

# ULUSLARARASI SOSYAL ARAŞTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Cilt: 12 Sayı: 66 Ekim 2019  
www.sosyalarastirmalar.com  
Issn: 1307-9581



Volume: 12 Issue: 66 October 2019  
www.sosyalarastirmalar.com  
Issn: 1307-9581

Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3685>

## YİYECEK-İÇECEK İŞLETMELERİNDE TEDARİKÇİ SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: SAKARYA'DAKİ KAFE-RESTORANLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### FACTORS AFFECTING SUPPLIER SELECTION IN FOOD AND BEVERAGE ENTERPRISES: A RESEARCH ON CAFÉ-RESTAURANTS LOCATED IN SAKARYA

Seyit Ahmet SOLMAZ\*

Yeliz SOLMAZ\*\*

#### Öz

Bu araştırmanın amacı, turizm işletmeleri içerisinde önemli bir yeri olan yiyecek-icecek işletmelerinin tedarikçi seçimlerinde etkili olan faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesidir. Bunun yanında tedarikçiler ile yaşanan temel sorunların tespit edilmesi de araştırmanın diğer bir amacı olarak ifade edilebilir. Araştırma kapsamında, yiyecek-icecek işletmeleri içerisinde yer alan ve her geçen gün sayıları hızla artan kafe-restoran işletmeleri üzerine bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda araştırma, ağırladığı yüz bine yakın öğrenci ile kafe-restoranlar açısından oldukça zengin bir şehir olan Sakarya'da gerçekleştirilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 55 adet işletmeye anket uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, kafe-restoranların tedarikçi seçiminde "Ürün ve Satış Desteği", ile "Taşıma-Teslimat ve Sipariş Süreçleri" nin en etkili iki faktör olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda müşteri memnuniyetini artırmak, tedarikçi seçim politikalarındaki en temel amaçtır. Literatürde turizm işletmelerinin tedarikçi seçimini inceleyen çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Yiyecek-icecek işletmeleri açısından tedarikçi seçimi konusunu ele alan çalışma sayısı da oldukça sınırlıdır. Araştırmanın öncü bir araştırma olarak literatüre anlamlı bir katkı sunduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tedarik Zinciri Yönetimi, Tedarikçi Seçimi, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Kafe-restoranlar.

#### Abstract

The aim of this study is to determine the factors that affect supplier selection in restaurants. In addition to this, the identification of the main problems with suppliers can be expressed as another purpose of the research. Within the scope of the research, an area survey on restaurants was carried out. Questionnaire forms was used as data collection tool. A questionnaire forms was applied to 55 enterprises selected by convenience sampling method. Findings indicated that the most important factors in supplier selection are "Product and sales support" and "Transport-Delivery and Order Process". However, increasing customer satisfaction is the main purpose of supplier selection policies. There are very few studies in the literature that examine the supplier selection of tourism enterprises. The number of studies dealing with the choice of suppliers in terms of food and beverage operations is also very limited. As a pioneering research, it is thought that the literature makes a meaningful contribution.

**Keywords:** Supply Chain Management, Supplier Selection, Food & Beverage Enterprises, Restaurants.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, seyitahmetsolmaz@harran.edu.tr

\*\* Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, adayelizsolmaz@outlook.com



## 1. Giriş

İnsanoğlu için vazgeçilmez bir ihtiyaç olan yeme-içme, günümüz modern toplumlarında yalnızca fizyolojik bir ihtiyacın tatmin edilmesi amacıyla yerine getirilen bir faaliyet olmaktan çıkmış, bireylerin sosyalleştiği bir aktivite halini almıştır. Bu durum, yiyecek-içecek işletmelerinin hızla gelişimine de olanak sağlamıştır. Fransız devrimi ile ortaya çıkmaya başlayan modern restoran işletmeleri, günümüzde turizm endüstrisinin en önemli alt sektörlerinden biri haline gelmiştir.

Yiyecek-içecek işletmeleri, insanların değişen beslenme gereksinimleri sonrasında önemi hızla artan işletmeler arasındadır. Özellikle son yıllarda dışarda yeme-içme alışkanlığının gelişmesi ile de bu işletmelerin sayısında gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Nitekim Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı istatistiklerden de bu gelişimi görmek mümkündür. 2015 yılı itibariyle Türkiye'de yalnızca turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmesi sayısı 962, kapasiteleri ise toplamda 275.000'in üzerindedir (yigm.kulturturizm.gov.tr). Bu tesislerin bölgesel olarak dağılımı incelendiğinde ise Marmara Bölgesinin başı çektiği görülmektedir. Öyle ki 962 Tesisin 500'e yakın bir kısmı İstanbul ve Marmara Bölgesinin diğer kesimlerinde faaliyet göstermektedir (yigm.kulturturizm.gov.tr). Ancak diğer bölgelerde de yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı hızla artmaya devam etmektedir.

Yiyecek-içecek işletmelerinin sayısında yaşanan artışlar, bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki rekabetin de artmasına neden olmaktadır. Artan rekabet ise gerek mevcut müşterilerin elde tutulması gerekse yeni müşteri kazanma noktasında yiyecek-içecek işletmelerinin daha nitelikli hizmet sunmasını gerektirmektedir. Bu noktada doğru ve kaliteli ürün ve hizmet üretiminin ilk koşulunun da doğru tedarikçilerle çalışmak olduğu söylenebilir.

Tedarikçi seçiminin işletmeler açısından stratejik önemi Porter (2000) tarafında da vurgulanan bir husustur. Porter (2000)'a göre tedarikçi havuzunun istikrarı, uygun dikey entegrasyon stratejisi, satın alınan nitelikli tedarikçiler arasında bölüştürülmesi ve doğru tedarikçi seçimi satın alma stratejisinin kilit unsurları arasındadır (s. 153-154). Tedarikçi seçimi, Robinson, Faris ve Wind (1967) tarafından geliştirilen bir satın alma modeli olan "BUYGRID" modelinin de en önemli aşamalarından birini meydana getirmektedir. Satın alma sürecinin en kritik noktalarından biri olan tedarikçi seçimi, işletmenin faaliyetlerinin devamlılığı, kendi müşterilerine sunacağı ürün ve hizmetlerin kalitesini belirleyen en önemli hususların başında gelmektedir. Rekabet üstünlüğü sağlamak açısından da tedarikçinin seçimi oldukça stratejiktir (Kotler, 2003: 228-230; Evans, Jamal ve Foxall, 2010, 468-470).

