

	MAKALE ADI	SAYFA
1	ÖRGÜTSEL İLETİŞİMİN ÖRGÜTSEL SESSİZLİĞE ETKİSİNDE ÖRGÜTSEL BAĞLILIĞIN ARACI DEĞİŞKEN ROLÜ: GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA <i>Dr. Öğr. Üyesi Tamer KILIÇ, İhsan SAYGILI</i>	1-22
2	LİDERLERİN KARİZMATİK DAVRANIŞLARI ÇALIŞANLARIN İŞ PERFORMANSINI NASIL ETKİLER? ÇALIŞANLARIN İŞE TUTULMA DÜZEYLERİNİN ARACILIK ROLÜ <i>Dr. Öğr. Üyesi Metin OCAK</i>	23-38
3	KURULUŞ YERİ SEÇİMİNDE ANALİTİK HİYERARŞİK SÜREÇ YÖNTEMİ: SAĞLIK KURUMLARINDA BİR UYGULAMA <i>Dr. Öğr. Üyesi Ayhan DEMİRCİ</i>	39-55
4	SOSYAL MEDYA KULLANIMININ MARKA ALGISINA ETKİSİ: İLAÇ SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA <i>Mustafa Kabasakal, Dr. Öğr. Üyesi İlkay Öztürk</i>	56-76
5	BULANIK ÇKKV METODU KULLANARAK DEĞER AKIŞ HARİTALAMA UYGULAMASI <i>Dr. Hakan TURAN</i>	77-93
6	YENİLİKÇİ DAVRANIŞ: BİR ÖLÇEK UYARLAMA ÇALIŞMASI <i>Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN, Dr. Öğr. Üyesi İrfan AKKOÇ, Doç. Dr. Ömer TURUNÇ</i>	94-111
7	MUSTAFA KEMAL ATATÜRK'ÜN ULUS DEVLETİ, EGEMENLİK VE BAĞIMSIZLIK ANLAYIŞINA FRANSIZ İHTİLALİ FİKİR AKIMLARININ ETKİSİ <i>Dr. Öğr. Üyesi Murat KÖYLÜ</i>	112-130
8	NİTEL ARAŞTIRMALARDA KODLAMA: "PSİKOLOJİK SÖZLEŞME ALGISI, ÖRGÜTSEL GÜVEN ALGISI VE PROFESYONEL BÜROKRASİ ETKİSİ"NE YÖNELİK BİR ÖRNEK <i>Yavuz KOKMAZYÜREK</i>	131-147

9	<i>ŞİRKETLERİN TEDARİK SÜREÇLERİ ve TALEP YÖNETİMİNDE WEB ENTEGRASYONU SEVİYELERİ VE PERFORMANSA ETKİLERİ: MERSİN SERBEST BÖLGE ÖRNEĞİ</i>	148-166
	<i>Prof. Dr. Köksal HAZIR, Didem DEMİR</i>	
10	<i>MESLEK AŞKI (CALLING) ÖLÇEĞİ TÜRKÇE GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK ÇALIŞMASI</i>	167-188
	<i>Dr. Öğr. Üyesi Tuğba ERHAN, Dr. Öğr. Üyesi Tahsin AKÇAKANAT, Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin UZUNBACAK, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YILDIRIM</i>	

Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi



IDEAS

ISSN: 2149 - 5823





Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi yılda 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Türkçe ve İngilizce dillerinde iktisat, işletme, uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, davranış bilimleri, maliye, ekonometri, çalışma ekonomisi ve endüstriyel ilişkiler, bankacılık ve finans, insan kaynakları yönetimi, yönetim bilişim sistemleri, sosyal hizmet, uluslararası ticaret ve lojistik, sağlık bilimleri yönetimi, eğitim yönetimi ve ilişkili alanlarda makaleler yayımlar. Dergide yayımlanan makalelerin dil, bilim, yasal ve etik sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.


International Journal of Economics and Administrative Sciences is peer reviewed journal published twice a year. It publishes articles both in Turkish and English languages in the fields of economics, business administration, international relations, political science and public administration, behavioral sciences, finance, econometrics, labor economics and industrial relations, banking and finance, human resources management, management information systems, social services, international trade and logistics, health sciences management, educational administration and related fields. The language, science, legal and ethical responsibility of the articles published in the journal belongs to the author. The published contents in the articles cannot be used without being cited.

Editörler / Editors in Chief

-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)

Yayın Kurulu / Editorial Board

-  Prof. Dr. Abdülkadir VAROĞLU (Başkent Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Dr. Öğr. Üyesi İrfan AKKOÇ

 **Danışma Kurulu / Advisory Board**

- Prof. Dr. Ahmet ERKUŞ (Bahçeşehir Üniversitesi)
- Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR (Marmara Üniversitesi)
- Prof. Dr. Bekir GÖVDERE (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Prof. Dr. Enver ÖZKALP (Anadolu Üniversitesi)
- Prof. Dr. Gökmen DAĞLI (Yakın Doğu Üniversitesi)
- Prof. Dr. Haldun YALÇINKAYA (TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi)
- Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK (Toros Üniversitesi)
- Prof. Dr. Harun ŞEŞEN (Lefke Avrupa Üniversitesi)
- Prof. Dr. Haydar SUR (Üsküdar Üniversitesi)
- Prof. Dr. Himmət KARADAL (Aksaray Üniversitesi)
- Prof. Dr. İbrahim EROL (Celal Bayar Üniversitesi)
- Prof. Dr. Levent KÖSEKAHYAOĞLU (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. İbrahim Sani MERT (Antalya Bilim Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mahmut PAKSOY (İstanbul Kültür Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mazlum ÇELİK (Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ (Korkut Ata Üniversitesi)
- Prof. Dr. Nejat BASIM (Başkent Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ömer Faruk İŞCAN (Atatürk Üniversitesi)
- Prof. Dr. Sait GÜRBÜZ (Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi)
- Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Süleyman TÜRKEKEL (Toros Üniversitesi)
- Prof. Dr. Uğur YOZGAT (Marmara Üniversitesi)
- Prof. Dr. Umut AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ünsal SİĞRI (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Cengiz DURAN (Dumlupınar Üniversitesi)
- Doç. Dr. Hakan TURGUT (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Hakkı AKTAŞ (İstanbul Üniversitesi)
- Doç. Dr. Mine Afacan FINDIKLI (Beykent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Murat ÇUHADAR (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Doç. Dr. Sebahattin YILDIZ (Kafkas Üniversitesi)
- Doç. Dr. Yusuf GÜMÜŞ (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Not: İsimler, akademik ünvan ve alfabetik sıra gözetilerek sıralanmıştır.

