

**T.C.  
OKAN ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SAĞLIK YÖNETİMİ ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HASTANE TEDARİK ZİNCİRİ ÇALIŞANLARININ  
TEDARİKÇİLER HAKKINDAKİ ALGI VE  
MEMNUNİYETLERİ  
(MERSİN İLİ ÖRNEĞİ)**

**Sibel ÖZET**

**Tez Danışmanı  
Yrd. Doç. Dr. Erdiñ ÜNAL**

**İSTANBUL, 2016**



**T.C.**  
**OKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**SAĞLIK YÖNETİMİ ANABİLİM DALI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HASTANE TEDARİK ZİNCİRİ ÇALIŞANLARININ**  
**TEDARİKÇİLER HAKKINDAKİ ALGI VE**  
**MEMNUNİYETLERİ**  
**(MERSİN İLİ ÖRNEĞİ)**

**Sibel ÖZET**  
**122009116**

**Tez Danışmanı**  
**Yrd. Doç. Dr. Erdiñ ÜNAL**

**İSTANBUL, 2016**

T.C  
OKAN ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ



YÜKSEK LİSANS  
TEZ ONAYI


ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : Sibel Özet Öğrenci No : 122009116  
Anabilim/Bilim Dalı : Sağlık Yönetimi Tez Savunma Tarihi : 09.05.2016  
Danışman : Yrd. Doç. Dr. Erdiñ Ünal Tez Savunma Saati :13.30

Tez Konusu : "Hastane Tedarik Zinciri Çalışanlarının Tedarikçiler Hakkındaki Algı ve Memnuniyetleri (Mersin İli Örneği)"

TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 33.Maddesi uyarınca yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin Kabulü 'ne OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)	İMZA
Yrd. Doç. Dr. Erdiñ Ünal	Kabul	
Yrd. Doç. Dr. Onur Yazar		
Yrd. Doç. Dr. A. Murat Köseoğlu	KABUL	

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)	İMZA
Prof. Dr. Mithat Kıyak	Kabul	

## ÖZET

Sağlık sektöründe meydana gelen değişimler sayesinde sağlık kurumlarında tedarik zinciri yönetiminin önemi hızla artmıştır. Sağlık kuruluşlarınca, tedarik zinciri yönetiminin iyi yönetilmesi rekabet avantajı sağlamakta, bunun yanında müşteri memnuniyeti, güven ve süreklilik gibi avantajlar sağlamaktadır. Bu tez çalışmasında amaç; tedarikçilerin davranış ve ürünlerinin Mersin ilinde faaliyette bulunan hastane tedarik zinciri çalışanları tarafından nasıl algılandığı ile tedarikçiye duyulan güven ve müşteri memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğunun saptanmasıdır.

Bu araştırmada; literatür taramasına dayanılarak oluşturulan anket 2013 Yılı Mayıs ayında Mersin merkezde bulunan, Mersin Üniversitesi Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi, Mersin Kamu Hastaneler Birliği, Mersin Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi, Mersin Devlet, Toros Devlet, Mersin Kadın Doğum ve Çocuk, Özel Forum Yaşam, Özel IMC, Özel Mersin Ortadoğu Hastanesinin de tedarik zincirinde (satınalma, planlama, ayniyat, yönetici vb.) görev yapan yaklaşık 230 kişiden katılımı sağlanabilen 167 çalışana uygulanmış olup, tedarik zinciri yönetimi ve tedarikçilere ilişkin algı ve düşünceleri değerlendirilmiştir. Özel hastanelerden Yenişehir ve Doğu hastaneleri anket çalışmasına katılmamıştır. Elde edilen veriler SSPS 19 ortamına aktarılmıştır. Verilerin analizinde; varyans, pearson korelasyon, Ki-Kare, Anova ve Post-Hoc istatistiksel yöntemler kullanılmıştır.

Tedarik zinciri çalışanlarının, tedarikçinin istenilen kadar ürünü istenildiği zaman verebilmesi, rekabetçi bir fiyat politikası izlemesi, alternatif bir tedarikçinin kolaylıkla bulunabilmesi, ürünün hastane için önemli olması, hastanenin imajını güçlendirmesi ve müşteri kazandırması konularına katıldıkları ancak; tedarikçinin bırakılması halinde satışların azalacağına, kendi ürün grubunda sektördeki en büyük satıcısı olduğuna, yüksek kalitede ürünler sunduğuna, sık sık yeni ürünler ürettiğine, sağlık sektöründe tedarikçinin adaletli olduğuna, daha çok katılmadıkları bulunmuştur. Özellikle çalışanların görüşlerinin değerlendirildiği bir süreçle tedarik zincirinde etkinlik ve verimlilik artırılabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Tedarik zinciri yönetimi, Hastanelerde tedarik yönetimi, Sağlık çalışanları ve tedarikçiler.

**ABSTRACT**  
**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN THE HOSPITALS**  
**(MERSİN SAMPLE)**

Supply chain management has gained ground rapidly because of the changes in the healthcare sector. Well managed supply chain process helps the healthcare institutions gain competitive advantages; increases customer satisfaction, reliance and permanency. The aim of this thesis is to determine how the behaviors and products of healthcare industry suppliers are perceived by the staff responsible for the supply chain management and customers in the hospitals of Mersin province; and which factors are effective in the supplier confidence and customer satisfaction.

In this study; the survey which is based on the literature scanning; created in May of 2013 with the participation of 167 out of the 230 workers that are employed in the supply chain departments (purchasing, planning etc) in the hospitals located in city of Mersin which are Mersin University Medical Faculty Hospital, State Hospitals Union, Mersin Oral and Dental Health Center, Mersin State Hospital, Toros State Hospital, Mersin Maternity and Children Hospital, Private Forum Yaşam Hospital, Private IMC Hospital and Private Ortadoğu Hospital; is applied and perceptions and thoughts related to supply chain management and suppliers are evaluated. Yenişehir and Doğu private hospitals did not participate in the survey. The obtained data from the survey are transferred to the SPSS 19 environment. Variance, Pearson correlation, chi-square analysis, anova and post-hoc statistical methods were used for the analysis of the data.

Most of the supply chain workers taking the survey admitted that suppliers are providing the demanded amount of products when requested, suppliers are following competitive pricing policy, they are able to find alternative vendors if needed, the products are important for their hospitals and strengthening the image of their hospitals and bring in more clients but; they do not admit that sales will degrade if they quit the vendors, their suppliers are the largest dealers in the market, the suppliers are offering the best quality products, the suppliers are often producing new products, the suppliers in healthcare services are fair. In a process, where particularly views of employees are processed, supply chain efficiency can be increased.

**Keywords:** Supply chain management, Supply Chain management in hospitals, Healthcare workers and suppliers.

## ÖNSÖZ

Temelde ihtiyaç ve beklentilerin karşılanma düzeyi tedarik kavramını ifade etmektedir. Tedarik zinciri kavramı müşterilerin ihtiyaç ve beklentileri açısından günden güne biçim ve içerik değiştirmektedir. İnsan sağlığıyla birinci dereceden ilgilenen sektör olması nedeniyle özellikle sağlık sektöründeki tedarik zinciri yönetimine ilişkin sonuçların değerlendirilmesinde yarar vardır. Tedarik zinciri yönetimi sağlık işletmelerindeki ekipmanlar ve tedarik süreçleri veya yeterlilikleri açısından karşılanması gereken standartlarla ilgilidir. Sağlık işletmelerinde sunumu yapılan hizmetlerin maliyetlerinin azaltılması için tedarik zinciri yönetimi uygulanması gerekir.

Bu çalışma mevcut tedarikçilerin davranış ve ürünlerinin Mersin İli merkezinde faaliyette bulunan kamu ve özel hastanelerinde tedarik zinciri çalışanları tarafından nasıl algılandığını araştırarak, tedarikçiye duyulan güven ve müşteri memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğunun saptanması amacıyla yapılmıştır.

Tez çalışmamın her aşamasında öneri, katkı ve her türlü bilimsel desteğini aldığım ve birlikte çalışmış olmaktan onur duyduğum danışman hocam Yrd. Doç. Dr. Erdinç ÜNAL'a, Okan Üniversitesi Yüksek Lisans Programı Öğretim Üyelerine, araştırmanın uygulanmasına izin veren hastane yönetimlerine, araştırmaya katılan tüm katılımcılara, çalışmam boyunca desteğini esirgemeyen aileme, iş arkadaşlarıma, çalışmamda yardımcı olan Sağlık Yönetimi Uzmanı F. Leyla ÇEZİK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Sibel ÖZET

# İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvii
1. GİRİŞ.....	1
2. GENEL BİLGİLER.....	3
2.1. Tedarik ve Tedarik Zinciri Kavramı.....	3
2.2. Tedarik Zinciri Yönetimi.....	4
2.3. Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihçesi.....	6
2.4. Tedarik Zinciri Yönetiminin Önemi.....	7
2.5. Tedarik Zinciri Yönetiminin Amaçları.....	8
2.6. Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörler.....	9
2.6.1. Müşteri Beklentileri ve Rekabet.....	9
2.6.2. Küreselleşme.....	9
2.6.3. Bilgi Teknolojisi.....	9
2.6.4. Yasal Düzenlemeler.....	10
2.6.5. Çevre.....	10
2.7. Tedarik Zinciri Yönetim Süreçleri.....	11
2.7.1. Müşteri İlişkileri Yönetimi.....	11
2.7.2. Müşteri Hizmetleri Yönetimi.....	12
2.7.3. Talep Yönetimi.....	13
2.7.4. Sipariş Karşılama.....	13
2.7.5. Üretim Akış Yönetimi.....	14
2.7.6. Tedarikçi İlişkileri Yönetimi.....	14
2.7.7. Ürün Geliştirme ve Ticarileştirme.....	14
2.7.8. İadelerin Yönetimi.....	15
2.8. Tedarik Zinciri Yönetiminde Performans Ölçümü.....	15
2.9. Tedarik Zinciri Yönetiminin Avantaj ve Dezavantajları.....	16



2.10. Tedarik Zinciri Yönetiminde Tedarikçi Seçimi.....	19
2.11. Ürüne İlişkin Faktörler.....	21
2.11.1. Maliyet.....	21
2.11.2. Ürünün Kalitesi.....	22
2.11.3. Tedarikçinin Markası.....	22
2.11.4. Ürünün Önemi.....	23
2.12. Örgüte İlişkin Faktörler.....	23
2.12.1. Tedarikçinin Yerine Konulabilirliği.....	23
2.12.2. Tedarikçinin Firma İmajı.....	23
2.12.3. Tedarikçinin Firma Büyüklüğü.....	24
2.12.4. Tedarikçinin Satış Personelinin Kalitesi.....	24
2.12.5. Tedarikçinin Lojistik Performansı.....	24
2.12.6. Tedarikçinin Esnekliği ve Yenilikçiliği.....	25
2.13. Tedarikçi Seçiminde İlişkisel Faktörler.....	25
2.13.1. Tedarikçiye Güven.....	26
2.13.2. Müşteri Memnuniyeti.....	26
2.14. Hastanelerde Tedarik Zinciri Yönetiminin Temel Fonksiyonları.....	27
2.14.1. Talep ve Sipariş Yönetimi.....	27
2.14.2. Planlama.....	28
2.14.3. Satın Alma.....	28
2.14.4. Stok Yönetimi.....	30
2.14.4.1. Hastanelerde Kullanılan Malzeme Sınıflandırması.....	31
2.14.4.2. Stok Değerleme Yöntemleri.....	31
2.14.4.3. Stok Kontrol Yöntemleri.....	32
2.14.5. Depo Yönetimi.....	33
2.14.6. Sevkiyat ve Dağıtım.....	34
2.14.7. Hastanelerde Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulaması.....	34
2.14.7.1. Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası.....	34
2.14.7.2. Medula Sistemi (E-Fatura).....	35
2.14.7.3. Çekirdek Kaynak Yönetim Sistemi.....	35
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	37
4. BULGULAR.....	40
4.1. Demografik Bulgular.....	41

<b>4.2. Tedarikçi Bilgileri.....</b>	<b>43</b>
<b>4.3. Demografik Özellikler ile Verilen Yanıtlar Arasındaki İlişkiye</b>	
<b>Ait Bulgular.....</b>	<b>77</b>
<b>5. TARTIŞMA.....</b>	<b>127</b>
<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>130</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>135</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>140</b>
<b>EK 1. Anket Formu.....</b>	<b>140</b>
<b>EK 2. Araştırma İçin Gerekli İzin Belgeleri.....</b>	<b>143</b>



## TABLULAR LİSTESİ

SAYFA NO

<b>Tablo 1: Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihsel Süreci.....</b>	<b>7</b>
<b>Tablo 2: Satın Alma Süreci.....</b>	<b>30</b>
<b>Tablo 3: Ölçeğin Güvenilirlik Analizi.....</b>	<b>40</b>
<b>Tablo 4: Ölçeğin Geçerlilik Analizi.....</b>	<b>40</b>
<b>Tablo 5: Araştırmaya Katılanların Demografik Durum Dağılım Tablosu.....</b>	<b>41</b>
<b>Tablo 6: Araştırmaya Katılanların Hastanedeki Pozisyonu Dağılım Tablosu.....</b>	<b>42</b>
<b>Tablo 7: Hastanelerdeki Çalışan Sayısı Durum Dağılım Tablosu.....</b>	<b>42</b>
<b>Tablo 8: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Piyasada Rekabetçi Bir Fiyat Politikası İzlemektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>43</b>
<b>Tablo 9: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Hastanemize Ekstra İndirimler Uygulamaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>43</b>
<b>Tablo 10: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Vade Kolaylıkları Sunmaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>44</b>
<b>Tablo 11: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Sabit Fiyat Garantisi Vermektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>44</b>
<b>Tablo 12: Araştırmaya Katılanların “Satın Almada Ödediğimiz Fiyat, Yerine Göre Piyasa Fiyatından Daha Yüksek Olabilmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>45</b>
<b>Tablo 13: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Yüksek Kalitede Ürünler Sunmaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>45</b>
<b>Tablo 14: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Ürünleri Hakkında Sık Sık Şikayet Almaktayız.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>46</b>
<b>Tablo 15: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Ürün Performansı Beklentileri Karşulamaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>46</b>
<b>Tablo 16: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Kalite Beklentilerimizi Karşulamaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>47</b>
<b>Tablo 17: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi Sık Sık Yeni Ürünler Üretir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>47</b>
<b>Tablo 18: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi İşlerin Daha İyi Yapılması İçin Yeni Yollar Araştırır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>48</b>
<b>Tablo 19: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi Çalışma Yöntemlerinde Yenilikçidir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>48</b>
<b>Tablo 20: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi Çoğu Kez Yeni Ürün Ve</b>	

Hizmetleri Piyasaya Rakiplerinden Önce Sunar.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	49
Tablo 21: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, İstedğimiz Kadar Ürün Verebilir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	49
Tablo 22: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Değişken Taleplerimizi Karşılatabilmek İçin Stok Düzeyini Kolayca Ayarlayabilir.” İfadesine Yanıt Dağılımı. ....	50
Tablo 23: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Piyasadaki Değişime Kısa Sürede Adapte Olabilir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	50
Tablo 24: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Acil Ürün Siparişlerimizi Karşılatabilir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	51
Tablo 25: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Güçlü Bir Markaya Sahiptir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	51
Tablo 26: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Marka Bilinirliği Oldukça Yüksek.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	52
Tablo 27: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Marka Değeri Oldukça Yüksek.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	52
Tablo 28: Araştırmaya Katılanların “Bu Marka Tüketicilere Güven Vermektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	53
Tablo 29: Araştırmaya Katılanların “Satın Aldığımız Ürün Hastanemiz İçin Önemlidir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	53
Tablo 30: Araştırmaya Katılanların “Satın Aldığımız Ürün İmajımızı Güçlendirmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	54
Tablo 31: Araştırmaya Katılanların “Satın Aldığımız Ürünler Hastanemiz İçin Yüksek Önceliklidir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	54
Tablo 32: Araştırmaya Katılanların “Satın Aldığımız Ürünler Hastanemize Müşteri Kazandırmaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	55
Tablo 33: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi İle İlişkimizi Sonlandırırız, Önemli Gelir Kayıplarına Uğramayız.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	55
Tablo 34: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçinin Yerini doldurabilecek Alternatif Bir Tedarikçi Kolaylıkla Bulabiliriz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	56
Tablo 35: Araştırmaya Katılanların “Biz Bu Tedarikçiyi Bıraksak, Tüm Çabalarımıza Rağmen Satışlarımız Ciddi Azalacaktır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....	56
Tablo 36: Araştırmaya Katılanların “İstedğimiz An Başka Bir Tedarikçiyle	

<b>Çalışmaya Başlayabiliriz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>57</b>
<b>Tablo 37: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Müşterilerin Zihninde İyi Bir İzlenime Sahiptir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>57</b>
<b>Tablo 38: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Rakiplerinden Daha İyi Bir İmaja Sahiptir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>58</b>
<b>Tablo 39: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Sektörde Başarısını İspatlamış Bir Firmadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>58</b>
<b>Tablo 40: Araştırmaya Katılanların “Sağlık Sektöründe Bu Tedarikçinin Adaletli Olduğu Düşünülür.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>59</b>
<b>Tablo 41: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Firma Modern Teknolojik Donanıma sahiptir” İfadesine Yanıt Analizi.....</b>	<b>59</b>
<b>Tablo 42: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Kendi Alanında Çok Büyük Bir Şirkettir.” İfadesine Yanıt Dağılımı .....</b>	<b>60</b>
<b>Tablo 43: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Kendi Ürün Grubunun Sektöründeki En Büyük Satıcısıdır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>60</b>
<b>Tablo 44: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi piyasada Çok Büyük Bir Rol Oynamaktadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>61</b>
<b>Tablo 45: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personeli Prezantabldır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>61</b>
<b>Tablo 46: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personeli Verdiği Sözlere Sadıktır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>62</b>
<b>Tablo 47: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi Piyasada Teslimat Sorunları Çıktığı Zaman Gerekli Tedbirleri Almamızı Tavsiye Eder.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>62</b>
<b>Tablo 48: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personeli Ürünlere İlişkin Yeterli Bilgi Birikimi ve Deneyime Sahiptir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>63</b>
<b>Tablo 49: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personeli İstemediğimiz Konularda Israrcı Davranmaz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>63</b>
<b>Tablo 50: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personelinin Sorun Çözme Becerisi Yüksektir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>64</b>
<b>Tablo 51: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Satış Personeli Bizimle Her Zaman ilgilidir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>64</b>
<b>Tablo 52: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin, Vaat Ettiği Sipariş Teslim Süresi Kısadır.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>65</b>

<b>Tablo 53: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin, Vaat Ettiği Tarihte Ürünleri Teslim Edebilmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>65</b>
<b>Tablo 54: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Stoklarında Yeterli Düzeyde Ürün Bulundurabilmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>66</b>
<b>Tablo 55: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Taşımada Ortaya Çıkabilecek Gecikmeleri Önceden Bildirmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>66</b>
<b>Tablo 56: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin, Belirlenmiş Sipariş Tarihlerine Bağlılığı Ve Tahmin Tutarlılığı Yüksekdir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>67</b>
<b>Tablo 57: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Siparişlerimize Hızlı Cevap Verebilmekte Ve Gerekirse Hızlandırabilmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>67</b>
<b>Tablo 58: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, İsteddiğimiz An Özel Taşıma Teslimatlarımıza Uygun Hareket Edebilmektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>68</b>
<b>Tablo 59: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Siparişlerimizi Gerçekleştirmede Her Zaman Titizlik Göstermektedir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>68</b>
<b>Tablo 60: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Lojistik Performansından Memnunuz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>69</b>
<b>Tablo 61: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Hastanemize Verdiği Sözü Tutar.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>69</b>
<b>Tablo 62: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçinin Bize Verdiği Bilgiye İnanırız.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>70</b>
<b>Tablo 63: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, İşimizde Başarılı Olmamız İçin Bizimle Gerçekten İlgilidir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>70</b>
<b>Tablo 64: Araştırmaya Katılanların “Tedarikçi, Önemli Kararlar Aldığı Zaman Kendisi Kadar Bizim çıkarımızı Da Göz Önünde Bulundurur.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>71</b>
<b>Tablo 65: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçiye Güvenilir.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>71</b>
<b>Tablo 66: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçinin Sattığı Ürünlerden Memnunuz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>72</b>
<b>Tablo 67: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçinin Verdiği Hizmetlerden Memnunuz.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>72</b>
<b>Tablo 68: Araştırmaya Katılanların “Bu Tedarikçi Beklentilerimizde Üzerinde Bir Hizmet Sunmuştur.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>73</b>
<b>Tablo 69: Araştırmaya Katılanların “Aynı Konuda Farklı Bir Tedarikçinin Bizi</b>	

