

**FAST-FOOD YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİ İLE SLOW-FOOD  
YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİ ARASINDAKİ TEDARİKÇİ SEÇİM  
KRİTERLERİ KULLANIM EĞİLİMLERİ AÇISINDAN  
BENZERLİKLERİNİN VE FARKLILIKLARININ ARAŞTIRILMASI  
(İZMİR YÖRESİNDE BİR ARAŞTIRMA)**

**Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT<sup>1</sup>  
Arş. Gör. Mehmet SARIOĞLAN<sup>2</sup>  
Beril ÇAYLI<sup>3</sup>  
Uğur SAYLAN<sup>4</sup>**

**ÖZET**

Bu çalışma, yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçimi kriterleri kullanım eğilimlerinin düzeylerini belirlenmesi ve bu eğilimlerde fast-food yiyecek-içecek işletmeleri ile slow-food yiyecek-içecek işletmeleri arasındaki tedarikçi seçim kriterleri kullanım eğilimlerinin benzerliklerini ve farklılıklarını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma İzmir İl merkezinde faaliyet gösteren 15 slow-food ve 15 fast-food olmak üzere toplam 30 adet yiyecek-içecek işletmesi ile yapılmıştır. Çalışmada Tedarikçi Seçiminde Kullanılan Kriterler Dickson'ın Tedarikçi Değerlendirme Ölçütleri kullanılarak oluşturulmuştur. Araştırmada yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçiminde kriter kullanma eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmada tedarikçi seçiminde kriter kullanım eğilim düzeyleri açısından fast-food yiyecek-içecek işletmeleri ile slow-food yiyecek-içecek işletmeleri arasında anlamlı farklılıklar ve benzerliklere ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yiyecek-içecek İşletmeleri, Tedarikçi Seçim Kriterleri.

**Giriş**

Slow-Food tedariki ve hazırlanması zaman isteyen geleneksel yiyecek-içecekleri ifade etmektedir. Slow-Food, Fast-Food kültürüne karşı bir tepki olarak ortaya çıkarılmış olan bir akım niteliğindedir. Slow-Food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerin yiyecek-içecekleri genellikle Fast-Food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelere nazaran daha sağlıklıdır. Slow-Food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmeler Fast-Food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerine göre nitelikleri ve hizmet kalitesi daha yüksek olan işletmelerdir (Yurtseven, 2006). Dolayısıyla iki işletmede yiyecek-içecek hizmeti sunmasına rağmen ürün tedariklerinden, tüketiciler üzerinde uygulanan pazarlama politikalarına kadar tüm işleyiş farklılık arz etmektedir. Bu çalışmada ise Slow-Food hizmet sunan yiyecek-içecek işletmeleri ile Fast-Food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerin tedarik süreçlerindeki kullandıkları tedarikçi seçim teknikleri incelenmiştir.

Bireysel ve iş yaşamlarında kararın verildiği kadar, kararın ne zaman ve nasıl verildiği de önemlidir. Tercihlerin belirlenmesi sürecinde farklı unsurların etken olduğu göz-

<sup>1</sup> Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,

<sup>2</sup> Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,

<sup>3</sup> Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

<sup>4</sup> Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

lenmektedir. Tercihlerin belirlenmesi sürecinde kararın çok çabuk verilmesi zararlı olabileceği gibi geciktirilmesi de olumsuz etkiler yapabilir. Kararlardan pişman olmamak ve zarar görmemek için sistematik ve kapsamlı bir yaklaşımla karar verilmesi gerekmektedir. Karar verme, yaşam kalitesini arttırmak ve hayatın amacını gerçekleştirmek için gerekli görülmektedir (Atay ve Özdağoğlu, 2008; 78).

Günümüzde tedarik zinciri kavramının gelişmesine bağlı olarak alıcı-tedarikçi ilişkileri, kısa süreli ilişkilerin kurulduğu rekabete dayalı alım-satımların gerçekleştirildiği ilişkilerden çok daha öteye, uzun süreli ilişkilerin kurulduğu iş ortaklıkları olarak nitelendirilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla bu tür uzun süreli ilişkilerin kurulacağı tedarikçilerin seçimi kararı firma yöneticileri için kritik bir karar süreci olarak ele alınmalıdır (Türer ve diğ., 2008; 38). Bu çerçevede tedarikçi seçimi işletmeler için en önemli konulardan birisi olarak literatürde yerini almıştır (Monczka and others, 2009; 41).

