

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KAPSAMINDA TEDARİKÇİ SEÇİM KRİTERLERİ ÜZERİNE GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA

An Empirical Research About Supply Chain Management Within Supplier Selection Criteria in Accommodation Enterprises

*Mehmet SARIOĞLAN**

ÖZET

Araştırmanın Amacı: Bu çalışma, konaklama işletmelerinin tedarikçi seçim kriterleri kullanım eğilimi düzeylerinin belirlenmesi, bu eğilimlerde hangi kriterlerin ön plana çıktığının saptanması ve bu kriterlerin ürünler itibariyle değişiklik arz edip etmediğinin ortaya çıkarılması amacıyla yapılmıştır.

Yöntem: Çalışma, Antalya ilinde faaliyet gösteren 199 beş yıldızlı otel işletmesinden 17'si ile yapılmıştır. Çalışmada tedarikçi seçiminde kullanılan kriterler Dickson'ın Tedarikçi Değerlendirme Ölçütleri kullanılarak oluşturulmuştur.

Bulgular ve Sonuçlar: Araştırmada konaklama işletmelerinin tedarikçi seçiminde kriterlere kullanım eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada tedarikçi seçiminde kullanılan kritere eğilim düzeyleri açısından ürünsel çeşitlilikte anlamlı farklılıklar ve benzerliklere ulaşılmıştır. Bu araştırma, konaklama işletmelerinde hizmet üretimi için tedarik edilen ürünler sınıflandırmaya (dayanaksız ürünler, yarı-dayanıklı ürünleri, dayanıklı ürünler, demirbaşlar) göre ayrıştırarak tedarikçi seçim kriterleri açısından seçim kriterlerinin birbirleriyle benzerliklerini veya farklılıklarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan ilk çalışma olması nedeniyle literatüre katkı sağlayabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Konaklama İşletmeleri, Tedarik Zinciri Yönetimi, Tedarikçi Seçim Kriterleri.

* Arş. Gör. Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.

ABSTRACT

Aim of the Search: This research is made because to determine the tendency level of suppliers criterias at accommodation enterprices , at this tendency s wich crieterias are at the foreground and this criterias on products if its important or not.

Method: This research is made in 17 hotel enterprices from 199 5 star hotels in Antalya which are active. At this research Dickson s supplier evaluation criteria s has been used.

Symptoms and Results: At this research we can see that the use of criteria s are very high for suppliers. And also the differences of products are important for supplier selections. The supplier selection is also made to decompose the products(expendable products , durable products and perdurable products). To see the similarity or differences between products. This research would help the literature cause it is the first research about suppliers tendency and selection.

Key Words: Accomodation Enterprices, Suply Chain Management, Supplier Selection Criteria.

1. GİRİŞ

Küreselleşme sonucu ekonomik sınırların ortadan kalkması işletmelerin rekabet güçlerini korumaları ve arttırabilmeleri açısından tedarik zinciri yönetimini kaçınılmaz hale getirmiştir (Nix, 2001: 29). Tedarik zinciri yönetimi, günümüz işletme çevresini şekillendiren değişikliklerin hızına erişebilmek için verilmiş bir cevap olarak ortaya çıkmıştır. Tedarik zincirleri; tedarikçiler, imalatçılar, perakendeciler ve tüketiciler arasında; (Paulraj and Chen, 2007: 31), iletişim projeleri ortak bir alan üzerinden takip etme ve üretme, tüketici isteklerinin en etkin ve verimli bir şekilde karşılanabilmesi, kaynakların en etkin biçimde kullanımı, verimliliği artırılması, maliyetlerin azaltılması, planlı, hızlı ve esnek bir tedarik sürecinin oluşturulması, üretim ve dağıtım zincirinin ortaya çıkarılabilmesi ve gerçekleştirilmesi temelleri üzerine ortaya çıkmış bir işletme yönetimi yaklaşımıdır (Ballou and others, 2000: 10). Tedarik zinciri yönetimi, ürünün ilk çıkış noktasından satış sonrası desteğe kadar büyük bir alanı kapsamaktadır. Tedarik zincirinin halkaların yüzlerce, hatta binlerce işletme bulunabilmektedir.

Bu karmaşık zincirin halkaları arasındaki bir kopma, bütün sistemi en başından sonuna kadar etkileyebilecektir (Folkerts and Koehorst, 1997:11-12).