<b>Bu Kadar Memnun Edeceğini Sanmıyorum.” İfadesine Yanıt Dağılımı.....</b>	<b>73</b>
<b>Tablo 70: Araştırmaya Katılan Çalışanların Katıldıkları Konular Ve Oranları Tablosu.....</b>	<b>74</b>
<b>Tablo 71: Araştırmaya Katılan Çalışanların Katılmadıkları Konular Ve Oranları Tablosu.....</b>	<b>76</b>
<b>Tablo 72: Yaş İle Tedarik Zinciri Yönetimi İfadelerinin Karşılaştırması Özet Tablosu.....</b>	<b>77</b>
<b>Tablo 73: Yaş İle “Tedarikçi, Değişken Taleplerimizi Karşılatabilmek İçin Stok Düzeyini Kolayca Ayarlayabilir” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>79</b>
<b>Tablo 74: Yaş İle “Tedarikçi, Piyasadaki Değişime Kısa Sürede Adapte Olabilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>79</b>
<b>Tablo 75: Yaş İle “Satın Aldığımız Ürün Hastanemiz İçin Önemlidir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>80</b>
<b>Tablo 76: Yaş İle “Tedarikçi Firma Modern Teknolojik Donanıma Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>80</b>
<b>Tablo 77: Yaş İle “Tedarikçi Kendi Alanında Çok Büyük Bir Şirkettir.” İfadesinin Karşılaştırması .....</b>	<b>81</b>
<b>Tablo 78: Yaş İle “Tedarikçinin Satış Personeli Prezantabldır.” İfadesinin Karşılaştırması .....</b>	<b>81</b>
<b>Tablo 79: Yaş İle “Tedarikçinin Satış Personeli Verdiği Sözlere Sadıktır.” İfadesinin Karşılaştırması .....</b>	<b>81</b>
<b>Tablo 80: Yaş İle “Tedarikçinin Satış Personeli Ürünlere İlişkin Yeterli Bilgi Birikimi Ve Deneyime Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>82</b>
<b>Tablo 81: Yaş İle “Tedarikçi, Taşımada Ortaya Çıkabilecek Gecikmeleri Önceden Bildirmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>82</b>
<b>Tablo 82: Yaş İle “Tedarikçinin, Belirlenmiş Sipariş Tarihlerine Bağlılığı Ve Tahmin Tutarlılığı Yüksek.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>83</b>
<b>Tablo 83: Yaş İle “Tedarikçi, İstedığımız An Özel Taşıma Teslimatlarımıza Uygun Hareket Edebilmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>83</b>
<b>Tablo 84: Eğitim Düzeyi İle Tedarik Zinciri Yönetimi İfadelerinin Karşılaştırması Özet Tablosu.....</b>	<b>84</b>
<b>Tablo 85: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçi Yüksek Kalitede Ürünler Sunmaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>86</b>

<b>Tablo 86: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçinin Ürünleri Hakkında Sık Sık Şikayet Almaktayız.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>87</b>
<b>Tablo 87: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçi, İstedığımız Kadar Ürün Verebilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>87</b>
<b>Tablo 88: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçi, Acil Ürün Siparişlerimizi Karşılatabilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>88</b>
<b>Tablo 89: Eğitim Düzeyi İle “Bu Marka Tüketicilere Güven Vermektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>88</b>
<b>Tablo 90: Eğitim Düzeyi İle “Satın Aldığımız Ürün Hastanemiz İçin Önemlidir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>89</b>
<b>Tablo 91: Eğitim Düzeyi İle “Satın Aldığımız Ürün İmajımızı Güçlendirmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>89</b>
<b>Tablo 92: Eğitim Düzeyi İle “Biz Bu Tedarikçiyi Bıraksak, Tüm Çabalarımıza Rağmen Satışlarımız Ciddi Azalacaktır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>90</b>
<b>Tablo 93: Eğitim Düzeyi İle “Sağlık Sektöründe Bu Tedarikçinin Adaletli Olduğunu Düşünülür.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>91</b>
<b>Tablo 94: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçi Piyasada Teslimat Sorunları Çıktığı Zaman Gerekli Tedbirleri Almamızı Tavsiye Eder.” İfadesinin Karşılaştırması... </b>	<b>91</b>
<b>Tablo 95: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçinin Satış Personeli İstemediğimiz Konularda Israrcı Davranmaz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>92</b>
<b>Tablo 96: Eğitim Düzeyi İle “Tedarikçi, Hastanemize Verdiği Sözü Tutar.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>93</b>
<b>Tablo 97: Eğitim Düzeyi İle “Bu Tedarikçinin sattığı Ürünlerden Memnunuz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>93</b>
<b>Tablo 98: Cinsiyet İle Tedarik Zinciri Yönetimi İfadelerinin Karşılaştırması Özet Tablosu.....</b>	<b>94</b>
<b>Tablo 99: Cinsiyet İle “Bu Marka Tüketicilere Güven Vermektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>96</b>
<b>Tablo 100: Cinsiyet İle “Tedarikçi Müşterilerin Zihninde İyi Bir İzlenime Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>96</b>
<b>Tablo 101: Cinsiyet İle “Tedarikçi Rakiplerinden Daha İyi Bir İmaja Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>97</b>
<b>Tablo 102: Hastanedeki Pozisyonu İle Tedarik Zinciri Yönetimi İfadelerinin</b>	



Karşılaştırması Özet Tablosu.....	98
Tablo 103: Hastanedeki Pozisyonu İle “Tedarikçi, Vade Kolaylıkları Sunmaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....	100
Tablo 104: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçinin Ürün Performansı Beklentileri Karşılıklıdır.” İfadesinin Karşılaştırması.....	100
Tablo 105: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi, Piyasadaki Değişime Kısa Sürede Adapte Olabilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....	101
Tablo 106: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi, Acil Ürün Siparişlerimizi Karşılatabilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....	102
Tablo 107: Hastanedeki Pozisyon İle “Satın Aldığımız Ürünler Hastanemize Müşteri Kazandırmaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....	102
Tablo 108: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi Kendi Ürün Grubunun Sektördeki En Büyük Satıcısıdır.” İfadesinin Karşılaştırması.....	103
Tablo 109: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi Piyasada Çok Büyük Bir Rol Oynamaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....	104
Tablo 110: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi, Siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....	104
Tablo 111: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi, İstedığımız An Özel Taşıma Teslimatlarımıza Uygun Hareket Edebilmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması...105	105
Tablo 112: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçi, Siparişlerimizi Gerçekleştirmede Her Zaman Titizlik Göstermektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....	106
Tablo 113: Hastanedeki Pozisyon İle “Tedarikçinin Lojistik Performansından Memnunuz.” İfadesinin Karşılaştırması.....	106
Tablo 114: Hastanedeki Pozisyon İle “Bu Tedarikçi Beklentilerimizin de Üzerinde Bir Hizmet Sunmuştur.” İfadesinin Karşılaştırması.....	107
Tablo 115: Hastanedeki Pozisyon İle “Aynı Konuda Farklı Bir Tedarikçinin Bizi Bu Kadar Memnun Edeceğini Sanmıyorum.” İfadesinin Karşılaştırması.....	108
Tablo 116: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle Tedarik Zinciri Yönetimi İfadelerinin Karşılaştırması Özet Tablosu.....	109
Tablo 117: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi, Piyasada Rekabetçi Bir Fiyat Politikası İzlemektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....	111
Tablo 118: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi, Hastanemize Ekstra	

<b>İndirimler Uygulamaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>112</b>
<b>Tablo 119: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Yüksek Kalitede Ürünler Sunmaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>112</b>
<b>Tablo 120: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçinin Ürünleri Hakkında Sık Sık Şikayet Almaktayız.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>113</b>
<b>Tablo 121: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Kalite Beklentilerimizi Karşılıyor.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>113</b>
<b>Tablo 122: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi, İstedğimiz Kadar Ürün Verebilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>114</b>
<b>Tablo 123: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu Marka Tüketicilere Güven Vermektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>115</b>
<b>Tablo 124: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Satın Aldığımız Ürün İmajımızı Güçlendirmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>115</b>
<b>Tablo 125: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak önemli gelir kayıplarına uğramayız.” İfadesinin Karşılaştırması .....</b>	<b>116</b>
<b>Tablo 126: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu Tedarikçinin Yerinin Yerini Doldurabilecek Alternatif Bir Tedarikçi Kolaylıkla Bulabiliriz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>117</b>
<b>Tablo 127: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “İstedğimiz An Başka Bir Tedarikçiyle Çalışmaya Başlayabiliriz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>117</b>
<b>Tablo 128: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Müşterilerin Zihninde İyi Bir İzlenime Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>118</b>
<b>Tablo 129: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Rakiplerinden Daha İyi Bir İmaja Sahiptir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>119</b>
<b>Tablo 130: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Sektörde Başarısını İspatlamış Bir Firmadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>119</b>
<b>Tablo 131: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi Piyasada Çok Büyük Bir Rol Oynamaktadır.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>120</b>
<b>Tablo 132: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi, Vaat Ettiği Tarihte Ürünleri Teslim Edebilmektedir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>121</b>
<b>Tablo 133: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi, Siparişlerimizi Gerçekleştirmede Her Zaman Titizlik Göstermektedir.” İfadesinin</b>	

<b>Karşılaştırması.....</b>	<b>121</b>
<b>Tablo 134: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçinin Lojistik Performansından Memnunuz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>122</b>
<b>Tablo 135: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Tedarikçi hastanemize verdiği sözü tutar.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>123</b>
<b>Tablo 136: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu Tedarikçiye Güvenilir.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>123</b>
<b>Tablo 137: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu Tedarikçinin Sattığı Ürünlerden Memnunuz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>124</b>
<b>Tablo 138: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Bu Tedarikçinin Verdiği Hizmetlerden Memnunuz.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>125</b>
<b>Tablo 139: Hastanedeki Toplam Çalışan Sayısı İle “Aynı Konuda Farklı Bir Tedarikçinin Bizi Bu Kadar Memnun Edeceğini Sanmıyorum.” İfadesinin Karşılaştırması.....</b>	<b>125</b>

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ÇKYS</b>	:Çekirdek Kaynak Yönetim Sistemi
<b>FİFO</b>	:İlk Giren İlk Çıkar
<b>FKYS</b>	:Finans Kaynakları Yönetim Sistemi
<b>GSS</b>	:Genel Sağlık Sigortası
<b>İOS</b>	:İçsel Organizasyon Sistemleri
<b>İKYS</b>	:İnsan Kaynakları Yönetim Sistemi
<b>İSM</b>	:İlk Sağlık Müdürlüğü
<b>JIT</b>	:Just In Time
<b>LİFO</b>	:Son Giren İlk Çıkar
<b>MİY</b>	:Müşteri İlişkileri Yönetimi
<b>MKYS</b>	:Malzeme Kaynakları Yönetim Sistemi
<b>SBMT</b>	:Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı
<b>SKYS</b>	:Özel Sağlık Kuruluşları Yönetim Sistemi
<b>SSK</b>	:Sosyal Sigortalar Kurumu
<b>TİTUBB</b>	:Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası
<b>VED</b>	:Vital, Essential, Desirable
<b>TZY</b>	:Tedarik Zinciri Yönetimi

## 1. GİRİŞ

Günümüzün global hale gelen dünyası ile beraber artış gösteren rekabet şartları tedarik zinciri yönetiminin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Rekabet şartlarının bulunduğu pazarların oluşmasını sağlayan işletmelerin kendi yaşam sürelerini uzatabilmeleri açısından üretim yaptıkları veya pazarladıkları malları ve hizmetleri talep edenlere istedikleri yer ve zamanda, istedikleri nitelikte sunmaları önem taşımaktadır.

Tedarik zinciri yönetiminde amaç; mal ve hizmet talep edenlerin isteklerini bütünüyle karşılama özelliği taşıyan ürünün çıkış noktasından teslim edileceği son kullanıma teslim edilmesine kadar olan sürece katılım sağlayanların beraberliğini oluşturmak, etkili ve verimliliği bulunan bir zincir meydana getirerek giderleri azaltmak ve niteliğin seviyesini artırmaktır. Hedefe ulaşıldığında işletmelerin rekabet halinde buldukları rakiplerine karşı avantaj sağladıkları görülecek olup, etkinlik ve verimlilikte yükselme meydana gelecektir. Belirlenen hedeflere ulaşabilmede; işletmelerin iç süreçlerinin yeniden ıslah edilmesi, bunun yanında tedarik zinciri yönetiminin asli faktörleri sayılan; satış yapanlar, alış yapanlar, alışveriş yapıldığında gerekli olan ürünlerin ulaşmasını sağlayanlar ve bu ürünlerin ulaşımını sağlayanların birbirleri ile olan bağılılıkları ve oluşan güven önemli rol oynamaktadır. Tedarik etme sürecinin halkaları sayılan işletmelerin devamlı bir şekilde birbirleri ile haberleşme halinde olmalarında, elde etmiş oldukları bilgileri paylaşmalarında, tedarik zincirinin yapısı ile ilgili olan haberler hakkında iletişim halinde bulunmaları tedarik zincirinin etkililiğini yükseltecektir.

Sağlık sektörünün doğası gereği talep belirsizdir. Bu durum hastane işletmeleri ve tedarikçiler arasındaki iletişim ve ulaşılabilirliğin önemini arttırmaktadır. Hastanelerde verilen sağlık hizmeti sunumları konusunda ileri seviyede kabul edilen ülkelerde bile tedarik zinciri yönetiminin istenilen düzeyde olmadığı, basında yer aldığı kadarı ile tıbbi malzeme çöplüklerinin oluşmasından anlaşılmaktadır.

Hastanelerin talep ettikleri ürünlerde talep edilirken aşırıya kaçmaları, tedarikçinin de bunu bir kazanç olarak görmesi tedarik zinciri yönetiminin ruhuna ters düşmektedir. Tedarik zinciri ve sağlık çalışanlarının hastaların teşhis ve tedavilerinde kullanılan ürünlerin miktarını, niteliğini doğru olarak tespit edememelerinin en büyük

nedeni eğitim eksikliğidir. Ülkemizde diğer sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de kişiler eğitim aldıkları alanda istihdam edilmemekte veya edilememektedir. Bu durum kullanılan malzemelerin kalitesiz olması, zamanında alınmaması, miadlarının dolması, miktarlarının ve maliyetlerinin yanlış hesaplanması, yüksek fiyattan alınması nedeniyle hastanenin zarara uğratılması yanında insan sağlığını olumsuz yönde etkileyerek sağlık sektöründe sorunlara yol açmaktadır. Sorunları çözmek için alanında eğitim almış kişilerin istihdamına öncelik verilmelidir. Bunun mümkün olmadığında ise ilgili çalışanlara hastanede kullanılan tıbbi ve sarf malzemeleri hakkında; planlama, stok ve depo yönetimi, satınalma, dağıtım v.b. süreçleri kapsayan Tedarik Zinciri Yönetimi eğitimleri verilmelidir. Bu eğitimler sayesinde, hastanede kullanılan her türlü sarf ve tıbbi malzemeleri uygun fiyat ve kalitede alınması, dolayısıyla sarf ve tıbbi malzemelerin maliyetlerinin azaltılması sağlanmaktadır. Çalışanların değişen yasalar ve fiyatlar, gelişen teknolojiler hakkında güncel bilgilere sahip olmaları çok önemlidir. Bu konuda eğitimini tamamlayan sağlık işletmelerinde sarf ve tıbbi malzeme kullanımı en mükemmel derecede gerçekleşmektedir.

Tedarik zincirinde görev yapan çalışanların hastanelerde uygulanan tedarik zinciri yönetimi konusunda bilgili olmaları ve duyarlı olmaları toplum sağlığı açısından ve hastane tıbbi malzeme maliyetlerinin düşürülmesi açısından oldukça önemlidir. Araştırmada çalışanlarının tedarik zinciri konusunda bilgi ve yaklaşımları incelenerek yorumlanmaya çalışılacak ve eğitim gereksinimleri incelenecektir. Çalışmamız kapsamında mevcut uygulamalar ile ilgili çalışanların görüş ve tutumlarının neler olduğu araştırılacaktır.

Çalışmada tedarik zinciri ile ilgili temel kavramların incelendiği giriş kısmından sonra, tedarik ve tedarik zinciri yönetiminin tanımı, tarihsel geçmişi, önemi, amaçları, tedarik zincirini etkileyen faktörler, yönetimi süreçleri, performans ölçümü, tedarikçi seçimi, avantaj ve dezavantajları ele alınacaktır. Ayrıca hastanelerde tedarik zinciri yönetiminin temel fonksiyonları, hastanelerde tedarik zinciri yönetiminin uygulanması ve hastane işletmelerinde tedarik zinciri yönetimini etkileyen faktörler bu bölümde incelenecektir. Uygulama bölümünde ise mevcut tedarikçilerin davranış ve ürünlerinin Mersin İli merkezinde faaliyette bulunan hastanelerdeki tedarik zinciri çalışanları tarafından nasıl algılandığı araştırılarak, tedarikçiye duyulan güven ve müşteri memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğu saptanmaya çalışılacaktır.

## 2. GENEL BİLGİLER

### 2.1. Tedarik ve Tedarik Zinciri Kavramı

Türk Dil Kurumu sözlüğünde “tedarik; araştırıp bulma, sağlama ve elde etme anlamlarında kullanılmaktadır. İngilizce’de tedarik kelimesi “buying”, “obtain”, “purchasing”, “procurement” en çokta “supply” kavramları ile ifade edilmektedir. Tedarik; ihtiyacın kavranması, bir tedarikçinin seçilmesi, fiyat ve diğer ilgili koşulların görüşülmesi ve teslimin sağlanmasının izlenmesi gibi fonksiyonlar topluluğunu kapsar” (1).

Amerikan Üretim ve Stok Kontrol Derneği (APIC’s) sözlüğü tedarik zinciri kavramının tanımını iki şekilde yapmıştır. Bu tanımların birincisi; hammaddeden başlayarak, üretim aşamaları tamamlanan ürün veya hizmetin son tüketiciye ulaşmasına kadar olan süreçteki, tüm tedarikçiler veya ürün üretmek ya da hizmet sağlamaya imkân veren değerler zincirini oluşturan, işletmenin içindeki ve dışındaki fonksiyonların tümü olarak açıklamaktadır. Diğer tanım ise, mal ve hizmetlerin tedarik aşamasından, üretimine ve son tüketiciye ulaşmasına kadar birbirini izleyen tüm halkaları kapsar şeklindedir olarak ifade etmektedir (2).

İşletmeler yalnız başlarına malların üretim noktasından müşteriye ulaşmasına kadar geçen ürün akış sürecini tek başlarına idare edemezler. Tedarik zinciri yönetimi uygulaması yapan işletmelerde bu uygulamanın sahası geniş değildir ve idare ile ilgili kontrol etmenin büyük bir bölümü fiziki tedarik etme ve fiziki dağıtma kanal yapılarında toplanmıştır. **Fiziki tedarik etme kanal yapıları**, işletmelerin mal üretiminde kullandıkları malzemelerin çıkış noktasında üretim yapılacağı zamana kadar geçen süre ve ortam farklılığından oluşmaktadır. **Fiziki dağıtma kanal yapıları** ise; üretim aşamasından talep edenin isteklerinin karşılandığı süre ve ortam farklılığıdır (3). Bu kanal yapılarının birleşmesi ile tedarik zinciri meydana gelmektedir.