2016 yılı 2. sayıdan itibaren dergimiz uluslararası endekslerde taranmaktadır



*Dergide yayımlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.
Yayımlanan eserlerde yer alan içerikler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.*

*All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.
The published contents in the articles cannot be used without being cited.*

Makalenin on-line kopyasına erişmek için / To reach the on-line copy of article: <http://dergipark.org.tr/uiibd>

ŞİRKETLERİN TEDARİK SÜREÇLERİ ve TALEP YÖNETİMİNDE WEB ENTEGRASYONU SEVİYELERİ VE PERFORMANSA ETKİLERİ: MERSİN SERBEST BÖLGE ÖRNEĞİ

Köksal HAZIR* Didem DEMİR**

ÖZ: Günümüz iş ortamında, talep zinciri yönetimi, tedarik zinciri yönetimi ve WEB tabanlı uygulamalar oldukça önem kazanmıştır. Bu çalışmada şirketlerin tedarikçileriyle, müşterileriyle WEB tabanlı süreçleri hangi amaçlar için ne ölçüde uyguladıkları, WEB tabanlı uygulamalara neden gerek duydukları ve elde ettikleri faydalar araştırılmıştır. Sonuç olarak işletmelerin tedarikçileriyle; entegre envanter planlaması yapmak, entegre tedarik zinciri yönetiminde bulunmak, entegre talep/ tahmin yapmak, entegre sipariş vermek, zaman planlaması yapmak ve kontrol sağlamak konularında web tabanlı entegrasyonu kullandıklarına, ilişkin önemli bulgulara ulaşılmıştır. Ayrıca müşterilerle WEB tabanlı süreçlerde; müşteri profilini oluşturmak, piyasayı belirlemek, internette sipariş alabilmek, fatura gönderebilmek, müşteri taleplerini belirleyebilmek ve müşteri ilişkilerini yönetebilmek gibi kullanma ölçülerine ilişkin bulgular elde edilmiştir. WEB tabanlı entegrasyona geçiş yapma nedenlerine ilişkin ise, birçok faktör sorgulanmış, Yanıt verme veya geri dönüş yapma hızını arttırmak, hizmet ve desteği iyileştirmek, güvenilirliği ve teslimatı iyileştirmek, beklenen maliyetleri azaltmak, Avrupa pazarına giriş yapmak gibi faktörler öne çıkmıştır. WEB tabanlı entegrasyondan ne gibi faydalar elde ettiklerine ilişkin ise; teslimat süresinin hızı, işlem maliyetleri azalması, karlılık artışına ve ciro artışına ilişkin görüşleri elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Talep Zinciri Yönetimi, Talep Entegrasyonu, Tedarik Entegrasyonu, Web Entegrasyonu

Jel Sınıflandırması: M0

DOI: 10.29131/uiibd.571274

Geliş tarihi: 29.05.2019 / **Kabul Tarihi:** 19.06.2019 / **Yayın Tarihi:** 20.06.2019

COMPANIES' SUPPLY PROCESSES AND WEB INTEGRATION LEVELS OF DEMAND MANAGEMENT AND THEIR EFFECTS ON PERFORMANCE: A CASE STUDY IN MERSİN FREE ZONE

ABSTRACT: In today's market, demand chain management is applied as a model aiming to bring strong aspects of marketing and supply chain processes gather just as to create value especially in customers. In this study, what extent and for which purposes the companies implement web-based processes with their suppliers is investigated. As a result important findings were found that businesses are using web-based integration in integrated inventory planning, integrated supply chain management, integrated demand /prediction, integrated ordering, scheduling and controlling with their suppliers. In addition, web-based processes with customers; findings on usage measures such as creating customer profile, determining market, getting orders from internet, sending invoices, determining customer demands and managing customer relations were obtained. As to the reasons for transition to WEB-based integration, many factors have been questioned, factors such as increasing the speed of response or feedback, improving the service and support, improving reliability and delivery, reducing expected costs, and entering the European market. What kind of benefits they get from WEB-based integration; the speed of delivery time, decrease in transaction costs, increase in profitability and increase in turnover were obtained.

Keywords: Demand Chain Management, Demand Integration, Supply Integration, Web Integration

Jel Classification: M0

Received: 29.05.2019 / **Accepted:** 19.06.2019 / **Published:** 20.06.2019

* Prof Dr., Toros Üniversitesi, Mersin, koksal.hazire@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6424-9679

** Öğretim Görevlisi, Mersin , didem.demir@toros.edu.tr, orcid: 0000-0003-4589-8240

Kaynak gösterimi için:

HAZIR K. ve DEMİR, D. (2019). ŞİRKETLERİN TEDARİK SÜREÇLERİ ve TALEP YÖNETİMİNDE WEB ENTEGRASYONU SEVİYELERİ VE PERFORMANSA ETKİLERİ: MERSİN SERBEST BÖLGE ÖRNEĞİ. Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 5 (1), 148-166. DOI: 10.29131/uiibd.571274

1.TALEP ZİNCİRİ KAVRAMI

Talep zinciri son müşteriden başlayıp ham madde tedarikçisine geriye doğru çalışan ve tüm talep zincirini yönetmeyi ve koordine etmeyi amaçlayan bir dizi uygulamadan oluşmaktadır (Selen ve Soliman, 2002: 667). Örnek verilecek olursa mobil telekomünikasyon endüstrisi gibi hızlı büyüyen bir sistemde, tedarikçilerin sunduğu teklifleri çok çeşitli müşteri durumlarına ve gereksinimlerine uyarlanabilmesi gerekmektedir. Müşterilerin durumunu ve ihtiyacını doğru teklifle birlikte anlamak, ortak talep zincirinin geliştirilmesinde iyi bir işbirliğine katkıda bulunmaktadır ve bu da daha fazla talep zinciri verimliliği ve yüksek müşteri memnuniyetine yol açmaktadır (Heikkilä, 2002: 747). Tedarik ve talep zinciri yönetimi arasındaki fark tedarik zinciri yönetiminde tedarikçilerinden tüketicilere akan tekliflerin ve transferlerin yaratılmasına odaklanılmasıdır; talep zinciri yönetimi ise müşteri ihtiyaçlarının ve talep sinyallerinin piyasadan transfer edilmesine odaklanmaktadır (Cambra-Fierro ve PoloRedondo, 2008: 212). Müşterilere sayısız faydalar sağlayan, talep odaklı tedarik zincirleri, şirketlerin mevcut müşterileri daha iyi karşılamalarına fayda sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda yeni pazarlardaki en karlı müşterileri de kazanmalarını sağlayacaktır (Frohlich ve Westbrook, 2002: 732).

Aşağıda yer alan tabloda (Tablo 1) literatürde talep ve tedarik zincirine ait tanımlar (Hilletoft vd., 2011: 188) özetlenmektedir.

