

**Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Sağlamada
Pazarlama Yetenekleri ve Performans Arasındaki İlişki:
Ankara İli İmalat İşletmelerinde Bir Uygulama***

*The Relationship Between Marketing Capabilities and Performance in
Sustainable Competitive Advantage: An Application in Manufacturing
Enterprises in Ankara Province*

Nurhan PAPATYA

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Isparta, Türkiye
orcid.org/0000-0001-8942-8094
nurhanpapatya@sdu.edu.tr

Gürcan PAPATYA

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Isparta, Türkiye
orcid.org/0000-0002-9647-5662
gurcanpapatya@sdu.edu.tr

A. Buğra HAMŞIOĞLU

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Burdur, Türkiye
orcid.org/0000-0002-4973-8773
abhamsioglu@mehmetakif.edu.tr

Özet

İşletmelerin zayıf rekabetçi performanslarının nedeni olarak genellikle, pazar koşullarındaki ani değişimler ve/veya beklenmedik olaylar gösterilir. Ancak bu durum yöneticilerinin kendi kontrolü dışında oluşan koşullara ve faaliyetlere karşı bir tepkisidir. Oysa asıl neden, işletmelerin sürdürülebilir rekabetçi üstünlük için *kaynak tabanlı uygulama* ve pazarlama yeteneklerini geliştirme eksikliğidir. Bu eksikliğin doğal sonucu olarak, *işletmelerin pazarlama yeteneklerini* etkinleştirmesini engellenmekte ve rekabetçi üstünlüğün kaybedilmesine yol açmaktadır.

Bu çalışma iki ana ekseninde tasarlanmış ve düzenlenmiştir: Birincisi işletmelerin *sürdürülebilir rekabetçi üstünlük* pazarlama yeteneklerinin önemi, İkincisi pazarlama yeteneklerinin işletme performansında anahtar öge olarak düşünülmesi. Buna göre çalışma Ankara ili merkezli üretim işletmelerinin *sürdürülebilir rekabetçi üstünlük* elde edebilmelerinde *pazarlama yeteneklerinin performans* üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik görgül bir değerlendirmeyi kapsamaktadır. Araştırma amacı doğrultusunda 730 işletme yöneticisi ile görüşülerek anket yapılmış ve veriler toplanmış; Kısmi En Küçük Kareler (PLS) tekniği kullanılarak, oluşturulan yapısal modelin geçerliliği test edilmiştir. Araştırma sonucunda pazarlama yeteneklerinin işletme performansı üzerinde doğrudan ve pozitif etkisi olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük, Kaynak Tabanlı Kuram, Pazarlama Yetenekleri, İşletme Performansı

*Bu çalışma, 29-31 Mayıs 2014 “Küresel Sorunlar ve Çözüm Arayışları” konulu 2. Uluslararası Davraz Kongresi Kongresi’nde sunulmuş bildiri özetinin makale olarak düzenlenmiş ve genişletilmiş halidir.

Gönderme Tarihi 14 Haziran 2018; Revizyon Tarihi 26 Temmuz 2018; Kabul Tarihi 30 Temmuz 2018

Abstract

Sudden changes in market conditions and/or unexpected events are generally shown as the reason for weak competitive performances of enterprises. However, this is a reaction to the conditions and activities that occur outside the managers' control. The main reason, however, is the lack of development of resource-based practices and marketing capabilities for sustainable competitive advantage. As a natural consequence of this deficiency, the improving the efficiency of business marketing capabilities is hampered and competitive advantage is lost.

In this context, this study has been designed and structured in two main axes: Importance of businesses' sustainable competitive advantage marketing capabilities, Considering marketing capabilities as a key element in business performance. Accordingly, the study includes a pragmatic assessment of the effects of the marketing capabilities on performance in determining the sustainable competitive advantage of the manufacturing enterprises in Ankara. In line with the purpose of the study, 730 business managers were interviewed and data were collected. Using the Partial Least Squares (PLS) technique, the validity of the constructed structural model was tested. As a result of the research, it has been seen that marketing capabilities have a direct and positive effect on business performance.

Keywords: *Sustainable Competitive Advantage, Resource-Based Theory, Marketing Capabilities, Business Performance.*