Yazında tedarik zincirinin kavramsal olarak açıklamasında, gelenekselliği olan, uzun zamandan beri kullanılan, işbirliğinin yapıldığı, bilgi teknolojilerini kullanan, gelişen bir akım şekli olarak ifade edilmiştir. Artan rekabet ve yönetim anlayışında meydana gelen gelişime bağlı olarak, son yirmi yılda işletmeler için tedarik zinciri doğrusal özellik gösterir iken, son on yılda ağ özelliği taşıdığı fark edildiği ortaya çıkmıştır (4).

## 2.2.Tedarik Zinciri Yönetimi

“Tedarik zinciri yönetimi; teknolojik gelişmelerin getirdiği küreselleşme ile paralel olarak günümüzde sıkça duyduğumuz ve karşılaştığımız bir kavram olmuştur. Hammadde, ürün ve hizmetlerin üreticiye sağlanmasından nihai müşteriye ulaştırılmasına kadar sürece dâhil olan her bir birim tedarik zincirinin bir parçasıdır. Her bir birimin etkili ve verimli bir şekilde yönetilmesi hedefinden tedarik zinciri yönetimi doğmuştur. “Tedarik zinciri yönetimi”, tedarik zincirini meydana getiren etmenlerin doğru biçimde seçilmesi, bir araya getirilmesi ve yönetilmesi faaliyetlerini içeren bir süreç olarak anlaşılabilir” (1).

Mal ve hizmet tedarik sürecinin yönetimi ile ilgili Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY)'nin literatür içinde farklılık taşıyan tanımlamalarının bulunduğu anlaşılmıştır.

Tedarik etme süreci idaresi, ilk tedarik yapandan son kullanana kadar, işletmelerin kendi içlerinde, kendi aralarında uyumun fazlalaşması açısından ilerlemenin sağlanmasına yönelik hedeflerden oluşmaktadır. Bağımlı olmayan işletmelerden oluşan, işletmelerin içlerinde ve işletmelerin kendi aralarında bağlantıların öneminin anlaşıldığı, bilginin ve ürünlerin, işlevlerin idare edilmesini kapsayan iki taraflı bir akışı bulunmaktadır. Elde bulunan olanakların en iyi şekilde kullanılmasını, alıcı memnuniyet seviyesinin yükseltilmesini amaç edinen ve rekabetin meydana gelmesini sağlayan bir oluşumdur (5).

Tedarik zinciri yönetimi; üretime esas hammadde sağlanmasından son ürünün elde edildiği aşamaya kadar olan süreç idaresini içine alan; işletmelere mal tedarik edenlerin süreç yapılarından, rekabet avantajından faydalanarak, teknoloji ve çalışan yeteneklerini iyi kullanan, işletmelerin kendi içsel işlevlerini en iyi hale getiren ve etkinliğin sağlanması ortak hedef gösteren idarecilik düşüncesidir (6).

Süreç odaklı yönetim sistemlerinden sayılan tedarik zinciri yönetimi maliyetlerin düşürülerek kalitenin yükseltilmesini amaçlamıştır. Bu nedenle tedarik zinciri yönetimi kritik başarı faktörlerinden sayılmaktadır.

“Uluslararası bir kuruluş olan Global Tedarik Zinciri Formu'nun (The Global Supply Chain Forum) tanımında, tedarik zinciri yönetimi; nihai tüketiciden ilk tedarikçiye kadar müşteriler ve diğer pay sahiplerine değer katacak ürün, hizmet ve bilgiyi sağlayan tüm önemli işletme süreçlerinin uyumudur” (7).



Tedarik zinciri yönetimi; malzeme, bilgi ve para akışının entegre edilerek, ürünün sistem içinde en düşük maliyetlerle üretilmesi, müşteriye zamanında, uygun fiyatla ulaşmasını sağlayan sistemdir (8).

Tedarik zinciri yönetimi ile ilgili diğer tanımlar (9):

Tedarik zinciri yönetimi, üretim için kullanılacak madde ve malzemeleri tedarik etmek, bunları ürüne dönüştürmek ve daha sonra da bunları nihai tüketiciye ulaştırmak gibi faaliyetlerin birleştirilmesidir. TZY; müşterilere talep ettikleri ürünleri yerinde ve zamanında en az maliyetle ulaşmasını sağlayan işletme faaliyetlerinin ve ilişkilerinin yönetimidir. Bu faaliyet ve ilişkiler şöyle sıralanabilir;

1. İşletme içindeki faaliyet ve ilişkiler
2. Önemli tedarikçiler ile olan faaliyetler
3. Birinci ve ikinci kademe tedarikçiler ve tedarik zinciri içindeki müşteriler ile olan ilişki ve faaliyetler
4. Mevcut tedarik zinciri içindeki faaliyet ve ilişkiler.

Tedarik zinciri yönetimi; müşteriler, tedarikçiler, üreticiler ve dağıtıcılardan oluşan ağ içerisindeki madde, bilgi ve nakit akışını içerir. Müşteri ihtiyaçlarının karşılanmasını içeren tedarik zincirindeki tüm işletmelere ait olan teknoloji, malzeme ve hizmetleri, sistematik olarak planlayan ve kontrol işlevlerini birbirine bağlayan stratejik bir ortaklıktır.

İyi bir tedarik zinciri yönetimi için; nihai müşteriler düşünülerek kararlar verilmeli ve uygulanmalı, tedarik zinciri sürecinde kullanılan veri ve bilgilerin tepe yöneticisinden başlayarak tüm çalışanlar tarafından iyi bilinmeli ve sürekliliği sağlanmalı, tedarik zinciri içinde farklı birimler olsa da yapılan işlerin birbirleri ile ilişkili olduğu, hangi sistem kullanılırsa kullanılsın sistemin devamını ve sürekliliğini sağlayanın insan olduğu unutulmamalı ve performans ölçümlerinin doğru yapılmasına dikkat edilmelidir (10).

Gün geçtikçe tedarikçi, üretici ve müşteri entegrasyonunun önemi artmaktadır. Ortak amaçlar doğrultusunda bir birlik oluşturmaları ve tedarik zincirini etkin kullanarak devamlılık sağlayan bir ağ oluşturmaları tedarik zincirinin gücünün artmasını

sağlamaktadır. Bu üç faktörün entegrasyonunu etkileyen değişkenler aşağıda açıklanmaktadır (3);

- **Bilgi paylaşma:** Tedarikçi, üretici ve müşteri arasında karşılıklı bağımlılıklar düşünülerek bilgi paylaşımı doğru ve zamanında yapılmalı, her düzeyde kullanılabilir olmalıdır
- **İç bütünleşme:** Tedarik zinciri işletmenin diğer birimlerinden bağımsız düşünülemez. İşletme bir bütündür ve bütün fonksiyonlarının uyum içinde çalışması performansı arttıracak en önemli faktördür.
- **Tedarikçilerle bütünleşme:** Tedarikçi tedarik zincirinin bir parçası olarak kabul edilir. Bu bağlamda iyi, güvenilir bir tedarikçi ile çalışmak ve bu ilişkide devamlılığı sağlayabilmek işletmeler açısından stratejik öneme sahiptir.
- **Müşterilerle bütünleşme:** Tedarikçi ve üreticinin müşteriye odak noktasına alması, onu tedarik zincirinin bir parçası olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. Müşteri memnuniyeti ve şikayetlerinin dikkate alınması işletmenin gelecekteki faaliyetlerini planlamasında önemli bir yer tutmaktadır.

### **2.3. Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihçesi**

Gelişim süreci 1960'lı yıllarda başlayan tedarik zinciri yönetimi, işletmenin işlevsel bir fonksiyonu olarak görülmektedir. Günümüze gelene kadar geçen yıllar içerisinde rekabetin artması, yönetim anlayışının değişmesi, kaynak, malzeme ve maliyet planlamalarının önem kazanması, lojistik alanındaki gelişmeler, iletişim ve internet alanında yaşanan gelişmeler tedarik zinciri yönetimine bakışı değiştirmiştir. Bu durum üzerinde artan rekabetin ve işletmelerin müşteri odaklı yönetim anlayışının etkili olduğu düşünülmektedir. Günümüzde tedarik zinciri yönetimi işlevsel bir fonksiyon olmaktan çıkıp, hammadeden başlayarak nihai tüketiciye ulaşana kadar olan süreçteki bütün tedarik fonksiyonları arasında entegrasyonu sağlayan stratejik bir fonksiyon olarak görülmektedir (11).

Aşağıdaki tabloda TZY'ne ilişkin tarihsel gelişim özet olarak verilmektedir.

**Tablo 1: Tedarik Zinciri Yönetiminin Tarihsel Süreci**

Yıl	Süreç
1960	Fiziksel dağıtım aşamasının gündeme gelmesi, Dağıtım fonksiyonunun firma dışında, kanal içi entegrasyonla, rekabetçi bir avantaj sağlaması (13).
1970	Bilgi teknolojilerinin gelişimi ve lojistik yönetimde sayısal analizlerin uygulanması, Rekabet ve ekonomik baskıların artmasının etkisi ile merkezileşmenin başlaması, Lojistiğin fiziksel dağıtım fonksiyonları bütünleştiğinde, elde edilecek avantajı ile müşteriye taşıma ücretinin azaldığı fark edilmesi Malzeme İhtiyaç Planlaması sisteminin tanıtılması Yöneticilerin süreç içi çalışmaların üretim maliyeti, kalite, yeni üretim geliştirme ve teslimde tedarik zamanları üzerinde önemi anlamaları (4).
1980	Hızlı Cevap (Quick Response-QR) sistemi geliştirilmesi, Lojistik bütünleşme sayesinde firmaların, küresel rekabetin artması ile daha düşük maliyet ile yüksek kalite ve daha çok tasarım esnekliği ile güvenilir ürünler sunmaları (15).
1990	Geçiş sürecidir. Firmaların, sanal organizasyonlar ve ticari ortak ağları geliştirmek adına internetten olabildiğince faydalanmaları, Asıl tedarik zinciri kavramının ortaya çıkması, Kurumsal kaynak planlaması, kurumsal uygulamaların bütünleşmesi, işbirliğine dayalı çalışma ortamları ve operasyonel süreç üzerinde odaklanma (16).
2000	Elektronik veri transferi ve internetin sağladığı olanaklar sayesinde kavramların uygulanma şansının artması (16).
2000 yılı sonrası	İnternet olanaklarından faydalanma Büyük firmaların, içsel organizasyonel sistemlerini (IOS) ülke çapında tedarik ve dağıtım bağlantıları ve tedarik zincirini yönetmek için kullanmaları, Organizasyonel sistemler (IOS) ile örgütsel sınırlara karşı elektroniksel etkileşim ve bilgi paylaşımı sağlanması (17).

#### 2.4. Tedarik Zinciri Yönetiminin Önemi

Karşılık gösterilerek yapılan işbirliği menfaat ilkelerine dayanmaktadır. Tedarik zinciri rekabet avantajı sağlamaktadır. İşletmelerin birbirleri ile olan ilişkilerine önem vermelerine neden olmaktadır. Günümüzde ulusal ve uluslararası rekabetin hızla artması işletmelerin araştırma-geliştirme çalışmalarına önem vermesini gerektirmektedir. Bu alanda yapılan yatırımlar sonucu yaşanan teknolojik gelişmeler işletmeleri üretim, dağıtım ve ikmal sistemlerinde de gelişmeye yönlendirmektedir.

“İşletmeler, kendi tedarik kaynaklarından daha az maliyetli ve kaliteli malzeme sağlayan tedarikçileri araştırmakta ve bu konuda uzmanlaşmaktadır. Tedarikçilerle yapılan işbirliği özellikle ürün kalitesinin artırılması, satın alma maliyetlerinin düşürülmesi, üretim ve dağıtım esnekliğinin geliştirilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılması gibi konularda önemlidir” (18).

Tedarik zinciri yönetiminin ana meselesi, avantaj sağlayıcı durumların eş zamanlı ve bir arada çalışır biçimde yürütülmesidir. Tedarik zinciri yönetiminin bu anlamda yürütülüp yürütülmemesi biçimi de etkinliği belirler. Etkin bir tedarik zinciri yönetimi hammadde temini ve üretimin sürekliliği, taleplerin zamanında karşılanması, kalitenin artması, ileri teknoloji kullanılması, maliyetlerin azaltılması, bilgi paylaşımı ve para akışının iyi yönetilebilmesi gibi yararları sağlar (19).

İşletmelerin ürünleri ile ilgili genel stratejilerinde tedarik zincirinin kapasitesi önemlidir. İşletmeler ürün ve tedarik zinciri uyumunu gerçekleştirdikleri takdirde, stoklarına yapılan harcamalar azalmakta, nakit akışı hızlanmakta, hammadde alımında maliyetler azalmakta, verimlilik artışı sağlanmakta, lojistik faaliyetlerin daha az maliyetli olanının kullanılması sağlanmakta, müşterilerden gelecek ani taleplerde tepki verebilme yeteneği geliştirilmektedir (20). Bilgi akışı ve koordinasyonu iyi entegre edilmiş tedarik zinciri maliyetleri azaltıp, kar ve pazar payını arttırmaktan çok daha fazlasını sağlayarak, tedarik zinciri ortakları ve hisse senedi sahipleri için değer yaratırlar.

## **2.5. Tedarik Zinciri Yönetiminin Amaçları**

Aktif bir yönetim çabası olan tedarik zinciri ile doğru ürünlerin, doğru miktarda, doğru yerde, doğru zamanda en düşük maliyetle bulunması hedeflenmektedir. Tedarik zinciri yönetiminin amacı; gerçek anlamda müşteri memnuniyetini, yani yüksek kaliteli bir hizmetin veya malın düşük ya da kabul edilebilir bir maliyetle sunulmasını sağlamaktır. Amaca ulaşmak için işletmeler tedarik zinciri sistemi içinde malzemelerin etkin olarak dolaşımını sağlamalıdır (21).

Tedarik zinciri yönetimi aktif bir sistem olarak dizayn edilip yönetildiğinde; malzeme ve bilgi akışında süreklilik, düşük stok seviyesi ve düşük stok maliyetleri, kalitede devamlılık, doğru tedarikçileri bulmak ve hammaddede devamlılık, her alanda standartlar oluşturmak, rekabet gücünü yükseltmek ve piyasada güçlü bir yer edinmek,

işletmenin bütün birimleri ile etkin ve iyi ilişkiler kurmak, yönetim giderleri ve maliyetlerin düşürülmesi amaçlarına ulaşılması hedeflenmektedir (18).

Bu amaçları gerçekleştirebilmek için firmaların, tedarikçileri ve onların tedarikçileri ile müşterileri arasındaki tedarik zincirinin bütününde haberleşme ve bilgi paylaşımının artması gerekmektedir. Bilgi ve planların tedarikçiler ve müşterilerle paylaşılması zincir etkinliğini ve rekabetçiliğini arttırabilir (22).

## **2.6. Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörler**

İşletmelerde tedarik zinciri yönetiminin gelişimini ve uygulamalarını etkileyen hem mikro hem de makro düzeyde faktörler bulunmaktadır (22).

### **2.6.1. Müşteri Beklentileri ve Rekabet**

Teknolojik ilerlemeler, artan küreselleşme, daha kısa ürün ömürleri, bilgiye daha çabuk ulaşma ve ortak yatırımların artması müşteri memnuniyetini arttırmaya çalışan tedarik zinciri yönetimini zorlamaktadır. Bu nedenle müşteri beklentilerini karşılayamayan işletmeler pazar paylarını küçültmekte ve hatta kaybetmektedirler. Günümüzde ulusal ve uluslararası alanda müşterilerin seçeceği çok sayıda tedarikçi ve ürünlerin olması, müşteri beklentilerinin artmasına sebep olmuş; gücün tedarikçiden müşteriye geçmesine yol açmıştır (9).

### **2.6.2. Küreselleşme**

İnternet, işletmeler için küreselleşmeye uyum sağlamada önemli bir fırsat olmuş, birçok işletme ürünlerinin internet aracılığıyla dünya çapında pazarlayarak satışlarını önemli oranda arttırmıştır. İnsan nüfusu ve ekonomik değişim ile birlikte dünyada yeni pazarlar ortaya çıkmaktadır. Bu yeni pazarlar işletmeleri ürünlerini tüm dünya sunmanın yolunu aramaktadır (9).

### **2.6.3. Bilgi Teknolojisi**

Teknolojideki yaşanan gelişmeler ile birlikte, bilgi paylaşımı işletmeler arasında kolaylaşmış ve işletmeler arasında iletişim imkânları da artmıştır. Teknolojideki gelişmeler süre ve yer kısıtlarını ortadan kaldırmış; ürünlerin ve bilgilerin işletmeler arasındaki akışını kolaylaştırmış ve hızlandırmıştır (23).

E-ticaret, müşterilere dünyanın her yerinden tedarikçileri kıyaslama imkânı vermektedir. Bilgi teknolojileri ürünlerin satın alma ve dağıtım şekillerini değiştirmektedir. Gelecekte satışlarının çoğunu internet üzerinden yapacakları konusunda aynı fikirde olan işletmeler e-ticaret yaparak dünyanın her yerinde rekabet edebilmektedir (9).

#### **2.6.4. Yasal Düzenlemeler**

Ürünlerin satın alma ve dağıtım şeklini etkileyen bir diğer faktör hükümetler tarafından konan yasal düzenlemelerdir. İnternet tüm dünya pazarlarına bağlanma imkânı sağladıkça firmaların tedarik zinciri yöneticileri hükümetlerin serbest ticareti kısıtlayıcı engelleri kaldırmasının önemine inanmaktadırlar. Gelecekte ticari engellerin artıp artmayacağı çok önemli bir konudur. Ancak bu konunun nasıl gelişeceği henüz bilinmemektedir (24).

#### **2.6.5. Çevre**

Birçok devlet, toplumu çevre konusunda bilinçlendirmek için çaba göstermektedir. Devletler çevre kirliliğini önlemek, doğal hayatı korumak ve küresel ısınmanın önüne geçmek için uluslararası anlaşmalar imzalamışlardır. Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çevre Sözleşmesi ve bunun içinde yer alan Kyoto Protokolü gibi. Birçok işletme de çevre kirliliğini önlemeye yönelik olarak doğayla dost malzemeler kullanmayı tercih etmektedir. Son yıllarda, tüm dünyanın çevre ile ilgili konulara olan duyarlılığı artmıştır. Küresel ısınma, zehirli madde kullanımı, doğal kaynakların azalması gibi çevresel sorunların farkına varılmıştır. İşletmeler tüm bu faktörleri göz önünde bulundurmalı ve buna bağlı olarak tedarik zincirleri için uygun bir yapı tasarlamalıdır. Bunların yanında üretim kapasitesi, çalışanların kalifiye olup olmaması, üretimdeki otomasyon oranı, stok politikaları, üretim süreci, dış kaynak kullanımı, zaman ve pazara cevap verme, esneklik, maliyet, kalite ve teslimat şekli gibi işletme içi etmenler de tedarik zincirinin yönetiminde dikkat edilmesi gereken noktalardır (3).

## 2.7. Tedarik Zinciri Yönetim Süreçleri

Süreç; belirli girdilerden belirli çıktıları üretebilmek için yapılması gereken bir dizi iş ve faaliyet topluluğudur. Sözü edilen çıktı, nihai tüketiciye sunulan mal ve hizmet; yani işletmelerin müşteriler açısından yarattığı değerdir. Süreç; ürün, bilgi, nakit, tecrübe ve fikir akışının dinamik bir şekilde yönetimi ve nihai müşteriler üzerinde odaklanmış faaliyetler yapısı olarak ifade edilebilir. Tedarik zincirinde iş süreçlerinin ve faaliyetlerinin birbirlerine bağlanmasının önündeki en büyük engel; her işletmenin yapısının birbirinden farklı olması ve süreçlerin farklı bir şekilde yapılandırılmış olmasıdır. İşletmeler içindeki ve işletmeler arasındaki önemli faaliyetlerin ve iş süreçlerinin birbirlerine bağlanması ve yönetilmesi, üstün bir tedarik zinciri yaratarak önemli bir rekabet avantajı ve karlılık sağlayacaktır. Tedarik zinciri oluşturmak ve ilişkileri geliştirmekte en önemli nokta aynı dili konuşmak ve süreçlerin birbirine benzer şekilde şekillerde yapılandırılmasını sağlamaktır. Dolayısıyla tedarik zincirindeki işletmeler arasında hangi süreçlerin önemli olduğu belirlenmeli, tedarik zinciri süreçleri bütünlük bir şekilde yönetilmelidir (7).