Tablo:1 Talep ve Tedarik Zincirine Ait Tanımlar

Referanslar	Tanımlar
Juttner vd. (2007: 381)	“Talep ve tedarik odaklı süreçleri entegre etmeyi amaçlayan konsept. Talep süreçleri, müşteri ya da pazar ara yüzündeki tüm süreçlerdir; değer yaratma yoluyla müşteri talebine cevap vermeyi amaçlar. Tedarik süreçleri ise talebi karşılamak için gerekli görevleri içerir ”
Hilletoft and Ericsson (2007: 7)	“Önde gelen müşteriler için değer paketlerini belirleme ve benzer gereksinimleri olanlar için uygun bir tedarik zincirinin geliştirildiği belirli pazar segmentlerinde gruplama”
Rainbird (2004: 242)	“Mevcut ve potansiyel müşteri beklentilerini, piyasa özelliklerini ve operasyonel süreçlerin yaygınlaştırılmasını karşılamak için alternatiflerinin anlaşılması”
Selen and Soliman (2002: 667)	“Nihai müşteriden başlayıp hammadde tedarikçisine geriye doğru çalışmayı gerektiren tüm talep zincirini yönetmeyi ve koordine etmeyi amaçlayan bir dizi uygulama”

Williams vd. (2002: 692)	“Tedarikçiler, üreticiler ve müşteriler arasında ileri ve geri fiziksel akış ve bilgi aktarımı sağlayan elektronik ticaret yoluyla daha yüksek müşteri memnuniyetini sağlamayı teşvik etmek için tasarlanmış tedarik üretim sistemlerinin yönetimi”
--------------------------	---

*Tedarik-Talep zinciri yönetimi tanımları (Hilletoft vd., 2011: 188)

2. TALEP ENTEGRASYONU

Müşteriden başlayıp tedarik zincirinin başlangıç noktasına doğru gelişen talep zincirinde entegre bir yapı oluşturmak çok önemlidir. Kavramsal çerçevede talep ve tedarik entegrasyonu iki temaya odaklanmaktadır(Esper, Ellinger, Stank, Flint ve Moon, 2010: 7):

- Müşteri değeri yaratmak için tedarik ve talep entegrasyonunda stratejik zorunluluk,
- Firmaların operasyonel planlama ve uygulama için pazar alanında gelişmesi ve yayılmasında firma içindeki iletişim ve entegrasyonun önemi.

Planlama dengesizliğini ortadan kaldırmak ve koordine edebilmek için yukarı ve aşağı bilgi entegrasyonu gerekmektedir (Mabert ve Venkataramanan, 1998: 539). Buna ilave olarak iyi bir talep yönetimi için tedarik zincirlerinin kontrolü hayati önem taşımaktadır (Bhaskaran, 1998: 635).

Talebin gerçek sahibi olan müşterilerle yaşanan süreçlerin sağlıklı yönetimi için entegre yapılar her geçen gün önem kazanmaktadır. Bu entegrasyon seviyesini kullanılan teknoloji kadar tarafların paylaşmaya razı oldukları bilgi düzeyi ve katkı sağlama isteğinin yoğunluğu da etkili olmaktadır.

3. TEDARİK ENTEGRASYONU

Tedarik zinciri entegrasyonu üreticilerin operasyonlarını hem tedarikçiler hem de müşterilerle entegre etmek için kullandıkları bir dizi etkinlik olarak düşünülmektedir ve çok sayıda araştırmacı tedarik zinciri entegrasyonu ile örgütsel performans arasında pozitif bir ilişki ortaya koymuşlardır (Sun ve Ni, 2012: 873). Ayrıca Devaraj, Krajewski, ve Wei (2007:1199) daha iyi performansla yol açan e-işletme teknolojileri ve tedarikçi entegrasyonu arasında bir ilişki olduğunu, müşteri entegrasyonu ve tedarikçi entegrasyonu arasında, e-işletme teknolojileri tarafından desteklenen her iki entegrasyon biçimine sahip firmaların diğerlerinden önemli ölçüde daha iyi performans gösterdiği fikrini destekleyen bir etkileşim olduğunu ifade etmektedirler.

Tedarik entegrasyonunda da müşterilerle sağlanacak iletişim bağlarında olduğu gibi, tedarikçilerle sağlanacak iletişim bağları ve entegrasyon, kullanılan teknolojik alt yapı, üretici firma ile tedarikçilerin oluşturdukları güven ve işbirliği seviyesi, karşılıklı paylaşılacak bilgi düzeyine ilişkin kabul seviyesi önem teşkil etmektedir.

4. WEB TABANLI ENTEGRASYON

WEB (internet) tabanlı entegrasyon işletmeler arasında karşılıklı entegrasyonu içerdiği kadar, işletmeler ile müşterileri, işletmenin içerisinde farklı fonksiyon alanlarını, farklı birim ve bölümler arası entegrasyonu da içermektedir.

Zayıf entegrasyon, envanter ve stokların artışı kamçı etkisine (son tüketiciden üreticiye doğru gelen taleplerde büyük ölçüde değişiklik olması) neden olmaktadır (Metters, 1997: 89). Spesifik olarak, kamçı etkisi, lazer yazıcılar için Hewlett Packard ve tek kullanımlık çocuk bezleri için Proctor ve Gamble tarafından da görülmüştür (Lee ve diğ., 1997: 546) ve ayrıca bagaj, kamera ve otomobil endüstrilerinde de görülmektedir (Blackburn, 1991'den aktaran Metters, R. 1997: 91). Aksine, entegre bir tedarik zincirine sahip olmak, hem fiyat hem de teslimatta rakiplerinden daha iyi performans gösterme yeteneği dahil olmak üzere önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Lee ve Billington, 1992: 71).

Chong ve Zhou (2014) sağlık sektöründe bulunan 256 firma ile web tabanlı talep zinciri yönetiminin benimsenmesi ve web tabanlı entegrasyon ile hizmet ve inovasyon performansı arasındaki ilişkiyi etkileyen faktörler arasındaki ilişkileri belirleyen bir araştırma yapmışlardır. Sonuçlar, işbirlikçi yapının (örn. rekabet baskısı, bilgi paylaşımı ve çevresel belirsizlik) ve teknolojik yapının (örn. güvenlik) bir kuruluşun web tabanlı entegrasyonu kabul etme kararı üzerinde olumlu ve önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.

5. İŞLETME PERFORMANSI

İşletme performans ölçümüne ilişkin; üretim miktarı, kapasite kullanım oranı, enerji kullanım verimliliği, kaynak kullanım yüzdeleri, karlılığı, kalite, dönem cirosu, iş gücü verimliliği, müşteri memnuniyeti, işlem süresi, siparişe cevap verme süresi gibi bir çok kriter belirlenebilir.