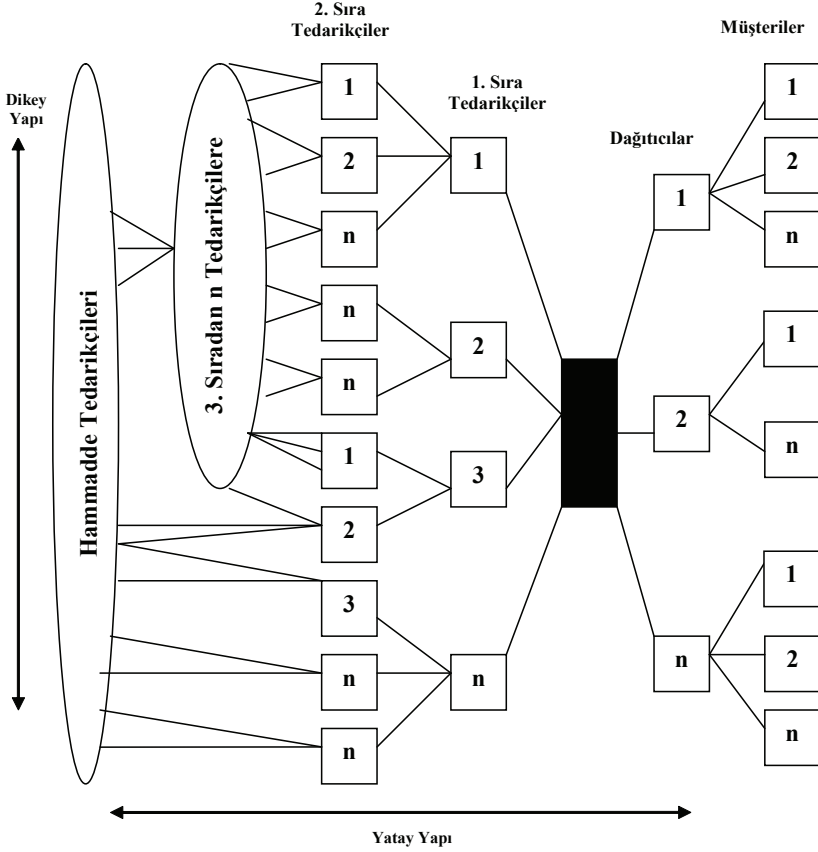
2. TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ KAVRAMI, FELSEFESİ VE İŞLEYİŞİ

Tedarik zinciri yönetimi ara ürün sağlayıcıları, üretim işlemleri, dağıtım kanalları ve alıcıları gibi birbirini tamamlayan bileşenlerin oluşturduğu bir sistem olarak da tanımlanabilmektedir (New, 1997: 20). Ürün veya hizmetin alıcıya ulaşana kadar geçtiği tüm basamaklar tedarik zincirinin bileşenlerini oluşturmaktadır (Paksoy, 2005: 435). Bir işletmenin tedarik zinciri; hammadde üreticileri, hammadde ve yarı mamulleri işlenmiş ürüne dönüştürenler yani imalat işlemleri sırasında tedarik işleri ile uğraşanlar ve son olarak bitmiş ürünleri dağıtım kanallarında nihai tüketiciye kadar ulaştırılmasını sağlayanların içinde bulunduğu unsurlardan oluşmaktadır (Wei ve diğ. 2007: 627-628).

Tedarik zinciri yönetiminin işletmecilik ve mühendislik olmak üzere iki bakış açısı vardır (Laskowska-Rutkowska, 2008: 189); işletmecilik açısından bakıldığında tedarik zincirinin işletmecilik konularını ilgilendiren boyutları kastedilmektedir. Diğer bir deyişle; tedarik zinciri sistem tasarımlarının pazarlama ve finansman fonksiyonlarına etkilerinin incelenmesidir. Tedarik zinciri yönetiminde işletmecilik bakışının yanı sıra mühendislik bakışı da mevcuttur. Bu bakışta; önemli olan işin fiziksel ve nicel yönleri ile işin yapılabilirliğidir. İşletmecilik bakışı, daha çok tüketici gereksinimlerine önem verirken, mühendislik bakışı sistem tasarımı için optimum çözüm bulmaya çalışmaktadır. Her ikisi de tedarik zinciri için eşit derecede önemli ve geçerli bakış açılarıdır (Yıldızöz, 2006: 58). Tedarik zinciri dinamik bir yapıdır ve sabit bilgi, ürün ve diğer tüm malzemelerin aşamalar arası akışını içermektedir. Tedarik zincirinin her aşaması değişik süreçlerden geçmekte ve tedarik zincirinin diğer aşamaları ile etkileşimli olmaktadır (Lambert and Cooper, 2000: 76). Bu zincirde tüketici en önemli yere sahiptir. Tedarik zinciri yönetiminin oluşturulmasında temel amaç, tüketici gereksinimlerini karşılarken işletmenin de kar elde etmesini sağlamaktır (Puigjaner and Lainez, 2008).

Tedarik zincirinin yapısal boyutlarını anlamak, tedarik zincirinin halkalarını analiz etmek ve modellemek için bir ön koşuldur. Şekil-1’de görüldüğü üzere tedarik zincirinin işleyişi ile ilgili olarak, dikey ve yatay yapı olmak üzere iki çeşit boyuttan söz edilebilir. Yatay yapı, tedarik zinciri boyunca mevcut olan basamakların sayısını ifade etmektedir. Tedarik zinciri, birçok basamaktan oluşacak şekilde uzun olabileceği gibi birkaç basamaktan oluşacak şekilde kısa da olabilir. Dikey yapı ise, şekilde de her bir basamakta gösterilen tedarikçi ve müşterilerin sayısını ifade etmektedir (Şen, 2007: 14).

Şekil-1: Tedarik Zinciri Yönetimi İşleyişi



1 Ana İşletmenin Tedarik Zinciri Üyeleri

Ana İşletme

Kaynak: Swaminathan and others, 1998: 609.