Bu araştırmada, yiyecek-içecek işletmelerine tedarikçi seçimi konusu, kafe-restoran işletmeleri özelinde incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda öncelikle, tedarikçi seçimine ilişkin alan yazın incelenmiş, ardından Sakarya'da yerleşik kafe-restoranlar üzerinde yürütülen alan araştırmasının sonuçları aktarılmıştır.

## 2. Yiyecek-İçecek İşletmeleri ve Özellikleri

Yiyecek-içecek işletmelerine ilişkin literatürde çok sayıda tanımla karşılaşmak mümkündür. En basit şekliyle yiyecek-içecek işletmeleri, müşterilere rahat ve huzurlu bir şekilde yeme içme olanağı sağlayan, gerek tek başına ve gerekse bir konaklama tesisine bağlı olarak faaliyet gösteren kuruluşlar (Atak, 2006, 3) olarak ifade edilebilir. Sökmen (2003) ise yiyecek-içecek işletmelerini, bireylerin kendi meskenleri (ikamet ettikleri yer) dışında yaptıkları geçici seyahat ve konaklamalarda yeme-içme ihtiyaçlarının giderilmesi amacı ile kar amaçlı olarak mal ve hizmet sunan işletmeler olarak tanımlamıştır (s. 20).

Yiyecek-içecek işletmeleri ile ilgili en kapsamlı açıklama ise Saruşık (1998) tarafından yapılmıştır. Saruşık (1998)'a göre yiyecek-içecek işletmeleri konaklama işletmelerine bağlı birimler olarak ya da özel kimlik çatısı altında, dışarıda yemek yemeyi düşünen veya evlerinden uzakta bulunan insanlara kar amacı taşıyan taşımasını yiyecek ve içecek malzemelerini satın alarak işleyen, üreten ve satış yaparak doyurma hizmeti veren, bu hizmetin yanında eğlence faaliyetleri sunabilen farklı ölçek ve özelliklere sahip işletmelerdir. Bunun yanı sıra bir endüstri gibi yiyecek ve içecek işletmeleri, otel restoranlarından banket odalarına, barlardan kantinlere kadar, evden uzak yiyecek ve içecek sağlayan birçok farklı bölümlerden oluşan heterojen bir gruptur (s. 10).

Yiyecek-içecek işletmelerinin farklı kaynaklarda değişik şekillerde sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu sınıflandırmalar işletmenin ticari bir amaç güdüp gütmemesi veya sunulan yiyecek-içeceğin niteliğine göre değişiklikler gösterebilmektedir. Pek çok farklı türü bulunan yiyecek-içecek işletmeleri arasında "Aile Restoranları", "Temalı Restoranlar", "Etnik Restoranlar", "Fast Food Restoranlar", "Kafe ve Kafeteryalar", "Geleneksel Restoranlar", "Catering İşletmeleri" ve "Kurumsal İşletmeler" gibi pek çok işletme türü sayılabilir (Güler, 2003; Denizler, 2005; Sökmen, 2006; Yılmaz ve diğ., 2013; Türksöy, 2015). Ancak genel olarak bu sınıflandırmalar içerisinde kafe-restoran işletme türünün yer almadığı görülmektedir. Son yıllarda



sayıları hızla artan kafe-restoran işletmeleri, müşterilerine yeme-içme olanağı sunmanın yanı sıra, yakınları ile birlikte hoş vakit geçirmelerini sağlayacak farklı imkânlar da sunan yiyecek-içecek işletmeleri olarak açıklanabilir. Bununla birlikte, söz konusu işletmelerin, hem kafe-kafeterya hem de restoran işletmelerinin özelliklerini bir arada sunan işletmeler olduğu da ifade edilmelidir.

Yiyecek-içecek işletmeleri incelendiğinde, hem bir hizmet işletmesi hem de bir endüstri işletmesi özelliğini aynı çatı altında birleştiren işletmeler olduğu görülür. Öyle ki, üretim sürecinde hammadde olarak alınan ürünlerin (Bunlar genellikle, sebze, meyve, et ve balık ürünleri ve baharatlardan teşekkül etmektedir.) işlenmesi suretiyle nihai ürün olan yiyecek ve içeceklerin ortaya çıkarılması ile bir endüstri işletmesi; üretilen bu ürünlerin misafirlere sunumu ile de bir hizmet işletmesi özelliği göstermektedir. Bu temel özelliğin yanı sıra, emek-yoğun bir istihdam yapısına sahip olması, üretim ve sunum sürecinin karmaşıklığından dolayı farklı bir örgüt yapısına sahip olması ve üretilen yiyecek-içecek ürünlerinin özellikleri gibi pek çok faktör, bu işletmelerin özelliklerini belirleyen ana etkenler olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede yiyecek-içecek işletmelerinin özelliklerini aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Sarışık, 1998, 20-21; Kılınç ve Çavuş, 2010, 10-14; Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013, 48-49; Demirkol, 2015, 166-167):

- Yiyecek-içecek işletmelerinde ürün çeşidi fazladır
- Yiyecek-içecek işletmeleri emek ve malzeme yoğunluğu fazla olan işletmelerdir.
- Yiyecek-içecek sektöründe üretim ve tüketim bir aradadır.
- Yiyecek-içecek sektöründe üretilen ürünler heterojendir.
- Yiyecek-içecek işletmelerinde örgütsel yapı, diğer sektörlerdeki işletmelerden farklıdır.
- Yiyecek-içecek endüstrisinde rekabet yüksektir.
- Yiyecek-içecek işletmelerinde müşteri tipleri farklıdır.
- Yiyecek-içecek işletmelerinde mönü planlaması önemlidir.
- Yiyecek-içecek endüstrisinde değişken maliyetlerin payı yüksektir.
- Yiyecek-içecek sektöründe üretilen ürünler dayanıksızdır.

