal etkilenme ve öğrenme yaklaşımı. *KAÜİBFD*, 11(21), 64-84.

# SUPPLY CHAIN COORDINATION AND INNOVATIVENESS: A SOCIAL CONTAGION AND LEARNING PERSPECTIVE



Kafkas University  
Economics and Administrative  
Sciences Faculty  
KAUJEASF  
Vol. 11, Issue 21, 2020  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 06.11.2019 Accepted Date: 02.03.2020

Dilşad GÜZEL  
Assoc. Prof.,  
Ataturk University  
Faculty of Economics and  
Administrative Sciences  
Turkey  
[dguzel@atauni.edu.tr](mailto:dguzel@atauni.edu.tr)  
ORCID ID: 0000-0003-  
1421-7692

Gülşah KORKMAZ  
Phd. Student,  
Atatürk University  
Faculty of Economics and  
Administrative Sciences  
Turkey  
[glsh\\_krkzmz@hotmail.com](mailto:glsh_krkzmz@hotmail.com)  
ORCID ID: 0000-0003-  
1421-7692

**ABSTRACT** In order to keep up with the rapidly changing market conditions and to provide a competitive advantage in the long term, the adoption of the innovativeness approach of the enterprises is an important factor. It is seen that many big companies are making huge investments to improve their innovativeness in coping with competition. This study, which is prepared within the scope of supply chain coordination and innovativeness, aims to examine the relationships between supply chain coordination, innovativeness and financial performance based on social influences and organizational learning theory. Within the scope of the study, supply chain coordination, innovativeness and financial performance, social contagion and organizational learning theory are discussed. The study was carried out on production companies operating in Erzurum. SPSS 23 package program was used for data analysis and various analyzes were applied. As a result, it has been found that supplier innovativeness has an impact on manufacturer innovativeness and financial performance, manufacturer innovativeness has an impact on financial performance, supplier coordination has an impact on supplier innovativeness and customer coordination has an impact on financial performance.

**Keywords:** Supply Chain Coordination,  
Innovativeness, Financial Performance

**Jel codes:** M30, L10, O40  
**Scope:** Business administration  
**Type:** Research

**Cite this Paper:** Güzel, D., Korkmaz, G. (2020). Supply chain coordination and innovativeness: a social contagion and learning perspective. *KAUJEASF*, 11(21), 64-84.

## GİRİŞ

Günümüzde küresel rekabetin hızlanması, işletmeleri kendilerini yeniden yapılandırmak, piyasadaki değişmelere ayak uydurmak, yüksek kalitede ve düşük maliyette birbirinden farklı yeni ürünleri piyasaya sunmak ve bu faaliyetleri başarı ile sürdürebilmek adına tedarik zinciri ilişkilerinde etkin bir koordinasyon sağlamak zorunda bırakılmaktadır (Erciş & Can, 2013, s. 95).

Yeniliklere açık, koordinasyon düzeyi yüksek esnek işletmeler küreselleşen dünyada kendinden söz ettirerek rakiplerine üstünlük sağlayabilmekte ve büyük pazarlarda yerlerini almaktadırlar (Güzel & Demirdöğen, 2016, s. 362).

Küresel ortamın sonucu olarak ortaya çıkan artan karmaşıklıklarla birlikte tedarik zincirlerinin başarılı bir şekilde koordinasyonun birçok işletme için zorlaştığı görülmektedir. Bu doğrultuda yapılan araştırmalar koordinasyonun tedarik zinciri yönetiminin özü olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Eltantawy, Paulraj, Giunipero, Naslund, & Thute, 2015, s. 897).

Tedarik zinciri yönetimi, hammaddenin sisteme girip son kullanıcıya ulaştırılması sürecinde gerçekleşen bütün malzeme ve bilgi akışlarının kontrol ve koordinasyonunun sağlanmasını kapsayan bir faaliyettir. Tedarik zinciri yönetiminin başarı ile uygulanması tedarik zinciri koordinasyonunun sağlanmasında etkili olmaktadır (Eymen, 2007).

Bu çalışmada tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Çalışmanın amacı, sosyal etkilenme ve örgütsel öğrenme teorilerini temel alarak çeşitli tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkileri incelemektir. Çalışmada sosyal etkilenme, örgütsel öğrenme teorisi, tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans kavramları açıklanmış ve belirlenen hipotezler test edilmiştir.

## 2. TEORİK ARKA PLAN

### 2.1. Tedarik Zinciri Koordinasyonu ve Yenilikçilik: Sosyal Etkilenme ve Öğrenme Yaklaşımı

#### 2.1.1. Tedarik zinciri koordinasyonu

Koordinasyon, yürütülen faaliyetler arasındaki bağımlılıkların yönetimi olarak tanımlanmaktadır (Malone & Crowston, 1994, s. 91). Bir lojistik yöneticisinin, birbiri ile ilişkili tedarik zinciri faaliyetlerini farklı örgütsel otorite ve sorumluluk alanlarına entegre etme yeteneği koordinasyon faaliyetleri

kapsamında ele alınmaktadır (Ballou, Gilbert, & Mukherjee, 2000, s.11).

Bir tedarik zinciri, birden fazla işlevi ve organizasyonu kapsayan faaliyetleri içermektedir. Bu nedenle böylesine karmaşık bir ortamda üstün performans elde etmek için işletmelerin tedarik zinciri boyunca gerçekleştirilen çeşitli faaliyetleri etkin bir şekilde koordine etmesi gerekmektedir (Eltantawy vd., 2015, s. 897).