Bir felsefe olarak tedarik zinciri yönetiminde temel nokta, süreci oluşturan, tedarikçinin, üretici, dağıtıcının ve müşteri unsurlarının, bütünleşik tek bir sistem olarak düşünülmesi ile bu doğrultuda yönetim tekniklerinin geliştirilmesi ve bu tekniklerin uyumlu hale getirilmesine odaklanır. Nitekim işletmelerin tedarik zinciri yönetimini

etkin uygulayabilmeleri ancak bu felsefeyi benimsemeleri ile olmuştur (Mentzer and others, 2001: 7). Tedarik zinciri yönetimi; tedarik, üretim ve dağıtım sistemlerinin her geçen gün daha da entegre bir sisteme dönüştüğü, ana üreticiler ve alt üreticilerin ortak stratejiler geliştirerek, rekabetçi avantajlar sağlayacak şekilde yapılanmalarına yardımcı olan ortak bir yönetim felsefesidir (Kannabiran and Bhaumik, 2005: 340-341). Tedarik zinciri yönetimi olarak adlandırılan bu anlayıştaki bir felsefe işletme içi ve dışı lojistik faaliyetlerinin üretim, envanter, depolama gibi işletme faaliyetlerinin ve lojistik destek faaliyetlerinin entegrasyonunu gerektirmektedir (Goh and Garg, 2008: 64). Tedarik zinciri yönetimi; tedarikçi, üretici, toptancı, bayi, müşteri zincirindeki malzeme, bilgi ve para akışını koordine etmek ve yönetmek demektir. Tedarik zinciri yönetimi ile sadece işletme içindeki entegrasyon değil, tedarik zincirini oluşturan tüm işletmelerin entegrasyonu ifade edilmektedir. Temel amaç tüketici tatminini artırırken karı maksimize etmek ve daha verimli, daha düşük maliyetle çalışmaktır (Paksoy, 2005:436).

3. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE TEDARİKÇİ SEÇİMİNİN ÖNEMİ VE SEÇİM KRİTERLERİ

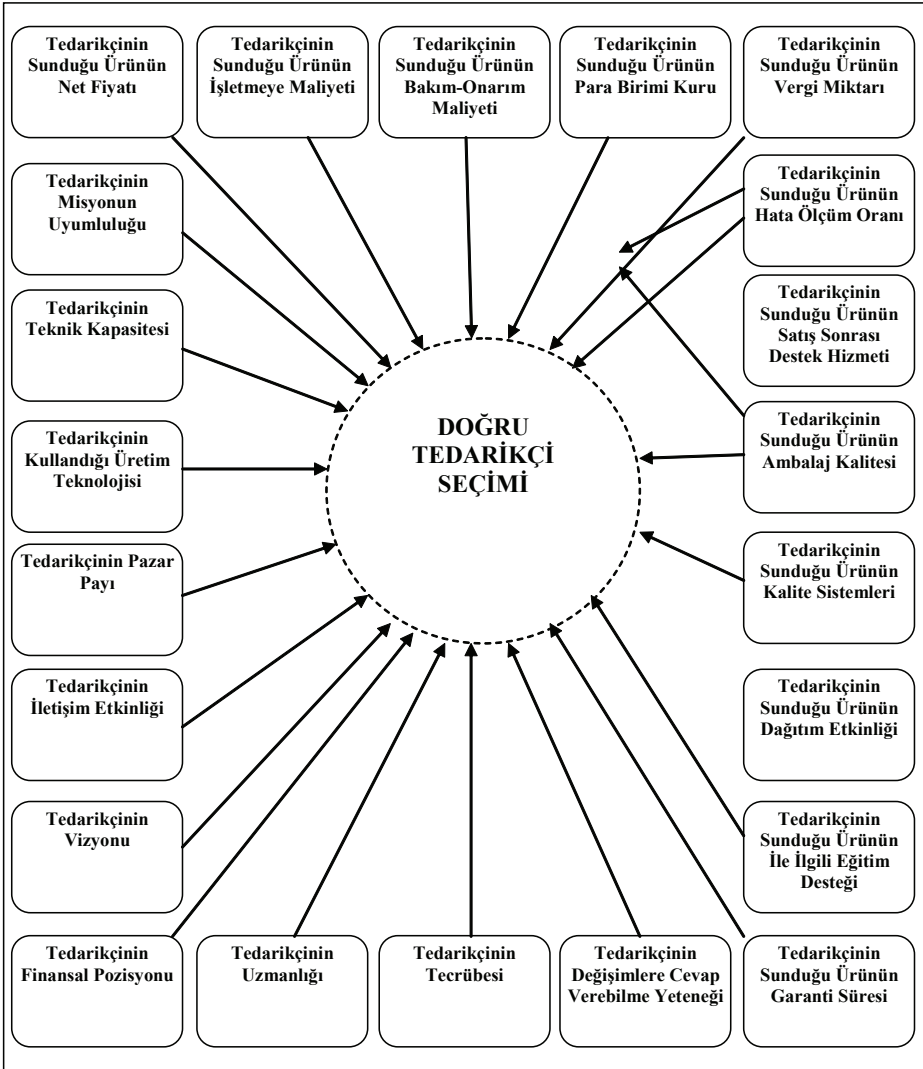
Günümüzde tedarik zinciri yönetiminin etkin şekilde işlerlik kazanması alt zinciri oluşturan halkaların direnci ile doğru orantılı olarak değişiklik göstermektedir. Tedarik zinciri yönetimi etkinliğine direkt etkide bulunan en önemli halka tedarikçi seçimi ve bu seçimde kullanılan kriterlerin önceliğidir (Avcıkurt ve diğ. 2010: 235). Tedarikçi seçim kriterleri işletmeler için karar verilmesi gereken en önemli problem ve bu probleme çözüm aranması gereken en önemli cevaplardan birisidir (Youssef and others, 1996: 1351). Özellikle son yıllarda tedarikçi seçiminde kriterlerin önemini destekleyici kayda değer çalışmalar ortaya çıkmıştır (Boer and Wegen, 2003: 109).