Küresel Tedarik Zinciri Forumu süreçleri sekiz bölüm halinde sınıflandırmıştır.

Bu süreçler (11);

- “Müşteri İlişkileri Yönetimi,
- Müşteri Hizmetleri Yönetimi,
- Talep Yönetimi,
- Siparişleri Gerçekleştirme,
- Üretim Akış Yönetimi,
- Tedarikçi İlişkileri Yönetimi,
- Ürün Geliştirme ve Ticarileştirme,
- İadelerin Yönetimi”

### 2.7.1. Müşteri İlişkileri Yönetimi

“Rekabet koşulları işletmeler ve müşteri arasında kurulan olumlu ilişkileri üstünlük sağlayıcı önemli bir faktör olarak ortaya çıkarmaktadır. Önceden çok büyük ölçüde kabul görmüş çoğu parametre taklit edilip geçerliliğini koruyamamaktadır ancak, müşteri ilişkileri taklit edilemez niteliktedir ve önemini korumaktadır” (25).

MİY, işletmelerin tümüne müşteri kavramını yerleştiren, müşteri merkezli olma kültürünü benimseten bir stratejidir. Ayrıca müşteri ilişkileri yönetimi, uzun dönemli müşteri ilişkileri kurmayı, buna bağlı olarak da karlılığı arttırmayı amaç edinen bir kavramdır. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşterinin söylediklerini ve işletmenin müşteri hakkında bildiklerini temel alan, müşteriye bireysel karşılık veren birebir ilişkiyel pazarlamanın bir uygulamasıdır. Müşteri ilişkileri yönetimi, pazarlama stratejisinin uygulanmasında bilgi teknolojilerinin amaçlara uygun kullanılmasına yöneliktir (26).

Müşteri ilişkileri yönetiminin temeli, müşteriler hakkında olabilecek en ayrıntılı bilgiyi toplamaya, bu müşterileri çok ince ayrıntılarla alt bölümlere ayırmaya; bu bölümleri karlılıklarına göre ayıştırmaya, karlı olan müşterilere yapılacak ilave yatırımın seviyesini belirlemeye ve her müşteriye ayrı ve özel pazarlama stratejileri uygulamaya dayanmaktadır (27).

Müşteri ilişkileri yönetimi; pazarlama, satış ve satış sonrası müşteri hizmetleri faaliyetlerinin elektronik ortamda yürütülerek üretim, lojistik vb faaliyetlerin daha etkin çalışmasını ve müşteri temaslarında yüksek performans elde etmesini sağlar. Günümüzde işletmelerin normal müşterilerinin yanı sıra, elektronik müşterileri vardır (28).

### **2.7.2. Müşteri Hizmetleri Yönetimi**

Müşteri hizmet yönetimi, işletmelerin ellerindeki müşterileri korumak ve yeni müşteriler kazanmak için müşteriye yönelik tek yönlü bir bilgi paylaşımı sunmaktadır. Müşteri hizmeti, pazarlanmak istenen ürünü elde etmesi için müşteriye olanca kolaylığı ve elde ettikten sonra da faydalanırken tatmini sağlama çabalarıdır. Müşteri hizmetleri konusunda üç önemli karar; müşteri hizmetleri karmasına hangi hizmetlerin dâhil edileceği, hizmet düzeyinin ne olacağı ve müşteri hizmetlerinin ne şekillerde sunulacağı olarak sıralanır (28).

Müşteri hizmetleri (7);

- “Teslim sıklığı,
- Teslimde inanırılık,
- Sipariş karşılama doğruluğu,



- Sipariş çevrim zamanı,
- Yeniden tazelemedeki esneklik,
- Dokümantasyon doğruluğu
- Dokümantasyonun organizasyonel gereksinimlere uygunluğu,
- Tedarikin sürekliliği,
- Tedarik ile ilgili problemlerdeki şikâyetler ve danışma imkânları,
- İşletmenin satış ve teknik servisinin kalitesidir”.

### **2.7.3. Talep Yönetimi**

Talep tahmini ve talep; üretim ve dağıtımla senkronize olmalıdır. Talep yönetimi sürecinde, talep ve arzın dengelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle yanlış talep tahminleri talep yönetimini olumsuz etkiler ve bu her bir üst seviyedeki faaliyet alanı daha fazla olumsuz etkilenir. Böyle bir durumda (19):

- Belli durumlarda stok birikmesi,
- Bazı durumlarda ciddi stok açıkları,
- Stok seviyelerinin dramatik biçimde azalması ile karşılaşılabılır.

En önemli kontrol girdileri olarak; sürekli tahmin ve planlar, pos bilgisi, günlük siparişler, yönetim kararları ve performans gibi bildirim sayılabilir. Talep zinciri yönetiminin temelinde, bilginin müşteriye veya nihai kullanıcılardan dağıtım ve üretim kanalı boyunca tedarikçilerle sürekli olarak akmasını sağlamak yatar. Bu zincirin amacı müşteri talebini karşılamaktır (19).

### **2.7.4. Sipariş Karşılama**

“Tedarik zincirini harekete geçiren şey müşteri siparişleridir. Müşteri siparişlerinin etkili ve verimli bir şekilde karşılanması müşteri memnuniyetini sağlamanın başlangıcıdır. Ancak, sipariş karşılama süreci sadece siparişleri karşılamak değildir. Aynı zamanda, işletmenin müşteri ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılariken, toplam sipariş maliyetlerini en aza indirebilecek bir ağ kurulmasını da içerir” (11).

Tedarik zinciri yönetiminin en önemli süreçlerinden biri de sipariş karşılama anlamında müşteri taleplerinin karşılanarak memnuniyetin sağlanmasıdır. Bu durum üretim, lojistik ve pazarlama gibi işletme içi faaliyetlerin uyumunu gerektirmektedir.

### **2.7.5. Üretim Akış Yönetimi**

“Üretim; zamanında ve en düşük maliyetle yapılması gerekliliğinin yanında müşterilerin istek ve beklentilerine cevap vermeyi sağlayan bir süreç olmalıdır. Üretim akışı yönetimi, birçok unsur içinde bulundurulur. Bunlar; üretim süreci, maliyetler ve kalite gibi birçok alanı kapsar. Bu yüzden bu sürecin iyi planlanması, uygulanması ve ölçümlenmesi diğer süreçlerin sorunsuz bir şekilde yolunda devam edebilmesi açısından çok önemlidir” (19).

Tedarik zinciri yönetimindeki üretim akış yönetimi süreci, ürünleri üretim yerlerinden hareket ettirmek ve tedarik zincirinde esneklik sağlama, uygulama ve yönetmeyi içeren süreçtir. Üretim esnekliği, çok çeşitli ürünleri zamanında ve en düşük muhtemel maliyetle üretebilme yeteneğidir. İşletmeler için amaçlanan üretim esnekliği, planlama ve yönetimi tedarik zincirindeki üreticinin sınırlarını aşır tüm tedarik zincirine yayılmalıdır (19).

### **2.7.6. Tedarikçi İlişkileri Yönetimi**

Her bir tedarikçi ile ilişkinin kuralları tanımlanmalı ve tedarikçilerin bu kurallara bağlılıkları sağlanmalıdır (23). Tedarikçi ilişkileri yönetimi, işletmelerin tedarikçileri ile nasıl ilişkiler kuracağını tanımlayan bir süreçtir. İşletmelerin müşterilerle kurduğu ilişkiler gibi tedarikçileriyle de ilişkilerini geliştirmesi gerekmektedir.

Alıcı-tedarikçi ile ilgili önemli unsurlar; tedarikçi tabanı azaltma, iletişim, tedarikçi seçimi, tedarikçi sertifikasyonu, uzun dönemli ilişkiler, karşılıklı fonksiyonel takımlar, güven ve sadakattir (7). Stratejik tedarikin önem kazanması sonucunda alıcı-tedarikçi ilişkisi tedarik zinciri yönetimi literatüründe önemli hale gelmiştir. Çünkü tedarikçiler kalite, maliyet, zaman ve alıcı işletmelerin pazara hızlı yanıt verebilme yetenekleri üzerinde çok önemli etkilere sahiptir.

### **2.7.7. Ürün Geliştirme ve Ticarileştirme**

Yeni ürün geliştirme pazarın ihtiyacı olan mal ve hizmetin araştırılarak geliştirilmesi yoluyla yeni ürün ortaya çıkartılması ve mevcut ürünün geliştirilerek pazara sunulmasıdır (19).

“Ürün geliştirme ve ticarileştirme süreci yöneticileri;

- Belirlenebilen ve belirlenmiş müşteri ihtiyaçlarını saptamak için sürekli müşteri ilişkileri yönetimi ile koordineli olmalıdırlar,

- Tedarikçi ilişkileri yönetimi süreçleri ile materyallerin ve tedarikçilerin seçimi için entegre olmalıdırlar,
- Üretim akışı süreçleri ile ürün pazar kombinasyonunu sağlamak için en iyi tedarik zinciri akışını sağlamalı ve entegre etmelidirler” (7).

### **2.7.8. İadelerin Yönetimi**

İadeler, tedarikçiden nihai müşteriye doğru ürün akışından, müşteriden tedarikçiye kadar uzanan ters bir tedarik zinciri akışını oluşturmaktadır. Buradaki önemli nokta, bu ters zincire konu olan ürünlerin tekrar tüketiciye ulaştırılmasıdır. İadelerin yönetimi, tedarik zinciri yönetimi sürecinin en önemli bileşenlerinden biridir. Bu süreci iyi kavrayan işletmeler önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

### **2.8. Tedarik Zinciri Yönetiminde Performans Ölçümü**

İç ve dış müşteriye sunulan ve bir sürecin çıktısı olan her mal veya hizmetin, hem tüketicilerin istek ve beklentilerine uygun olup olmadığını hem de uygun şekilde üretilip üretilmediğini anlamak için çevre ile sürekli iletişim içinde olunması ve performansın ölçülmesi gerekmektedir. Günümüzde, sürekli olarak değişen ve gelişen çevresel koşullar bir işletmenin geçmişteki başarılarının geleceğinin garantisi olmadığını göstermektedir. Bu yüzden, işletmede ortaya konulan performansı sürekli iyileştirilmeye ve kaliteye yönelik gelişmeler yapmaya zorlamaktadır (19).

Sonuçların değerlendirilmesi, başarı veya başarısızlığın tanımlanmasını sağlamaktadır. Yapılan değerlendirmeler yönetimin kendini düzeltmesine ve hatalardan ders almasına, başarıların da daha ileriye götürülmesine olanak sağlamaktadır (29).

“Etkili bir performans ölçümünün yararları:

- Malların ve hizmetlerin kalitesinin geliştirilmesi,
- Hesap verme sorumluluğunun ve kontrolünün sağlanması,
- Yönetim uygulamalarının geliştirilmesi,
- Politikaların oluşturulması,
- Planlama yapılması ve bütçe hazırlanması,
- Hizmetlerin bölüşümü ve ulaşılabilirliğinde eşitliğin sağlanmasıdır” (19).

“İşletmelerin performans ölçümü yapma nedenleri:

- Geçmiş durumlara ilişkin bilgi sağlamak,
- Mevcut durumun ne olduğunu belirlemek,
- Faaliyet planlarının tasarımında amaçların ve hedeflerin belirlenmesinde karar desteği oluşturmak,
- Tasarlanan faaliyet planlarına belirlenen hedeflere ve amaçlara nasıl ulaşılabileceğini saptamak,
- Belirlenen amaçlara ve hedeflere ne derecede ulaşıldığına ilişkin değerlendirme yapmak” (30).

Her işletmede performans ölçümünün yapılabilmesi belirli ölçütler belirlenmelidir. Bu ölçütler belirlenirken dört temel özelliğin dikkate alınması gerekir. Tedarik zinciri performans ölçme sisteminin kurulabilmesi için de öncelikle performans ölçütleri belirlenmelidir. Bunlar: performans ölçütlerinin ölçümü yapılan konunun bütün yönlerini içine alması, elde edilen verilerinin ölçülebilmesi, yapılan işlerin hedefler ile uyumlu olması, her şartta karşılaştırılabilir olması (9).

## **2.9. Tedarik Zinciri Yönetiminin Avantaj ve Dezavantajları**

Tedarik zinciri yönetimi hammadde kaynaklarından nihai tüketiciye kadar bütün alanlarda fayda sağlamaktadır. Tedarik zinciri şirketin iş süreçlerini uygun ve kolay hale getirmekte ve aynı zamanda tüm tedarik zincirinin çalışmalarını iyileştirmektedir. Tedarik zinciri yönetimi; kalite, fiyat ve teknoloji gibi çıktıların geliştirilmesi uygulamalarının uyumlu ve yüksek performanslı olmalarını sağlamaktadır. Aynı zincirde yer alan işletmeler (üretici, dağıtıcı, tedarikçi, perakendeci vb.) arasında iletişimin tam olarak kurulması, faaliyetlerin birlikte koordinasyonu ve kontrolü sayesinde zincirin tamamında maliyetlerin azaltılması, verimliliğin artırılması, karlılık ve müşteri memnuniyeti gibi amaçlara ulaşmada işletmelere önemli katkılar sağlar (33).

“Ayrıca işletmeler arasında kurulacak olan güven ve işbirliği sonucunda risklerin paylaşımı, işletmeler arasındaki bariyerlerin azaltılması ve esnekliğin artırılması yoluyla yeni ürün geliştirme ve pazara sunma süreleri kısalmaktadır, böylece rakipler karşısında rekabetçi avantajlar elde edilecektir. Bu sayede müşteri ihtiyaçları etkin bir şekilde sağlanarak müşteri memnuniyeti arttırılacaktır. Bütün bunların parasal karşılığı olarak da zincir boyunca nakit akışları düzenli olmakta ve işletmeler maliyetlerini düşürerek karlılığını arttırabilmektedir” (18).

Tedarik zinciri üyeleri arasındaki bilgi paylaşımı ve koordinasyon, talepteki belirsizliklerin azaltılmasını sağlayarak zincirdeki işletmelerin stoklara daha fazla yatırım yapmasını engellemekte ve stok maliyetlerini düşürmektedir.

Tedarik zinciri yönetimi; giderlerin azalmasına, stoklarla ilgili yapılan yatırım miktarının düşmesine, taleplerle ilgili farklılıklara kolayca uyum sağlayabilme kabiliyetinin gelişmesine ve rekabet ortamının şartlarına kolay bir biçimde uyumun sağlanabilmesi açısından birden fazla pozitif faydaları bulunmaktadır. Bu faydalar:

- “Maliyet azalması ve verimliliğin yükselmesi,
- Konusunda uzman hale gelme,
- Müşterilerin taleplerine göre daha rahat hareket edebilme yeteneği kazanma,
- Stokların seviye miktarlarının düşmesi,
- Kalitenin yükselmesi,
- Teknoloji ile ilgili yatırım artışı,
- Pazarla ilgili bilgi düzeyinde artış,
- Müşterilerin göstermiş olduğu sadakat düzeyindeki artma nedeniyle satış seviyesinde yükselme” (19).

Diğer fayda türleri (3):

- “Üretim yapanlar, kapasite düşüklüğü yaşayan işletmelerde daha çok fazla miktarda üretimin yapılmasına imkan vererek tasarrufun sağlanmasına imkan verebilirler,
- Müşteri için yakınlaşmış safhalarda tükenmiş ürünlerin stoklarının elde tutulması ile üretim yapanların daha çok ürünü kendi bünyelerinde bulundurarak biriktirmelerinin önüne geçilebilir,
- Üretim yapanlar, mal talep edenlerin buldukları yerleri dikkate almadan kendi faaliyetlerini kolayca uygulayabilecekleri en optimum şartları bulunan yerlerde mal imal etmeyi seçerler,
- Toptancı hizmeti görenler, ellerinde bulunan farklı tedarikçilerin ürün çeşitlerini stoklayarak perakendecilik yapanlara çok farklı seçenekler getirebilirler,

- Nakliye işlemlerinin kolayca ve gideri az bir biçimde yapılabilmesi,
- İşletmelerin özellik gösteren bazı işlemlerin yapılmasında uzmanlaşmaları,
- Toptancıların perakendecilik yapanlara daha yakın mesafelerde bulunmaları sayesinde temin etme süresi azalmasının yaşanması,
- Perakendecilerin işlemlerin bazılarını kendilerinin yapmaları sayesinde müşteri talep karşılama zamanı azaltılabilir”.

Bu yararlarla beraber, son zamanlarda teknolojinin artması ile beraber uygulamaya konulan e-tedarik işlemlerinin, tedarik zincirinin etkinliğini artırması sonucunda işletmelerde stok seviyesinin düşürülerek stok maliyetleri azaltılmış ve tedarik etme süresi kısalmıştır. Günümüzün teknolojisi sayesinde süratli bir biçimde etki alanı genişleyen e-tedarik işlemleri neticesinde (34):

**Alışveriş yapma işlemlerinde;** ürün satanlar ile elektronik data değiştirilmesi, online hizmete sunulan kataloglar içinden seçerek alışveriş yapılabilmesi, ürün satanlar ile online haberleşme ve görüşme işlemlerinin gelişmesinin sağlanması,

**Stok idaresi uygulamalarında;** satıcılarla elektronik bilgi değişimi uygulamaları, tam zamanında dağıtım programlarının uygulanması, yükleme zamanı gecikmelerinin önlenmesi, hammadde stok düzeylerinin belirlenmesi, bitmiş ürün stok düzeylerinin belirlenmesi, emniyet stok düzeylerinin belirlenmesi,

**Temin etme sahasında;** satın alma, stok idaresi, nakil faaliyetlerinin düzgün hale getirilmesi, online talep düzenlenmesi, alıcı işlemlerinin düzgün hale getirilmesi, alıcılarla ve satıcılarla olan bağlantıların iyileştirilmesi,

**Nakil uyarlamalarında;** Belirli bir bölgeye özgü olan dağıtım odaklarına biriktirme faaliyetinde bulunma, belirli bir bölgeye olan dağıtım odaklarının sayıca düşürülmesi, anında nakil edilmenin planlanması,

**Alıcı hizmet uyarlamalarında;** alıcı yakınmalarının kabul edilmesi, teknik servis olanakları, alıcılara ait hemen müdahale tatbikatları, alıcılara satma, dış kaynak idare hizmetinin temin edilmesi,

**Süreç biçimlendirme uyarlamaları;** alıcı ve satıcı biçimlendirme gayretlerinin çabalarının eşgüdümü, alıcı geri bildirimlerinin denetlenmesi, satıcı fiyat bildirimlerinin denetlenmesi, şeklinde ifade edilebilir.

Kuvvetli talep edicilerin zayıf mal ve hizmet temin edicilere karşı göstermiş oldukları zorlama ve bunun yanında zorlama neticesinde zincir oluşumunun deforme olması, zincir oluşumunda bulunan farklı farklı özgür kuruluşlar ve bu kuruluşlar arasında haberleşme ve düzenin oluşturulmasının zor meydana gelmesi açıklanabilmektedir. Bunun yanında bazı kuruluşlarda bütünüyle uyumluluk ve birleşmiş işlevsel düzen meydana gelmemiştir. Bunun yanında sayılanlardan birkaçı meydana getirilmemiş, karışık veya kontrol altına alınamaz biçimdedir. Temin etme sisteminin işletiminden ortaya çıkabilecek olumsuzluklar; hatalı davranışlar üzerinde karar kılma nedeniyle giderler fazlalaşabilir, tedarik zinciri oluşturucularının hatasız birleştirilmesinde görülen zorluklar, kuruluşların birden çok mal ve hizmet temin etme süreci içinde olması, temin etme sürecinde hatalı bilgilendirmenin meydana çıkaracağı stok fazlalığı, giderlerin artması etkinlik ve verimliliğin azalmasıdır (34).