Yukarıda ifade edilen özellikler, yiyecek-içecek işletmelerinin endüstriyel bir alıcı olarak farklılıklarını ortaya koymaktadır. Nitekim endüstriyel alıcılar, tedarikçileri ile uzun vadeli ilişkiler kuran ve bu ilişkileri sürdürmeye eğilimli örgütlerdir. Aynı zamanda endüstriyel alıcıların tedarikçilerinden beklentileri ve memnuniyet düzeyleri de şüphesiz ki nihai tüketicilere göre oldukça farklı dinamikler üzerinde yoğunlaşmaktadır (Solmaz, 2016). Bu nedenle yiyecek-içecek işletmeleri açısından tedarikçi seçimi stratejik düzeyde önemli kararlar içeren bir süreç olarak da ifade edilebilir.

### 3. Literatür Taraması

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.

Özellikle son yıllarda tedarikçi seçiminde kriterlerin önemini destekleyici kayda değer çalışmalar ortaya çıkmıştır. 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 ve diğerleri, 2010).

Literatür incelendiğinde, turizm işletmeleri arasında oldukça önemli bir yeri olan yiyecek içecek işletmelerinde tedarikçi seçimine ilişkin araştırmaların çok sınırlı olduğu görülmektedir. Çok farklı sektörlerle ilişkin ve farklı yöntemler kullanılarak geliştirilen tedarikçi seçim modellerinin yiyecek-içecek işletmeleri açısından ele alınmadığını ifade etmek mümkündür. Turizm alanında tedarikçi seçimi çalışmalarının ise genellikle otel işletmeleri üzerinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır (Sarioğlan ve Avcıkurt, 2010; Sarioğlan, 2011; Davras ve Karaatlı, 2014; Şimşek, Çatır ve Ömürbek, 2015).

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). Buradan da anlaşılacağı üzere, her bir sektörün tedarikçi seçiminde önem atfettiği hususlar farklılık arz etmektedir. Bu durum, aynı endüstri içindeki farklı sektörlerde bile değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin, turizmin iki ana unsurundan birini oluşturan seyahat işletmeleri oluşturdukları paket turlarda tedarikçi otel



işletmesi seçerken “Fiyat”, “Hizmet Kalitesi” ve “Tavsiye Edilme Oranları” gibi hususlara öncelik verirken (Doğan ve Gencan, 2013), otel işletmelerinde bunlara ek olarak “Lojistik ve teslimat süreçleri” eklenmektedir (Solmaz, 2016, 221). Buna ek olarak tedarikçilerle işbirliği, tedarikçilerin teknik kapasiteleri ve iş etiği gibi hususlarda otel işletmelerinin tedarikçi seçimlerinde etkili hususlar olarak ifade edilebilir. Bir diğer araştırmada ise Halis ve Türkay (2010) İstanbul’da 55 şehir oteli üzerinde yürüttükleri araştırmalarında tedarikçi seçiminde etkili olan hususlar “Dağıtım Performansı”, “Coğrafi Yakınlık”, “Güven”, “Firma Büyüklüğü”, “Bilgi Desteği” ve “Fiyat Avantajı” olarak açıklanmıştır.

#### **4. Araştırmanın Yöntemi**

##### ***Araştırmanın Amacı ve Önemi***

Modern yönetim yaklaşımları çerçevesinde değerlendirilen ve işletmelerin mal ve hizmet üretiminde verimliliklerine katkıda bulunan bir yaklaşım olan tedarik zinciri yönetimi işletme performansını da etkileyen önemli bir yönetim pratiği olarak değerlendirilmektedir. Bu noktada tedarik zinciri yönetim sürecinin sağlıklı bir şekilde işlemesi ve hedeflenen performansa ulaşılması ilk olarak tedarikçi seçiminin doğru ve etkin bir şekilde yapılmasına bağlıdır.

Yiyecek-içecek işletmeleri, hizmet üretimini yılın çok önemli bir bölümü kesintisiz şekilde sürdüren işletmeler arasındadır. Hatta bazı yiyecek-içecek işletmeleri tıpkı otel işletmeleri gibi yılın 365 günü açık olarak hizmetlerini sürdürmektedir. Hizmet üretim sürecindeki devamlılık, yiyecek içecek işletmeleri için mal ve hizmet tedarik ettikleri işletmelerin önemini daha da artırmaktadır. Bunun yanında hizmetin ve ürünün değerlendirilmesinde subjektif kriterlerin etkili olduğu yiyecek-içecek sektöründe müşteri memnuniyetinin sağlanmasında tedarikçilere önemli bir rol düşmektedir. Bunun nedeni kaliteli ürün ortaya koymanın doğru tedarikçilerle çalışma ile pozitif ilişkisinin olmasıdır.

Bu araştırmada yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçim sürecinde etkili olan kıstaslar tespit edilmeye çalışılmış, bunun yanında tedarikçi işletmeler ve yiyecek-içecek işletmeleri arasında yaşanan sorunların da neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

##### ***Veri Toplama Aracı ve Yöntemi***

Araştırma kapsamında yiyecek-içecek işletmelerinden veri elde etmede anketten yararlanılmıştır. Anket tercih edilmesinin nedeni, daha çok sayıda işletmeden veri toplamanın pratik hale getirilmesi ve anket yoluyla elde edilen verilerin istatistiksel analizlere daha fazla imkân tanınmasıdır.

Araştırmada kullanılan anket formu temelde iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde tedarikçi seçimi ile ilgili alan yazın taraması yapılmış ve konu ile ilgili daha önceden geçerliliği ispatlanmış ölçekler tercih edilmiştir. Anketin birinci kısmında 5’li Likert ölçeğine göre derecelendirilmiş (1- Hiç Önemli Değil - 5- Çok Önemli) 30 ifade yer almaktadır. Bu kısımda kullanılan ölçekte Homburg ve Rudolph, 2001; Homburg ve diğ., 2001; Eroğlu, 2005 ve Sarioğlu, 2010’ın tedarikçi seçimi ve endüstriyel müşteri memnuniyeti ile ilgili araştırmalarında kullandıkları ifadelerden en uygun olanları seçilerek Türkçeye tercüme edilmiş ve uzman akademisyen görüşü alınarak anket formuna nihai hali verilmiştir. Anket formunun ikinci kısmında ise yiyecek içecek işletmelerinin tedarik politikalarındaki temel amaçlarını ve tedarikçilerle yaşadıkları sorunları tespit edebilmeye yönelik ise hem kategorik hem de açık uçlu sorulardan yararlanılmıştır.

