

Günümüz rekabet ortamında işletmeler, rekabet avantajı sağlamak ve bu avantajı devam ettirmek için, ürün ve hizmetlerde maliyet, hız ve kaliteye önem vermektedir. Lojistik sektöründeki değişmeler ile birlikte işletmelerin mevcut karlılıklarını korumak ve daha yüksek karlılık düzeylerine ulaşmak için müşteri odaklı hareket etmeleri gerekmektedir. Müşterilerin devamlılığını sağlayabilmek adına işletmeler doğru marka yaratma süreçlerini uygulamalı ve müşterilerin yarattıkları markaya sadık kalmalarına sağlamaları gerekmektedir. İşletmeler, lojistik sistemlerini gelişmiş teknolojiye uyumlu hale getirmeli ve ticari dünyadaki dinamik değişimlere ayak uydurabilmek ve müşteri gereksinimlerini karşılamak için elektronik tabanlı uygulamalar kullanılmalıdır. İşletmeler de elektronik tabanlı olarak yapılan işlemler, lojistik faaliyetlerin yeniden tanımlanmasını gerektirmiş ve işletmelerin iş yapma yöntemlerini değiştirmiştir. Çalışmada, Türkiyede uygulanan lojistik faaliyetlerde, bilişim ve iletişim teknolojilerinin uygulanması sonucunda, lojistik faaliyetlerin ne derece etkilendiğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın amacı lojistik sektöründe marka yaratma süreci ve e-lojistik hizmetleri arasındaki ilişkinin ortaya konulmasını amaçlamaktadır. Bununla birlikte, marka yaratma süreci ve e-lojistik üzerinde demografik değişkenlerin etkisinin ortaya konulması da çalışmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır. Çalışmada marka yaratma süreci ile e-lojistik hizmetleri arasındaki ilişkinin ortaya koyulabilmesi için anket yardımı ile veriler toplanmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul İli Beyoğlu İlçesi'nde ikamet eden ve lojistik hizmetlerden yararlanan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmaya rastgele örnekleme tekniği belirlenen 260'ı kadın 156'sı erkek olmak üzere 416 birey katılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, marka yaratımı ile e-lojistik hizmetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Anahtar Kelimeler: Marka, marka yaratma, marka yönetimi, lojistik, e-lojistik.

In today's competitive business environment, businesses place importance on cost, velocity, and quality on products and services in order to gain competitive advantage and to maintain this advantage. Together with changes in the logistics sector, businesses need to be customer focused to maintain their current profitability and achieve higher levels of profitability. In order to ensure the continuity of customers, businesses need to implement the right brand creation processes and ensure that customers remain loyal to the brand they create. Businesses should adapt their logistics systems to the advanced technology and so as to keep pace with the dynamic changes in the commercial world and to supply with the customer requirements they need to use electronic based applications. Processes done with electronic based applications at businesses led logistics activities to be described again and also changed the way businesses do business. In this research it is aimed to what extent logistics and activities are effected as a result of implementing information and communication technology in the logistics activities applied in Turkey. This research aims to reveal the relationship between e-logistics services and the process of creating brand in the logistics industry. However, to determine the effect of demographic variables on brand creation process and in e-logistics are the sub-objectives of the study. The survey data to help set out the relationship between e-logistics services and brand creation process in this study were collected through a questionnaire. The population of the research consists of the residents of Beyoglu district who benefit from logistics services. In this research 416 individuals, who are chosen on random sampling technique, participated. 260 of these participants are women and 156 of them are men. According to the survey results, statistically significant relationship between e-logistics services and brand creation was found. Keywords: Brand, brand creation, brand management, logistics, e-logistics.