İşletmelerin birimleri arasındaki faaliyetlerinde koordinasyonu sağlama başarıları, kendi sınırları dışındaki değer zincirindeki iç ve dış faaliyetlerini koordine etmelerine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Dolayısı ile tedarik zincirindeki birimler arasında etkin koordinasyonun sağlanması, küresel rekabette hayatta kalmak için gerekli olan rekabet avantajı kaynakları olarak bilenen yenilik, esneklik ve hıza odaklanma konusunda kilit bir rol oynamaktadır (Soroor, Tarokh, & Shemshadi, 2009, s. 131-132).

### **2.1.2. Yenilikçilik ve finansal performans**

Yenilikçilik, yeniliğin başarılı bir şekilde yönetilmesi olarak ifade edilmektedir. Yenilik değer yaratan yeni yetenekler geliştirmek için kaynakların kullanıldığı bir süreç olduğundan örgütsel bir yetenek olarak kabul edilmekte ve işletme için kritik bir rekabet avantajı kaynağı olarak görülmektedir. Hatta yeniliğin işletme performansının en önemli belirleyicisi olduğu iddia edilmektedir (Ukko, Hilden, Saunila, & Tikkamaki, 2017, s. 429-430).

Yeni süreçlerin, ürünlerin ve fikirlerin ortaya çıkmasını teşvik eden organizasyonel bir kültürün varlığı yenilikçiliğin benimsenmesindeki kilit unsurdur (Ferraresi, Quandt, Santos, & Frega, 2012, s. 690). Yenilikçiliğin olmadığı işletmeler, kaynaklarını çıktılara dönüştürememe riski ile karşı karşıya kalabilmektedir (Li, Zhao, & Huo, 2018, s. 48).

Yenilikçiliğin benimsenmesi, işletmenin değişen pazar koşullarına duyarlılığını, cazip fırsatları tespit etme ve kullanma yeteneğini ve pazardaki gelişmelere hızla yanıt vermesini, rekabet avantajı ve sağlam performans sonuçlarının elde edilmesini sağlamaktadır (Salomo, Talke, & Strecker, 2008, s. 562). Ayrıca yenilikçilik, yeni gelir akışlarının sağlanması, marjların artması ve düşük maliyetlerle faaliyetlerin yürütülmesi gibi avantajlar sağlayarak işletmelerin piyasa ve finansal performansını etkileyebilmektedir (Dibrell, Craig, & Neubaum, 2014, s. 2003).

İşletmede yaratılan yenilikler organizasyonun mevcut pazar payını arttırmasını ve dolayısıyla da daha fazla kâr elde etmesini sağlamaktadır. Bu durumda, yeniliklerin güçlü bir finansal altyapı oluşturacağı ve bu altyapıya

bağlı olarak da yenilik faaliyetlerine daha fazla kaynak aktarılabileceği görülmektedir. Ancak yeniliklerin kısa zamanda pozitif finansal sonuçlar yaratmaması durumu ile karşılaşılabilir (Yavuz, 2010).

### 2.1.3. Sosyal etkilenme teorisi ve tedarik zincirlerinde uygulaması

Birden fazla disipline uygulanan sosyal etkilenme teorisi, belirli bir davranış türünün zamana yayılması ve bu davranışın kolaylaştırılması veya engellenmesinin önlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu sosyal etkilenme, bireyler arasında görülmenin yanı sıra organizasyonlar arasında da görülmektedir. Sosyal etkilenme işletmelerin yüksek düzeyde belirsizlikle başa çıkmak için sergiledikleri bir örgütsel davranış şeklidir (Li vd., 2018, s. 48).

Tedarik zincirlerindeki yüksek belirsizlik işletmeler arası davranışsal etkilenmede önemli bir faktör olabilmektedir (Haunschild & Miner, 1997, s. 479).

Karar başarısızlığı riskini azaltmaya çalışan işletmeler, benzer durumlarda diğer işletmelerin kararlarını taklit etme yoluna gitmektedirler. Ancak bu sosyal etkilenme durumunda işletmelerin hem kendi çıkarlarını hem de tedarik zincirindeki diğer üyelerinin çıkarlarını göz önünde bulundurarak karar vermeleri gerekmektedir (Wang, Huo, & Tian, 2015, s. 6295).

### 2.1.4. Örgütsel öğrenme teorisi

Örgütsel öğrenme, örgüt içindeki yer alan bireylerin bilgi ve değer sistemlerinin değişmesi, süreçlerde karşılaşılan sorunları çözebilmesi ve faaliyet kapasitelerinin gelişmesi olarak tanımlanabilmektedir. Örgütsel öğrenme ile sağlanan bilgi, eğitim ve tecrübe ile kazanılmaktan ziyade örgüt içinde davranış, değer ve normların birlikte geliştirilmesi sürecidir (Yazıcı, 2004, s. 23).

Örgütsel öğrenme teorisi, işletmelerin farklı kaynaklardan bilgi edinme ve bu bilgileri yenilikçi sonuçlar elde etmek ve belirsizliği azaltmak için kullanma konusundaki proaktif çabalar bütünüdür (Li vd., 2018, s. 49). Örgütsel öğrenme teorisi, bilişsel ve sosyal psikolojiye dayanan bireysel öğrenme modellerine paralel olarak öğrenmeyi örgütsel değişim olarak tanımlamaktadır (Fauske & Raybould, 2005, s. 23).