##### ***Evren ve Örneklem***

Sakarya’nın önemli bir öğrenci şehri konumunda bulunması sebebiyle barındırdığı kafe-restoran sayısının yakın diğer il merkezlerine göre fazlalığı sebebiyle araştırma Sakarya ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ulaşılabilir evrenini Sakarya’da bulunan tüm kafe-restoranlar oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini ise Sakarya ilinde kafe ve restoranların yoğun olarak bulunduğu Serdivan ilçesi ve Adapazarı Merkez Çark Caddesi çevresinde yoğunlaşan 55 adet kafe restoran oluşturmaktadır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak “Kolayda Örneklem” yöntemi tercih edilmiştir. Bunun nedeni, anket alınan her işletmenin örnek kütleye dâhil edilebilme kolaylığını sağlamasıdır.



## 5. Bulgular ve Yorum

Tablo 1. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Hizmet Yılı ve Çalışan Kişi Sayısı

Hizmet Yılı	Sayı (N)	Frekans (%)
1-3 Yıl	26	47,3
4-6 Yıl	10	18,2
7-10 Yıl	14	25,5
11 Yıl ve Üzeri	5	9,1
<b>Toplam</b>	<b>55</b>	<b>100,0</b>
Çalışan Kişi Sayısı	Sayı (N)	Frekans (%)
1-5 Kişi	9	16,4
6-10 Kişi	16	29,1
11-15 Kişi	15	27,3
16 Kişi ve Üzeri	15	27,3
<b>Toplam</b>	<b>55</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan işletmelerin çok önemli bir bölümü 1-3 yıl arasında hizmet vermektedir (% 47,3). Bunun yanında 7 yıl ve üzeri hizmet yılına sahip işletmelerin oranı ise % 34'tür. Tablo 3'e bakıldığında kafe-restoranların çalıştırdığı kişi sayısı açısından en fazla 6-10 arası çalışan sayısına sahip işletmelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir (% 29,1). Bunun yanında 11-15 kişi ile 16 ve üzeri çalışan sayısına sahip işletme oranı ise % 27,3'tür.

Tablo 2. Tedarikçi Seçimi Ölçeğinde Yer Alan İfadelerin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Cronbach Alfa Değerleri

İFADELER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Boyut Art. Ort.	Cronbach Alfa
<b>Ürün ve Satış Desteği</b>				
Ürün ve hizmetlerin kalitesi (Tazeligi, Organik olması)	4,6124	,80591	4,3902	0,754
Ürün ve hizmetlerin teknik performansı (Makine, malzeme, ekipman vs.)	4,4444	,72474		
Satış personelinin ürün bilgisi	4,3778	,71633		
Satış personelinin ulaşılabilirliği	4,4222	,96505		
Satış personelinin rica ve isteklerimize duyarlılığı	4,2889	,89499		
Şikâyetlere hızlı bir şekilde çözüm bulabilme yeterliliği	4,2000	,94388		
Satış sonrası yeterli ürün ve hizmet desteği sağlama	4,3778	,96032		
<b>Taşıma-Teslimat ve Sipariş Süreci</b>				
Ürün ve hizmet temin süreleri	3,9778	1,15776	4,4159	0,761
Ürünlerin istenilen sürede teslim edilebilmesi	4,3778	,83364		
Doğru saklama koşullarında teslimat	4,4667	,99087		
Ürünlerin ambalaj ve paketlenmesi	4,6222	,68387		
Teslimat esnasındaki hasarları karşılamaları	4,7333	,44721		
Sipariş verilen miktarlara uygun teslimat yapılması	4,4889	,78689		
Siparişlerin doğru şekilde ve sorunsuz alınması	4,2444	1,02593		
<b>Tedarikçi Yeterliliği ve Kapasitesi</b>				
Kendi sektörlerindeki bilinirlikleri (imajları)	3,9556	,99899	3,8444	0,756
Teknik kapasiteleri	3,8444	,82450		
Sahip oldukları kalite belgeleri	3,7111	1,27247		
Tedarikçi işletmenin büyüklüğü	3,6222	1,21148		



Ürün çeşitliliği	4,0889	,92496		
<b>Fiyatlandırma ve Ödeme Koşulları</b>				
Sunduğu ürün ve hizmetlerin fiyatı	4,3556	,71209	<b>3,7002</b>	<b>0,744</b>
Ödeme kolaylığı sağlaması	3,6222	1,43478		
Ödemede esneklik (çek, senet, açık hesap vs.)	3,8222	1,44168		
Uygun vade seçenekleri sunması	3,7333	1,32116		
İşletmemize uygun ürün geliştirmeleri	2,9778	1,32268		
<b>Tedarikçilerle İlişkiler</b>				
Diğer işletmelerle ilgili bize bilgi vermeleri	2,8000	1,41658	<b>3,6000</b>	<b>0,717</b>
Bize karşı dürüstlükleri	4,3333	,85280		
İşletmemizle ilgili konularda fikir-alışverişinde bulunmaları	3,3333	1,41421		
Yaşadığımız sorunlara duyarlılıkları ve çözüm konusundaki isteklilikleri	3,3778	1,19257		
Rakip işletmeler ve piyasa hakkında bize bilgi vermeleri	3,3333	1,47710		
Güvenilir firmalar olmaları	4,4222	,72265		

Değerlendirme Aralığı: (1) Hiç Önemli Değil - (5) Çok Önemli

Tedarikçi seçim kriterleri ölçeğinde yer alan ifadelerin aritmetik ortalamaları, ifadeler verilen yanıtların minimum-maksimum değerleri ve standart sapmalar Tablo 2'de aktarılmıştır. Tablo 2 incelendiğinde, ölçekte yer alan ifadelerin tamamının standart sapmalarının kabul edilebilir değer olan 1,5'in altında olduğu görülmektedir.