### **2.10. Tedarik Zinciri Yönetiminde Tedarikçi Seçimi**

Tedarik zinciri yönetiminin en önemli görevlerinden biri de işletmenin ihtiyaç duyduğu malzeme ve hizmetleri en uygun kaynaklardan sağlamaktır. Bu kaynaklar bilgi kaynakları olup, aşağıda sıralanmıştır (31).

- Firma katalogları,
- Şirket raporları,
- Ticari magazinlerde yer alan reklâmlar,
- Ticari kataloglar,
- Yabancı elçiliklerin ticaret ile ilgili birimleri,
- Ticari geliştirme kuruluşları, büyük uluslararası bankalar,
- Elektronik veri tabanı ve internet,
- Fuarlar, ticari heyetler, satıcılar

Tedarikçi seçiminde gereken kriterler (31):

**Tedarikçinin tecrübesi, tanınmışlığı ve sertifikaları:** İstenilen hizmet performansını sağlayabilmek için tecrübe önemlidir. Tedarikçi veya personelin bir hizmeti sağlayacak kadar deneyim sahibi olması gerekir. Bunun için bütün finalist tedarikçilerin iş yerleri ziyaret edilmeli, tedarikçilerin referans listesinde olmayan diğer işletmelerle de görüşülmelidir. Çünkü bu işletmeler tedarikçi hakkında daha objektif bilgi vereceklerdir.

**Fiyat düzeyi:** İşletme temel hizmetler için tedarikçilerin teklif ettiği fiyatları karşılaştırmada dikkat etmelidir. Tedarikçi vereceği hizmetlerle ilgili sınıflandırmaya gitmeli, fiyat indirimleri belirtmelidir. Tedarikçinin teklif ettiği fiyatlar değerlendirilirken toplam maliyetlere etkisi hesaplanmalı, duruma göre yeni fiyatlar istenmelidir. Ayrıca diğer işletmelerin aynı ürünler için ödediği fiyatlar da dikkate alınmalıdır.

**Tedarikçinin işlem stili ve kültürü:** Başarılı bir iş ilişkisi için hem işletmenin hem de tedarikçinin kültürü ve işlem stili birbiri ile uyumlu olmalıdır. Bunun için işletmenin proje takımı mümkünse, tedarikçinin personeliyle konuşma, tedarikçinin iş yerini ziyaret etme işlemleri için geniş zaman ayırarak inceleme yapılmalıdır .

**Tedarikçinin sahip olduğu uzmanlık:** Tedarikçinin sahip olduğu uzmanlık ile işletme ihtiyaçlarının aynı olup olmadığının bilinmesi gerekmektedir. Uyum sağlandığı takdirde işletme ihtiyaçlarının kısa sürede temini sağlanacaktır.

**Tedarikçinin finansal durumu:** Tedarikçinin finansal durumu ve bunun işletmeye uygun olması önemli bir faktördür. Tedarikçinin mali durumu sağlam, fiyatları hem alıcı hem de kendisi yönünden makul olmalıdır.

**Esneklik ve teknik yeterlilik:** Esneklik, tedarikçinin tasarım şartları, teslimat tarihleri, teslim miktarındaki değişikliklere uyum sağlayabilme becerisidir. Teknik yeterlilik ise, iş süreçlerindeki ve tasarımlarındaki iyileşmeler açısından dikkate almazdır.

İyi bir tedarikçide bulunması gereken özellikler; işletme ile sürekli iletişim halinde olmalı ve bilgi paylaşmalıdır, işletmenin kalite standartlarına uymalıdır, istenilen malzemeleri temin edebilmelidir, üretim kapasitesini arttıracak yatırımlar



yapabilmelidir, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmelidir, güvenilir olmalıdır, kolay ulaşılmalıdır (32).

Tedarikçi seçimine etki eden faktörler ürüne ilişkin, örgüte ilişkin faktörler olarak aşağıda incelenmiştir.

## 2.11. Ürüne İlişkin Faktörler

Hastaneler açasından; tedarikçi firmadan satın alacağı ürünün maliyeti, ürünün kalitesi, ürünün markası ve ürünün önemi tedarikçi firma seçimi yapılırken dikkat edilen kriterlerdendir.

### 2.11.1. Maliyet

Maliyet tek başına tedarikçinin belirlenmesini dahi sağlayabilmektedir. Bu durumda taşıma maliyetleri, kurulum maliyetleri ve hazırlık maliyetleri göz önünde bulundurulmalıdır. Tedarikçi seçiminde göz önünde bulundurulan en önemli ölçütlerden biri maliyettir. Yapılan her satın alma işleminin ilk ve en önemli kriteri ürünün fiyatıdır.

Maliyet, işletmenin rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlamasında önemli bir konuma sahiptir. Rekabetin amacı; maliyetleri düşük, kaliteyi yüksek seviyede tutarak değer yaratmak ve tüketiciye fayda sağlamaktır (35). İşletmelerin günümüzün yoğun rekabet koşullarında ayakta kalabilmelerinin önemli koşullarından bir tanesi de müşterielerin gereksinim ve beklentilerini karşılamak, maliyetleri minimum düzeye çekebilmeleridir.

Tedarikçilerle kurulan ilişkilerin etkilenmesinde üç çeşit maliyet önemlidir. Birincisi **direkt ürün maliyeti**; tedarikçi işletme tarafından alıcı işletmeye satılan ana ürünler için belirlediği gerçek fiyattır. İkincisi **depolama maliyetleri**; satıcının belirli bir tedarikçiden aldığı ürünü taşıırken ve depolarken katlandığı maliyettir. Üçüncüsü **iletişim maliyetleri**; alıcı işletmenin kalite ve faaliyet bazlı masraflar gibi işletme maliyetlerinden etkilenen maliyettir (23). Tedarikçi işletme, bu maliyetleri mümkün olduğunca aşağıya çekmelidir. Eğer bu maliyetler diğer tedarikçilerden aşağı olursa tercih nedeni olabilir. Tedarikçi işletmenin sağlayacağı maliyet avantajı, alıcının mali performansına doğrudan etkilidir ve alıcının performansı, aynı zamanda alıcının

oluşturduğu değeri de doğrudan etkilemektedir. Bu nedendir ki fiyat, tedarikçi seçiminde çok büyük bir etkiye sahiptir.

### **2.11.2. Ürünün Kalitesi**

Kalite, ürünün mükemmelliğinden ziyade ürünün istenilen özelliklere sahip olabilme ölçütüdür. Yoğun rekabet ve küresel pazar koşullarında kalite önemli bir rekabet aracı konumdadır. Satın alma açısından bakıldığında girdinin kalitesi, nihai ürünün en ekonomik kullanımını sağlayacak olan kalite düzeyidir. Kalite, işletme kaynaklarının verimli kullanımını sağlayan, ürün ve hizmetlere kullanım uygunluğu kazandıran, müşteri gereksinimlerine uygun üretim ve hizmet anlayışını egemen kılan önemli bir performans göstergesidir (36). Kalite, müşteri memnuniyeti sağlama açısından temel faktör konumunda olmakla birlikte sürekli geliştirilmesi gereken önemli bir göstergedir. Kalite ve müşteri memnuniyeti günümüzde işletmeler açısından rekabet edebilmenin temel göstergeleri haline gelmiştir. Çünkü günümüzde müşteriler işletmelerden hem kalite hem de müşteri odaklı hizmet bekledikleri için bu kriterleri sağlamak, günümüz işletmeleri için zorunluluk haline gelmiştir. Hastane işletmelerin müşterilere sundukları ürünlerin kalitesi çalıştıkları tedarikçilerine bağlı olarak şekillenmektedir. Düşük kalitede ürün veya hizmet satın alan firmalar meydana gelen aksaklıklar nedeniyle daha fazla maliyetlere katlanmak zorunda kalacaklardır ve bu yüzden de müşterilerini kaybedeceklerdir. Alıcı firmalar yüksek kalitede mal tedarik etmekle sonradan daha yüksek değerlere ulaşabilecek ve yüksek karları elde etme fırsatı yakalayacaklardır (37).

### **2.11.3. Tedarikçinin Markası**

Marka, bir işletmenin mal veya hizmetlerinin bir başka işletmenin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeyi sağlaması koşuluyla, kişi adları dâhil, özellikle sözcükler, şekiller, harfler, sayılar, malların biçimi veya ambalajlarının çizimle görüntülenebilen veya benzer biçimde ifade edilebilen baskı yoluyla yayımlanabilen çoğaltılabilen her türlü işareti içerir.

Marka, ürün kalitesi hakkında bilgi verir. Hastaneler için markanın önemli faydaları vardır. Marka kullanımı hastanelere yönetsel, finansal ve tüketici açısından farklı avantajlar sağlar. Marka nakit akışının sağlanmasında ve sermaye maliyetlerinin

azalmasında önemli bir etkiye sahiptir. Marka adı hastanelere fayda sağlayabilecek ürünleri ayırt etmede yardımcı olur. Bilinmeyen veya üne sahip olmayan bir markanın değeri düşük iken iyi bir üne sahip markanın değeri yüksek olur. Markanın değerinin yüksek olması hastaneye rekabet avantajı sağlar (37).

#### **2.11.4. Ürünün Önemi**

Elektronik medya desteği, tedarikçiye güven, servis kalitesi gibi faktörler, satın alıcıların tedarikçilerin ürünlerine verdiği önemi arttıracaktır. Ayrıca tedarikçi alıcıya özel fiyat ve ileri teknoloji sunduğunda alıcının alma isteği daha da artacaktır. Tedarikçi ve satın alıcının ilişkilerindeki gelişme sonucunda ortaya çıkan iş ortaklığı, birbirinden bağımsız işletmelerin karşılıklı fayda sağlamak ve önemli bilgileri paylaştıkları stratejik bir işbirliğine dönüşecektir. Bu suretle ürünün önemi artacaktır. Ayrıca destek faaliyetleri sonucunda ürünün öneminin artması sağlanacak, bu durum mevcut tedarikçinin değiştirilmemesine ve ek maliyetlere katlanılmasına neden olacaktır (39).

#### **2.12. Örgüte İlişkin Faktörler**

Tedarikçi seçiminde, tedarikçinin yerine konulabilirliği, tedarikçinin firma imajı, tedarikçinin firma büyüklüğü, tedarikçinin satış personelinin kalitesi, tedarikçinin lojistik performansı ve tedarikçinin esnekliği ve yenilikçiliği örgüte ilişkin faktörler olarak değerlendirilmektedir.

##### **2.12.1. Tedarikçinin Yerine Konulabilirliği**

Alternatif tedarikçilerin olması alıcılar, için daha uygun fiyata ürün, daha yüksek kalitede ürün, düşük işçilik maliyetleri, daha üstün iş süreçleri gibi fırsatların doğmasına neden olur (40). Bunun tam tersi olarak da alternatif kaynakların kolayca bulunmaması veya olmaması, alıcı firmalar için belirsizlik ve bağımlılık sebebi olacaktır.

##### **2.12.2. Tedarikçinin Firma İmajı**

Tedarikçilere yönelik algılamaların kaynağı, işletmelerin tedarikçiler ile yaşadıkları geçmiş deneyimler ve diğer işletmeler ve kişilerin tedarikçiyle kurmuş oldukları ilişkilerdir (41). İyi bir firma imajına sahip olan tedarikçi müşteriler, ortaklar, çalışanlar, yatırımcılar ve toplumda oluşan geniş gruplar için farklı avantajlar

sağlayacaktır. Bunlar; yüksek müşteri sadakati, yüksek seviyede müşteri satın alma davranışı, personelin işletmeye bağlılığında güçlenme, tedarikçinin personeline ve ürünlerine karşı alıcıların tutumlarında olumlu artış, yatırımcılar için cazibe merkezi haline geleme ve rekabet avantajı elde edilmesidir (42).

### **2.12.3. Tedarikçinin Firma Büyüklüğü**

Tedarikçi firmanın büyüklüğü, verdiği sözleri yerine getirebileceğinin ve mevcut durumu koruyabileceğinin göstergesidir. Tam tersi olarak da tedarikçi firmanın küçük hacimli olması daha az güvenilir olabileceğini, fırsatçı davranışlar sergileyebileceğini, yeterli satış hacmi ve pazar payına ulaşamayacağını düşündürebilir. Firma büyüklüğü; genellikle iş hacmi, çalışan sayısı ve finansal göstergelerle ölçülür. Alıcılar, tedarikçilerini değerlendirirken bu boyutlardan en az birini göz önünde bulundurlar. Tedarikçiler de kalite, fiyat, teslim, garanti, ürün çeşitleri ve ödeme kolaylıkları gibi özellikleri ile müşterilerine büyüklüklerini hissettirirler (37).

### **2.12.4. Tedarikçinin Satış Personelinin Kalitesi**

Firmanın satış personelinin kalitesi büyük ölçüde, tedarikçi firmanın sahip olduğu kültür, ödül sistemi ve eğitim programlarına bağlıdır. İyi eğitilmiş satış personeli hastane işletmelerinin performansını arttırıcı bir etkiye sahip olacaktır. Tedarikçinin satış personelinin kalitesi; tedarikçi firma ile alıcılar arasındaki ilişkinin uzun süreli olması açısından önemlidir. Çünkü tedarikçinin tutum ve davranışını gösteren satış personelidir. Bu nedenle tedarikçinin satış personeli ile ilgili olarak geçmiş tecrübeler ışığında tedarikçi personeline doğrudan güven ya da güvensizlik tedarikçiye karşı güven ya da güvensizliği ifade eder.

### **2.12.5. Tedarikçinin Lojistik Performansı**

Lojistik; yönetim yeteneği, sipariş işleme, bilgi, envanter ve taşıma gibi fonksiyonları yerine getiren geniş kapsamlı bir sistemdir. Bu sistem; doğru ürünün, doğru müşteriye, doğru zaman ve yerde iletilmesini amaçlamaktadır (37).

Lojistik performansı yüksek bir tedarikçi ile işletmeler maliyet ve rekabet avantajı elde edeceklerdir ve böylece de işletme açısından büyük bir değer yaratılmış olacaktır. Alıcılar açısından tedarikçi firmanın lojistik hizmetlerinin maliyeti, alıcılara

sağladığı bilgi desteği, tedarikçi firmanın teslim yeteneği tedarikçi firmanın performansının göstergesidir.

Tedarikçiler, müşterileri ile iyi ilişkiler kurmak için lojistik faaliyetlere odaklanmalı ve sundukları lojistik hizmetleri alıcılarının ihtiyaçlarını tam olarak karşılayana kadar geliştirmelidirler. Lojistik fonksiyonlarını gerektiği biçimde karşılayan tedarikçi ile çalışmak, hastanelerin finansal performanslarını olumlu bir şekilde etkileyecektir.

### **2.12.6. Tedarikçinin Esnekliği ve Yenilikçiliği**

Talep edilen ürün ve hizmet çeşitliliğindeki artışla birlikte istenen ürünün, istenilen miktarda ve zamanda pazarda hazır bulunması gerekmektedir. Küreselleşme ile birlikte işletmelerin faaliyette buldukları ortamlardaki değişiklikler ve belirsizlikler rekabet koşullarını önemli bir hale getirmiş, firmaların müşteri beklentilerindeki değişimlere son derece hızlı bir şekilde yanıt verebilmeleri zorunlu hale gelmiştir.

Yenilik, rekabet avantajı elde etmenin ve firmaların faaliyet ve uygulamalarının da temel bileşenidir. Çünkü yapılan yenilik çalışmaları direk olarak verimliliği etkilemektedir. Burada önemli olan bir nokta da yenilik faaliyetlerinin hızıdır. Hızlı yenilik, değişen pazarda ilk ve tek olma avantajını kullanma olanağı sağlar (37).

Esneklik; işletmelerin tüketici taleplerine ve pazarda oluşabilecek değişikliklere zamanında ve doğru stratejiler ile maliyet, zaman ve performans kaybına uğramadan uyum sağlayabilme yeteneğidir. Uluslara arası pazardaki belirsizlik ve değişikliklere karşı firmalar üretim ve pazar esnekliği kazanmak için etkin tedarikçi ve üretim süreçlerinin geliştirilmesinin olumlu etkilerini fark etmişlerdir. Bu nedenle zincirin içerdiği her bir işletme talep dalgalanmalarını karşılayacak ve değişen şartlara uyum sağlayacak esnekliğe sahip olmalıdır (43).

### **2.13. Tedarikçi Seçiminde İlişkisel Faktörler**

Tedarikçi ve alıcı arasında kurulan ilişkinin kapsamının, kalitesinin ve kurulacak ilişkiden alıcının muhtemel beklentilerinin belirlenmesi için tedarikçiye güven ve müşteri memnuniyeti faktörü dikkate alınmaktadır.

### **2.13.1. Tedarikçiye Güven**

Tedarik zinciri yönetimi güven temeline kurulmaktadır. Güven, işletmenin tedarikçisinin tutarlı davranması ve vaat ettiklerini tam zamanında ve tam manasıyla yerine getirmesiyle sağlanır. İşletmelerin gerekli bilgileri değiş tokuş ettikleri, bazı müşterileri ve tedarikçileri ile uzun dönemli ilişki kurdukları ortaklık tedarik zinciri etkileşiminde önemli bir noktaya gelmiştir.

Güvenilir bir tedarikçi ile kurulan uzun dönemli ilişkide tedarikçi personelinin inandırıcı ve dürüst olmayan davranışları ilişkiyi ve tedarikçiye olan güveni tehlikeye sokacaktır. Diğer taraftan güvenilir bir satış personeli uygulayacağı uygun politikalar ile müşterinin tedarikçi hakkında sahip olduğu olumsuz düşünceleri yok ederek işbirliği geliştirecektir. Alıcı tedarikçi ilişkilerinde güven kavramı incelenirken, tedarikçiye olan güven ve satış personeline olan güven olarak karşımıza çıkmaktadır.

### **2.13.2. Müşteri Memnuniyeti**

İşletmelerin seçtikleri tedarikçiden duydukları memnuniyet; uzun dönemli ilişki, bağlılık, sadakat ve işbirliği gibi olumlu sonuçlar doğuracaktır. Ayrıca yüksek düzeyde memnuniyet; işbirliğinde artış, fırsatçı davranışlardan gönüllü olarak uzaklaşma ve fonksiyonel olmayan çatışmadan kaçınma gibi ilişkinin kalitesini, sonuçlarını ve firmaların performansını arttıracak kazanımlar sağlar (23).

Küresel pazar koşullarında, müşteri memnuniyeti yaratarak müşterileri elde tutma ve müşteri sadakatini sağlama işletmeler için büyük bir zorunluluk haline gelmiştir. Yaratılan müşteri memnuniyeti nedeniyle, tatmin olan müşteri diğer müşterilere kıyasla daha fazla ve sıklıkla firmanın ürünlerini satın alarak daha az fiyat duyarlılığı göstermekte, rakip firmaları daha az tercih etmekte, firma hakkında olumlu konuşarak firmanın reklamını yapmakta, ayrıca kaliteli ürün ve hizmetler için fazla fiyat ödemektedir. Bunlara ilaveten, yeni kazanılan müşterilere kıyasla daha düşük maliyetli olmaktadır (44).

Lojistik maliyetleri nihai ürün fiyatında ve dolayısıyla müşteri beklentilerinin karşılanmasında etkilidir. İşletmelerin rekabetçi olmaları için hizmet düzeylerinden ödün vermeden lojistik maliyetlerini mümkün olduğunca düşük tutmaları

gerekmektedir. Müşteri memnuniyetini belirleyen bir diğer temel faktör de teslim süresidir. Teslim süresi, bir ürün veya hizmetin siparişinin verilmesinin ardından ürün veya hizmetin müşteriye teslimine kadar geçen süredir (45).