Örgütsel öğrenme teorisi bilginin sürekli denetlenmesinin ve liderliğin benimsenmesinin yanı sıra bilgi paylaşımında bir açıklık düzeyi gerektirmektedir. Bu açıdan kültür, örgütsel öğrenmenin önemli bir belirleyicisi olmaktadır (Keyes & Benavides, 2018, s. 230).

Örgütsel öğrenme süreci, bilgi temeline dayanan dinamik bir süreç olarak

tanımlanabilmektedir. Bu süreçteki öğrenme, bireysel düzeyden grup düzeyine sonrasında da örgütsel düzeye geçmektedir. Örgütsel öğrenme süreci dinamik bir süreç olduğundan sürekli olarak başa dönerek işlemektedir. Örgütsel anlamda öğrenme, örgütün bireysel ve grupsal düzeylerdeki öğrenmeyi sağlayıp, organizasyonun yapısına göre kodladığı ve kurumsallaştırdığı zaman meydana gelmektedir (Biçkes & Özdevecioğlu, 2016, s.10).

### **3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI**

Tedarik zincirine yönelik yapılan literatür araştırması, tedarik zinciri koordinasyonu ve yenilikçilik konuları ile sınırlandırılmıştır. Sosyal etki ve örgütsel öğrenme teorileri çerçevesinde işletmelerin tedarik zinciri koordinasyonu sağlama, yenilikçilik ve finansal performansları arasındaki ilişkileri araştıran Li, Zhao ve Huo'nun (2018) "Tedarik Zinciri Koordinasyonu ve Yenilikçilik: Sosyal Etkilenme ve Öğrenme Yaklaşımı" konulu çalışmaları temel alınmıştır. Li, Zhao ve Huo yaptıkları çalışma sonucunda tedarikçi yenilikçiliğinin finansal performans üzerinde etkiye sahip olmadığı ve bu hipotezin reddedildiği ve diğer bütün hipotezlerinin desteklendiği sonucuna ulaşmışlardır. Temel alınan bu çalışma doğrultusunda literatür araştırması yapılmış ve Erzurum ilindeki üretim işletmeleri kapsam alınarak çalışma hipotezleri test edilmiştir.

### **4. ARAŞTIRMA**

#### **4.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı**

Araştırmanın amacı, sosyal etki ve örgütsel öğrenme teorileri çerçevesinde işletmelerin tedarik zinciri koordinasyonu sağlama, yenilikçilik ve finansal performansları arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırma kapsamında, tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans, sosyal etkilenme ve örgütsel öğrenme teorisi ele alınmıştır.

#### **4.2. Araştırmanın Ana Kütlesi ve Örneklemi**

Veri toplama metodu olarak anket yöntemi seçilmiştir. Araştırmanın ana kütesini Erzurum ilinde faaliyet gösteren üretim işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırma yapılırken kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu anlamda anket doldurmayı kabul eden işletmelerden toplanan 46 adet anket formu değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Araştırmada kullanılan anket formu 23 sorudan oluşmaktadır. Araştırma modelindeki değişkenlere ilişkin olarak oluşturulan 20 sorudan 3 tanesi tedarikçi koordinasyonu, 3 tanesi tedarikçi yenilikçiliği, 4 tanesi üretici koordinasyonu, 3 tanesi üretici yenilikçiliği, 3 tanesi müşteri koordinasyonu, 4

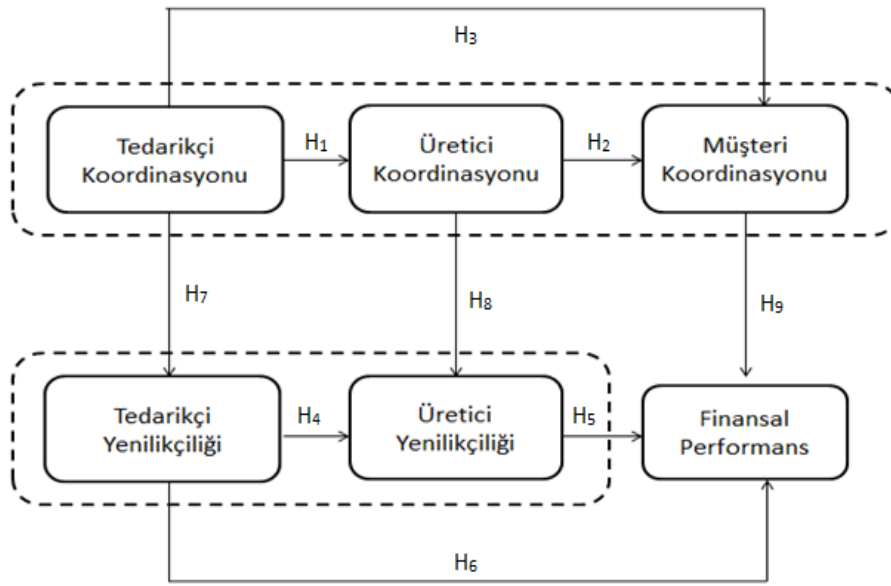
tanesi finansal performansa yönelik algılara ait sorulardır. Araştırma modeli dışında sorulan 3 soru ise işletmelerin özelliklerini belirlemeye yöneliktir.