En yüksek aritmetik ortalama değerine sahip ifadenin "Teslimat esnasındaki hasarları karşılamaları" (4,7333) olduğu görülmektedir. Bu durum, kafe-restoran işletmelerinin tedarikçi seçiminde en çok önem verdikleri hususların başında taşıma ve teslimat süreçlerinde yaşanan hasarların tedarikçileri tarafından karşılanmaları isteği olduğunu ortaya koymaktadır. Nitekim, yiyecek-içecek işletmelerinde pek çok ürünün belirli saklama koşullarında ve belirli sürelerde, muhteviyatına uygun koşullarda teslimatının yapılması gerekmektedir.

Tablo 2'ye bakıldığında teslimat süreçlerindeki hasarlar ifadesini takiben en yüksek değer alan ifadelerin "Ürünlerin ambalaj ve paketlenmesi" (4,6222), "Ürün ve hizmetlerin kalitesi" (4,6124), "Sipariş verilen miktarlara uygun teslimat yapılması" (4,4889) ve "Doğru saklama koşullarında teslimat" (4,4667) ifadeleri oldukları görülmektedir. İfadeler incelendiğinde, ürüne ilişkin özelliklerin yiyecek-içecek işletmeleri tarafından tedarikçi seçiminde dikkat edilen en temel kriterler olduğu anlaşılmaktadır. Bu kriterlerin içinde ürün ve hizmetlerin kalitesinden, siparişe uygun miktarlarda ve doğru saklama koşullarında ürün temininin en önemli hususlar olduğu vurgulanmaktadır.

Tablo 2'de dikkat çekici bir diğer husus ise yiyecek-içecek işletmelerinin tedarikçi seçiminde en az dikkate aldıkları hususun tedarikçilerden rakip işletmeler hakkında bilgi alma olduğu görülmektedir. Bu durum, söz konusu örnekteki işletmelerin yakın bir bölgede birbirleri ile faaliyet gösteriyor olmaları ve farklı iletişim kanalları yolu ile birbirlerinden haberdar olmaları ile açıklanabilir. İşletmeler tarafından tedarikçi seçiminde görece önemi az olan kıstaslardan biri de işletmeye uygun ürün ve hizmet geliştirmeleri olduğu görülmektedir. Esasında bu durumun temel nedeni de kafe-restoran işletmelerinin genel olarak küçük işletmeler olmalarından ileri gelmektedir. Zira küçük ölçekli işletmelerin tedarik ettikleri ürün ve hizmet miktarının büyük ölçekli işletmelere nazaran daha az olması kendilerine uygun üretilme durumunun önemsenmemesine sebep olduğu ifade edilebilir. Tedarikçiler ile ilişkilere yönelik ifadelerin de aritmetik ortalamaları incelendiğinde, seçim konusundan işletmeler tarafında çok fazla önemsenmediği anlaşılmaktadır.

Restoran işletmelerinin tedarikçi seçim kriterlerinde önem verdikleri hususların belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilen araştırmanın bulguları, bu işletmelerin tedarikçi seçiminde önem verdikleri hususların temelde 5 kategori altında değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır.

Bu 5 boyut içerisinde en yüksek aritmetik ortalamaya sahip boyut olarak "Teslimat ve Sipariş Süreci" (4,4159) karşımıza çıkmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere kafe-restoranların üretimde kullandıkları malzemelerin çok önemli bir bölümünün dayanıksız malzemelerden oluşması, sebze, meyve,



süt ve süt mamulleri, et ve et ürünleri gruplarının üretim sürecinin temel hammaddelerini oluşturması, taşıma-teslimat ve sipariş sürecini işletmeler için en temel seçim kriteri haline getirmiştir. Özellikle ürünlerin muhteviyatına göre taşıma koşullarında işletmeye ulaştırılması ya da bunu gerçekleştirebilecek kapasitede olmaları, söz konusu bu tedarikçi işletmelerin kafe-restoranlar tarafından tercih edilirliğinde rol oynayan en önemli kriter olmaktadır.

Tedarikçi seçiminde kafe-restoran işletmelerinin bir diğer önem verdiği husus ise ürün ve hizmetlerin kalitesi ile tedarikçi işletmede çalışan satış personeli ve satış sonrası hizmetlerdir. Boyutların aritmetik ortalamaları incelendiğinde, en yüksek ikinci ortalamaya sahip boyutun “Ürün ve Satış Desteği” (4,3905) boyutu olduğu Tablo 2’den anlaşılmaktadır. Ürün ve Satış sonrası destek pek çok işletme açısından önemli olmakla birlikte hizmet üretim sürecinin yıl boyunca devam etmesi zorunluluğundan dolayı yiyecek içecek işletmeleri için daha önemli hale gelmektedir. Bu nedenle, yalnızca satış anında değil, satış sonrasında da tedarikçi işletme personelinin desteği ve işletme isteklerine duyarlılığı soon derece önemli hale gelmektedir.

Tablo 3. Tedarikçi Seçim Kriterlerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Hizmet Yılına Göre Farklılaşması

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık
Ürün ve Satış Desteği	1-3 Yıl	26	4,3626	,40654	0,908	0,444
	4-6 Yıl	10	4,4714	,39869		
	7-10 Yıl	14	4,3163	,90901		
	11 Yıl ve üzeri	5	4,7714	,07825		
Taşıma-Teslimat ve Sipariş Süreci	1-3 Yıl	26	4,4078	,56439	0,240	0,868
	4-6 Yıl	10	4,4396	,60329		
	7-10 Yıl	14	4,6000	,36140		
	11 Yıl ve üzeri	5	4,4184	,67581		
Tedarikçi Yeterliliği ve Kapasitesi	1-3 Yıl	26	4,4571	,15649	20,933	0,000*
	4-6 Yıl	10	4,4649	,55343		
	7-10 Yıl	14	3,7615	,52160		
	11 Yıl ve üzeri	5	2,9800	,54528		
Fiyatlandırma ve Ödeme Koşulları	1-3 Yıl	26	4,4857	,62617	3,815	0,015*
	4-6 Yıl	10	4,8400	,21909		
	7-10 Yıl	14	3,9018	,78114		
	11 Yıl ve üzeri	5	3,8923	,87495		
Tedarikçilerle İlişkiler	1-3 Yıl	26	3,8800	,41312	1,707	0,177
	4-6 Yıl	10	3,0714	1,08304		
	7-10 Yıl	14	4,2000	,00000		
	11 Yıl ve üzeri	5	3,7091	,90252		