Tedarikçi seçimi ve kriterleri, işletme yapısı içinde farklı işlevlere hitap etmekle beraber hiyerarşik bir yapıda çok sayıda nicel ve nitel faktörleri kapsayan birçok amaçlı karar problemidir. Tedarikçi seçim kriterlerinde amaç, işletme ihtiyaçlarını makul bir fiyat düzeyinde sürekli ve sorunsuz olarak karşılayabilecek en yüksek nitelikteki muhtemel tedarikçi işletmeleri bulmaktır (Sarioğlan and others, 2010).

Konaklama işletmelerinin düşük maliyetli ve kaliteli ürün üretmeleri ancak doğru tedarikçi seçim kriterlerinin önceliklendirilmesiyle mümkün olabilmektedir. İşletmelerde doğru tedarikçi seçim kriterlerinin önceliklendirilmesi ürün satın alımında uygun maliyet sağlamanın yanında rekabet avantajının gelişimini de olumlu yönde etkilemektedir (Xia and Wu, 2007: 494). Bu çerçevede bileşik ürün üretilen konaklama işletmelerinde de tedarikçi seçim sürecinde seçim kriterlerinin önceliklendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu durum; konaklama işletmelerinin rekabet üstünlüğünü, maliyetlerini, müşteri memnuniyetini etkilediği gibi, tüketicilerinin de hayati fonksiyonlarının devamlılığında büyük rol oynamaktadır (Sarioğlan ve Avcıkurt, 2010: 343).

Tedarikçi seçimi için temel kriterler kabul edilen fiyat, kalite ve dağıtım performansının yanına gelişen teknoloji ve artan rekabetin bir sonucu olarak esneklik, yenilikçilik ve müşteri hizmetleri gibi yeni kriterler de eklenmiştir. Farklı sektörlerdeki farklı işletmelerin hem sektörlerinin gerekliliği hem de özel koşulları sebebiyle daha farklı kriterleri ana kriterlere ekledikleri görülmektedir (Civaroğlu, 2006: 16). Tedarikçi seçimi ile ilgili akademik literatür incelendiğinde genellikle Dickson'un oluşturmuş olduğu değerlendirme kriterleri kullanılmaktadır.

Şekil - 2: Konaklama İşletmelerinde Tedarikçi Seçim Kriterleri



Şekil-2’de yer alan kriterlerin kullanım eğilimi düzeyi yiyecek-içecek işletmelerinin üretim politikalarına göre farklılık gösterebilecektir. Ancak her işletme, üretim politikaları her ne olursa olsun, tedarikçi seçiminde etkinlik sağlayabilmek için Şekil-2’de yer alan kriterleri kullanmak durumundadır (Şen, 2007: 38). Burada önemli olan işletmenin, tedarik zinciri yönetimi çerçevesinde, tedarikçi seçim kriterlerini belirleyerek, öncelikli kriterleri etkin şekilde uygulayabilmeleridir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI, KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, konaklama işletmelerinin tedarik zinciri yönetimi uygulamalarında, zincirin verimliliğine direkt etki eden tedarikçi seçiminde kullanılan kriterlerin kullanım düzeyleri ve bu kriterlerin ürünlere göre değişiklik gösterip göstermediğini ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda ortaya çıkan sonuçta göre, konaklama işletmelerinde ön plana çıkan tedarikçi seçim kriterleri hiyerarşik olarak önceliklendirilebilecektir.

Antalya ilinde faaliyet gösteren 199 beş yıldızlı otel işletmesinden 17’si üzerinde uygulama yapılmıştır. Araştırmada, beş yıldızlı büyük ölçekli ve kurumsal yapısı güçlü olan konaklama işletmelerinin tercih edilmesinin en önemli nedeni, araştırmada elde edilecek olan verilerin güvenilirliği ve tedarikçi seçim kriterleri kullanım düzeylerinin küçük ölçekli kurumsallaşamamış işletmelere nazaran daha yüksek olmasıdır.

Araştırmanın uygulama kısmında verilerin toplanması amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Antalya’da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin hammadde tedarigi politikasını belirleyen genel müdür, satınalmadan sorumlu genel müdür yardımcısı yada satınalma müdürü ile karşılıklı görüşme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda Dickson’un oluşturduğu tedarikçi seçim kriterleri ürüne yönelik oluşturulan genel önermelere yanıtlar aranmıştır. Anket formu konaklama işletmesinin genel profilini belirlemeye yönelik sorular ve tedarikçi seçim kriterleri olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde tedarikçi seçim kriterlerinde ön plana çıkan kriterlerin tespiti yapılmış ve konaklama işletmelerinde hizmet üretimi için tedarik edilen ürünler sınıflandırmaya (dayanısız ürünler, yarı-dayanıklı ürünler, dayanıklı ürünler, demirbaşlar) göre ayrıştırılarak cevap aranmıştır. Bu yöntemin uygulanmasının en önemli nedeni, konaklama işletmelerinde hizmet üretimi için yaklaşık 3000 kalem ayrı ürüne gereksinim duyulmasıdır.