Armistead ve Mapes (1993) yapmış oldukları araştırmada entegrasyon seviyesinin artırılması ile işletme performansının da kalite, maliyet, teslimat süresi ve esneklik açısından arttığını ifade etmişlerdir. Narasimhan ve Jayaram (1998) yılında yapmış oldukları çalışmada 215 adet Kuzey Amerika imalat firmasının verilerini kullanmışlardır ve sonuç olarak tedarik zinciri entegrasyonunun dış müşteri duyarlılığını ve iç üretim performansını etkilediğini öne sürmüşler ve bunun kaynak kullanımı ile üretim hedefi arasındaki temel bağdan oluştuğunu ifade etmişlerdir. Frohlich ve Westbrook (2002) web tabanlı talep zinciri entegrasyonunu tedarik zinciri entegrasyonundan ayırmaktadır ve yapmış oldukları araştırma sonucunda hem talep entegrasyonunu hem de tedarik entegrasyonunu benimseyen imalat ve hizmet firmalarının teslim süresinde operasyonel performans, işlem maliyetleri, karlılık ve stok devir hızında en yüksek seviyeye ulaştığı sonucuna varmışlardır.

6. YÖNTEM

Bu çalışmada veriler anket yoluyla web üzerinden ve yüz yüze görüşerek Mersin Serbest Bölgesinde faaliyet gösteren üretim işletmelerden elde edilmiştir. Anket dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde tedarik entegrasyonuna ilişkin değişkenler, ikinci bölümde talep (müşteri) entegrasyonuna ilişkin değişkenler, üçüncü bölümde web tabanlı entegrasyona geçiş nedenleri ve son bölümde ise firmaların web entegrasyonuna geçiş yapmalarının performans üzerine etkilerini içeren değişkenlere yer verilmiştir. Anketlerin bizzat işletme yöneticilerince doldurulması iştenmiş ve her bir işletmeye yalnızca bir anket uygulanmıştır.

Serbest bölgede anket uygulanan firmaların hepsi üretim yapan firmalardan seçilmiştir. Kiralama yapan, depo ve lojistik hizmeti sunan, finans desteği sağlayan firmalar ise bu kategori dışında tutulmuştur. Bu firmalar hizmet desteği sunmakta ve bu firmalarda tedarik entegrasyonu, talep entegrasyonuna ilişkin alt yapıların tam olarak oluşmadığı değerlendirilmiş olup bu firmalar araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Serbest bölgede üretim yapan 204 firma bulunmaktadır. Bunlardan 84 adedine ulaşılmış, verilerin 42 adedi internet ortamında hazırlanan veya basılı form olarak firmalara gönderilen anketlerden elde edilmiş bunların 12 adedi değerlendirme dışı bırakılmıştır. 31 adet anket ise fiili olarak firma yöneticileriyle yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Toplamda değerlendirmeye 61 adet anket formu alınmıştır.

Bu 61 firmanın sektörlere göre dağılımı yukarıdaki gibidir. Ankete cevap veren firmalardan sayıca beşin altında olan firmalar istatistik değerlendirmelerde anlamlı ve tutarlı sonuçlar elde edebilmek adına diğer üretim işletmeleri (diğer) kategorisinde birleştirilmiştir. Bunlar arasında, makine üreticisi, plastik ambalaj üreticisi, plastik su borusu üreticisi, palet üreticisi gibi firmalar yer almaktadır.

Kullanılan Ölçek O'Leary-KellyveVokurka (1998) tarafından kullanılmış olup geçerlik ve güvenilirlik testleri yapılmıştır. Bu çalışmada bu ölçeğin demografik değişkenleri değerlendirme dışı bırakılıp 24 değişkene güvenilirlik analizi yapılmış ve Alfa değeri 0,835 bulunmuştur.

Tablo2:Güvenirlilik analizi

Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı
,835	24

Tablo 3: Ankete Katılan İşletmelerin Sektörel Dağılımı

Sektörler	Miktar	Yüzde
Gıda	18	29,5
Demirçelik	5	8,2
İlaç	5	8,2
Tekstil	17	27,9
Diğer	16	26,2
Toplam	61	100,0

Araştırma boyutunda oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

- H1. Sektöre göre firmaların tedarik süreçleriyle ilgili web entegrasyonunu kullanma oranları değişir.
- H2. Sektöre göre firmaların talep yönetimi ile ilgili WEB entegrasyonunu kullanma oranları değişir.
- H3. Sektöre göre firmaların WEB tabanlı uygulamalara yönelme nedenlerine ilişkin otalamalarında anlamlı bir fark vardır.
- H4. Sektöre göre firmaların performans artışına ilişkin ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.
- H5. Tedarik entegrasyonuna ilişkin değerlendirmeler ile performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H6. Talep yönetiminde entegrasyona ilişkin değerlendirmeler ile performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

T1(Entegre Envanter planlaması yapmak), T2 (Entegre tedarik zinciri yönetiminde bulunmak), T3(Entegre talep / tahmin yapmak), T4(Entegre sipariş vermek, zaman planlaması yapmak ve kontrol sağlamak) değişkenlerine verilen cevap ortalamalarına bakılmış olup (Tablo:4) değerleri oluşturulmuştur.

Ortalamalarda da 3.4 ve altı değerler o değişkene ilişkin olumsuz değerlendirmeleri 3.5 ve üzeri değerler ise olumlu değerlendirmeleri içermektedir.

TABLO 4 : Tedarikçilerle ve Talep Yönetimi (Müşterilerle) WEB Tabanlı Entegrasyona İlişkin Ortalamalar ve Anova

SEKTÖR	T1	T2	T3	T4	M1	M2	M3	M4
GIDA(18) Ortalama	2,7222	2,7222	3,5556	4,2778	3,6667	4,2778	4,3333	4,3889
DEMİRÇELİ Ortalama K(5)	2,8000	3,2000	3,2000	4,0000	2,6000	3,8000	3,2000	3,8000
İLAÇ(5) Ortalama	3,8000	3,0000	3,8000	4,4000	3,2000	4,6000	4,6000	4,6000
TEKSTİL(17 Ortalama)	2,7059	2,9412	3,2941	3,5882	2,4706	4,0588	3,4118	3,9412
DİĞER(16) Ortalama	3,5625	3,6875	3,8125	4,0000	3,5625	4,5000	4,0000	4,3750
Total (61) Ortalama	3,0328	3,0984	3,5410	4,0000	3,1803	4,2623	3,9180	4,2295
F	1,153	1,051	,477	1,030	2,354	,866	2,421	1,009
Sig.	,341	,389	,752	,400	,065	,490	,059	,411

Not: (T) kodları Tedarikçilerle Entegrasyona ilişkin değişkenleri, (M) kodları ise Müşteriler ve Talep yönetimine ilişkin değişkenleri temsil etmektedir.