$p < 0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

Restoran işletmelerinin tedarikçi seçiminde önemseydiği dördüncü husus ise fiyatlandırma ve ödeme koşullarıdır. Fiyat ve ödeme koşulları, başlangıçta işletmelerin maliyetleri üzerinde doğrudan etki üreten değişkenler olması açısından en önemli hususlardan biri olarak algılansa da yiyecek-içecek işletmelerinde müşteri memnuniyetinin sağlanması ön planda olduğundan bu değişken görece ürün ve teslimat sürecine nazaran daha düşük değer almıştır. Bu durum, kafe-restoran işletmelerinin müşteri memnuniyetin sağlanmasına önemli ölçüde değer verdiğini ve fiyat ve ödeme koşullarını ikinci planda değerlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Tedarikçi işletme seçiminde en az önemsenen husus ise, tedarikçi işletmelerle kurulan ilişkiler olarak görülmektedir. Boyutun aritmetik ortalaması incelendiğinde, orta değer olan 3’ün üzerinde değer aldığı (3,6000) görülse de diğer boyut ortalamaları ile kıyaslandığında diğer işletmeler hakkında bilgi verilmesi, kendilerine uygun ürün geliştirilmesi, imajları veya dürüst-güvenilir işletmeler olmalarının fonksiyonel faydalarına göre daha az önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Kafe-restoran işletmelerinin hizmet yıllarına göre tedarikçi seçim kriterlerinde bir farklılık olup olmadığının incelenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçları, Tablo 3’te verilmektedir. Tablo 3 incelendiğinde 2 boyutta hizmet yılına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ( $p < 0,05$ ). Bu boyutlar, tedarikçi yeterliliği ve kapasitesi ile fiyatlandırma ve



ödeme koşullarıdır. Her iki grupta yer alan işletmelerin ifadelerine verdikleri yanıtların aritmetik ortalamalarına bakıldığında, işletmelerin hizmet yıllarının artması ile tedarikçilerinin yeterliliğini, fiyat ve ödeme koşullarına verdiği önemin azaldığı görülmektedir. Bunun aksine, yeni işletmeler aynı boyutları oldukça önemli olarak algılamaktadır. Bu durumun nedeni, geçen faaliyet yılları içerisinde daha köklü bir yapıya kavuşan kafe-restoranların bu sorunları aşmış olması olarak ileri sürülebilir. Aynı şekilde hizmete yeni başlayan işletmeler, tedarikçileri ile henüz yeni ilişkiler geliştirmeye başladıklarından, bir diğer ifadeyle ilişkinin keşif aşamasında yıllanmış işletmelere göre daha titiz ve seçici davranmaktadır.

Tablo 4. Tedarikçi Seçim Kriterlerinin Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Çalışan Sayısına Göre Farklılaşması

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	Anlamlılık
Ürün ve Satış Desteği	1-5 Kişi	9	4,5079	,41102	2,024	0,122
	6-10 Kişi	16	4,1429	,82972		
	11-15 Kişi	15	4,4286	,40765		
	16 Kişi ve üzeri	15	4,6095	,31236		
Taşıma-Teslimat ve Sipariş Süreci	1-5 Kişi	9	4,4078	,56439	3,084	0,035*
	6-10 Kişi	16	4,7937	,24858		
	11-15 Kişi	15	4,1696	,63507		
	16 Kişi ve üzeri	15	4,5714	,59883		
Tedarikçi Yeterliliği ve Kapasitesi	1-5 Kişi	9	4,4762	,41708	0,564	0,641
	6-10 Kişi	16	4,4649	,55343		
	11-15 Kişi	15	4,0444	,34319		
	16 Kişi ve üzeri	15	3,8000	,90921		
Fiyatlandırma ve Ödeme Koşulları	1-5 Kişi	9	4,0667	,69144	5,862	0,002*
	6-10 Kişi	16	3,7600	,92025		
	11-15 Kişi	15	3,9018	,78114		
	16 Kişi ve üzeri	15	4,6667	,22361		
Tedarikçilerle İlişkiler	1-5 Kişi	9	3,2875	1,15924	5,117	0,004*
	6-10 Kişi	16	3,6000	,52372		
	11-15 Kişi	15	3,6933	,77040		
	16 Kişi ve üzeri	15	3,7091	,90252		

$p < 0,05$  düzeyinde anlamlıdır.

Restoran işletmelerinin büyüklüğü, otel işletmelerindeki gibi yıldız ile ifade edilmemektedir. Her ne kadar yönetmelikte 1. Sınıf lokanta ve 2. Sınıf lokanta olmak üzere iki sınıfa ayrılmışlarsa da faaliyet gösteren restoranların büyük bir bölümünün turizm işletme belgesi olmadığı aşırıdır. Bu nedenle işletme büyüklüğü standardı olarak bu çalışmada işletmede çalışan personel sayısı dikkate alınarak bir sınıflandırmaya gidilmiştir. İşletme büyüklüğüne göre tedarikçi seçim kriterlerinde boyutlar bazında anlamlı farklılıkların olduğu Tablo 4'de görülmektedir. Boyutlardaki farkların hangi gruplardan kaynaklandığını tespit edebilmek için de Post Hoc testlerinden Scheffe ve Tukey test sonuçları incelenmiştir.

Tablodaki bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, taşıma ve teslimat süreçlerine orta ölçekli kafe-restoranların daha fazla önem verdiği, tedarikçiler ile ilişkilere ise büyük ölçekli, nispeten daha profesyonel işletmelerin daha fazla önemstedikleri anlaşılmaktadır. Diğer taraftan fiyatlandırma ve ödeme koşulları boyutunda da büyük kafe-restoranların çok daha fazla önem verdiği bir husus olduğu görülmektedir. Tedarikçiler ile ilişkileri en az önemseyen grup ise 1-5 kişi arasında çalışana sahip küçük ölçekli kafe-restoranlar olduğu görülmektedir. Bu işletmelerin henüz tedarikçi ilişkilerinin önemini kavrayacak bir büyüklüğe ulaşmadıkları söylenebilir.