#### **2.14. Hastanelerde Tedarik Zinciri Yönetiminin Temel Fonksiyonları**

Tüm işletmeler için geçerli olan tedarik zinciri yönetimi hastaneler için daha fazla önem arz etmektedir. Hastaneler insanların sağlıklarının teşhis ve tedavilerinin yapıldığı sağlık kuruluşlarıdır. İnsan hayatının odak olması, gerekli tıbbi malzemelerin istenildiği zamanda, yerde ve istenildiği şekilde tedarik edilmesini zorunlu hale getirmektedir (47).

Hastanelerde Lojistik yönetimi; yüksek kalitede düşük fiyattan malzeme temin etmek, malzeme israfını önleyerek maliyetlerin düşürülmesini sağlamak, kesintisiz hasta bakım hizmetinin yürütülebilmesi, ihtiyaç duyulan malzemelerin istenilen özelliklerde ve miktarda uygun depolama ile hazır bulundurmaktır (46).

Hasta ve yakınlarının, hastanelerden hızlı, ekonomik ve standartlara uygun hizmet alarak mutlu ayrılmalarını sağlamada etkili olan malzemelerin tedariki, depolanması, ilgili ünitelere zamanında ulaşımı, kontrolü ve planlaması faktörlerinin etkin ve verimli olarak yürütülmesi sürecine hastanelerde tedarik zinciri yönetimi denilmektedir (45).

##### **2.14.1. Talep ve Sipariş Yönetimi**

Pazarı bir muamma olmaktan çıkarıp, girişimciye içinde yaşadığı toplumu derinlemesine tanıma imkânı sağlayıp, dış pazar (sağlık turizmi) açısından da sağlam verilere göre yatırım açılımında mercek görevi yaparak atıl kapasite oluşumunu talep analizi engeller. Talep tahmini; kıt olan üretim faktörlerinin en iyi şekilde kullanılabilmesi için ihtiyaçların iyi tespit edilerek, kaynak tahsisinin hedefler ile optimumu seviyede buluşmasını sağlar. Yeni bir iş kurmaya niyetlenen veya mevcut işini büyütmeyi hedefleyen müteşebbislerin kullandığı en önemli yöntemlerden talep analizi sağlık sektöründe de kullanılır. Belirli bölgelerde toplanan birçok özel hastanenin sürekli el değiştirmesinin, kampanyalara rağmen işletme maliyetlerini

karşılacak talep bulamaması bu konunun önemini ortaya koymaktadır. Gelecekte oluşabilecek talebi belirlemek için bilinmesi gereken özellikler(48):

**Değişkenlik:** Sağlık hizmeti gereksiniminin ne zaman ortaya çıkacağı, taleplerin ne miktarda ve ne türde çıkacağı belli değildir.

**Mevsimsellik:** Sağlık hizmetlerinde talep değişimi mevsimsel hatta haftalık ya da anlık olabilir.

**Eşzamanlılık:** Talep ortaya çıktığı anda karşılayacak kapasitenin hazır olması gerekir.

### **2.14.2. Planlama**

Malzeme alımlarına ilişkin programları oluşturmak, bunları tekrar değerlendirerek üretim ve işletme maliyetlerini etkin bir şekilde yönetmektir(49). Sağlık sektöründe hastaneye yapılacak başvuruların yani talebin tahmininden sonra bu başvuruları en etkin bir şekilde karşılayacak hizmet kapasitesinin planlanması gerekmektedir. Ülkemizde uzun vadeli planlar genellikle Sağlık Bakanlığı tarafından, orta vadeli planlar hastane yöneticileri tarafından, kısa süreli planlar da birim sorumluları tarafından yapılmaktadır (48).

### **2.14.3. Satın Alma**

Hastanelerde kullanılan her türlü ürün ve hizmet satın alma süreçlerinin ilgi alanına girmektedir. Satın alma süreçleri doğru planlanmalı, örgütlenmeli ve kontrol edilmelidir. Ürünlerin doğru zamanda, doğru maliyetle, doğru miktarda ve istenilen kalitede tedariki için etkin bir satın alma süreci yönetimine ihtiyaç vardır. Satın alma ile ilgili mevzuatın temeli 4734 Sayılı Kamu İhale Kanunu'dur. Kamu hastaneleri bu kanuna göre satın alma faaliyetlerini gerçekleştirmektedirler. Özel hastaneler ise bu kanuna tabii olmadıklarından satın alma süreçleri kamu hastanelerine göre daha esnek olmaktadır (50).

**i. İhtiyacın Belirlenmesi ve Yöntem Seçimi:** Satın alma, ihtiyacın ortaya çıkmasıyla başlar. Malzeme özelliklerinin de yer aldığı bir istek belgesi ile üst yönetimin onayına gönderilir. Uygun görülen ihtiyaçlar, istek belgesi ile satın alma



bölümüne gönderilir. Satın alma bölümü ön araştırma yapar. İlk defa satın alınması planlanan bir malzeme ise istekte bulunan kişi veya birimden malzeme ile ilgili detaylı teknik bilgi istenir.

**ii. Teklif Alma ve Değerlendirme Süreci:** Önceden çalışılmış ve yeterliliklerini kanıtlamış tedarikçiler ile istenilen ürünü veya muadilini satan ve daha önce çalışılmamış yeni tedarikçilerden teklif istenir. İçeriğinde, malzeme adı ve özellikleri, miktarı, teslim zamanı, yeri ve şekli belirtilir. Tedarikçiler teklifi inceler ve teklif içeriğinde belirtilen malzeme ile ilgili idari ve teknik şartları karşılayabiliyor ise hastaneye cevaben bir teklif mektubu hazırlar. Hazırlanan bu teklifte, teklif edilen malzemenin adı, markası, modeli, kataloğu, özellikleri, fiyatı, miktarı, teslim zaman ve yeri, ödeme vadesi gibi hususlar yer alır. Tedarikçilerden alınan teklifler listelenir. Bu listede istenen malzemenin adı, özellikleri ve miktarı ile teklif veren her tedarikçinin önerdiği malzeme özellikleri, fiyat, miktar, ödeme ve teslim şartları gibi hususlar yer alır. Kullanılan tıbbi malzemelerin uygunluğu genel olarak hekim ve hemşireler tarafından belirlenir. Alınan bu son teklifler arasından en uygun (fiyat, zaman, miktar, kalite) olanı seçilir.

**iii. Satın Alma Kararı:** Değerlendirmelerin sonucunda hazırlanan satın alma teklif çizelgesi, satın alma yöneticisi tarafından üst yönetimin görüşüne sunulur.

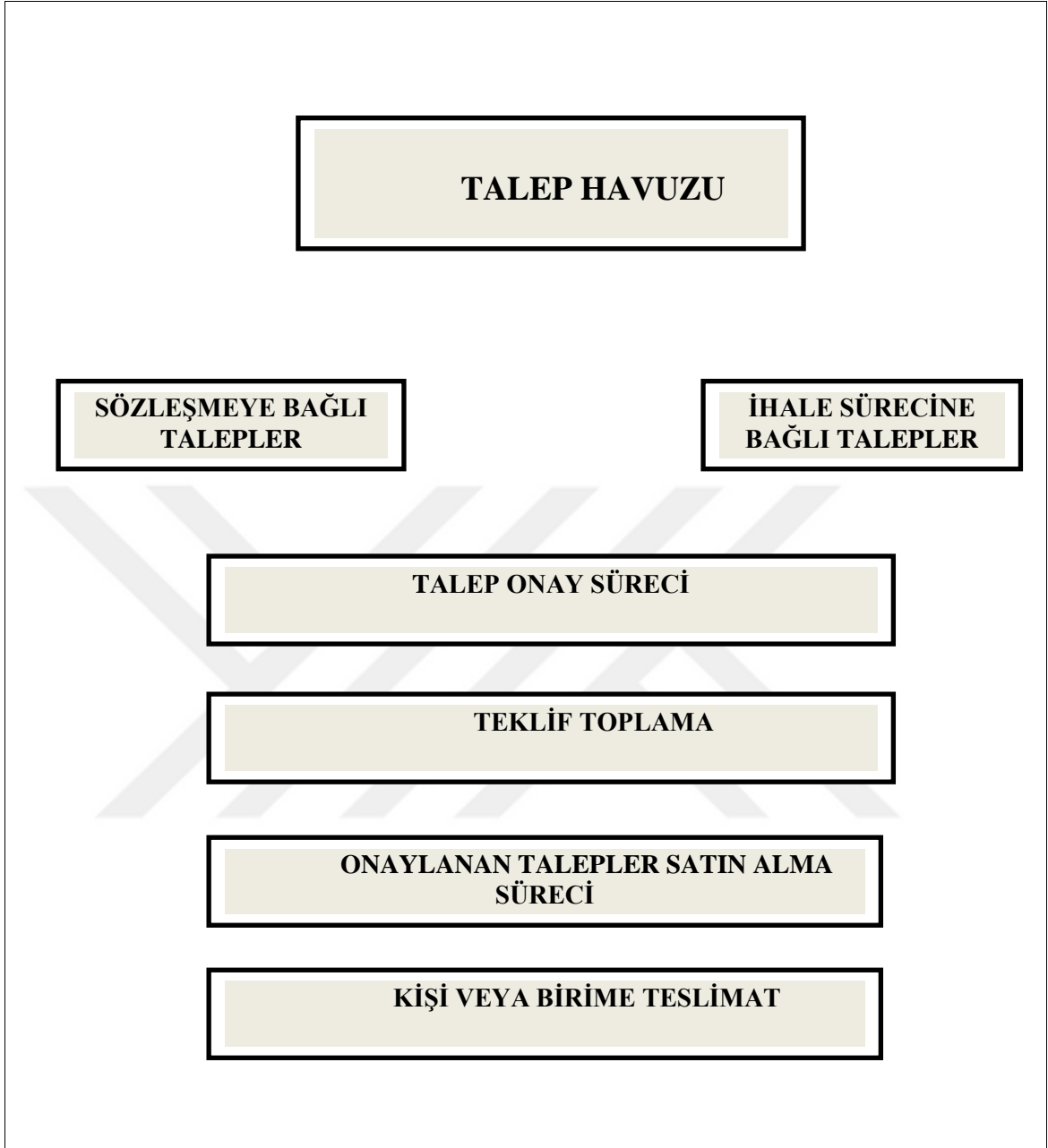
Satın alma süreci ile izlenen yol:

**Onaylama:** Sunulan malzemeler ile ilgili şartlar uygun bulunur ve satın alma kararı verilir. Bu karardan sonra, istenilen malzemelerin siparişleri ilgili tedarikçiye verilir.

**Düzeltilme:** Tekliflerin yetersizliği, alternatiflerin iyi araştırılmaması, son pazarlık için tedarikçilerin davet edilmesi vb. gerekçelerle düzeltme karar alınır.

**İptal:** Malzeme isteğinin fiyat, teslimat, satış sonrası servis vb. gibi çeşitli sebeplerle onaylanmamasını ifade eder.

**Tablo 2: Satın Alma Süreci**



#### **2.14.4. Stok Yönetimi**

“Ortaya çıkacak ani gereksinimleri karşılamak ve tıbbi tetkik ve tedavilerin kesintiye uğramadan sürdürülmesini sağlamak amacıyla el altında bulundurulmuş her türlü sarf maddelerine stok denilmektedir. Stokların en büyük işletme yatırımları arasında olduğu görülmektedir. İkmal ve tedarik faaliyetlerinin aksaması veya yetersizliği, sağlık hizmetinin aksamasına ve yetersizliğine hatta amacı olan tetkik ve tedavi hizmetinin durmasına yol açmaktadır” (51).

Stok bulundurma maliyetleri işletmeleri bütçe kalemlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Stok yönetiminde; malzemenin maliyeti, son kullanma tarihi, ve ulaşım kolaylığı gibi etmenler dikkate alınarak stok miktarı belirlenmelidir.

#### **2.14.4.1. Hastanelerde Kullanılan Malzemelerin Sınıflandırması**

Hastanelerin asli görevleri olan insan sağlığının sürekliliğinin sağlanması için yapılan işlemler de aşağıdaki sınıflandırmada bulunan malzemeler kullanılmaktadır.

Bunlar;

- İlaçlar,
- Gıda malzemeleri,
- Tıbbi malzemeler,
- Temizlik grubu malzemeleri,
- Kırtasiye malzemeleri,
- Teknik malzemeler ve tıbbi cihazlara bakım ve sarf malzemeler,
- Laboratuvar ve kimyevi malzemeler,
- Terzihane malzemeleri,
- Sterilizasyon için kullanılan malzemeler.

#### **2.14.4.2. Stok Değerleme Yöntemleri**

Tıbbi ilaç ve malzemelerin stoklanması sonucunda maliyetlerinin izlenmesi için çeşitli değerlendirme yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemler;

- Maliyet esasına göre değerlendirme
- FIFO (İlk giren ilk çıkar) Yöntemi
- LIFO (Son giren ilk çıkar) Yöntemi
- Ortalama Yöntemi
- Hareketli ağırlıklı ortalama
- Ağırlıklı ortalama
- Basit ortalama

- Cari fiyatlarla değerleme
- Standart fiyatlarla değerleme
- Sabit fiyatlarla değerleme

Uygulama kolaylığı açısından hareketli ortalama, doğruluk açısından ise fiyatlarda artış söz konusu olduğunda LİFO, düşüş olduğunda FİFO yöntemi diğerlerine göre üstün olmaktadır (52).

#### **2.14.4.3. Stok Kontrol Yöntemleri**

Gözle kontrol yöntemi, çift kutu yöntemi, ABC analizi yöntemi, VED yöntemi ve JİT (Just In Time) yöntemleridir.

**a) Gözle Kontrol Sistemi:** Stoklar periyodik olarak deneyimli bir ambar memuru tarafından gözden geçirilir ve belirli bir düzeyin altına düşen stoklar için sipariş verilir. Yatak kapasitesi düşük, ayakta tedavi hizmetlerinin sürdürüldüğü hastanelerde geniş bir şekilde uygulanmaktadır.

Dezavantajları (53); Sipariş düzeyi ve miktarı kişisel yargıya dayandığı için hata yapma olasılığının yüksek olması, ambar yerleştirmesi sistematik yapılmadığı takdirde kontrolü yapan memurun yanılığa düşmesi, tüketim hızı, tedarik süresi veya başka bir faktörün değişmesi halinde bunun derhal terk edilmesi ve gerekli tedbirlerin alınmasında geç kalınmasıdır.

**b) Çift Kutu yöntemi:** Bu sistemde stoklar iki ayrı kutuya bölünmekte, birinci kutu ya da bölümdeki stoklar tükenmeye başlayınca, ilgili kişi, ikinci bölmenin alacağı kadar malzeme siparişi verilmektedir. Bu sipariş gelinceye kadar ise kullanım için ikinci bölmeden yararlanılmaktadır (54).

**c) ABC Analizi Yöntemi:** Stoktaki malzemeleri bir yıl içindeki kullanım miktarı ve maliyet değerine göre sınıflayan stok kontrol modeline ABC analizi denilmektedir. Stok kontrolünde ABC analizi; nicel bir yöntem olup amacı önemli ile önemsizi ayırt etmektir (55).

**d) VED Yöntemi:** İngilizce Vital, Essential, Desirable (VED) kelimelerinin baş harflerinden oluştuğu için VED yöntemi olarak bilinmektedir. VED yöntemi ilaçları üç gruba ayırmaktadır.

(V grubu) malzeme ve ilaçlar hayati önem taşıyan, mutlaka bulunması gereken malzemelerdir.

(E grubu) malzeme ve ilaçlar önemli olmasına rağmen alternatifi bulunan malzemelerdir.

(D grubu) malzemeler ise bulunması zorunlu olmayan, isteğe bağlı malzemelerdir.

#### **e) Tam Zamanında Üretim Yöntemi (Just-In-Time/JIT)**

- “Müşterinin istediği kadar üretilmelidir,
- Üretim hızı talep değişimlerine tam uymalıdır,
- Iskarta oranı hemen hemen sıfır olmalıdır,
- Hazırlık süreleri çok kısa olmalıdır,
- İşçilik, malzeme ve kapasite kaybı sıfır olmalıdır,
- İnsan gücünün eğitime, gelişmesine önem verilmelidir” (53).

Sadece gerekli malzemelerinin, gerekli olduğu miktarda, gerekli kalite düzeyinde, gerekli olduğu zaman ve yerde bulunması durumudur.

#### **2.14.5. Depo Yönetimi**

Depo yönetiminin görevi; malzemelere uygun depolama şartlarının oluşturulması, stokların uygun şartlar ve maliyetlerde karşılanması ve malzemelerin ihtiyaç duyulan yere en hızlı şekilde ulaştırılmasıdır. Depo görevlileri; malzemelerin teslimi, muayenesi ve alt depolara aktarılması, yapılan işlemlerin kayıtlarının tutulması, depoların ve rafların düzenlenmesi, bakımının yapılması, kurumun belirlediği aralıklarla depoların sayımları ve hurdaya ayırma işlemlerinin yapılması faaliyetlerinde bulunurlar.

### **2.14.6. Sevkiyat ve Dağıtım**

Malzeme ve hizmetin ihtiyaç duyulduğu anda buldukları yerden ihtiyaç duyulan yere taşınmasıdır. Depolardan malzeme dağıtımını bir sisteme bağlı olarak yapılmalıdır. Malzemelerin depodan çıkışı malzeme istek belgelerine göre yapılmalı ve sağlıklı kayıtlar tutulmalıdır. Böylece eldeki stok miktarı kolayla belirlenir (52).

### **2.14.7. Hastanelerde Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulaması**

Uygulamaya konulan Medula ve Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası (TİTUBB) devletin bir kontrol mekanizması gibi görünse de asıl amacı tedarik zinciri yönetimine hizmet etmektir. Stoklama ve depolama maliyetlerini düşürecek bu yapı ile kısa zamanda toplu ve hızlı tedarik sağlanacaktır.

#### **2.14.7.1. Türkiye İlaç ve Tıbbi Cihaz Ulusal Bilgi Bankası**

“TİTUBB, ilaç ve tıbbi cihazların ihale, teklif, sipariş, nakliye, satın alma, stok, fatura ve ödeme gibi ticaretin tüm süreçlerinin konuyla ilgili her kişi ve kurum tarafından elektronik ortamda yürütülmesini sağlayan Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri tarafından Maliye Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı adına yürütülen ortak projenin adıdır” (56).

TİTUBB; verileri öncelikle tedarikçi firmaların sağladığı, ticari sır niteliğinde olmayan verilere herkesin erişebildiği tamamen elektronik ortamda çalışan, ülkemizde satılan tüm ilaç ve tıbbi cihazlarla ilgili bilgileri barındıran ulusal elektronik katalogdur. TİTUBB’ un amaçlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Kamu kurumları, tedarikçiler ve müşteriler arasında ortak tek bir veri tabanı oluşturmak,
- Tedarik zinciri, e-ticaret ve ötesinde ürün verilerinin klinik uygulamalar arasında dahi kayıt altına alınmasında düzenli ve senkronize bir ürün veri tabanı oluşturmak,
- Bu herkesçe paylaşılan ulusal sistem ile çok odaklı sistemlerin ve çok çeşitli standartların getirdiği maliyetlerden kurtulmak,
- İş süreçlerinde ortaya çıkan hataları belirgin bir şekilde azaltmaktır.