#### 4.3. Araştırmada Kullanılan Ölçekler, Model ve Hipotezler

Bu çalışmada literatür taraması yapıldıktan sonra amaca uygun olduğu düşünülen Li, Zhao ve Huo (2018) çalışmasındaki ölçek ve araştırma modeli kullanılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan ölçekler 5'li Likert tipindedir. Ölçekteki değerlendirme seçenekleri: 1- Kesinlikle Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum ve 5- Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir.

Bu çalışmada kullanılan araştırma modeli Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli kapsamında oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

H<sub>1</sub>: Tedarikçi koordinasyonu, üretici koordinasyonu üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>2</sub>: Üretici koordinasyonu, müşteri koordinasyonu üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>3</sub>: Tedarikçi koordinasyonu, müşteri koordinasyonu üzerinde pozitif etkiye sahiptir

H<sub>4</sub>: Tedarikçi yenilikçiliği, üretici yenilikçiliği üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>5</sub>: Üretici yenilikçiliği, finansal performans üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>6</sub>: Tedarikçi yenilikçiliği, finansal performans üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>7</sub>: Tedarikçi koordinasyonu, tedarikçi yenilikçiliği üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H<sub>8</sub>: Üretici koordinasyonu, üretici yenilikçiliği üzerinde pozitif etkiye sahiptir

H<sub>9</sub>: Müşteri koordinasyonu, finansal performans üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

#### **4.4. Verilerin Analizi ve Değerlendirilmesi**

Çalışma Erzurum ilinde faaliyet gösteren 46 üretim işletmesinden alınan cevaplar doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sosyal etkilenme ve örgütsel öğrenme teorilerini temel alarak çeşitli tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkileri incelemek üzere SPSS 23 paket programı kullanılarak frekans analizi, güvenilirlik analizi ve regresyon analizi yapılmıştır.

#### **4.5. Araştırmanın Tanımlayıcı Sorularının Frekans ve Yüzde Analizleri**

Araştırmada ankete katılan cevaplayıcılar hakkında bilgi sahibi olmak adına faaliyet gösterdikleri sektör, çalışan sayısı ve faaliyet süresi araştırılmış ve elde edilen bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Araştırmaya katılan üretim işletmeleri sektör açısından incelendiğinde araştırmaya katılan işletmelerden en yüksek payın %34,8 ile gıda ve yem üreticisi olduğu ve yine işletmelerin %37’sinin 20’den az çalışana sahip olduğu görülmektedir. Son olarak ise araştırmaya katılan üretim işletmeler faaliyet süreleri açısından incelendiğinde en yüksek pay ile işletmelerin %32,6’lık bir oranla 15 yıldan fazla süre ile faaliyet gösteren işletmeler olduğu görülmektedir.



**Tablo 1.** Örneklem Karakteristikleri

<b>Değişkenler</b>	<b>Gruplar</b>	<b>Sayı</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Sektör</b>	Mobilya	4	8,7
	Metal	12	26,1
	Kimyasal-Gaz	4	8,7
	Gıda-Yem	16	34,8
	Baskı-Ambalaj	2	4,3
	Geri-Dönüşüm	2	4,3
	Diğer	6	13,1
<b>Toplam</b>		<b>46</b>	<b>100</b>
<b>Çalışan Sayısı</b>	20'den Az	17	37,0
	20-39	14	30,4
	40-59	9	19,6
	60 Ve üzeri	6	13,0
<b>Toplam</b>		<b>46</b>	<b>100</b>
<b>Faaliyet Süresi</b>	1-5	7	15,2
	6-10	12	26,1
	11-15	12	26,1
	15+	15	32,6
<b>Toplam</b>		<b>46</b>	<b>100</b>

#### **4.6. Tedarik Zinciri Koordinasyonu, Yenilikçilik ve Finansal Performans Arasındaki İlişkiye Yönelik Algılar**

Çalışmada cevaplayıcıların Erzurum'da faaliyet gösteren üretim işletmelerinin tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkilerine yönelik algıları araştırılmıştır. Cevaplayıcıların tedarik zinciri koordinasyonuna yönelik algılarının aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Cevaplayıcıların Tedarik Zinciri Koordinasyonuna Yönelik Algıları

<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Standart Sapma</b>
<b>Tedarikçi Koordinasyonu</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,08</b>	<b>1,01</b>
1: Ana tedarikçimiz, tedarik ve üretim sürecimize katılmaktadır.	2,96	1,25
2: Ana tedarikçimiz, tasarım aşamasına katılmaktadır.	2,87	1,29
3: Ana tedarikçimizin, ihtiyaçlarımızı daha iyi karşılamak için süreçlerini iyileştirmesine yardımcı oluruz.	3,41	0,98
<b>Üretici Koordinasyonu</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,50</b>	<b>0,60</b>
7: Periyodik olarak gerçekleştirilen bölümler arası toplantılar işletmedeki departmanlarca etkin kullanılır.	3,65	0,74
8: Süreç iyileştirmede çapraz fonksiyonel ekipler kullanılır.	3,41	1,02
9: Yeni ürün geliştirmede çapraz fonksiyonel ekipler kullanılır.	3,27	1,07
10: Hammadde yönetiminden üretim, sevkiyat ve satışa kadar tüm iç fonksiyonlar arasında birleşme söz konusudur.	3,67	0,82
<b>Müşteri Koordinasyonu</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>4,03</b>	<b>0,61</b>
14: Müşterilerimizle iletişim seviyemiz iyi düzeydedir.	4,13	0,65
15: Müşterilerimizin geri bildirimlerini sürekli takip ederiz.	4,11	0,77
16: Müşterilerimizle periyodik olarak temas kurarız.	3,85	0,92
<b>N=46</b>		