### 5.1. Kafe-Restoran İşletmelerinin Tedarikçileri ile Karşılaştıkları Sorunlar

Araştırma kapsamında uygulanan anket çalışmasında restoran işletmelerinin tedarikçileri ile arasında sıklıkla yaşanan sorunlara ilişkin açık uçlu bir soru bırakılmış ve yaşadıkları sorunları belirtmeleri istenmiştir. Bu kapsamda kafe-restoran işletmelerinin tedarikçileri ile en fazla sorun yaşadıkları hususların aşağıdaki biçimde şekillendiği görülmüştür:

- Zamanında teslimat yapılmaması
- Dürüst olmamaları
- Siparişi verilen ürünlerin istenilen miktarda gelmemesi





- Ürünlerin uygun taşıma koşullarında işletmeye ulaştırılmaması
- Yanlış ürün teslimatı
- Taşıma işlemini gerçekleştiren çalışanların (teslimat personeli, şoför vs.) ürüne ve teslimata ilişkin yeterli bilgisinin olmaması
- Alınan ürün ve hizmetlerde devamlılık sorunu
- Tedarikçi işletmelerin kendi marka değerlerini satıcı işletmenin önüne çıkarmaya çalışmaları
- Ürün çeşitliliğinin yetersiz olması
- Sipariş verilen miktarların üzerinde ürün teslimatı sonrası ödemede yaşanan güçlükler
- Vade seçeneklerinin yetersizliği
- Stoklar konusunda bilgi eksikliği
- Yeterli geri bildirim yapılmaması

#### 4.2. Tedarikçi Seçim Politikasında Etkili Olan Faktörlere İlişkin Bulgular

Kafe-restoran işletmelerinin tedarikçi seçiminde etkili olan faktörlere ilişkin veriler Tablo 3’de aktarılmaktadır. Tablo 3’te görüldüğü üzere kafe-restoran işletmelerinin tedarikçileri seçerken göttükleri temel politika en başta müşteri memnuniyetinin artırılmasıdır. Nitekim araştırmanın ilgili bölümünde de müşteri memnuniyetinin yiyecek-ıçecek işletmeleri açısından oldukça önemli olmasının ürün ve teslimat sürecini ön plana çıkardığı ifade edilmişti. Bu değerler, söz konusu durumu destekler niteliktedir. Bununla birlikte, kaliteyi artırma düşüncesi de tedarikçi seçiminde etkili olan bir diğer faktör olarak ön plana çıkmaktadır.

Tablo 5. Kafe-restoran İşletmelerinin Tedarikçi Seçim Politikalarında Önemsedikleri Kıstaslar

Hizmet Yılı	Sayı (N)	Frekans (%)
Müşteri memnuniyetini artırmak	34	75,6
Kaliteyi artırmak	25	55,6
Tedarikte istikrar sağlamak	23	51,1
Karı artırmak	21	46,7
Müşteri beklentilerini karşılamak	20	44,4
Maliyetleri düşürmek	10	22,2
Pazar payını artırmak	6	13,3
Stok miktarını düşürmek	4	8,9

Hizmet üretim sürecinin yılın tamamında devam ettiği yiyecek ıçecek işletmelerinde tedarikçiler konusunda bir istikrar sağlama düşüncesi ve bunun yanında ürün devamlılığının sağlanması tedarikçi seçimi konusundan işletmelerin temel politikalarından birini teşkil etmektedir. Bunun yanında maliyetlerin düşürülmesi, oransal olarak müşteri memnuniyetinin oldukça gerisinde kalmaktadır. Bu durum, kafe-restoran işletmelerinin birincil önceliğinin fiyat ve maliyet avantajları değil, müşteri memnuniyeti ve sadakatini sağlamak olduğunu ortaya koyması açısından oldukça önemli bir bulgudur.

#### Sonuç ve Değerlendirme

Yiyecek-ıçecek işletmeleri arasında sayıları hızla artan kafe-restoran işletmeleri, araştırma kapsamında ele alınmış ve incelenmiştir. Literatürde yaygın olan diğer araştırmaların aksine nispeten sınırlı olarak incelenen tedarikçi seçimi ve tedarikçi seçiminde etkili olan faktörlerin tespit edilmesi bu araştırmanın temel amaçları arasındadır. Bu amaçla, Sakarya ilinde faaliyet gösteren kafe-restoran işletmeleri üzerinde yürütülen saha çalışmasında konuya ilişki anket yolu ile veri elde edilmeye çalışılmış ve elde edilen veriler çeşitli istatistiksel yöntemler yardımıyla analiz edilmiştir

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, kafe-restoran işletmelerinin tedarikçi seçiminde etkili olan unsurların 5 temel başlık altında toplandığını ortaya koymuştur. Bunlar; ürün ve satış desteği, taşıma-teslimat ve sipariş süreci, tedarikçi işletmelerin yeterliliği ve kapasitesi, fiyatlandırma ve ödeme koşulları, son olarak da tedarikçiler ile ilişkilerdir. Bu beş husus içerisinde işletmelerin taşıma-teslimat ve sipariş sürecinin tedarikçi seçiminde en etkili husus olduğu bulgulardan anlaşılmaktadır. Bu durumda tedarikçi işletmelerin tedarik ettikleri ürün ve hizmetlerle ilgili olarak sağlıklı bir taşıma gerçekleştirilmeleri ve aldıkları sipariş miktarlarına riayet ederek teslimat gerçekleştirilmelerinin firmalar tarafından tercih edilirliklerinden önemli bir rolünün olacağı aşikardır. Bunun yanında yine tedarikçi firmaların satış sonrası sundukları desteğin de tercih edilmeleri noktasında pozitif katkı yapacağı anlaşılmaktadır.