Yiyecek-içecek işletmelerinde tedarikçi seçimi diğer işletmelere nazaran çok daha fazla çaba gerektirmektedir. Nitekim yiyecek-içecek işletmeleri bünyesinde yemek ve içecek üretimini gerektirmesi ve bu ürünlerin üretimi ve sunumu için yaklaşık 3000 farklı ürün kullanılması, tedarik edilen ürünün tümünün etkin şekilde yapılmasını gerektirmektedir (Avcıkurt ve diğ., 2010). Yiyecek-içecek işletmelerinde üretimin karmaşık bir süreç içermesi tedarikçi seçim kriterlerinin önemini ön plana çıkarmaktadır (Smith and Xiao, 2008).

### **1.YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE TEDARİKÇİ SEÇİMİNİN ÖNEMİ**

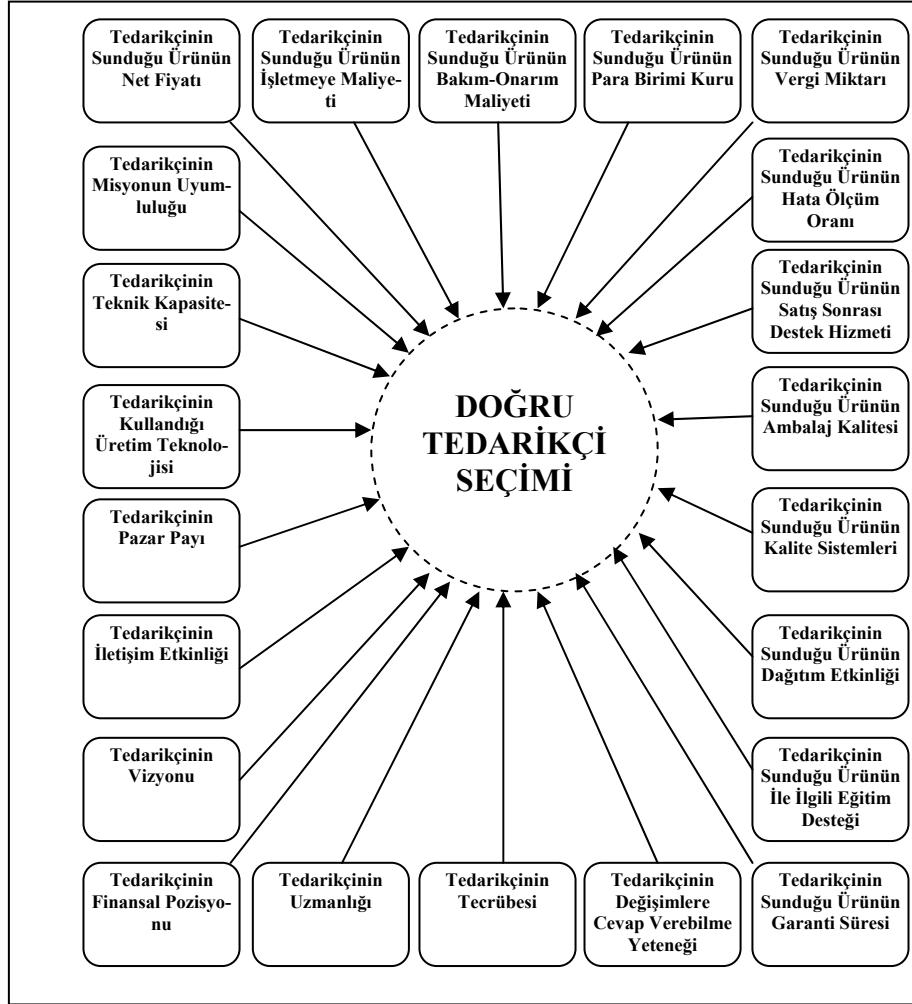
İşletmeler için verilmesi gereken en önemli problem ve bu probleme çözüm aranması gereken en önemli cevaplardan biri, tedarikçi seçimidir (Youssef and others, 1996; 1351). Özellikle son yıllarda tedarikçi seçiminin önemini destekleyici kayda değer çalışmalar ortaya çıkmıştır (Boer and Wegen, 2003; 109). Tedarikçi seçimi, işletme yapısı içinde farklı işlevlere hitap etmekle beraber hiyerarşik bir yapıda çok sayıda nicel ve nitel faktörleri kapsayan birçok amaçlı karar problemidir (Fedotova ve Ferreira, 2010; 71). Tedarikçi seçiminde amaç, şirket ihtiyaçlarını makul bir fiyat düzeyinde sürekli ve sorunsuz olarak karşılayabilecek en yüksek nitelikteki muhtemel tedarikçi işletmeleri tanımlamaktır. Seçim işlemi, ortak ölçütler kümesi kullanılarak tedarikçilerin genel karşılaştırmasıdır (Sarjami and Caccetta, 2010; 124).