Anket formunun ikinci bölümünü oluşturan tedarikçi seçim kriterleri, 5’li Likert Tekniği kullanımı ile, dayanısız ürünler, yarı-dayanıklı ürünler, dayanıklı ürünler ve demirbaşlar için, ayrı ayrı sorulmuştur. Ürün sınıflandırılması ise tedarik edilecek olan ürünün depolama özelliklerine ve saklama koşullarına göre yapılmıştır. Daya-

nüksüz ürünler, kısa süre (1 haftaya kadar) depolanabilen ürünleri (meyve, sebze, vb.), yarı-dayanıklı ürünler, orta vadede (1 ay'a kadar) depolanabilen ürünleri (kurubaklagiller, dondurulmuş etler), dayanıklı ürünler, uzun vadede (1 yıl'a kadar) depolanabilen ürünleri (deterjan, meşrubat vb.), demirbaşlar (buz makinası, çamaşır makinası, masa, sandalye vb.) ise duran varlıkları temsil etmektedir. Elde edilen veriler SPSS istatistik programı ile analiz edilmiştir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLANMASI

Araştırmada veri toplamada kullanılan anket formunun ilk bölümü konaklama işletmesinin genel profilini belirlemeye yönelik olarak oluşturulmuştur. Bu bölümde anket formunun hangi statü tarafından doldurulduğu sorusu, %11,8 ile genel müdür, %5,9 ile genel müdür yardımcısı tarafından, ve %82,3 ile satınalma departmanı müdürü tarafından cevaplandırılmıştır. Anket formunun konaklama işletmesinin satınalma politikasını yönlendiren statüdeki yöneticiler tarafından doldurulması araştırmanın güvenilirliğini destekleyici bir etken olduğu ifade edilebilir.

Araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğu (%53,0) Antalya merkezde ve 6-10 yıl arasında (%53) faaliyet göstermektedir. Araştırmaya katılan işletmelerin büyük kısmının orta ve uzun vadede faaliyet göstermeleri, kısa vadede faaliyet gösteren işletmelere nazaran, daha kurumsal satın alma politikası oluşturdukları sonucunu ortaya çıkarılabilir. Bu durum ise araştırma da istenilen verilerin güvenilirliğini desteklemektedir.

Araştırmaya katılan işletmeler ürün seçiminde etkili olan faktörler açısından bakıldığında %53,0 ile satınalma departmanının, %35,2 ile ürünün satın alınacağı departmanının ve sadece %11,8 ile tedarikçi seçim kriterlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu veriler doğrultusunda konaklama endüstrisinde kurumsallaşma bakımından lider konumda olan işletmelerin bile tedarikçi seçiminde oldukça küçük bir oranla tedarikçi seçim kriterlerini dikkate aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca göre; yapılan araştırmanın anlamlı olduğu ifade edilebilir.

Araştırma çalışmasında belirlenen diğer bir sonuç ise satın alma departmanına verilen önemin yetersiz olduğudur. Bu sonuca, satın alma personelinin toplam personel sayısının %1'inden bile düşük bir oran (%0,84) doğrultusunda ulaşılmıştır. Oysaki konaklama işletmelerinde elde edilen cironun yaklaşık %60'ı hammadde temini için tahsis edilmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel Profilleri

| Demografik Özellikler | Frekans (n) | (%) | Demografik Özellikler | Frekans (n) | (%) |
|--|-------------|------|--|-------------|------|
| <u>İşletmedeki Pozisyonunuzu Belirtiniz</u> | | | <u>İşletmenizin Faaliyet Bölgesi</u> | | |
| Genel Müdür | 2 | 11,8 | Merkez | 9 | 53,0 |
| Genel Müdür Yard. | 1 | 5,9 | Side | 1 | 5,9 |
| Satınalma Müdürü | 14 | 82,3 | Kemer | 5 | 29,3 |
| Satınalma Personeli | 0 | 0 | Alanya | 1 | 5,9 |
| Diğer | 0 | 0 | Diğer | 0 | 0 |
| Eksik veri | 17 | 100 | Eksik Veri | 17 | 100 |
| TOPLAM | | | TOPLAM | | |
| <u>İşletmenizin Faaliyet Süresi</u> | | | <u>İşletmenize Tedarikçi Seçiminde Etkili Olan Faktörleri Belirtiniz</u> | | |
| 2 yıldan az | 0 | 0 | Satınalma Departmanı | 9 | 53,0 |
| 2-5 yıl arası | 3 | 17,6 | Ürünün Alınacağı Departman Yöneticisi | 6 | 35,2 |
| 6-10 yıl arası | 9 | 53,0 | Tedarikçi Seçim Kriterleri | 2 | 11,8 |
| 11-15 yıl arası | 3 | 17,6 | Diğer | 0 | 0 |
| 16 yıldan fazla | 2 | 11,8 | Eksik Veri | 0 | 0 |
| Eksik veri | 0 | 0 | TOPLAM | 17 | 100 |
| TOPLAM | 17 | 100 | | | |
| İşletmenizde yoğun sezonda çalışan toplam personel sayısını belirtiniz* | | | | 8130 | |
| İşletmenizde yoğun sezonda çalışan toplam satınalma personeli sayısını belirtiniz* | | | | 69 | |
| Aritmetik Ortalama* _ | | | | 0,084 | |