Araştırma kapsamında kafe-restoran işletmelerinin tedarikçileri ile yaşadıkları sorunlar da incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda açık uçlu sorulara verilen yanıtlardan ortak olan bazı hususlar tespit edilmeye çalışılmış ve en çok sorun yaşanan hususun teslimat ve siparişle ilgili olduğu belirlenmiştir.

Son olarak kafe-restoran işletmelerinin tedarikçi seçimlerinde yürüttükleri temel politikalar ele alınmıştır. Bu noktada kafe-restoran işletmelerinin müşteri memnuniyetini ön planda tutacak şekilde tedarikçi seçiminde buldukları aynı zamanda tedarikçilerle ilişkilerin istikrar sağlama düşüncesinin tedarikçi seçiminde önemli bir kriter olduğu anlaşılmıştır.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmada da bazı kısıtlar söz konusu olmuştur. Başta araştırmacının zaman kısıtı ve maddi imkânların yetersizliği dolayısıyla araştırma yalnızca Sakarya ilindeki kafe-restoranlarla sınırlı tutulmuştur. Bunun yanında araştırmada yalnızca tedarikçi seçiminde etkili olan faktörler ele alınmış ve incelenmiştir. Ancak tedarikçi seçimini etkileyen içsel faktörlerin yanında ekonomik yapı, rekabet, tedarikçi işletmelerin sayısı gibi pek çok dışsal etkenin de tedarikçi seçimi üzerinde önemli bir etkisinin olabileceğinden bahsetmek mümkündür. Bu alanlara ilişkin yapılacak geniş örneklemli ampirik araştırmalar sayesinde tedarikçi seçimi olgusu yiyecek-içecek işletmeleri özelinde daha detaylı şekilde ele alınabilecektir.

#### KAYNAKÇA

- Atak, M. (2006). *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Servis Elemanlarının Hizmet İçerisinde Eğitim ve İş Tatminine Etkisi; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Uygulanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Avcıkurt, C., Sarioğlu, M., Çaylı, 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.
- Civaroğlu, G., (2006). *Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları ve Performans Üzerine Etkilerinin Analizi*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Edirne.
- Davras, Gonca Manap ve M. Karaatlı (2014). Otel İşletmelerinde Tedarikçi Seçimi Sürecinde AHP ve BAHF Yöntemlerinin Uygulanması. *Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 32, Sayı 1, s. 87-112.
- Demirkol, Ş. (2015). *Turizm İşletmeleri” içinde “Yiyecek İçecek İşletmeleri*. (Edt: Demirkol, Ş. ve Zengin, B.), İstanbul: Değişim Yayınları.
- Denizer, D. (2005). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, N. Ö. ve S. Gencan (2013). Seyahat Acentası Yöneticilerinin Bakış Açısıyla En Uygun Otel Seçimi: Bir Analitik Hiyerarşi Prosesi (Ahp) Uygulanması. *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 41, ss. 69-88.
- Eroğlu, Ergün (2005). Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Dergisi*, Cilt 34, Sayı 1, ss. 7-25.
- Evans, Martin, A. Jamal and G. Foxall (2010). *Consumer Behaviour*. 2. Edition, USA: John Wiley and Sons Ltd. Publication.
- Güler, S. (2003). *İstanbul'daki 5 Yıldızlı Otel Restoranlarının Rekabet Stratejilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Halis, Muhsin ve O. Türkay (2010). Konaklama İşletmelerinde Tedarikçi İşletme İlişkileri: Türk Şehir Otellerinden Bulgular. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, Yıl 7, Sayı 1, s. 6-16.
- Homburg, Christian and Bettina Rudolph (2001). Customer Satisfaction in Industrial Markets: Dimensional and Multiple Role Issues. *Journal of Business Research*, (52), pp. 15-33.
- Homburg, Christian, Harley Krohmer, Joseph P. Cannon and Ingo Kiedaisch (2002). Customer Satisfaction in Transnational Buyer-Supplier Relationships. *Journal of International Marketing*, Vol. 10, No. 4, pp. 1-29.
- Kılınç, O. Çavuş, Ş (2010). *Profesyonel Restoran Yönetimi*. içinde *Yiyecek İçecek Sektörüne Genel Bakış*. (Edt: Sarıışık, M. Çavuş, Ş. ve Karamustafa, K.), Ankara: Detay Yayınları.
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Management*. 11. International Edition, USA: Prentice Hall.
- Porter, Michael (2000). *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. (Çeviren: Gülen Ulubilgen), İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Robinson, Patrick J. Charles W. Farris and Yoram Wind (1967). *Industrial Buying and Creative Marketing*. Boston: Allyn and Bacon.
- Sarıışık, M. (1998). *Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Maliyet Kontrol Sistemleri ve Beş Yıldızlı Otellerde Standart Yiyecek Maliyet Kontrol Sisteminin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi: Aydın.
- Sarioğlu, 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.
- Sarioğlu, M., Avcıkurt, C., Doğdubay, M., Vatansver, 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.
- Sarooğlu, Mehmet (2011). Konaklama İşletmelerinde Tedarik Zinciri Yönetimi Kapsamında Tedarikçi Seçim Kriterleri Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (25), 239-253.
- Sarioğlu, Mehmet (2011). Konaklama İşletmelerinde Tedarik Zinciri Yönetimi Kapsamında Tedarikçi Seçim Kriterleri Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (25): 239-253.
- Solmaz, S. A. (2016). *Alıcı-Tedarikçi İlişki Kalitesi ve Müşteri Değerinin Endüstriyel Tüketici Tatmini Üzerindeki Etkileri: Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Sökmen, A. (2003). *Ağırlama Endüstrisinde Yiyecek-İçecek Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sökmen, A. (2006). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, Ali, O. ÇATIR ve N. ÖMÜRBEK (2015). Topsis Ve Moora Yöntemleri İle Tedarikçi Seçimi: Turizm Sektöründe Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Vol. 18, No. 33, ss. 133-161.
- Türksoy, A. (2015). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*. Detay Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö. Yılmaz, Y. ve Yılmaz, Ö. (2013). *Yiyecek İçecek İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

#### İnternet Kaynakları

yigm.kulturturizm.gov.tr, E.T: 20.05.2018