Yiyecek-içecek işletmelerinin düşük maliyetli ve kaliteli ürün üretmeleri ancak doğru tedarikçi seçimiyle mümkün olabilmektedir (Glock, 2008; 332). Yiyecek-içecek işletmelerinde doğru tedarikçi seçimi ürün satın alımında uygun maliyet sağlamanın yanında rekabet avantajının gelişimi de olumlu yönde etkilemektedir (Xia and Wu, 2007; 494). Bu çerçevede şekilde bileşik ürün üretilen yiyecek-içecek işletmelerinde de tedarikçi seçim süreci büyük önem arz etmektedir. Yiyecek-İçecek işletmelerin rekabet üstünlüğünü, maliyetlerini, müşteri memnuniyetini etkilediği gibi, tüketicilerin hayati fonksiyonlarının devamlılığında da büyük rol oynamaktadır. Bu veriler ışığında yiyecek-içecek işletmelerinde tedarikçi seçiminin diğer işletmelere nazaran daha karmaşık ve hassas bir konudur olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir (Avcıkurt ve diğ., 2010).

## 2.YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE TEDARİKÇİ SEÇİM KRİTERLERİ

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 eklenmiştir. Farklı sektörlerdeki farklı işletmelerin hem sektörlerinin gerekliliği hem de özel koşulları sebebiyle daha farklı kriterleri ana kriterlere ekledikleri görülmektedir. Tedarikçi seçim sürecinde ele alınan kriterler kadar, seçim sürecine etki eden faktörlerde önem arz etmektedir (Civaroğlu, 2006; 16). Tedarikçi seçiminde ile ilgili akademik literatür incelendiğinde genellikle Dickson'un oluşturmuş olduğu değerlendirme kriterleri kullanılmaktadır

Şekil - 1: Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Tedarikçi Seçim Kriterleri,



Kaynak: Dickson, 1966.

Kaynak-2:Mirmahmutoğulları, 2008; 19.

Şekil-1’de yer alan kriterlerin kullanım eğilimi düzeyi yiyecek-içecek işletmelerinin üretim politikalarına göre farklılık gösterebilecektir. Ancak her işletmede, üretim politikası ne olursa olsun, tedarikçi seçiminde etkinlik sağlayabilmek için şekil-1’de yer alan kriterleri kullanmak durumundadır (Şen, 2007; 38).

### **3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi**

Araştırma, yiyecek-içecek işletmelerinde tedarikçi seçim kriterlerini genel olarak kullanma eğilimlerini ölçmek ve tüketicilere fast-food yiyecek-içecek sunan işletmeler ile tüketicilere slow-food yiyecek-içecekler sunan işletmeler arasındaki tedarikçi seçim kriterleri farklılıklarının olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada Dickson’un (1966) geliştirmiş olduğu ölçek ve kriterler kullanılmıştır.

Araştırmada İzmir İl merkezinde faaliyet gösteren yaklaşık 840 yiyecek işletmesinden (İzmir Ticaret Odası [İZTO], 2010) 30 tanesine yüz-yüze görüşme yöntemi ile anket yapılmıştır. İşletmelerin 15’i tüketicilerine fast-food yiyecek-içecek hizmetleri sunarken, diğer 15 işletme tüketicilerine slow-food yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadır.

Anket çalışması işletmelerin genel niteliklerinin belirlenmesi ve tedarikçi seçiminde dikkate aldıkları kriterlerin eğilimlerini ölçmeye yönelik olarak oluşturulan 10’lu likert önermelerden olmak üzere iki bölümden oluşmuştur. Anket çalışması ile elde edilen veriler SPSS 16,0 versiyonu kullanılarak analiz yapılmıştır.