Değerlendirmede, 1.Kesinlikle katılmıyorum, 2 Katılmıyorum, 3. Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum4.Katılıyorum, 5. Kesinlikle katılıyorum anlamına gelmektedir. Ortalamalarda da 3.4 ve altı değerler o değişkene ilişkin olumsuz değerlendirmeleri 3.5 ve üzeri değerler ise olumlu değerlendirmeleri içermektedir.

T1. (Entegre Envanter planlaması yapmak), Sektör bazında baktığımızda Gıda, Demir-çelik ve Tekstil sektörlerinde bu değişken ortalaması 3 değerinin altındadır yani bu sektörlerde Tedarikçilerle Entegre Envanter Planlaması konusunda web entegrasyonu kullanılmamaktadır. Sadece ilaç sektöründe 3.8 değerle 4 e yakın bir değer bulunmuştur. Yani bu sektörde envanter planlaması yapmak için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

T2: (Entegre tedarik zinciri yönetiminde bulunmak), Sektör bazında baktığımızda Gıda, Demir-çelik, Tekstil ve İlaç sektörlerinde bu değişken ortalaması 3 değerinin altındadır yani bu sektörlerde Tedarikçilerle Entegre Tedarik Zinciri Yönetiminde Bulunmak konusunda web entegrasyonu kullanılmamaktadır. Sadece diğer sektörlerde 3.7 değerle 4' e yakın bir değer bulunmuştur. Yani bu sektörde Entegre tedarik zinciri yönetiminde bulunmak için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

T3: (Entegre talep / tahmin yapmak), Sektör bazında baktığımızda Demir-çelik ve Tekstil sektörlerinde bu değişken ortalaması 3 değerinin altındadır yani bu sektörlerde Tedarikçilerle Entegre talep / tahmin yapma konusunda web entegrasyonu kullanılmamaktadır. Gıda, ilaç ve diğer grubundaki sektörlerde 4' e yakın bir değer bulunmuştur. Yani bu sektörde Entegre talep / tahmin yapmak için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

T4:(Entegre sipariş vermek, zaman planlaması yapmak ve kontrol sağlamak), Sektör bazında baktığımızda Gıda, Demir-çelik, İlaç, Tekstil ve diğer sektörlerde bu değişken ortalaması 3.58 ve bu değer üstündedir yani bu sektörlerde Tedarikçilerle Entegre sipariş vermek, zaman planlaması yapmak ve kontrol sağlamak için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

Tedarik entegrasyonuna ilişkin ortalamalara bakıldığında bazı sektör ortalamalarının bazı değişkenlere 3.5 üzerinde değer verdiği görülmüştür. Bu tespitlerden sonra:

H1. Sektöre göre firmaların tedarik süreçleriyle ilgili web entegrasyonunu kullanma oranları değişir.

Hipotezi test etmek için ANOVA analizi yapılmış (Tablo:4) ve F ve Sig. değerleri sırasıyla; FT1: 1,153 Sig.T1: ,341 > 0.05 , FT2: 1,051, Sig T2: ,389 > 0.05, FT3: ,477, Sig T3: ,752 > 0.05, FT4: 1.030 Sig T4: ,400 > 0.05 olduğundan bu hipotez ret edilmiştir. Çünkü sektör grupları arasında ortalama değerlerde istatistiksel olarak anlamlı bir fark gözlenmemiştir. Hipotez ret edilmiştir.

Talep yönetimine ilişkin (Tablo 4) M1(Piyasayı belirleyebilmek /Müşteri profilini oluşturabilmek için), M2(İnternette sipariş alabilmek / fatura gönderebilmek için), M3(Müşteri taleplerini belirleyebilmek için), M4(Müşteri ilişkilerini yönetebilmek için) değişkenlerine verilen cevap ortalamalarına bakılmış olup (Tablo:4'de) değerleri oluşturulmuştur.

M1: (Piyasayı belirleyebilmek /Müşteri profilini oluşturabilmek için), Sektör bazında baktığımızda Gıda, ve Diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerindedir. Tekstil, İlaç, Demir-çelik sektörlerinde ise altındadır. Yani bazı sektörlerde Piyasayı belirleyebilmek /Müşteri profilini oluşturabilmek için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

M2: (İnternette sipariş alabilmek / fatura gönderebilmek için), Sektör bazında baktığımızda Tekstil, İlaç, Demir-çelik, Gıda, ve Diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerindedir. Yani tüm sektörlerde İnternette sipariş alabilmek / fatura gönderebilmek için web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

M3: (Müşteri taleplerini belirleyebilmek için), Sektör bazında baktığımızda Gıda, İlaç, Demirçelik ve Diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerindedir. Tekstil,

sektörlerinde ise altındadır. Yani Tekstil hariç diğer sektörlerde Müşteri taleplerini belirleyebilmek için web tabanlı entegrasyondan yararlandığı söylenebilir.

M4: (Müşteri ilişkilerini yönetebilmek için), Sektör bazında baktığımızda Gıda, Tekstil, İlaç, Demir-çelik ve Diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerindedir. Yani bahsi geçen tüm sektörlerde Müşteri ilişkilerini yönetebilmek için web tabanlı entegrasyondan yararlandığı söylenebilir.

Talep entegrasyonuna ilişkin ortalamalara bakıldığında bazı sektör ortalamaları bazı değişkenlere 3.5 üzerinde değer almıştır.

H2.Sektöre göre firmaların talep yönetimi ile ilgili web entegrasyonunu kullanma oranları değişir (Tablo 4). Hipotezi test etmek için ANOVA testi yapılmış ve F ve Sig. değerleri sırasıyla; FM1: 2,354 Sig.M1: ,065 > 0.05, M2: ,866, Sig. M2: ,490> 0.05, FM3: 2,421, Sig M3: ,059> 0.05, FM4: 1,009, Sig M4: ,411 > 0.05 olduğundan bu hipotez ret edilmiştir. Çünkü sektör grupları arasında ortalama değerlerde anlamlı bir fark gözlenmemiştir. Hipotez ret edilmiştir.

H3. Sektöre göre firmaların WEB tabanlı uygulamalara yönelme nedenlerine ilişkin ortalamalarında anlamlı bir fark vardır. Hipotezi test etmek ve ortalama değerleri görmek ve sektöre göre firmaların web tabanlı uygulamalara yönelme nedenlerinin farklılık gösterip göstermediğine bakmak için (Tablo:5) oluşturulmuş ve bu tabloda ortalama değerler ile ANOVA test sonuçları verilmiştir.