### 2.14.7.2. Medula Sistemi (E-Fatura)

“Genel Sağlık Sigortası (GSS) Türkiye'deki sosyal güvenlik kurumları olan Emekli Sandığı, Bağ-Kur, Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) ve Yeşil Kart'ı tek bir çatı altında toplamayı hedeflemiştir. Medula bu çalışmanın bilişim ayağıdır. Devlet hastaneleri, özel hastaneler, üniversite hastaneleri, diyaliz merkezleri ve daha birçok sağlık kuruluşunun verdikleri hizmet, kullandıkları tıbbi malzeme ve ilaçların bedelinin geri ödeme kurumu tarafından ödenmesi için GSS Medula web servislerini kullanmaları gerekmektedir. GSS Medula servisleri aracılığıyla sağlık tesisleri sosyal güvenlik kurumu ile aşağıdaki işlemleri gerçekleştirebilmektedir:

- Hak sahipliği ve sözleşme doğrulama,
- Reçete tetkik ve sevk takibi,
- Ödeme sorgulama,
- Ödeme durum kontrolü,
- Rapor bilgisi kayıt (GSS yan süreçlerinden biridir. Hasta raporlarıyla ilgili işlemler gerçekleştirilir.)” (57).

### 2.14.7.3. Çekirdek Kaynak Yönetim Sistemi

“1 Eylül 1997 tarihinde İkinci Sağlık Projesi kapsamında başlatılan ve anahtar teslimi bir Dünya Bankası projesi olan Çekirdek Kaynak Yönetimi Sistemi (ÇKYS) Projesidir. Sağlık Bakanlığı Merkez Teşkilatı (SBMT) ve 81 İl Sağlık Müdürlüğü (İSM) bünyesindeki kurumlar, insan gücü, malzeme v.b. işlemlerinin takibini amaçlayan, mali kaynakların yönetiminde bilgi teknolojilerini kullanarak daha çağdaş, etkin ve verimli kurumsal bir yapıya geçilmesini hedefleyen proje olarak ortaya çıkmıştır.

Projenin bu amaç doğrultusunda:

SBMT ve İSM' ler arası bilgi akışının hızlandırılması,

Kaynakların izlenmesi ile ihtiyaçların daha çabuk tespit edilmesi,

Planlamaya yönelik istatistik ve raporların süratli ve eksiksiz bir şekilde alınması,

SBMT ile 81 İSM'nin online olarak faaliyet göstermesi ve bu sayede eşgüdüm ve standardizasyonun sağlanması,

Yönetim Karar Destek mekanizmalarına alt yapı sağlaması.

Proje kapsamında; SBMT ve tüm 81 İSM' de teknolojik altyapının ve donanımın sağlanması ve kurulumu, yazılım geliştirme, eğitim ve yerinde destek hizmetleri yer almıştır” (58).

Çekirdek Kaynak Yönetim Sisteminin uygulama yazılımları aşağıda kısaca açıklanmıştır (59):

**İnsan Kaynakları Yönetim Sistemi (İKYS):** Sağlık Bakanlığı bünyesindeki personel bilgi ve hareketlerinin izlenmesi ile bordro ve tahakkuk işlemlerini içermektedir (Atama Bilgi Sistemi, Sicil Bilgi Sistemi, Kadro Bilgi Sistemi, Terfi Bilgi Sistemi, Maaş ve Tahakkuk Bilgi Sistemi, Aile Hekimliği Ücretlendirme, İhtisas (Diploma Tescil), Doktor Bilgi Bankası (DBB), Hizmet İçi Eğitim, Disiplin Bilgi Sistemi, Hukuk Mevzuat Bilgi Sistemi, İKYS Uygulama Yönetimi, Personel Şubeleri, Sözleşmeli Personel İşlemleri, 112 Acil Sağlık Hizmetleri Raporları, UMKE Personeli Takibi, SEFOP Uygulaması, Arşiv Menüsü, Mal Bildirim Menüsü).

**Malzeme Kaynakları Yönetim Sistemi (MKYS):** Sağlık Bakanlığı bünyesindeki Merkez Teşkilatı ile İl Sağlık Müdürlüklerine ait kaynakların (dayanıklı taşınır ve sarf malzemelerin) verimli ve güncel olarak takibini sağlamaktadır. Bugün itibarı ile MKYS Türkiye'deki en büyük malzeme deposu halini almıştır. Bakanlığın 2. ve 3. Basamak kurumlarında hangi hastanemizde hangi ürünün stok fazlası olduğu kolayca izlenebilmektedir. Ayrıca tüm harcama birimlerimizin malzeme satın alma sorgulaması yapılarak bir ürünün maliyeti hakkında bilgi paylaşımı yapılabilmektedir.

**Finans Kaynakları Yönetim Sistemi (FKYS):** Sağlık Bakanlığının mali kaynaklarının ihtiyaca göre planlanması, Bakanlık birimleri arasında dağıtılması, kullanılmasını ve takip edilmesini amaçlamaktadır.

**Özel Sağlık Kuruluşları Yönetim Sistemi (SKYS):** Çekirdek Kaynak Yönetim Sisteminin (ÇKYS) bir ana modülü olan Özel Sağlık Kuruluşları Yönetim Sistemi (SKYS) 2009 yılında Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğüne bağlı özel sağlık kuruluşlarından tüm işlemlerini sistem üzerinden nasıl yapılacağı ve özel sağlık kuruluşları yönetmeliğine uygun bir şekilde bilgilerinin güncel olarak tutulacağı bir otomasyon sisteminin hayata geçirmek için çalışmalar yapılmıştır. SKYS üzerinden, ÇKYS/ SKYS ana modülü özel sağlık kuruluşları (ÖSK) üzerinde bulunan donanımlar, iletişim bilgileri, ruhsat bilgileri, cihazları, özel sağlık kuruluşlarında görev yapan personellerin ayrılış, başlayışlarının güncel olarak tutulması ve özel sağlık kuruluşuna ait tüm işlem adımlarının takibi yapılmaktadır. Ocak 2010 da kullanılmaya başlanmıştır.



### 3. GEREÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın konusu; hastane tedarik zinciri çalışanlarının tedarikçiler hakkındaki algı ve memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğunun saptanması ve çalışanların hastanelerde uygulanmakta olan tedarik zinciri yönetimi konusundaki bilgi, yaklaşım ve memnuniyet düzeylerinin incelenmesidir.

Araştırma tarama modelinde olup, tanımlayıcı türündedir.

Araştırmanın evrenini; Mersin il merkezinde bulunan özel ve kamu hastaneleri tedarik zincirinde (satınalma, planlama, ayniyat, yönetici vb.) görev yapan 230 çalışan oluşturmaktadır.

Mersin il merkezinde bulunan;

- Mersin Üniversitesi Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi,
- Mersin Kamu Hastaneler Birliği,
- Mersin Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi,
- Mersin Devlet Hastanesi,
- Toros Devlet Hastanesi,
- Mersin Kadın Doğum ve Çocuk Hastanesi,
- Özel Forum Yaşam Hastanesi,
- Özel IMC Hastanesi,
- Özel Mersin Ortadoğu Hastanesi,
- Özel Yenişehir Hastanesi ve
- Doğu Hastanesi

tedarik zinciri (satınalma, planlama, ayniyat, yönetici vb.) çalışanları araştırmanın kapsamına alınmıştır. Araştırmanın ilgili hastanelerdeki tüm tedarik zinciri çalışanlarıyla yapılması planlanmış olduğu halde Özel Yenişehir ve Doğu hastaneleri

çalışmaya katılmayı kabul etmemişlerdir. Anketin uygulaması 2013 yılı Mayıs ayında yapılmıştır.

Tedarik zinciri yönetimi ve tedarikçi seçimine ilişkin faktörlerle ilgili literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın uygulama kısmı için veri toplama yöntemi olarak, anket formu kullanılmıştır. Anket geri dönüşlerindeki eksikliklerle birlikte 167 tedarik zinciri çalışanı katılımcı grubu oluşturmuştur. Anket soruları için Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalından Ahmet Kaya (56) tarafından 2011 yılında yazılan “Özel Hastanelerde Tedarikçi Seçimine Etki Eden Faktörler İle Müşteri Memnuniyeti ve Güven Arasındaki İlişki: Gaziantep ve Çevre İllerinde Bir Uygulama” konulu yüksek lisans tezinde kullanılan anket temel alınmıştır. Tedarik zinciri çalışanlarının tedarik zinciri yönetimi konusunda bilgilerinin ve yaklaşımlarının belirlenmesini etkileyeceği düşünülen; görev yeri, çalışan sayısı, yaş, cinsiyet, eğitim düzeyine yönelik 5 adet demografik soru ve 12 boyutlu (fiyat, ürün, yenilikçilik, stok, marka, ürünün önemi, tedarikçinin önemi, tedarikçinin imajı, tedarikçinin piyasadaki statüsü, tedarikçinin ürün teslim şekli, tedarikçinin güvenilirliği, tedarikçiden memnuniyet) 62 adet ifadeye yer verilmiştir. Anketin güvenilirlik analizi için Cronbach’s Alpha katsayısı hesaplanmıştır.

Anket çalışmasının uygulanabilmesi için, Mersin Üniversitesi Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi Başhekimliği ve Mersin Kamu Hastaneler Birliği Genel Sekreterliği, Özel Forum Yaşam Hastanesi, Özel IMC ve Özel Ortadoğu hastaneleri Başhekimliklerinden gerekli yazılı izinler alınmıştır. İnceleme açısında gerekli müsaade temin edildikten sonra, incelemeyi rıza gösteren katılımcılara ankete ait belge dağıtılmıştır. Veri toplama formları katılımcılar tarafından doldurularak araştırmacıya teslim edilmiştir.

Anket yanıtlarından elde edilen veriler SSPS 19 (Statistical Package For Social Science) ortamına aktarılmış ve istatistiksel veriler oluşturulmuştur. Ankete katılanların tanıtıcı özellikleri ile ilgili bilgiler; sayı, yüzdelik olarak değerlendirilmiştir. Bu nitelikler ile ölçek alt boyut puanları arasındaki ilişkinin araştırılmasında; varyans analizi, pearson korelasyon, Ki-Kare analizi, Anova ve Post-Hoc istatistiksel yöntemleri kullanılmıştır ( $p < 0.05$  anlamlı olarak kabul edilmiştir).

**Bağımlı değişkenler:** Çalışanlara uygulanan anket ile ölçümlenecek tedarik zinciri yönetimi konusundaki görüşleri oluşturmuştur.

**Bağımsız değişkenler:** Araştırmaya katılan çalışanların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ile ilgili sorular oluşturmaktadır.

Araştırmanın sınırlılıklarını ise aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

1. Araştırma yukarıda bahsedilen hastane tedarik zinciri çalışanları ile sınırlıdır.
2. Araştırma ele alınan değişken ve uygulanan anketin güvenilirlik boyutuyla sınırlıdır.
3. Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmaların tamamen deneyselliğe oturtulmamasından kaynaklanan sınırlılık, bu çalışma için de geçerlidir.
4. Araştırmaya dahil edilen bazı hastanelerde araştırmaya izin verilmemesi araştırmanın evrenini küçültmüştür.
5. Araştırmanın yapıldığı hastane tedarik zinciri çalışanlarının bir kısmına senelik izin, doğum izni, hastalık gibi durumlardan dolayı ulaşamamıştır, bu da araştırma örnekleminin küçülmesine sebep olmuştur.
6. Hastanelerde tedarik zinciri çalışanlarının bir kısmının da anket çalışmasına katılmak istememeleri örneklemin küçülmesine sebep olmuştur.

## 4. BULGULAR

**Tablo 3: Ölçeğin Güvenilirlik Analizi**

Güvenilirlik Analizi	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	67

Çalışmada güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Buna göre ölçeğin güvenilirliği ( $\alpha$ )=0,924 olarak tespit edilmiştir. Alfa değeri 0 ile 1 arası bir değer almaktadır ve kabul edilebilir bir değer en az 0,70 olması arzu edilirken, inceleme türü çalışmalarda bu değer 0,5' e kadar makul kabul edilebilmektedir (Altunışık vd., 2012: 123). Dolayısıyla bu sonuç ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4: Ölçeğin Geçerlilik Analizi**

Geçerlilik Analizi			
Cronbach's Alpha	Bölüm 1	Değer	,825
		Madde Sayısı	34 <sup>a</sup>
	Bölüm 2	Değer	,910
		Madde Sayısı	33 <sup>b</sup>
	Toplam Madde Sayısı		67
Formlar Arasındaki İlişki		,703	
Spearman-Brown Katsayısı	Eşit Uzunluk	,826	
	Eşit Olmayan Uzunluk	,826	
Guttman Split-Half Katsayısı		,820	

Anket Spearman-Brown katsayısı ,826 olduğundan geçerlidir.

#### 4.1. Demografik Bulgular

Tablo 5: Araştırmaya katılanların demografik durum dağılım tablosu

		n	%
Cinsiyet	Kadın	63	37,7
	Erkek	104	62,3
	Toplam	167	100,0
Yaş	20-25 yaş arası	5	3,0
	26-30 yaş arası	19	11,4
	31-35 yaş arası	45	27,0
	36-40 yaş arası	48	28,8
	41-45 yaş arası	19	11,4
	46 yaş ve üzeri	31	18,6
	Toplam	167	100,0
Eğitim düzeyi	Ortaokul	1	,6
	Lise	28	16,8
	Önlisans	13	7,8
	Lisans	113	67,7
	Yüksek lisans	6	3,6
	Doktora	6	3,6
	Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının; Cinsiyetlerine göre; kadın oranı %37,7 (n=63), erkek oranı %62,3 (n=104) olarak bulunmuştur. Araştırmada **erkek çalışanların daha yoğun** olduğu görülmektedir.

Yaşlarına göre; 20-25 yaş arası %3 (n=5), 26-30 yaş arası %11,4 (n=19), 31-35 yaş arası %27 (n=45), 36-40 yaş arası %28,8 (n=48), 41-45 yaş arası %11,4 (n=19), 46 yaş ve üzeri %18,6 (n=31) olarak bulunmuştur. Araştırmaya **36-40 yaş arası katılanların daha yoğun** olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri; Ortaokul %0,6 (n=1), Lise %16,8 (n=28), Önlisans %7,8 (n=13), Lisans %67,7 (n=113), yüksek lisans %3,6 (n=6) doktora %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Araştırmada **lisans mezunu çalışanların daha yoğun** olduğu görülmektedir (Tablo 5).

**Tablo 6: Araştırmaya katılanların hastanedeki pozisyonu dağılım tablosu**

		n	%
Hastanedeki pozisyonu	Üst ve Orta Kademe Yönetici	34	21,6
	Muhasebe çalışanı	11	6,6
	Bilgi işlem çalışanı	63	37,8
	Büro çalışanı	13	7,8
	Satın alma komisyon başkanı	24	14,4
	Diş protez teknisyeni	1	,6
	Hemşire	2	1,2
	Sağlık teknikeri	7	4,2
	Eczacı	8	4,8
	Biyolog	1	,6
	Teknisyen	1	,6
	Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının; Hastanedeki pozisyonlarına göre; üst ve orta kademe yönetici %21,6 (n=34), muhasebe çalışanı %6,6 (n=11), bilgi işlem çalışanı %37,8 (n=63), büro çalışanı %7,8 (n=13), satın alma komisyon başkanı %14,4 (n=24), diş protez teknisyeni %0,6 (n=1), hemşire %1,2 (n=2), sağlık teknikeri %4,2 (n=7), eczacı %4,8 (n=8), biyolog %0,6 (n=1), teknisyen %0,6 (n=1) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri içerisinde, **bilgi işlem ünvanına sahip çalışanların, daha yoğun** olduğu görülmektedir (Tablo 6).

**Tablo 7: Hastanelerdeki çalışan sayısı durum dağılım tablosu**

		N	%
Hastanenizde toplam çalışan sayısı	1-250 arası	43	25,8
	251 -1000 arası	46	27,6
	1001 -1500 arası	38	22,8
	1501 ve üzeri	40	24,0
	Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının çalıştıkları görev çerçevesinde “Hastanenizde toplam çalışan sayısı nedir?” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; 1 ile 250 kişi arası %25,8 (n=43), 251 ile 1000 kişi arası %27,6 (n=46), 1001 ile 1500 çalışan arası %22,8 (n=38), 1501 kişi ve üzeri çalışan %24 (n=40) olarak bulunmuştur. **Çalışan sayısı 251 ile 1000 arası olan hastane çalışanlarının araştırmada daha yoğun** olduğu görülmektedir. Tedarik zinciri çalışanlarının çalıştıkları hastanenin personel sayısını bildikleri görülmektedir (Tablo 7).

## 4.2. Tedarikçi bilgileri

**Tablo 8: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir	N	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	18	10,8
Katılıyorum	102	61,1
Tamamen katılıyorum	43	25,7
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılıyorum %61,1 (n=102) ve Tamamen Katılıyorum %25,7 (n=43) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, hastane tedarikçisi işletmenin **piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlediği konusuna %86,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 8).

**Tablo 9: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır	N	%
Kesinlikle katılmıyorum	18	10,8
Katılmıyorum	94	56,3
Katılıyorum	34	20,4
Tamamen katılıyorum	21	12,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılmıyorum %94 (n=56,3), Katılıyorum %20,4 (n=34) ve Tamamen Katılıyorum %12,6 (n=21) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, hastane tedarikçisi işletmenin **hastaneye ekstra indirimler uyguladığı konusuna % 67,1 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 9).

**Tablo 10: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır” ifadesine yanıt dağılımı analizi**

Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	18	10,8
Katılmıyorum	93	55,7
Katılıyorum	30	18,0
Tamamen katılıyorum	26	15,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılmıyorum %55,7 (n=93), Katılıyorum %18 (n=30) ve Tamamen Katılıyorum %15,6 (n=26) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının hastane tedarikçisi işletmenin **hastaneye vade kolaylıkları sunduğu konusuna % 66,5 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 10).

**Tablo 11: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, sabit fiyata garantisi vermektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	18	10,8
Katılmıyorum	91	54,4
Katılıyorum	38	22,8
Tamamen katılıyorum	20	12,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılmıyorum %54,4 (n=91), Katılıyorum %22,8 (n=38) ve Tamamen Katılıyorum %12 (n=20) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, hastane tedarikçisi işletmenin **hastaneye sabit fiyat garantisi verdiği konusuna % 65,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 11).



**Tablo 12: Araştırmaya katılanların “Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	30	18,0
Katılmıyorum	84	50,2
Katılıyorum	39	23,4
Tamamen katılıyorum	14	8,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %18 (n=30), Katılmıyorum %50,2 (n=84), Katılıyorum %23,4 (n=39) ve Tamamen Katılıyorum %8,4 (n=14) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satın almada ödeme yapılan fiyatın, yerine göre piyasa fiyatından yüksek olabildiği konusuna %68,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 12).

**Tablo 13: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	16	9,6
Katılmıyorum	121	72,5
Katılıyorum	21	12,6
Tamamen katılıyorum	9	5,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %9,6 (n=16), Katılmıyorum %72,5 (n=121), Katılıyorum %12,6 (n=21) ve Tamamen Katılıyorum %5,4 (n=9) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin yüksek kalitede ürünler sunduğuna %82,1 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 13).

**Tablo 14: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	14	8,4
Katılmıyorum	110	65,8
Katılıyorum	37	22,2
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %8,4 (n=14), Katılmıyorum %65,8 (n=110), Katılıyorum %22,2 (n=37) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin ürünlerinden sık sık şikayet alındığına %74,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 14).

**Tablo 15: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	1	,6
Katılmıyorum	20	12,0
Katılıyorum	139	83,2
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %0,6 (n=1), Katılmıyorum %12 (n=20), Katılıyorum %83,2 (n=139) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin ürün performansının beklentileri karşıladığına %87,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 15).

**Tablo 16: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	15	9,0
Katılıyorum	143	85,6
Tamamen katılıyorum	4	2,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %9 (n=15), Katılıyorum %85,6 (n=143) ve Tamamen Katılıyorum %2,4 (n=4) olarak bulunmuştur. **Tedarik zinciri çalışanlarının, hastane tedarikçisi işletmenin hastanenin kalite beklentilerini karşıladığına %88 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 16).

**Tablo 17: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	12	7,2
Katılmıyorum	123	73,6
Katılıyorum	31	18,6
Tamamen katılıyorum	1	,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %7,2 (n=12), Katılmıyorum %73,6 (n=123), Katılıyorum %18,6 (n=31) ve Tamamen Katılıyorum %0,6 (n=1) olarak bulunmuştur. **Tedarik zinciri çalışanlarının, hastane tedarikçisi işletmenin sık sık yeni ürünler ürettiğine %80,8 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 17).