#### **3.2. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları**

Araştırma çalışmasında veri toplama tekniği olarak kullanılan anket formu işletmenin genel nitelikleri ve işletmenin tedarikçi seçim kriterleri olmak üzere iki bölümden oluşturulmuştur. Çalışmanın ilk bölümünde elde edilen verilerin sınıflandırılması sonucunda anket çalışmasına katılan işletmelerin büyük bir bölümünün orta ve uzun dönemde faaliyetlerine devam ettikleri sonucuna ulaşılabilmektedir.

**Tablo-1: Araştırmaya Katılan İşletme Profillerinin Analizi**

| Değişkenler                               | Frekans(n) | Yüzdeler Dilimi(%) |
|---|------------|--------------------|
| <b>İşletme Niteliği</b>                   |            |                    |
| Fast-Food                                 | 15         | 50,0               |
| Slow-Food                                 | 15         | 50,0               |
| Eksik Veri                                | 0          | 00                 |
| Toplam                                    | 30         | 100,0              |
| <b>İşletmenin Faaliyet Süresi</b>         |            |                    |
| 2 Yılda Az                                | 2          | 6,6                |
| 2-5 Yıl Arası                             | 5          | 16,7               |
| 6-10 Yıl Arası                            | 6          | 20,1               |
| 11-15 Yıl Arası                           | 4          | 13,4               |
| 16 Yılda Fazla                            | 13         | 43,2               |
| Eksik Veri                                | 0          | 0                  |
| Toplam                                    | 30         | 100                |
| <b>İşletmenin Ölçeği</b>                  |            |                    |
| Küçük Ölçekli                             | 8          | 26,6               |
| Orta Ölçekli                              | 17         | 56,7               |
| Büyük Ölçekli                             | 5          | 16,7               |
| Eksik Veri                                | 0          | 0                  |
| Toplam                                    | 30         | 100,0              |
| <b>Ürün Satınalma Yetkilisini Statüsü</b> |            |                    |
| Genel Müdür/İşletme Sahibi                | 6          | 20,1               |
| Genel Müdür Yardımcısı                    | 1          | 3,3                |
| Satınalma Departmanı Müdürü               | 2          | 6,6                |
| Departman Müdürü                          | 2          | 6,6                |
| Satınalma Elemanı                         | 19         | 63,4               |
| Eksik Veri                                | 0          | 0                  |
| Toplam                                    | 30         | 100,0              |

Tablo-1’de görüldüğü gibi; araştırma çalışmasında ankete katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğunun orta ölçekli büyüklüğe sahip olduğu saptanmıştır. Ürün satın alma yetkilisinin statüsü olarak işletmelerin büyük bir bölümünde satın alma elemanının etkinliğinin söz konusu olduğunu ifade etmiştir.

Bu veriler ışığında yiyecek-içecek işletmelerinde ürün tedariki gibi önemli bir sürecin stratejik yönetim düzeyinde gerçekleştirilmesi yerine, satın alma departmanı bünyesine faaliyet gösteren bir işgören tarafından gerçekleştirilmesi, yiyecek-içecek işletmelerinde tedarik sürecine gereken önemin verilmediği anlamını taşıyabilmektedir.

Anket formunun ikinci bölümünde yiyecek-içecek işletmelerinin genel olarak tedarikçi seçiminde hangi kriterlere daha fazla eğilim gösterdiklerini saptamak ve fast-food yiyecek-içecek işletmeleri ile slow-food yiyecek-içecek işletmeleri arasındaki tedarikçi seçim kriterleri arasındaki farklılıkların olup olmadığını saptamak amacıyla 10'lu likert önermeler sorulmuştur.

Anket formunun ikinci bölümünde elde edilen verilerin sınıflandırılması sonucunda yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçim kriterlerini büyük çoğunlukla dikkate aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçiminde kriter kullanma eğilimleri genel olarak yüksek bir orana sahip olmasına rağmen bazı kriterler diğer kriterlere nazaran kayda değer ölçüde ön plana çıkmaktadır. Bu çerçevede yiyecek-içecek işletmeleri “Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Kalite Sistemlerinin Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Garanti Süresi Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Tecrübesi Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Uzmanlığı Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili İletişim Etkinliği Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Kullandığı Üretim Teknolojisi Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Teknik Kapasitesi Önem Derecesi”, gibi kriterlere %90 ve üzeri bir oranda eğilim göstermektedir.