*Araştırmaya katılan toplam 17 işletmenin verileri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünü oluşturan tedarikçi seçim kriterleri, 5'li Likert Tekniği kullanımı ile, dayanıksız ürünler, yarı-dayanıklı ürünler, dayanıklı ürünler ve demirbaşlar için, ayrı ayrı sorulmuştur. Bu bölümde amaç tedarikçi seçiminde kullanılan kriterlerin ürünsel sınıflarındaki farklılıklarını ve benzerliklerini saptamaktır. Bu benzerlikler ve farklılıklar, elde edilen verilerin aritmetik ortalamaları yardımıyla ortaya çıkarılmaktadır. Ürün sınıflandırılması ise tedarik edilecek olan ürünün de-

polama özelliklerine ve saklama koşullarına göre yapılmıştır. Dayanaksız ürünler, kısa süre (1 haftaya kadar) depolanabilen ürünleri (meyve, sebze, vb.), yarı-dayanıklı ürünler, orta vadede (1 ay'a kadar) depolanabilen ürünleri (kurubaklagiller, dondurulmuş etler), dayanıklı ürünler, uzun vadede (1 yıl'a kadar) depolanabilen ürünleri (derjan, meşrubat vb.), demirbaşlar (buz makinası, çamaşır makinası, masa, sandalye vb.) ise duran varlıkları temsil etmektedir.

Araştırma çalışmasının ikinci bölümünde elde edilen veriler Tablo-2 de gösterilmektedir. Tedarikçinin sunduğu ürünün net fiyatı ile tedarikçinin sunduğu ürünün işletmeye maliyetinin konaklama işletmeleri tarafından tüm ürün sınıflarında önemsenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Tedarikçinin sunduğu ürünün bakım-onarım maliyeti demirbaş ürünlerde büyük önem arz ederken diğer ürünlerde kayda değer bir önem taşımadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tedarikçinin sunduğu ürünü ödeme vadesi tüm ürün sınıfları açısından önem arz etmesine rağmen, tedarikçinin sunduğu ürünün para birimi kurunun konaklama işletmeleri açısından kayda değer bir önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır. Konaklama işletmeleri tarafından tedarikçilerin sunduğu ürünlerin vergi miktarları ve hata ölçüm oranları demirbaş ürünlerde önemsenirken diğer ürün sınıflarında demirbaş ürünlere nazaran daha az önemsendiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Tedarikçilerin sunduğu ürünlerde satış sonrası destek hizmetleri ürün sınıflarının hepsinde önemliken, demirbaş ürünlerde hayati derecede önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tedarikçinin sunduğu ürünün ambalaj kalitesi, üründe kullandığı kalite sistemleri, ürün dağıtım etkinliği ve ürünle ilgili olarak değişime cevap verebilme yeteneği ürün sınıfları itibariyle önemsenmekle birlikte birbirleriyle yakın oranlara tekabül etmektedirler.

Tedarikçinin sunduğu ürün ile ilgili vereceği eğitim desteğinin demirbaş ürünlerle dayanıklı ürünlerde önemli kabul edilirken, dayanaksız ve yarı dayanıklı ürünlerde kayda değer bir öneme sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tedarikçinin sunduğu ürünün garanti süresi, demirbaş ürünlerde ve dayanıklı ürünlerde diğer ürün sınıflarına göre daha çok dikkate değer bulunmaktadır. Tedarikçinin sunduğu ürünle ilgili tecrübesi ve ürünle ilgili uzmanlığı ürün sınıfları itibariyle önemsenmekle birlikte birbirleriyle yakın oranlarla temsil edilmektedir.

Konaklama işletmeleri, tedarikçilerin sunduğu ürünlerle ilgili finansal pozisyonlarını dikkate değer bulmamaktadırlar. Tedarikçinin sunduğu ürünle ilgili vizyonu demirbaşlarda diğer ürün sınıflarına göre daha çok önemsendiği belirlenmiştir. Tedarikçinin sunduğu ürünle ilgili iletişim etkinliği tüm ürün gruplarında önemsenmektedir. Tedarikçinin sunduğu ürünler ilgili pazar payı demirbaş ve dayanıklı ürünlerde önemsenirken dayanaksız ve yarı dayanıklı ürünlerde daha az önemsenmektedir. Tedarikçinin sunduğu ürünle ilgili kullandığı üretim teknolojisi ve teknik kapasitesi ürün sınıfları itibariyle önemsenmekle birlikte birbirleriyle yakın oranlarla katılım gerçekleştirmiştir.