Tablo5 : WEB Tabanlı Uygulamalara Yönelme Nedenleri

SEKTÖR	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12
GIDA(18) Ort	3,6667	2,3333	2,8889	2,5556	4,3333	4,7222	4,5000	4,4444	4,1111	4,1111	2,0000	4,2222
DEMİRÇE Ort. LİK(5)	3,6000	2,2000	4,0000	2,8000	4,4000	4,4000	4,0000	4,0000	3,2000	3,2000	1,8000	3,6000
İLAÇ (5) Ort.	4,0000	4,4000	3,8000	4,2000	4,2000	4,8000	4,4000	4,6000	4,0000	3,2000	3,0000	3,4000
TEKSTİL(Ort. 17)	3,1765	2,2353	2,8824	2,3529	4,8824	4,9412	5,0000	4,1765	2,8235	2,5882	1,7059	3,7647
DİĞER Ort. (16)	3,5625	3,0000	3,3750	3,2500	4,5000	4,4375	4,4375	4,3125	3,2500	3,4375	2,3125	3,6875
Toplam Ort. (61)	3,5246	2,6393	3,1803	2,8361	4,5246	4,6885	4,5738	4,3115	3,4426	3,3607	2,0656	3,8361
F	,460	3,252	1,023	2,018	1,739	2,906	2,884	,470	1,983	2,232	1,301	,871
Sig.	,764	,018	,403	,104	,154	,030	,031	,757	,110	,077	,281	,487

N1 : (Diğer şirketlerin web uygulamasına geçmiş olması) Tekstil sektörü hariç diğer sektörlerin ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve diğer şirketlerin web uygulamasına geçmiş olmalarından dolayı web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N2: (Tedarikçilerden gelen baskı) sadece ilaç sektöründe ortalama 3,5 üzerindedir ve tedarikçilerden gelen baskı nedeniyle web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlamışlardır.

N3: (Müşterilerden gelen baskı) Demir-çelik sektörünün ve ilaç sektörünün ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve müşterilerden gelen baskı nedeniyle web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N4: (Rakiplerimizin tehdit oluşturması) sadece ilaç sektöründe ortalama 3,5 değerinin üzerindedir ve rakiplerinin tehdit oluşturmasınedeniyle web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlamışlardır.

N5: (Yanıt verme veya geri dönüş yapma hızını arttırmak) Demir-çelik, ilaç, tekstil ve diğer sektörlerin ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve yanıt verme veya geri dönüş yapma hızını arttırmak için web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N6: (Hizmet ve desteği iyileştirmek) Gıda sektörü hariç Demir-çelik, ilaç, tekstil ve diğer sektörlerin ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve hizmet ve desteği iyileştirmek için web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N7: (Güvenilirliği ve teslimatı iyileştirmek) Gıda sektörü hariç Demir-çelik, ilaç, tekstil ve diğer sektörlerin ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve güvenilirliği ve teslimatı iyileştirmek için web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N8: (Beklenen maliyetleri azaltmak) Gıda sektörü hariç Demir-çelik, ilaç, tekstil ve diğer sektörlerin ortalaması 3.5 değerinin üzerindedir ve beklenen maliyetleri azaltmak için web tabanlı uygulamaları tercih etmektedirler.

N9: (Avrupa pazarına giriş yapmak) Sadece ilaç sektöründe ortalama 3,5 üzerindedir ve Avrupa pazarına giriş yapmak için web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlamışlardır.

N10: (Küresel pazara giriş yapmak)Küresel pazara giriş yapmak için web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlayan hiçbir sektör yoktur.

N11: (Yerel ortakların eksikliği) Yerel ortakların eksikliği nedeniyle web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlayan hiçbir sektör yoktur.

N12: (Daha büyük piyasa değerlemesi içinde bulunabilmek) Sadece tekstil sektöründe ortalama 3,5 üzerindedir ve daha büyük piyasa değerlemesi içinde bulunabilmek için web tabanlı uygulamaları kullanmaya başlamışlardır.

Yapılan ANOVA testinde N2, N6 ve N7 konularında grup (sektör) ortalamaları arasında anlamlı farklar bulunmuştur. N2 (Tedarikçilerden gelen baskı) F: 3,252 , Sig N2: ,018 < 0.05 , N6 (Hizmet ve desteği iyileştirmek) F: 2,906, Sig N6 : ,030< 0.05 , N7 (Güvenilirliği ve teslimatı iyileştirmek) F: 2,884, Sig N7 : ,031< 0.05 olduğundan sektörler göre bazı değişkenlerin ortalamalarında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu farkında nereden kaynaklandığını bulmak için POST HOC testi yapılmış olup N2 de farkın İlaç Sektörü ve Tekstil ile İlaç ve Gıda sektöründe olduğu sektör ortalamalarında anlamlı fark olduğu, N6 da farkın

Tekstil ve Diğer Sektör grubu arasında anlamlı olduğu, N 7 de ise Demir-çelik ve Tekstil sektörleri arasındaki farkın anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara bakarak H3: Sektöre göre firmaların WEB tabanlı uygulamalara yönelme nedenlerine ilişkin ortalamalar arasında anlamlı farklar vardır hipotezi kısmen kabul edilebilir.

Firma yöneticilerinin web tabanlı uygulamaların performans artışına ilişkin değerlendirmelerine bakılmıştır. Sektör bazında performans artışının kriterlerde büyük ölçüde olumlu artış olduğu değerlendirilmiştir (Tablo:6).

Tablo6: WEB Tabanlı Uygulamalardan Elde Edilen Faydalar ve Performans Algısı

SEKTÖR		F1	F2	F3	F4
GIDA (18)	Ort.	4,5556	4,3333	4,2222	4,2778
DEMİRÇELİK(5)	Ort.	3,4000	3,6000	3,4000	3,8000
İLAÇ(5)	Ort.	3,8000	3,8000	4,0000	4,2000
TEKSTİL(17)	Ort.	4,4706	4,1765	3,9412	3,4706
DİĞER(16)	Ort.	3,9375	4,0625	3,7500	3,6250
Total (61)	Ort.	4,2131	4,1148	3,9344	3,8361
	F	3,043	,657	1,055	1,817
	Sig.	,024	,624	,387	,138

F1: (Teslimat süresi hızlandı) Demir-çelik sektörü hariç diğerleri bu faydayı elde ettiklerini ifade etmektedirler.

F2 : (İşlem maliyetleri azaldı) Demir-çelik sektörü dahil hepsi bu faydayı elde ettiklerini ifade etmektedirler.

F3: (Karlılık arttı) Demir-çelik sektörü hariç diğerleri bu faydayı elde ettiklerini ifade etmektedirler.