Tablo 2’de görüldüğü üzere cevaplayıcıların tedarikçi koordinasyonuna yönelik tutumlarının genel ortalaması 3,08’dir. Cevaplayıcıların ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için ana tedarikçilerinin süreçlerini iyileştirmeleri konusundaki değerlendirmeleri 3,41 ile kararsızlıktan çıkmış ve katılma

derecesine yaklaşmıştır. Nispeten cevaplayıcılar, ana tedarikçilerinin tasarım aşamasına katılması yönündeki değerlendirmelerinde ise 2,87 ile kararsıza yakın görüş bildirmişlerdir.

Cevaplayıcıların üretici koordinasyonuna yönelik tutumlarının genel ortalaması 3,50'dir. Hammadde yönetiminden üretim, sevkiyat ve satışa kadar tüm iç fonksiyonlar arasında birleşme olduğu konusundaki değerlendirmeleri 3,67 ile katılma derecesine yaklaşmıştır. Nispeten cevaplayıcılar yeni ürün geliştirmede çapraz fonksiyonel ekipler kullanılmasına yönelik değerlendirmelerinde ise 3,27 ile kararsıza yakın görüş bildirmişlerdir. Cevaplayıcıların müşteri koordinasyonuna yönelik tutumlarının genel ortalaması 4,03'tür. Müşterilerle iletişim seviyelerinin iyi olduğu konusundaki değerlendirmeler 4,13 ile katılma derecesindedir. Nispeten, müşterilerle periyodik olarak temas kurulması yönündeki değerlendirmeler ise 3,85 ile kararsızlıktan çıkmış ve katılma derecesine yaklaşmıştır.

Cevaplayıcıların yenilikçiliğe yönelik algılarının ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** Cevaplayıcıların Yenilikçiliğe Yönelik Algıları

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
<b>Tedarikçi Yenilikçiliği</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,46</b>	<b>0,88</b>
4: Ana tedarikçimiz, işletmemizin gereksinimlerini karşılamak için ürünlerini hızla değiştirebilir.	3,54	1,05
5: Ana tedarikçimiz, hızlı bir şekilde piyasaya yeni ürünler sunabilir.	3,41	1,17
6: Ana tedarikçimiz, pazar talebindeki değişikliklere hızlı bir şekilde cevap verebilir.	3,43	1,00
<b>Üretici Yenilikçiliği</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,79</b>	<b>0,73</b>
11: İşletmemiz müşteri gereksinimlerini karşılamak için ürünlerini hızla değiştirebilir.	3,80	0,83
12: İşletmemiz hızlı bir şekilde piyasaya yeni ürünler sunabilir.	3,78	0,89
13: İşletmemiz pazar talebindeki değişikliklere hızlı bir şekilde cevap verebilir.	3,78	0,81
<b>N=46</b>		

Tablo 3'te görüldüğü üzere cevaplayıcıların tedarikçi yenilikçiliğine yönelik tutumlarının genel ortalaması 3,46'dır. Cevaplayıcıların ana tedarikçilerinin, işletmelerinin gereksinimlerini karşılamak için ürünlerini hızla değiştirmesi konusundaki değerlendirmeleri 3,54 ile katılma derecesine yaklaşmış, hızlı bir şekilde piyasaya yeni ürün sunabilmeleri konusundaki değerlendirmeleri ise 3,41 ile kararsızlıktan çıkmaya yaklaşmıştır.

Cevaplayıcıların üretici yenilikçiliğine yönelik tutumlarının genel ortalaması 3,79'dur. Cevaplayıcıların müşteri gereksinimlerini karşılamak için ürünlerinin hızla değiştiği konusundaki değerlendirmeleri 3,80 ile katılma derecesine yaklaşmıştır. Cevaplayıcıların hızlı bir şekilde piyasa yeni ürünler sunabilmesi ve talepteki değişikliklere hızlı bir şekilde cevap verebilmesi konusundaki değerlendirmeleri ise 3,78 ile kararsızlıktan çıkmış ve katılma derecesine yaklaşmıştır.

Cevaplayıcıların finansal performansa yönelik algılarının ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** Finansal Performansa Yönelik Algılar

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
<b>Finansal Performans</b>		
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,58</b>	<b>0,65</b>
17: İşletmemizin satışlarında büyüme söz konusudur.	3,89	0,67
18: İşletmemizin kârında artış söz konusudur.	3,07	0,98
19: Pazar payımızda büyüme söz konusudur.	3,89	0,77
20: İşletmemizin yatırım getirisinde büyüme söz konusudur.	3,46	0,81
<b>N=46</b>		

Tablo 4'te görüldüğü üzere cevaplayıcıların finansal performansa yönelik tutumlarının genel ortalaması 3,58'dir. Cevaplayıcıların satışlarında ve pazar payında büyüme olduğuna yönelik değerlendirmeleri 3,89 ile katılma derecesine yaklaşmıştır. Cevaplayıcılar kârda artışa yönelik değerlendirmelerinde ise 3,07 ile kararsızlıkta yakın görüş bildirmişlerdir.