Tablo 2. Tedarikçi Seçim Kriterleri Kullanım Eğilimleri

| Tedarikçi Seçim Kriterleri | Dayanaksız Ürünler | Yarı Dayanıklı Ürünler | Dayanıklı Ürünler | Demirbaşlar |
|---|---------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------|
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Net Fiyatı</u> | 4,53 | 4,65 | 4,71 | 4,65 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>İşletmeye Maliyeti</u> | 4,82 | 4,82 | 4,82 | 4,88 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Bakım-Onarım Maliyeti</u> | 3,29 | 3,53 | 3,94 | 4,70 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Ödeme Vadesi</u> | 4,59 | 4,65 | 4,65 | 4,65 |
| Tedarikçinin Sunduğu Üründe <u>Kullandığı Para Birimi Kuru</u> | 2,76 | 2,88 | 3,24 | 3,47 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Vergi Miktarı</u> | 3,59 | 3,53 | 3,71 | 4,00 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Hata Ölçüm Oranları</u> | 3,75 | 3,87 | 3,75 | 4,65 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Satış Sonrası Destek Hizmeti İmkani</u> | 4,65 | 4,76 | 4,76 | 5,00 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Ambalaj Kalitesi</u> | 4,65 | 4,82 | 4,65 | 4,23 |
| Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı <u>Kalite Sistemleri</u> | 4,59 | 4,59 | 4,76 | 4,76 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Dağıtımının Etkinliği</u> | 4,82 | 4,82 | 4,81 | 4,67 |

| | | | | |
|--|------|------|------|------|
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Olarak <u>Değişimlere Cevap Verebilme Yeteneği</u> | 4,44 | 4,41 | 4,29 | 4,59 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Eğitim Desteği</u> | 3,35 | 3,59 | 4,29 | 4,59 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün <u>Garanti Süresi</u> | 4,41 | 4,59 | 4,88 | 4,94 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Tecrübesi</u> | 4,35 | 4,41 | 4,65 | 4,65 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Uzmanlığı</u> | 4,47 | 4,47 | 4,65 | 4,59 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Finansal Pozisyonu</u> | 3,59 | 3,65 | 3,65 | 3,82 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Vizyonu</u> | 3,88 | 3,88 | 3,65 | 4,12 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>İletişim Etkinliği</u> | 4,82 | 4,82 | 4,00 | 4,82 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Pazar Payı</u> | 3,82 | 3,94 | 4,12 | 4,00 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Kullandığı Üretim Teknolojisi</u> | 4,24 | 4,18 | 4,41 | 4,70 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili <u>Teknik Kapasitesi</u> | 4,12 | 4,06 | 4,35 | 4,82 |
| Tedarikçi ile Yapılan Ticaretin Miktarı | 4,12 | 4,06 | 4,00 | 4,00 |
| Tedarikçinin Finansal Pozisyonu | 3,63 | 3,63 | 3,62 | 3,81 |

| | | | | |
|-------------------------------------|------|------|------|------|
| Tedarikçinin İletişimi | 4,63 | 4,63 | 4,62 | 4,69 |
| Tedarikçinin Sektördeki İmajı | 4,81 | 4,81 | 4,87 | 4,87 |
| Tedarikçinin Gelişime Açıklığı | 4,81 | 4,25 | 4,31 | 4,37 |
| Tedarikçinin Teknik Kapasitesi | 4,00 | 4,25 | 4,63 | 4,81 |
| Tedarikçinin Teknolojik Yatırımları | 4,65 | 4,19 | 4,38 | 4,56 |

Araştırmada tedarikçi seçiminde tedarikçiyle yapılan ticaretin miktarı tüm ürün sınıfları itibariyle önemsenmesine rağmen tedarikçinin finansal durumuna tüm ürün sınıfları itibariyle dikkate değer bir önem düzeyinde katılım gerçekleşmemiştir. Tedarikçinin iletişim etkinliği, sektördeki imajı, gelişime açıklığı, teknik kapasitesi, teknolojik yatırımları ürün sınıfları itibariyle önem arz etmekle birlikte birbirleriyle yakın oranlarda katılıma rastlanılmıştır.

