



### III. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

28-29 Kasım, 2019, Gaziantep

<http://www.ulk.ist/>



## Müşteri Odaklı Et Tedarik Zincirlerinde Başarı Kriterlerinin Değerlendirilmesi

### Özet

#### Aylin Çalışkan

Dr.

Yaşar Üniversitesi

aylin.caliskan@yasar.edu.tr

Bu çalışmanın amacı tüketici odaklı sürdürülebilir et tedarik zinciri çerçevesi çizmektir. Bu amaca yönelik müşterilerin et satın alma davranışına etki eden faktörler arasındaki ilişkiler Yorumlayıcı Yapısal Modelleme ve MICMAC analizi ile incelenmiştir. Analizler sonucunda karmaşık ilişkilere sahip olan faktörler arasında hiyerarşik bir model geliştirilmiş ve bağımlı/bağımsız faktörler belirlenmiştir. Geliştirilen yapısal model ile müşteri odaklı tedarik zinciri planlaması yapılabilmesi adına bir yol haritası çıkarılmıştır. Literatür araştırması sonucunda tedarik zinciriyle alakalı, tüketicinin et satın alma davranışını etkileyen faktörler derlenmiştir. Bu faktörlerden birincisi etin kalitesidir. İkinci faktör ise bir gıdanın tüketilmesi sonucunda tüketici tatminini ve memnuniyetini yegâne etkileyen unsur olan tattır. Fakat etin tadının nasıl olacağı hakkında satın alma sürecinde tahmin edilmesinden öteye geçilememektedir. Üçüncü faktör olarak etin rengi, satın alma aşamasında müşteriye hem etin taze olup olmadığı hem de tadının nasıl olabileceği hakkında ipucu vermektedir. Dördüncü faktör ise etin paketlenme tarzı ve paketidir. Paketleme, et ürünlerinin raf ömrünü uzatmaya, kalitesinin sabit kalmasına ve etin güvenliğini sağlamaya katkıda bulunmaktadır. Her ürünün değerlendirilmesinde olduğu gibi et ürününde de fiyat tüketicilerin karar vermesinde önemli rol oynayan beşinci faktördür. Yapılan araştırmalarda tüketicilerin takip edebildiği, geçmişini ve hangi aşamalardan geçtiğini görebildiği etlere daha fazla ücret ödemeye razı oldukları görülmüştür. Dolayısıyla bir tüketicinin et ürününün satın almasında izlenebilirlik özelliği etki eden faktörlerden altıncısı olarak ele alınabilir. Çeşitli seviyelerde birbirleriyle bağlantı gösteren et satın alma davranışını etkileyen faktörlerle tedarik zincirinde önem verilmesi gereken konuları belirlemek ve bir çerçeve çizmek adına Yorumlayıcı Yapısal Modelleme (Interpretive Structural Modeling-ISM) yöntemi kullanılmıştır. Belirlenen faktörlerin; (1)



etkileyen, (2) otonom, (3) bağlantı ve (4) bağımlı olarak sınıflandırılması için ise MICMAC analizi uygulanmıştır. ISM analizine göre izlenebilirlik ve paketleme arasında karşılıklı ilişki bulunurken paketleme etin rengini ve tadını etkileyen faktör olarak bulunmuştur. Etin rengi ve tadı arasında doğal olarak karşılıklı ilişki vardır ve ikisi de etin kalitesini etkileyen faktörlerdir. Son olarak tüm faktörlerin etkilemesiyle ortaya çıkan etin kalite seviyesi nihai olarak fiyatı belirlemektedir. Tüketicilerin et satın almasında etkili olan tedarik zinciriyle alakalı faktörlerin sınıflandırılmasına ilişkin genel gözlemler ise şu şekildedir: Etin paketi ve izlenebilirliği diğer faktörleri en yüksek etkileme gücüne ve diğer faktörlerden en az etkilenme seviyesine sahip faktörlerdir. Bu faktörlerin diğer faktörleri kuvvetli şekilde etkileme kapasitesi olduğundan öncelikle odaklanılması ve önem verilmesi gereken konulardır. Fiyat faktörü, diğer satın alma davranışını etkileyen faktörleri en düşük etkileme gücüne sahipken; diğer faktörlere en bağımlı faktör olarak bulunmuştur. Bu sonuç diğer faktörlerde meydana gelebilecek maliyet artışının/düşüşünün fiyatı da artıracığı/azaltacağı şeklinde yorumlanabilir. Analiz sonucuna göre hiçbir faktör otonom olarak tanımlanmamıştır. Bu durum her bir faktörün tüketicilerin et satın alma davranışına az veya çok etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Tat ve renk faktörleri bağlantılı faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gözlem, bu iki faktöre yönlendirilen herhangi bir eylemin diğer faktörleri etkileyebileceği gibi, kendileri üzerinde bir geri bildirim etkisinin olabileceğini göstermektedir. Bu araştırmada müşteri odaklı et tedarik zincirlerinde geliştirilmesi ve sürdürülmesi gereken iki faktörün ön plana çıktığı görülmüştür: Paketleme ve izlenebilirlik. Dolayısıyla paketin bozulmaması ve izlenebilirliğin verimli hale getirilmesi için et tedarik zincirinde güçlü bir dikey entegrasyon ve koordinasyon ihtiyacı vardır diyebiliriz.

*Anahtar Kelimeler:*

*Et Tedarik Zinciri, Tüketici Odaklı Tedarik Zinciri, Tüketici Davranışı*