#### 4.7. Tedarik Zinciri Koordinasyonu, Yenilikçilik ve Finansal Performans Arasındaki İlişkilerin Analizi

Çalışmada tedarik zinciri koordinasyonu, yenilikçilik ve finansal performans arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla öncelikle regresyon analizinin ön koşullarının sağlandığı sonucuna ulaşılmış ve veriler regresyon analizine tabi tutulmuştur. Tedarikçi koordinasyonunun üretici koordinasyonu üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5.** Tedarikçi Koordinasyonunun Üretici Koordinasyonu Üzerine Etkisi

Değişkenler	Üretici Koordinasyonu				Çoklu
	Doğrusallık İstatistikleri				
Tedarikçi Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	0,03	0,23	0,82	1,00	1,00
R	0,03				
R <sup>2</sup>	0,00				
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	-0,02				

Tablo 5'te görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı değildir ve R<sup>2</sup> değeri 0,00 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan tedarikçi koordinasyonunun, üretici koordinasyonu üzerinde etkiye sahip olmadığı görülmektedir ( $\beta= 0,03$ ;  $p>0,05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>1</sub> hipotezi reddedilmiştir.

Üretici koordinasyonunun müşteri koordinasyonu üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6.** Üretici Koordinasyonunun Müşteri Koordinasyonu Üzerine Etkisi

Değişkenler	Müşteri Koordinasyonu				
	Çoklu Doğrusallık İstatistikleri				
Üretici Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	-1,13	-0,87	0,39	1,00	1,00
R	0,13				
R <sup>2</sup>	0,02				
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	-0,00				

Tablo 6’da görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı değildir ve  $R^2$  değeri 0,02 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan üretici koordinasyonunun, müşteri koordinasyonu üzerinde etkiye sahip olmadığı görülmektedir ( $\beta = -1,13$ ;  $p > 0,05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir.

Tedarikçi koordinasyonunun müşteri koordinasyonu üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7.** Tedarikçi Koordinasyonunun Müşteri Koordinasyonu Üzerine Etkisi

Değişkenler	Müşteri Koordinasyonu				Çoklu
	Doğrusallık İstatistikleri				
Tedarikçi Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	-0,02	-0,16	0,87	1,00	1,00
R	0,02				
$R^2$	0,00				
Düzeltilmiş $R^2$	-0,02				

Tablo 7’de görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı değildir ve  $R^2$  değeri 0,00 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan tedarikçi koordinasyonunun, müşteri koordinasyonu üzerinde etkiye sahip olmadığı görülmektedir ( $\beta = -0,02$ ;  $p > 0,05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda  $H_3$  hipotezi reddedilmiştir.

Tedarikçi yenilikçiliğinin üretici yenilikçiliği üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8.** Tedarikçi Yenilikçiliğinin Üretici Yenilikçiliği Üzerine Etkisi

Değişkenler	Üretici Yenilikçiliği Çoklu Doğrusallık İstatistikleri				
	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
<b>Tedarikçi Yenilikçiliği</b>	0,59	4,80	0,00	1,00	1,00
<b>R</b>	0,59				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,34				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,33				

Tablo 8’de görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır ve R<sup>2</sup> değeri 0,34 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan tedarikçi yenilikçiliği, üretici yenilikçiliği üzerinde etkiye sahiptir ( $\beta = 0,59$ ;  $p < 0,05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>4</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Üretici yenilikçiliğinin finansal performans üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9.** Üretici Yenilikçiliğinin Finansal Performans Üzerine Etkisi

Değişkenler	Finansal Performans Doğrusallık İstatistikleri				Çoklu
	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
<b>Üretici Yenilikçiliği</b>	0,33	2,31	0,03	1,00	1,00
<b>R</b>	0,33				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,11				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,09				

Tablo 9’da görüldüğü üzere oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır ve R<sup>2</sup> değeri 0,11 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan üretici yenilikçiliği, finansal performans üzerinde etkiye sahiptir ( $\beta = 0,33$ ;  $p < 0,05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>5</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Tedarikçi yenilikçiliğinin finansal performans üzerine etkisini tespit

etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10.** Tedarikçi Yenilikçiliğinin Finansal Performans Üzerine Etkisi

Değişkenler	Finansal Performans				Çoklu
	Doğrusallık İstatistikleri				
Tedarikçi Yenilikçiliği	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	0,40	2,90	0,01	1,00	1,00
<b>R</b>	0,40				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,16				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,14				

Tablo 10’da görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır ve R<sup>2</sup> değeri 0,16 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan tedarikçi yenilikçiliği, finansal performans üzerinde etkiye sahiptir ( $\beta= 0,40$ ;  $p<0.05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>6</sub> hipotezi kabul edilmiştir.

Tedarikçi koordinasyonunun tedarikçi yenilikçiliği üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11.** Tedarikçi Koordinasyonunun Tedarikçi Yenilikçiliği Üzerine Etkisi

Değişkenler	Tedarikçi Yenilikçiliği				
	Çoklu Doğrusallık İstatistikleri				
Tedarikçi Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	0,50	3,83	0,00	1,00	1,00
<b>R</b>	0,50				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,25				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,23				

Tablo 11’de görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır ve R<sup>2</sup> değeri 0,25 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan tedarikçi koordinasyonu, tedarikçi yenilikçiliği üzerinde etkiye sahiptir ( $\beta= 0,50$ ;  $p<0.05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>7</sub> hipotezi kabul edilmiştir.