**Tablo-2: Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Tedarikçi Seçiminde Kriter Kullanma Eğilimleri**

| ÖNERMELER  | Yiyecek- İçecek İşletmeleri |                |
|--|-----------------------------|----------------|
|  | Aritmetik Ortalama (%)      | Standart Sapma |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Net Fiyatı Önem Derecesi   | 84                          | 2,31338        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün İşletmeye Maliyeti Önem Derecesi                                 | 87                          | 2,16795        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Bakım- Onarım Maliyeti Önem Derecesi                             | 81                          | 2,12295        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ödeme Vadesi Önem Derecesi                                       | 69                          | 3,05524        |
| Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Para Birimi Kuru Önem Derecesi                        | 63                          | 3,15500        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Vergi Miktarı Önem Derecesi                                      | 65                          | 2,92060        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Hata Ölçüm Oranları Önem Derecesi                                | 84                          | 2,09570        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Satış Sonrası Destek Hizmeti İmkânı Önem Derecesi                | 82                          | 2,43088        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ambalaj Kalitesi Önem Derecesi                                   | 76                          | 2,96512        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Kalite Sistemleri Önem Derecesi</b>                | <b>95</b>                   | <b>1,13715</b> |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Dağıtımının Etkinliği Önem Derecesi                              | 87                          | 1,83704        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Olarak Değişimlere Cevap Verebilme Yeteneği Önem Derecesi | 92                          | 0,96132        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürün ile İlgili Eğitim Desteği Önem Derecesi                            | 81                          | 1,82606        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Garanti Süresi Önem Derecesi</b>                              | <b>91</b>                   | <b>1,53316</b> |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Tecrübesi Önem Derecesi</b>                            | <b>90</b>                   | <b>1,63861</b> |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Uzmanlığı Önem Derecesi</b>                            | <b>92</b>                   | <b>1,29721</b> |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Finansal Pozisyonu Önem Derecesi                          | 78                          | 1,85199        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Vizyonu Önem Derecesi                                     | 88                          | 1,62063        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili İletişim Etkinliği Önem Derecesi</b>                   | <b>91</b>                   | <b>1,49366</b> |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Pazar Payı Önem Derecesi                                  | 82                          | 2,22731        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Kullandığı Üretim Teknolojisi Önem Derecesi</b>        | <b>90</b>                   | <b>1,43839</b> |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Teknik Kapasitesi Önem Derecesi</b>                    | <b>93</b>                   | <b>1,36836</b> |

Yukarıdaki Tablo-2’de verilen veriler ışığında yiyecek içecek işletmelerinin yiyecek içecek işletmelerinin tedarikçi seçiminde büyük bir oranda tedarikçi seçim kriterleri kullandıkları saptanmıştır. Tedarikçi seçiminde kullanılan bazı kriterlerin (“Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Para Birimi Kuru Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Vergi Miktarı Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ödeme Vadesi Önem Derecesi”) kullanım eğilimlerinin düşük oranlarda kalması orta ve uzun vadede yiyecek içecek işletmelerinin üretim süreçlerini, hizmet kalitesini, maliyetlerini ve dolayısıyla karlılıklarını olumsuz yönde etkileyebilecektir.

Araştırma çalışmasının ikinci bölümünde tüketicilerine fast-food yiyecek içecek hizmeti sunan işletmeler ile tüketicilerine slow-food yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerin tedarikçi seçiminde kullandıkları kriterler arasındaki farklılıkların ve benzerliklerin belirlenmesi amacıyla elde edilen veriler sınıflandırılmıştır. Bu sınıflama sonucunda tüketicilerine fast-food yiyecek içecek ürünü sunan işletmelerin “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ödeme Vadesi Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Para Birimi Kuru Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ambalaj Kalitesi Önem Derecesi”, gibi tedarikçi seçim kriterlerinde tüketicilerine slow-food yiyecek içecek ürünü sunan işletmelere nazaran daha büyük önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo-3: Slow-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri İle Fast-Food Yiyecek-İçecek İşletmeleri Tedarikçi Seçiminde Kullanılan Kriterlerdeki Farklılıklar ve Benzerlikler**