F4: (Ciro arttı) Tekstil sektörü hariç diğerleri bu faydayı elde ettiklerini ifade etmektedirler.

H4. Sektöre göre firmaların performans artışına ilişkin ortalamalar arasında anlamlı fark vardır. Hipotezini test etmek için ANOVA testi yapılmış olup yapılan ANOVA testinde F1 (Teslimat süresi hızlandı) değişkeninde de sektör ortalamaları arasında anlamlı fark olduğu görülmüştür. F: 3,043, Sig: 0.024 < 0.005 olduğundan fark anlamlıdır. Ancak diğer değişkenlerde anlamlı bir fark gözlenmemiştir. F1(Teslimat süresi hızlandı) değişkenindeki farkın hangi sektörler arasında olduğunu bulmak için Post Hoc testi yapılmış olup farkın

Gıda ve Demir-çelik sektörleri ortalamaları arasında olduğu tespit edilmiştir. Diğer gruplar arasında bir fark gözlenmemiştir. Bu veriler ışığında H4 hipotezi kısmen kabul edilebilir. H5. Tedarik Entegrasyonuna ilişkin değerlendirmeler ile Performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı bir ilişki vardır. Hipotezi test etmek için korelasyon tablosu oluşturulmuştur (Tablo:7)

Tablo 7: Tedarik Entegrasyonu- Performans Değerlendirmeleri Korelasyon Tablosu

	T1	T2	T3	T4	F1	F2	F3	F4
T1(61) Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	,687** ,000	,547** ,000	,363** ,004	-,147 ,258	-,169 ,192	-,185 ,153	,024 ,853
T2 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,687** ,000	1	,708** ,000	,324* ,011	-,068 ,600	-,133 ,305	-,237 ,065	-,137 ,292
T3 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,547** ,000	,708** ,000	1	,584** ,000	,014 ,913	-,088 ,499	-,041 ,752	,109 ,402
T4 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	,363** ,004	,324* ,011	,584** ,000	1	,134 ,304	,133 ,308	,214 ,097	,206 ,111

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

T1,T2,T3, T4 değişkenlerinin kendi aralarında bir ilişkisi (korelasyon) vardır ancak, F değişkenleri ile T değişkenleri arasında .99 ve .95 güven aralığında herhangi bir anlamlı ilişki tespit edilememiştir. Bu veriler ışığında H5 hipotezi ret edilmiştir.

H6. Talep yönetiminde entegrasyona ilişkin değerlendirmeler ile performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı bir ilişki vardır hipotezini test etmek için korelasyon tablosu oluşturulmuştur. (Tablo:8).

Tablo 8: Performans Değerlendirmeleri – Talep Yön. Entegrasyonu Korelasyon Tablosu

	F1	F2	F3	F4	M1	M2	M3	M4
F1 Pearson Correlation	1	,776**	,528**	,404**	,022	,301*	,189	,172
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,866	,019	,145	,184
F2 Pearson Correlation	,776**	1	,584**	,468**	-,027	,393**	,146	,242
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,839	,002	,262	,060
F3 Pearson Correlation	,528**	,584**	1	,671**	-,253*	,153	,149	,093
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,049	,240	,251	,478
F4 Pearson Correlation	,404**	,468**	,671**	1	,009	,265*	,278*	,190
Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,943	,039	,030	,143

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

F1 ile M2 arasında .95 güven aralığında anlamlı ilişki vardır (,301)

F2 ile M2 arasında .99 güven aralığında anlamlı ilişki vardır (,393)

F3 ile M1 arasında .95 güven aralığında anlamlı ve ters yönde bir ilişki vardır. (-, 253)

F4 ile M2 ve M3 arasında .95 güven aralığında anlamlı ilişki vardır (,265), (,278)

Bu veriler ışığında H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Talep yönetimine ilişkin entegrasyonun performansı büyük ölçüde olumlu etkilediği düşüncesinin hakim olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

21. yüzyılın en önemli değerlerinden biri olan WEB tabanlı teknoloji ve uygulamaların özellikle lojistik faaliyetlerinde uygulanması şirketlerin hem entegrasyon hem de adaptasyon sürecinde avantaj sağlayacaktır. Yapılan araştırma sonucunda şirketlerin tedarikçileriyle web tabanlı süreç aşamalarında entegre envanter planlaması yapmak, entegre tedarik zinciri yönetiminde bulunmak, entegre talep ve tahmin yapmak, entegre sipariş vermek, zaman

planlaması yapmak ve kontrolü sağlamak konularında WEB tabanlı entegrasyonu tedarikçileriyle daha düşük oranlarda sağladıkları tespit edilmiştir.

Diğer yandan müşterilerle ilişkilerini iyileştirmek ve zinciri talep odaklı işletmek adına, müşterileriyle WEB tabanlı süreçleri; müşteri profilini oluşturmak, piyasayı belirlemek, internetten sipariş alabilmek, fatura gönderebilmek, müşteri taleplerini belirleyebilmek ve müşteri ilişkilerini yönetebilmek için kullandıkları ve bununda sektörler arasında farklı oranlarda olduğu tespit edilmiştir. Örneğin (Piyasayı belirleyebilmek /Müşteri profilini oluşturabilmek için), değerlendirmesine sektör bazında baktığımızda gıda, ve diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerinde bulunmuştur. (İnternetten sipariş alabilmek / fatura gönderebilmek için) değerlendirmesine bakıldığında sektör bazında;tekstil, ilaç, demir-çelik, gıda, ve diğer grubundaki tüm firmaların ortalamaları 3.5'in üzerinde bulunmuştur. (Müşteri taleplerini belirleyebilmek için), değerlendirmesine sektör bazında baktığımızda gıda, ilaç, demir-çelik ve diğer grubundaki firmaların ortalamaları 3.5'in üzerindedir. Tekstil sektöründe ise altındadır. Tekstil sektörü genelde fason üretim yapmakta sözleşmeli olarak ana yüklenici firmanın aktardığı işleri yapmaktalar. Dolayısıyla müşteri talebini belirlemek gibi bir konuya ihtiyaç duymadıkları düşünülmektedir. Bahsi geçen tüm sektörlerde (Müşteri ilişkilerini yönetebilmek için) web tabanlı entegrasyondan yararlanıldığı söylenebilir.

Tedarik ve Talep entegrasyonu oranlarına baktığımızda Talep entegrasyonunun daha fazla uygulandığı görülmektedir. Burada etki eden ana unsur olarak karşımıza Mersin Serbest Bölgesinde özellikle tekstil sektöründe faaliyet yürüten firmaların büyük ölçüde fason üretici konumunda olmaları ve adına üretim yaptıkları ana firmaların tedarik süreçleri ve tedarikçilerle ilişkiler konusunda belirleyici olmalarının etkili olduğu düşünülmektedir.