Üretici koordinasyonunun üretici yenilikçiliği üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12.** Üretici Koordinasyonunun Üretici Yenilikçiliği Üzerine Etkisi

Değişkenler	Üretici Yenilikçiliği				
	Çoklu Doğrusallık İstatistikleri				
Üretici Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	0,23	1,54	0,13	1,00	1,00
<b>R</b>	0,23				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,05				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,02				

Tablo 12’de görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı değildir ve R<sup>2</sup> değeri 0,05 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan üretici koordinasyonunun, üretici yenilikçiliği üzerinde etkiye sahip olmadığı görülmektedir ( $\beta= 0,23$ ;  $p>0.05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>8</sub> hipotezi reddedilmiştir.

Müşteri koordinasyonunun finansal performans üzerine etkisini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış, değerler Tablo 13’de verilmiştir.

**Tablo 13.** Müşteri Koordinasyonunun Finansal Performans Üzerine Etkisi

Değişkenler	Finansal Performans				
	Çoklu Doğrusallık İstatistikleri				
Müşteri Koordinasyonu	Beta	t	p-değeri	Tolerance	VIF
	0,46	3,44	0,00	1,00	1,00
<b>R</b>	0,46				
<b>R<sup>2</sup></b>	0,21				
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></b>	0,19				

Tablo 13’te görüldüğü gibi oluşturulan doğrusal regresyon modeli 0,05 düzeyinde istatistiki açıdan anlamlıdır ve R<sup>2</sup> değeri 0,21 olarak bulunmuştur. Modelde yer alan müşteri koordinasyonu, finansal performans üzerinde etkiye sahiptir ( $\beta= 0,46$ ;  $p<0.05$ ). Bu sonuçlar doğrultusunda H<sub>9</sub> hipotezi kabul

edilmiştir.

Araştırma modeli kapsamında oluşturulan ve analiz edilen hipotez sonuçları Tablo 14’te verilmiştir.

**Tablo 14.** Hipotez Sonuçları

Hipotez	p-değeri	Karar
H <sub>1</sub>	P>0.05	Red
H <sub>2</sub>	P>0.05	Red
H <sub>3</sub>	P>0.05	Red
H <sub>4</sub>	P<0.05	Kabul
H <sub>5</sub>	P<0.05	Kabul
H <sub>6</sub>	P<0.05	Kabul
H <sub>7</sub>	P<0.05	Kabul
H <sub>8</sub>	P>0.05	Red
H <sub>9</sub>	P<0.05	Kabul

Tablo 14 incelendiğinde araştırma için oluşturulan 9 hipotezden 5 tanesinin kabul edildiği, 4’ünün reddedildiği görülmektedir. Araştırma sonuçları doğrultusunda tedarikçi yenilikçiliğinin üretici yenilikçiliği ve finansal performans üzerinde, üretici yenilikçiliği ve müşteri koordinasyonunun finansal performans üzerinde ve tedarikçi koordinasyonunun da tedarikçi yenilikçiliği üzerinde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak tedarikçi koordinasyonunun üretici koordinasyonu ve müşteri koordinasyonu üzerinde, üretici koordinasyonunun ise müşteri koordinasyonu ve üretici yenilikçiliği üzerinde etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

## 5. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, sosyal etki ve örgütsel öğrenme teorileri çerçevesinde işletmelerin tedarik zinciri koordinasyonu sağlama, yenilik yaratma ve finansal performans durumları arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu amaçla, Erzurum’daki 46 üretim işletmesinden toplanan anket verileri

doğrultusunda araştırma modeli test edilmiştir.

Erzurum'da faaliyet gösteren üretim işletmelerine yönelik yapılan araştırma için oluşturulan 9 hipotezden 5 tanesinin kabul edildiği, 4 tanesinin reddedildiği görülmektedir. Araştırma sonuçları doğrultusunda tedarikçi yenilikçiliğinin üretici yenilikçiliği ve finansal performans üzerinde, üretici yenilikçiliği ve müşteri koordinasyonunun finansal performans üzerinde ve tedarikçi koordinasyonunun da tedarikçi yenilikçiliği üzerinde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu çalışma yürütülürken temel alınan Li, Zhao ve Huo'nun (2018) yaptıkları çalışma sonucundan farklı olarak tedarikçi koordinasyonunun üretici koordinasyonu ve müşteri koordinasyonu üzerinde, üretici koordinasyonunun ise müşteri koordinasyonu ve üretici yenilikçiliği üzerinde etkiye sahip olmadığı ve ayrıca çalışma sonucumuzun aksine de tedarikçi yenilikçiliğinin finansal performans üzerinde etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda üretim işletmelerinde tedarik zinciri koordinasyonu sağlama, yenilik yaratma ve finansal performans durumları arasındaki ilişkide cevaplayıcıların algı değerlerine bakıldığında üretici yenilikçiliğine yönelik algıların 3,79 ile katılmaya yakın, tedarikçi koordinasyonuna yönelik algıların 3,08 ile kararsız yakın olduğu görülmektedir.