| ÖNERMELER   | Slow Food Restaurant   |                | Fast-Food Restaurant   |                |
|---|------------------------|----------------|------------------------|----------------|
|   | Aritmetik Ortalama (%) | Standart Sapma | Aritmetik Ortalama (%) | Standart Sapma |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Net Fiyatı Önem Derecesi                          | 86                     | 1,91982        | 82                     | 2,70449        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün İşletmeye Maliyeti Önem Derecesi                  | 94                     | 0,91026        | 80                     | 2,80306        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Bakım-Onarım Maliyeti Önem Derecesi               | 80                     | 2,31352        | 81                     | 1,99523        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ödeme Vadesi Önem Derecesi</b>                 | <b>59</b>              | <b>3,55501</b> | <b>78</b>              | <b>2,16685</b> |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Para Birimi Kuru Önem Derecesi</b>  | <b>54</b>              | <b>3,18030</b> | <b>72</b>              | <b>2,93906</b> |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Vergi Miktarı Önem Derecesi                       | 64                     | 2,35433        | 67                     | 3,47371        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Hata Ölçüm Oranları Önem Derecesi                 | 88                     | 1,80739        | 80                     | 2,32993        |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Satış Sonrası Destek Hizmeti İmkânı Önem Derecesi | 75                     | 3,04412        | 89                     | 1,38701        |
| <b>Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Ambalaj Kalitesi Önem Derecesi</b>             | <b>66</b>              | <b>3,28778</b> | <b>86</b>              | <b>2,32379</b> |

|  |    |         |    |         |
|--|----|---------|----|---------|
| Tedarikçinin Sunduğu Üründe Kullandığı Kalite Sistemleri Önem Derecesi                       | 93 | 1,34519 | 96 | 0,89974 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Dağıtımının Etkinliği Önem Derecesi                              | 82 | 2,39643 | 92 | 0,79881 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Olarak Değişimlere Cevap Verebilme Yeteneği Önem Derecesi | 91 | 1,12546 | 92 | 0,79881 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürün İle İlgili Eğitim Desteği Önem Derecesi                            | 78 | 1,88478 | 83 | 1,79947 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Garanti Süresi Önem Derecesi                                     | 91 | 1,59762 | 92 | 1,52128 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Tecrübesi Önem Derecesi                                   | 87 | 1,86956 | 94 | 1,35225 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Uzmanlığı Önem Derecesi                                   | 94 | 0,91026 | 90 | 1,60357 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Finansal Pozisyonu Önem Derecesi                          | 78 | 1,82052 | 79 | 1,94447 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Vizyonu Önem Derecesi                                     | 90 | 1,03280 | 86 | 2,06328 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili İletişim Etkinliği Önem Derecesi                          | 94 | 0,63246 | 88 | 2,00713 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Pazar Payı Önem Derecesi                                  | 76 | 2,32379 | 89 | 1,98086 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Kullandığı Üretim Teknolojisi Önem Derecesi               | 87 | 1,53375 | 92 | 1,33452 |
| Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Teknik Kapasitesi Önem Derecesi                           | 92 | 1,48645 | 93 | 1,29099 |

Yukarıdaki Tablo-3’de tedarikçi seçiminde aynı kriterleri kullanma eğilim oranları bakımından fast-food işletmeler ile slow-food işletmeler arasında benzerliklerde saptanmıştır. Bu benzerlikler “Tedarikçinin Sunduğu Ürünün Bakım- Onarım Maliyeti Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Olarak Değişimlere Cevap Verebilme Yeteneği Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Finansal Pozisyonu Önem Derecesi”, “Tedarikçinin Sunduğu Ürünle İlgili Teknik Kapasitesi Önem Derecesi”, gibi kriterlerde belirlenmiştir.

### Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın literatür taramasında tedarikçi seçim sürecinin işletmelerin mevcudiyetlerinin devamlılığının sağlanması açısından hayati önemde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın uygulama bölümünde ise yiyecek-içecek işletmelerinde tedarikçi seçim kriterleri kullanma eğilimi oranlarının yüksek olduğu saptanmıştır. Bu olumlu veri ile birlikte tüketicilerine tedarikçi seçim kriterleri uygulama eğilimleri açısından fast-food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmeler ile tüketicilerine slow-food yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmeler arasında anlamlı farklılıklar ve benzerlikler olduğu sonucu belirlenmiştir.