6. SONUÇ

Çalışma literatür taraması ve araştırma kısmı olmak üzere iki bölümden oluşturulmuştur. Çalışmanın birinci bölümünde konaklama işletmelerinde tedarik zinciri yönetimi ve işleyiş şekli, tedarikçi seçimi ve önemi üzerine yazınsal tarama yapılmıştır. Bu yazınsal tarama sonucunda konaklama işletmelerinde tedarik zinciri yönetiminin en önemli halkalarından birisi olan tedarikçi seçiminin işletmenin rekabet gücü, pazar payı etkinliği gibi konularda büyük önem arz ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise; konaklama işletmelerinin tedarikçi seçiminde kriter kullanım eğilimleri ölçülmüştür. Araştırma sonucunda; konaklama işletmelerinde kriter kullanım eğilimlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Elde edilen verilerin diğer bir sonucu da, konaklama işletmelerinde ürün sınıfları açısından çok büyük bir farklılık arz etmemesine rağmen kriterlerin kullanım eğilimlerinin demirbaş ürünlerde diğer ürünlere nazaran daha yüksek olduğudur. Bunun en büyük sebebi olarak da tedarik edilecek olan ürünün diğer ürünlere nazaran daha uzun süre kullanımının olduğu ifade edilebilir. Bu çalışmanın konaklama işletmelerinde tedarik zinciri yönetimi çerçevesinde tedarikçi seçim kriterleri kullanımı eğilimleri açısından yapılacak olan çalışmalara temel teşkil etmesi amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Avcıkurt, C., Sarioğlan, M., aylı, B ve Saylan U., (2010). Fast-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri ile Slow-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri Arasındaki Tedarikçi Seçim Kriterleri Kullanım Eğilimleri Açısından Benzerliklerinin ve Farklılıklarının Araştırılması (İzmir Yöresinde Bir Araştırma). *11. Ulusal Turizm Kongresi (2-5 Aralık 2010) Bildiriler Kitabı*. Kuşadası. ss. 334-345.
- Ballou, R., Gilbert S.M. and Mukherjee a., (2000). New Managerial Challenges From Supply Chain Opportunities, *Industrial Marketing Management*. Volume: 29. Issue: 1. pp. 7-18.
- Boer, D.L., Wegen, V.D., (2003). Practice And Promise Of Formal Supplier Selection: A Study Of Four Emprical Cases, *Journal of Purchasing & Supply Management*. Volume: 9. Issue: 3. pp. 109-118.
- Civaroğlu, G., (2006). *Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları ve Performans Üzerine Etikilerinin Analizi*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne.
- Dickson, G.W., (1966). An Analysis of Vendor Selection: System and Decision. *Journal of Purchasing*. Volume:1. Issue: 2. pp. 5-12.
- Goh, M. Garg, M, (2008). Change An Automotive Co-Making Supply Chain Work. *Asian Journal of Management Cases*. Volume: 5. Issue: 2. pp. 56-71.
- Folkerts, H. and Koehorst, (1997). Challenges In International Food Supply Chain: Vertical Co-ordination In The European Agribusiness and Food Business. *Supply Chain Management*, Volume: 2. Issue: 1. pp. 11-14.
- Kannabiran, G. and Bhaumik S. (2005). Corporate Turaround Through Effective Supply Chain Management: The Case of a Leading Jewellery Manufacturer in India, *Supply Chain Management: An International Journal*. *Emerald Group Publishing*. Volume: 10. Issue: 5. pp. 340-348.
- Lambert D.M. and Cooper C.M., (2000). Issues In Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*. Volume: 29. Issue: 1. pp. 65-83.
- Laskowska R.A. (2008). The Architecture Of Super-Responsive Supply Chain. *VI. International Logistic & Supply Chain Congress*. 6-7 November 2008. pp. 189-194.
- Mentzer, J.T., Dewitt W., Keebler J.S., Min S., Nix N.W., Smith C.D. and Zacharia Z.G., (2001). What Is Supply Chain Management?. *Sage Publication*. California.
- New, S.J., (1997). The Scope Of Supply Chain Management Research. *Supply Chain Management*. Volume: 2. Issue: 1. pp. 15-22.
- Nix, W. N., (2001). Supply Chain Management In Global Enviroment. *Supply Chain Management*. Ed. John T. Mentzer. California: Sage Publication.

- Paksoy, T., (2005). Tedarik Zinciri Yönetiminde Dağıtım Ağlarının Tasarımı ve Optimizasyonu: Malzeme İhtiyaç Kısıtı Altındaki Stratejik Bir Üretim-Dağıtım Modeli. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Sayı: 14. ss. 435-454.
- Paulraj, A. and Chen I., (2007). Strategic Supply Management And Dyadic Performance: A Path Analytical Model. *The Journal Of Supply Chain Management*. Volume: 41. Issue: 3. pp. 4-18.
- Puigjaner, L. and Lainez J.M., (2007). Capturing Dynamics in Integrated Supply Chain Management. *Computers and Chemical Engineering*. Volume:32. Issue:11. pp. 2582-2605.
- Sarioğlan, M., Avcıkurt, C., Doğdubay, M., Vatansever, B. (2010). *Supplier Selection In Supply Chain Management of Accomodation Enterprises (A Research In The Hotel Of Turkey)*. 24th European Conference on Operational Research (11-14 July 2010). Lisbon-Portugal.
- Sarioğlan, M., Avcıkurt, C., (2010). *Tedarik Zinciri Yönetimi İşleyişi Çerçevesinde Konaklama İşletmelerine Tedarikçi Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesi Yöntemi Teorik Örneği*. V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi (27-30 Mayıs 2010). Nevşehir.
- Swaminathan, J.M., Smith, S.F. and Sadeh N.M., (1998). Modeling Supply Chain Dynamics: A Multiagent Approach. *Journal of Decision Science*. Volume: 29. Issue: 3. pp. 607-632.
- Şen, E., (2006). Kobi'lerin Uluslararası Rekabet Güçlerini Arttırmada Tedarik Zincir Yönetiminin Önemi. *T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi*.
- Wei, C.C., Liang, G.S. and Wang M.J., (2007). A Comprehensive Supply Chain Management Project Selection Framework Under Fuzzy Enviroment. *International Journal of Project Management*. Volume: 25.Issue: 6. pp. 627-636.
- Xia, W. Wu, Z., (2007). Supplier Selection With Multiple Criteria In Volume Discount Enviroments. *The International Journal Of Management Science*. Volume: 35. Issue: 5. pp. 494-504.
- Yıldızöz, H., (2006). *Tedarik Zinciri Yönetimi ve Bir Uygulama*, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Youssef, M.A., Zairi, M., Mohanty B., (1996). Supplier Selection in An Advanced Manufacturing Technology Environment: An Optimization Model. *Benchmarking for Quality Management & Technology*. Volume: 3. Issue: 4. pp. 60-72.