WEB tabanlı entegrasyona geçiş yapma nedenlerine ilişkin ise, bir çok faktör sorgulanmış, (yanıt verme veya geri dönüş yapma hızını arttırmak), (Hizmet ve desteği iyileştirmek), (Güvenilirliği ve teslimatı iyileştirmek), (Beklenen maliyetleri azaltmak), (Avrupa pazarına giriş yapmak) gibi faktörler öne çıkmıştır.

WEB tabanlı entegrasyondan ne gibi faydalar elde ettiklerine ilişkin ise; teslimat süresi hızlanması, işlem maliyetleri azalması, karlılık artışı ve ciro artışına ilişkin olumlu sonuçlar alındığına ilişkin sonuçlar elde edilmiştir.

Ayrıca ankete cevap veren işletmeler arasında Tedarik Entegrasyonu ile performansa ilişkin değerlendirmeler ile talep (müşteri ilişkileri) yönetimi entegrasyonu ile performansa ilişkin değerlendirmeler arasında ilişki olup olmadığı araştırılmış olup korelasyon tablosu hazırlanmıştır. Tedarik Entegrasyonuna ilişkin değerlendirmeler ile Performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı ilişkiler bulunamamıştır. Ancak Talep Yönetiminde entegrasyona ilişkin değerlendirmeler ile performansa ilişkin değerlendirmeler arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

İşletmelerden ankete cevap veren sayı Mersin Serbest Bölgede bulunan tüm işletmeleri kapsamamasına rağmen yine de anlamlı bir sonuç ortaya çıkmıştır. Çünkü üretim yapan işletmelerin yaklaşık olarak 61/204 üne ulaşılmış olması temsil gücünü artırmaktadır.

WEB tabanlı entegrasyonu tedarikçileriyle ve müşterileriyle hayata geçiren tüm işletmeler sorulara bir birlerine yakın ve 3,5 ortalamanın üzerinde değerlendirmeler yapmıştır. Bu da WEB tabanlı entegrasyon uygulamaların yaygınlaşmaya başladığı şeklinde yorumlanabilir. Bu konudaki tespitleri pekiştirmek adına daha fazla sayıda işletmeye ulaşarak tüm işletmelerin durumunu ortaya çıkaracak geniş araştırma yapmak uygun olacaktır. Ayrıca bu araştırmaları

diğer bölgelerde ve şehirlerde yapmak Türkiye geneli hakkında fikir elde etmek için uygun olacaktır.

Kaynakça:

- Armistead, C., Mapes, J. (1993) "The impact of supply chain integration on operating performance", *Logistics information management*, Vol. 6 Issue: 4, pp.9-14.
- Bhaskaran, S., (1998). Simulation analysis of a manufacturing supply chain. *Decision Science* 29 (3), 633–657.
- Cambra-Fierro, J. J., ve Polo-Redondo, Y. (2008). Creating satisfaction in the demand-supply chain: the buyers' perspective. *Supply chain management: An international journal*, 13(3), 211-224.
- Chong, A. Y. L., ve Zhou, L. (2014). Demand chain management: Relationships between external antecedents, web-based integration and service innovation performance. *International journal of production economics*, 154, 48-58.
- Devaraj, S., Krajewski, L., ve Wei, J. C. (2007). Impact of eBusiness technologies on operational performance: the role of production information integration in the supply chain. *Journal of Operations Management*, 25(6), 1199-1216.
- Esper, T. L., Ellinger, A. E., Stank, T. P., Flint, D. J., ve Moon, M. (2010). Demand and supply integration: a conceptual framework of value creation through knowledge management. *Journal of the academy of marketing science*, 38(1), 5-18.
- Frohlich, M. T., ve Westbrook, R. (2002). Demand chain management in manufacturing and services: web- based integration, drivers and performance. *Journal of operations management*, 20(6), 729-745.
- Heikkilä, J. (2002). From supply to demand chain management: efficiency and customer satisfaction. *Journal of operations management*, 20(6), 747-767.
- Hilletoft, P. and Ericsson, D. (2007), "Demand chain management: next generation of logistics management", *Conradi research review*, Vol. 4 No. 2, pp. 1-18.
- Hilletoft, P., Ericsson, D. and Christopher, M. (2009), "Demand chain management: a Swedish industrial case study", *Industrial Management ve Data Systems*, Vol. 109 No. 9, pp. 1179-96.
- Hilletoft, P. (2011). Demand-supply chain management: industrial survival recipe for new decade. *Industrial management ve data systems*, 111(2),184-211.
- Juttner, U., Christopher, M. and Baker, S. (2007), "Demand chain management: integrating marketing and supply chain management", *Industrial marketing management*, Vol. 36 No. 3, pp. 377-392.
- Lee, H.L, Billington,C, (1992). Managing supply chain inventory: Pitfalls and opportunities, *management review*, 65-73
- Lee, H. L., Padmanabhan, V., ve Whang, S. (1997). Information distortion in a supply chain: the bullwhip effect. *Management science*, 43(4), 546-558.
- Mabert, V.A., Venkataramanan, M.A.,(1998). Special research focus on supply chain linkages: challenges for design and management in the 21st century. *Decision Science* 29 (3), 537–552
- Metters, R. (1997). Quantifying the bullwhip effect in supply chains. *Journal of operations management*, 15(2), 89–100.

- Narasimhan, R., ve Jayaram, J. (1998). Causal Linkages in Supply Chain Management: An exploratory study of North American manufacturing Firms. *Decision sciences*, 29(3), 579–605.
- O’Leary-Kelly, S.W., Vokurka, R.J., (1998) The empirical assessment of construct validity. *Journal of Operations Management* 16, 387–405.
- Rainbird, M. (2004), “Demand and supply chains: the value catalyst”, *International Journal of Physical Distribution ve Logistics Management*, Vol. 34 Nos 3/4, pp. 230-51.
- Selen, W., ve Soliman, F. (2002). Operations in today’s demand chain management framework. *Journal of Operations Management*, 20(6), 667-673.
- Sun, H., ve Ni, W. (2012). The impact of upstream supply and downstream demand integration on quality management and quality performance. *International Journal of Quality ve Reliability Management*, 29(8), 872-890.
- Jüttner, U., Christopher, M., ve Baker, S. (2007). Demand chain management-integrating marketing and supply chain management. *Industrial marketing management*, 36(3), 377-392.
- Williams, T., Maull, R. and Ellis, B. (2002), “Demand chain management theory: constraints and development from global aerospace supply webs”, *Journal of operations management*, Vol. 20 No. 6, pp. 691-706.