Araştırma sonucunda Erzurum ilinde faaliyet gösteren ve çalışmaya katılan üretim işletmelerinde tedarikçi yenilikçiliği olması durumunda üretici yenilikçiliği sağlanabildiği ve finansal performansın da bu doğrultuda değişiklik gösterdiği görülmektedir. Ayrıca tedarikçi koordinasyonunun sağlanması tedarikçilerin yenilikçilik konusunda faaliyet göstermelerini sağlamaktadır. İşletmelerin küreselleşen piyasalarda finansal getirilerini artırma anlamında rekabet avantajı sağlayabilmeleri için tedarik zinciri koordinasyonu sağlamaları ve yenilik yaratmayı benimsemeleri gerekmektedir. Tedarik zinciri koordinasyonunun sağlanması için de tedarik zincirinde yer alan işletmeler arasında kurulan ilişkilerin güvene dayalı ve uzun vadeli olması, doğru zamanda doğru bilginin paylaşılmasının sağlanması tedarik zinciri verimliliğini ve dolayısıyla da koordinasyonunu olumlu yönde etkileyecektir.

Temel alınan çalışma doğrultusunda sosyal etki teorisi ile desteklenerek hazırlanan bu çalışmada tedarik zinciri koordinasyonu, finansal performans ve yenilikçilik kavramları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak adına örgütsel öğrenme teorisine yer verilerek Erzurum ilinde faaliyet gösteren üretim işletmeleri kısıt olarak alınmıştır. Gelecekteki araştırmalar, tedarik zinciri

koordinasyonu ve yenilikçilik arasındaki ilişkiyi araştırırken bu teorilere ek olarak farklı teorilerle desteklenebilir ve çeşitli sektörlerde uygulanarak analiz edilebilir.

## 6. KAYNAKÇA

- Ballou, R.H., Gilbert, S.M., & Mukherjee, A. (2000). New managerial challenges from supply chain opportunities. *Industrial Marketing Management*, 29(1), 7-18.
- Biçkes, D.M., & Özdevecioğlu, M. (2016). İşletmelerde örgütsel öğrenmenin finansal performans üzerindeki etkisi ve inovasyonun aracılık rolü. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(25), 8-28.
- Dibrell, C., Craig, J.B., & Neubaum, D.O. (2014). Linking the formal strategic planning process, planning flexibility, and innovativeness to firm performance. *Journal Of Business Research*, 67, 2000-2007.
- Eltantawy, R., Paulraj, A., Giunipero, L., Naslund, D., & Thute, A.A. (2015). Towards supply chain coordination and productivity in a three echelon supply chain: action research study. *International Journal Of Operations & Production Management*, 35(6), 895-924.
- Erciş, A., & Can, P. (2013). Tedarik zinciri yönetiminin inovasyon stratejilerine etkisi üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 95-122.
- Eymen, U.E. (2007). Tedarik zinciri yönetimi. Kalite Ofisi Yayınları. 15 Haziran 2019 tarihinde [Http://Kisi.Deu.Edu.Tr//Ozkan.Tutuncu/Tedarikzinciriyonetimi.Pdf](http://Kisi.Deu.Edu.Tr//Ozkan.Tutuncu/Tedarikzinciriyonetimi.Pdf) adresinden erişildi.
- Fauske, J.R., & Raybould, R. (2005). Organizational learning theory in schools. *Journal Of Educational Administration*, 43(1), 22-40.
- Ferraresi, A.A., Quandt, C.O., Santos, S.A., & Frega, J.R. (2012). Knowledge management and strategic orientation: leveraging innovativeness and performance. *Journal Of Knowledge Management*, 16(5), 688-701.
- Güzel, D., & Demirdöğen, O. (2016). Tedarik zinciri bütünleşmesi, yeşil tedarik zinciri uygulamaları ve işletme performansı arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 362-394.
- Haunschild, P.R., & Miner, A.S. (1997). Modes of interorganizational imitation: the effects of outcome salience and uncertainty. *Administrative Science*

*Quarterly*, 42(3), 472-500.

- Keyes, L.M., & Benavides, A.D. (2018). Chaos theory, uncertainty, and organizational learning: what the ebola incident in dallas teaches us about organizations. *International Journal Of Organization Theory & Behavior*, 21(4), 226-241.
- Li, S., Zhao, X., & Huo, B. (2018). Supply chain coordination and innovativeness: a social contagion and learning perspective. *International Journal Of Production Economics*, 205, 47-61.
- Malone, T.W., & Crowston, K. (1994). The interdisciplinary study of coordination. *Computing Surveys*, 26(1), 87-119.
- Salomo, S., Talke, K., & Strecker, N. (2008). Innovation field orientation and its effect on innovativeness and firm performance. *Journal Of Product Innovation Management*, 25, 560-576.
- Soroor, J., Tarokh, M.J., & Shemshadi, A. (2009). Theoretical and practical study of supply chain coordination. *Journal Of Business & Industrial Marketing*, 24(2), 131-142.
- Ukko, J., Hilden, S., Saunila, M., & Tikkamaki, K. (2017). Comprehensive performance measurement and management – innovativeness and performance through reflective practice. *Journal Of Accounting & Organizational Change*, 13(3), 425-448.
- Wang, Z., Huo, B., & Tian, Y. (2015). Effects of external uncertainties and power on opportunism in supply chains: evidence from China. *International Journal Of Production Research*, 53(20), 6294-6307.
- Yavuz, Ç. (2010). İşletmelerde İnovasyon (Yenilikçilik) stratejileri ve örgütsel performans ilişkisinin Çanakkale Seramik A.Ş. işletmesi örneğinde boylam analizi yöntemiyle incelenmesine dönük bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yazıcı, S. (2004). *E-Öğrenme İnsan Kaynakları Eğitiminde Stratejik Dönüşüm*. İstanbul: Alfa Yayınları.