Fast-Food yiyecek-içecek işletmeleri tedarikçi seçim kriterleri açısından slow-food yiyecek-içecek işletmesine nazaran daha hassas olduğu sonucunun en önemli nedeni

fast-food işletmelerin genel itibarıyla uluslar arası kurumsallaşmış zincir işletmeler olmasıdır. Buna rağmen tüketiciye sunulan ürün niteliğinin birbirine yakın olması nedeniyle, tedarikçi seçim kriterlerini kullanım eğilimleri açısından, büyük benzerliklere rastlanılmıştır. Bu çalışmada elde edilen veriler ışığında yiyecek-İçecek işletmelerini tedarikçi seçiminde kriterler odaklı bir seçim süreci politikası izlemeleri, yiyecek-İçecek işletmelerinin tüketici memnuniyetini önemli ölçüde arttıracak ve maliyetlerini düşürmek suretiyle karlılıkların da önemli artışlar sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Avcıkurt, Cevdet, Murat Doğdubay, Mehmet Sarıoğlan, (2010), “Yiyecek İçecek Tedarik Zinciri Yönetimi Kapsamında Tedarikçi Seçim Teknikleri”, IV. Ulusal Gastronomi Sempozyumu (16-17 Nisan 2010), Antalya.
- Atay, Lütfi, Aşkın Özdağoğlu, (2008), “Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Tedarikçi Seçimini Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeylerinin Belirlenmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, Journal Of Travel And Tourism Research, School Of Tourism and Hospitality Management, Volume: 2008, Number: 1-2, ss. 77-100.
- Boer, De Luitzen, Van Der Wegen, (2003), “Practice And Promise Of Formal Supplier Selection: A Study Of Four Empirical Cases”, Journal Of Purchasing & Supply Management, pp. 109-118.
- Civaroğlu, Güzin, (2006), “Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları ve Performans Üzerine Etkilerinin Analizi”, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dickson, G. W. (1966), An Analysis of Vendor Selection Systems and Decision, J. Purch, 2 (1966), pp. 5-17.
- Fedotova, Olga, Luis Ferreira, (2010), “Risk Management In The Process Of Foreign Supplier Selection: Case Study”, EURO XXIV Congress (11-14 July 2010), Lisbon-Portugal.
- Glock, Cristoph H., (2008), “Principal-Agent-Problem In A Single-Vendor-Single-Buyer Inventory Model With Quality Consideration”, VI. International Logistics and Supply Chain Congress (6-7 November 2008), pp. 332-340.
- İzmir Ticaret Odası (İZTO), <http://ehizmet.izto.org.tr>, (Erişim Tarihi: 27.07.2010).
- Mirmahmutoğulları, Saba, (2007), “Tedarik Zinciri Yönetimi Sürecinde Tedarikçi Özelliklerini İyileştirmede Kalite Fonksiyon Yayılımının Kullanımı”, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Monczka, Bobert M., Robert M. Handfield, Larry C. Glunipero, James L. Patterson, (2009), “Purchasing & Supply Chain Management”, Forth Edition, South-Western CENGAGE Learning, Newgen-Austin.
- Sarjami, Shabnam Mojtahedzadeh, Louis Caccetta, (2010), A Fuzzy TOPSIS Methodology For The Supplier Selection Problem, EURO XXIV Congress (11-14 July 2010), Lisbon-Portugal.
- Smith, Stephen L.J., Honhgen Xiao, (2008), Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination, Journal Of Travel Research, Volume: 46, February-2008, pp. 289-299.

- Şen, Selçuk, (2007), Tedarik Zinciri Yönetiminde Tedarikçi Seçim Sistemine Ait Bir Karar Destek Modeli Geliştirilmesi ve Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Türer, Sanem, Berk Ayvaz, Demet Bayraktar, Bersam Bolat, (2008), Tedarikçi Değerlendirme Süreci İçin Yapay Sinir Ağı Yaklaşımı: Gıda Sektöründe Bir Uygulama, Endüstri Mühendisliği Dergisi, 2008, Cilt: 20, Sayı: 2, ss.31-40.
- Yurtseven, H. Rıdvan, (2006), Slow Food ve Gökçeada: Yönetimsel Bir Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara-2006.
- Youssef, Mohamed A., Mohammed Zairi, Bidhu Mohanty, (1996), Supplier Selection in An Advanced Manufacturing Technology Environment: An Optimization Model, Benchmarking for Quality Management & Technology, Volume: 3, Number: 4, 1996, pp. 60-72.
- Xia, Weijung, Zhiming Wu, (2007), Supplier Selection With Multiple Criteria In Volume Discount Environments, The International Journal Of Management Science, pp. 494-504.