**Tablo 18:** Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır” ifadesine yanıt analizi

Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	13	7,8
Katılmıyorum	112	67,0
Katılıyorum	37	22,2
Tamamen katılıyorum	5	3,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %7,8 (n=13), Katılmıyorum %67 (n=112), Katılıyorum %22,2 (n=37) ve Tamamen Katılıyorum %3 (n=5) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırdığına %74,8 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 18).

**Tablo 19:** Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir” ifadesine yanıt analizi

Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	8	4,8
Katılmıyorum	124	74,3
Katılıyorum	33	19,8
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,8 (n=8), Katılmıyorum %74,3 (n=124), Katılıyorum %19,8 (n=33) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin çalışma yöntemlerinde yenilikçi olduğuna %79,1 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 19).

**Tablo 20: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,4
Katılmıyorum	34	20,4
Katılıyorum	122	73,1
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %5,4 (n=9), Katılmıyorum %20,4 (n=34), Katılıyorum %73,1 (n=122) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunduğuna %74,3 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 20).

**Tablo 21: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	10	6,0
Katılmıyorum	19	11,4
Katılıyorum	124	74,2
Tamamen katılıyorum	14	8,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %6 (n=10), Katılmıyorum %11,4 (n=19), Katılıyorum %74,2 (n=124) ve Tamamen Katılıyorum %8,4 (n=14) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin istenildiği kadar ürün verebileceğine %74,2 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 21).

**Tablo 22: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	32	19,2
Katılıyorum	121	72,4
Tamamen katılıyorum	8	4,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %19,2 (n=32), Katılıyorum %72,4 (n=121) ve Tamamen Katılıyorum %4,8 (n=8) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin değişen talepleri karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabildiğine %77,2 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 22).

**Tablo 23: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	32	19,2
Katılıyorum	121	72,4
Tamamen katılıyorum	8	4,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,8 (n=8), Katılmıyorum %16,2 (n=27), Katılıyorum %72,4 (n=121) ve Tamamen Katılıyorum %1,8 (n=3) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabildiğine %74,2 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 23).

**Tablo 24: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2
Katılmıyorum	14	8,4
Katılıyorum	139	80,2
Tamamen katılıyorum	12	7,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,2 (n=2), Katılmıyorum %8,4 (n=14), Katılıyorum %80,2 (n=139) ve Tamamen Katılıyorum %7,2 (n=12) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin acil ürün siparişlerini karşılayabildiğine %87,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 24).

**Tablo 25: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	27	16,2
Katılıyorum	131	78,5
Tamamen katılıyorum	3	1,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %16,2 (n=27), Katılıyorum %78,5 (n=131) ve Tamamen Katılıyorum %1,8 (n=3) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin güçlü bir markaya sahip olduğu konusunda %80,3 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 25).

**Tablo 26: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	113	67,6
Katılıyorum	40	24,0
Tamamen katılıyorum	10	6,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %67,6 (n=113), Katılıyorum %24 (n=40) ve Tamamen Katılıyorum %6 (n=10) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin marka bilinirliğinin oldukça yüksek olduğuna %70 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 26).

**Tablo 27: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	126	75,4
Katılıyorum	31	18,6
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %75,4 (n=126), Katılıyorum %18,6 (n=31) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin marka değerinin oldukça yüksek olduğuna %77,8 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 27).



**Tablo 28: Araştırmaya katılanların “Bu marka tüketicilere güven vermektedir” ifadesine yanıt analizi**

Bu marka tüketicilere güven vermektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	10	6,0
Katılmıyorum	33	19,8
Katılıyorum	117	70,0
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu marka tüketicilere güven vermektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %6 (n=10), Katılmıyorum %19,8 (n=33), Katılıyorum %70 (n=117) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin markasının tüketicilere güven verdiği**ne %74,2 oranında katıldıkları görülmektedir (Tablo 28).

**Tablo 29: Araştırmaya katılanların “Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir” ifadesine yanıt dağılımı**

Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2
Katılmıyorum	12	7,2
Katılıyorum	99	59,3
Tamamen katılıyorum	54	32,3
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,2 (n=2), Katılmıyorum %7,2 (n=12), Katılıyorum %59,3 (n=99) ve Tamamen Katılıyorum %32,3 (n=54) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmeden alınan ürünlerin hastane için önemli olduğuna** %91,6 oranında katıldıkları görülmektedir (Tablo 29).

**Tablo 30: Araştırmaya katılanların “Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	16	9,6
Katılıyorum	110	65,8
Tamamen katılıyorum	36	21,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %9,6 (n=16), Katılıyorum %65,8 (n=110) ve Tamamen Katılıyorum %21,6 (n=36) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmeden alınan ürünlerin hastanenin imajını güçlendirdiğine %87,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 30).

**Tablo 31: Araştırmaya katılanların “Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir” ifadesine yanıt analizi**

Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,4
Katılmıyorum	19	11,5
Katılıyorum	103	61,6
Tamamen katılıyorum	36	21,5
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %5,4 (n=9), Katılmıyorum %11,5 (n=19), Katılıyorum %61,6 (n=103) ve Tamamen Katılıyorum %21,5 (n=36) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmeden alınan ürünlerin hastane için yüksek öncelikli olduğu konusuna %83,1 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 31).

**Tablo 32: Araştırmaya katılanların “Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	18	10,8
Katılmıyorum	32	19,2
Katılıyorum	88	52,6
Tamamen katılıyorum	29	17,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılmıyorum %19,2 (n=32), Katılıyorum %52,6 (n=88) ve Tamamen Katılıyorum %17,4 (n=29) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmeden alınan ürünlerin hastaneye müşteri kazandırdığına %70 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 32).

**Tablo 33: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	12	7,2
Katılmıyorum	34	20,4
Katılıyorum	95	56,8
Tamamen katılıyorum	26	15,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %7,2 (n=12), Katılmıyorum %20,4 (n=34), Katılıyorum %56,8 (n=95) ve Tamamen Katılıyorum %15,6 (n=26) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastanenin, tedarikçisi işletme ile ilişkisini sonlandırması halinde önemli gelir kaybına uğramayacağına %72,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 33).

**Tablo 34: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2
Katılmıyorum	10	6,0
Katılıyorum	117	70,0
Tamamen katılıyorum	38	22,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,2 (n=2), Katılmıyorum %6 (n=10), Katılıyorum %70,0 (n=117) ve Tamamen Katılıyorum %22,8 (n=38) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, hastanenin, **tedarikçisi işletmenin yerini doldurabilecek başka bir tedarikçinin kolaylıkla bulunabileceğine %92,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 34).

**Tablo 35: Araştırmaya katılanların “Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır” ifadesine yanıt analizi**

Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	41	24,6
Katılmıyorum	107	64,0
Katılıyorum	13	7,8
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %24,6 (n=41), Katılmıyorum %64 (n=107), Katılıyorum %7,8 (n=13) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastanenin, tedarikçi işletmeyi bırakması halinde tüm çabalara rağmen satışların ciddi azalacağına %81,4 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 35).

**Tablo 36: Araştırmaya katılanların “İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz” ifadesine yanıt analizi**

İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	18	10,8
Katılıyorum	107	64,0
Tamamen katılıyorum	36	21,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %10,8 (n=18), Katılıyorum %64 (n=107) ve Tamamen Katılıyorum %21,6 (n=36) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastanenin istediği an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabileceğine %85,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 36).

**Tablo 37: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	7	4,2
Katılmıyorum	30	18,0
Katılıyorum	124	74,2
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,2 (n=7), Katılmıyorum %18 (n=30), Katılıyorum %74,2 (n=124) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin müşterilerinin zihninde iyi bir izlenime sahip olduğuna %77,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 37).

**Tablo 38: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	29	17,4
Katılıyorum	128	76,6
Tamamen katılıyorum	5	3,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %17,4 (n=29), Katılıyorum %76,6 (n=128) ve Tamamen Katılıyorum %3 (n=5) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin rakiplerinden daha iyi bir imaja sahip olduğuna %79,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 38).

**Tablo 39: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	30	18,0
Katılıyorum	124	74,2
Tamamen katılıyorum	9	5,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %18 (n=30), Katılıyorum %74,2 (n=124) ve Tamamen Katılıyorum %5,4 (n=9) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin sektörde başarısını ispatlamış bir firma olduğuna %79,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 39).

**Tablo 40: Araştırmaya katılanların “Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür” ifadesine yanıt analizi**

Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğunu düşünülür	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	12	7,2
Katılmıyorum	122	73,0
Katılıyorum	31	18,6
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %7,2 (n=12), Katılmıyorum %73 (n=122), Katılıyorum %18,6 (n=31) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin sağlık sektöründe adaletli olduğuna %80,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 40).

**Tablo 41: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,4
Katılmıyorum	22	13,2
Katılıyorum	130	77,8
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %5,4 (n=9), Katılmıyorum %13,2 (n=22), Katılıyorum %77,8 (n=130) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin modern teknolojik donanıma sahip olduğuna %81,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 41).

**Tablo 42: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	32	19,2
Katılıyorum	127	76,0
Tamamen katılıyorum	3	1,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %19,2 (n=32), Katılıyorum %76 (n=127) ve Tamamen Katılıyorum %1,8 (n=3) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin kendi alanında çok büyük bir şirket olduğuna %77,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 42).

**Tablo 43: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi kendi ürün grubunun sektöründeki en büyük satıcısıdır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi kendi ürün grubunun sektöründeki en büyük satıcısıdır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	135	80,8
Katılıyorum	22	13,2
Tamamen katılıyorum	4	2,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi kendi ürün grubunun sektöründeki en büyük satıcısıdır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %80,8 (n=135), Katılıyorum %13,2 (n=22) ve Tamamen Katılıyorum %2,4 (n=4) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin kendi ürün grubunun sektöründeki en büyük satıcısı olduğuna %84,4 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 43).



**Tablo 44: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	8	4,8
Katılmıyorum	121	72,4
Katılıyorum	36	21,6
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,8 (n=8), Katılmıyorum %72,4 (n=121), Katılıyorum %21,6 (n=36) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin piyasada çok büyük bir rol oynadığına %77,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 44).

**Tablo 45: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personeli prezantabldır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personeli prezantabldır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	7	4,2
Katılmıyorum	28	16,8
Katılıyorum	125	74,8
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personeli prezantabldır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,2 (n=7), Katılmıyorum %16,8 (n=28), Katılıyorum %74,8 (n=125) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin prezantabl olduğuna %79 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 45).

**Tablo 46: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	14	8,4
Katılmıyorum	33	19,8
Katılıyorum	110	65,8
Tamamen katılıyorum	10	6,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %8,4 (n=14), Katılmıyorum %19,8 (n=33), Katılıyorum %65,8 (n=110) ve Tamamen Katılıyorum %6 (n=10) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin verdiği sözlere sadık olduklarına %71,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 46).

**Tablo 47: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	11	6,6
Katılmıyorum	28	16,8
Katılıyorum	127	76,0
Tamamen katılıyorum	1	0,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %6,6 (n=11), Katılmıyorum %16,8 (n=28), Katılıyorum %76 (n=127) ve Tamamen Katılıyorum %0,6 (n=1) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirlerin alınması konusunda tavsiyede bulunduğu %76,6 katıldıkları** görülmektedir (Tablo 47).

**Tablo 48: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	29	17,4
Katılıyorum	126	75,4
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %17,4 (n=29), Katılıyorum %75,4 (n=126) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahip bulunduğuna %79,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 48).

**Tablo 49: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	13	7,8
Katılmıyorum	33	19,8
Katılıyorum	115	68,8
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %7,8 (n=13), Katılmıyorum %19,8 (n=33), Katılıyorum %68,8 (n=115) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin istenmeyen konularda ısrarcı davranmadığına %72,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 49).

**Tablo 50: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,4
Katılmıyorum	37	22,2
Katılıyorum	117	70,0
Tamamen katılıyorum	4	2,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %5,4 (n=9), Katılmıyorum %22,2 (n=37), Katılıyorum %70 (n=117) ve Tamamen Katılıyorum %2,4 (n=4) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin sorun çözme becerisinin yüksek olduğuna %72,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 50).

**Tablo 51: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	7	4,2
Katılmıyorum	29	17,4
Katılıyorum	120	71,8
Tamamen katılıyorum	11	6,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %4,2 (n=7), Katılmıyorum %17,4 (n=29), Katılıyorum %71,8 (n=120) ve Tamamen Katılıyorum %6,6 (n=11) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin satış personelinin her zaman ilgili olduğuna %78,4 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 51).

**Tablo 52: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	20	12,0
Katılıyorum	140	83,8
Tamamen katılıyorum	3	1,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %12 (n=20), Katılıyorum %83,8 (n=140) ve Tamamen Katılıyorum %1,8 (n=3) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin vaat ettiği sipariş teslim süresinin kısa olduğuna %85,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 52).

**Tablo 53: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,8
Katılmıyorum	14	8,4
Katılıyorum	141	84,4
Tamamen katılıyorum	9	5,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,8 (n=3), Katılmıyorum %8,4 (n=14), Katılıyorum %84,4 (n=141) ve Tamamen Katılıyorum %5,4 (n=9) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebildiğine %89,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 53).

**Tablo 54: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,8
Katılmıyorum	24	14,4
Katılıyorum	134	80,2
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,8 (n=3), Katılmıyorum %14,4 (n=24), Katılıyorum %80,2 (n=134) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabildiğine %83,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 54).

**Tablo 55: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	5	3,0
Katılmıyorum	24	14,4
Katılıyorum	136	81,4
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3 (n=5), Katılmıyorum %14,4 (n=24), Katılıyorum %81,4 (n=136) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirdiğine %82,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 55).

**Tablo 56: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	19	11,4
Katılıyorum	138	82,6
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %11,4 (n=19), Katılıyorum %82,6 (n=138) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığının ve tahmin tutarlılığının yüksek olduğuna %86,2 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 56).

**Tablo 57: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	30	18,0
Katılıyorum	126	75,4
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %18 (n=30), Katılıyorum %75,4 (n=126) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin siparişlere hızlı cevap verebildiğine ve gerekirse hızlandırabildiğine %79,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 57).

**Tablo 58: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir” ifadesine yanıt dağılımı**

Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	26	15,6
Katılıyorum	128	76,6
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %15,6 (n=26), Katılıyorum %76,6 (n=128) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin istenildiği an özel taşıma teslimatına uygun hareket edebildiğine %80,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 58).

**Tablo 59: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	26	15,6
Katılıyorum	128	76,6
Tamamen katılıyorum	9	5,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir.” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %15,6 (n=26), Katılıyorum %76,6 (n=128) ve Tamamen Katılıyorum %5,4 (n=9) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin siparişleri gerçekleştirmede her zaman titizlik gösterdiğine %82 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 59).



**Tablo 60: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz” ifadesine yanıt dağılımı**

Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	19	11,4
Katılıyorum	138	82,6
Tamamen katılıyorum	4	2,4
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %11,4 (n=19), Katılıyorum %82,6 (n=138) ve Tamamen Katılıyorum %2,4 (n=4) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin lojistik performansından memnuniyete %85 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 60).

**Tablo 61: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar” ifadesine yanıt dağılımı**

Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	15	9,0
Katılıyorum	132	79,0
Tamamen katılıyorum	16	9,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %9 (n=15), Katılıyorum %79 (n=132) ve Tamamen Katılıyorum %9,6 (n=16) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin hastaneye verdiği sözü tuttuğuna %88,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 61).

**Tablo 62: Araştırmaya katılanların “Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız” ifadesine yanıt dağılımı**

Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	3,6
Katılmıyorum	23	13,8
Katılıyorum	132	79,0
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %3,6 (n=6), Katılmıyorum %13,8 (n=23), Katılıyorum %79 (n=132) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin hastaneye verdiği bilgiye inanılmasına %82,6 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 62).

**Tablo 63: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	23	13,8
Katılıyorum	134	80,2
Tamamen katılıyorum	6	3,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %13,8 (n=23), Katılıyorum %80,2 (n=134) ve Tamamen Katılıyorum %3,6 (n=6) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanları, **hastane tedarikçisi işletmenin işlerinde başarılı olmaları için ilgilendiğine %83,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 63).

**Tablo 64: Araştırmaya katılanların “Tedarikçi, önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur” ifadesine yanıt analizi**

Tedarikçi önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	14	8,4
Katılmıyorum	114	68,2
Katılıyorum	29	17,4
Tamamen katılıyorum	10	6,0
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Tedarikçi, önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %8,4 (n=14), Katılmıyorum %68,2 (n=114), Katılıyorum %17,4 (n=29) ve Tamamen Katılıyorum %6 (n=10) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanları, **hastane tedarikçisi işletmenin önemli kararlar aldığı zaman kendi çıkarları kadar hastanenin çıkarlarını da göz önünde bulundurduğuna %76,6 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 64).

**Tablo 65: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçiye güvenilir” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçiye güvenilir	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	3	1,8
Katılmıyorum	24	14,4
Katılıyorum	132	79,0
Tamamen katılıyorum	8	4,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçiye güvenilir” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,8 (n=3), Katılmıyorum %14,4 (n=24), Katılıyorum %79 (n=132) ve Tamamen Katılıyorum %4,8 (n=8) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin güvenilir olduğuna %83,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 65).

**Tablo 66: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2
Katılmıyorum	21	12,6
Katılıyorum	136	81,4
Tamamen katılıyorum	8	4,8
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,2 (n=2), Katılmıyorum %12,6 (n=21), Katılıyorum %81,4 (n=136) ve Tamamen Katılıyorum %4,8 (n=8) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin sattığı ürünlerden memnuniyete %86,2 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 66).

**Tablo 67: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz.	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	2	1,2
Katılmıyorum	15	9,0
Katılıyorum	143	85,6
Tamamen katılıyorum	7	4,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %1,2 (n=2), Katılmıyorum %9 (n=15), Katılıyorum %85,6 (n=143) ve Tamamen Katılıyorum %4,2 (n=7) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin verdiği hizmetlerden memnuniyete %89,8 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 67).

**Tablo 68: Araştırmaya katılanların “Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur” ifadesine yanıt analizi**

Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	4	2,4
Katılmıyorum	34	20,4
Katılıyorum	127	76,1
Tamamen katılıyorum	2	1,2
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %2,4 (n=4), Katılmıyorum %20,4 (n=34), Katılıyorum %76,1 (n=127) ve Tamamen Katılıyorum %1,2 (n=2) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi işletmenin beklentilerin üzerinde bir hizmet sunduğuna %77,3 oranında katıldıkları** görülmektedir (Tablo 68).

**Tablo 69: Araştırmaya katılanların “Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadesine yanıt analizi**

Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum	n	%
Kesinlikle katılmıyorum	9	5,4
Katılmıyorum	125	74,8
Katılıyorum	32	19,2
Tamamen katılıyorum	1	,6
Toplam	167	100,0

Araştırmaya katılan tedarik zinciri çalışanlarının “Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadesine verdikleri cevapların sıklık dağılımlarının incelenmesinde; Kesinlikle Katılmıyorum %5,4 (n=9), Katılmıyorum %74,8 (n=125), Katılıyorum %19,2 (n=32) ve Tamamen Katılıyorum %0,6 (n=1) olarak bulunmuştur. Tedarik zinciri çalışanlarının, **hastane tedarikçisi dışında farklı bir tedarikçinin memnuniyet veremeyeceğine %80,2 oranında katılmadıkları** görülmektedir (Tablo 69).

**Tablo 70: Araştırmaya katılan çalışanların katıldıkları konular ve oranları tablosu**

Araştırmaya Katılan Çalışanların Katıldıkları Konular ve Oranları			
İfade No	Katılan İfade	İfadeye Katılan Sayısı	İfadeye Katılma Oranı (%)
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz	155	92,81
22	Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir	153	91,62
17	Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir	151	90,42
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir	150	89,82
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz	150	89,82
54	Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar	148	88,62
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır	147	88,02
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır	146	87,43
23	Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir.	146	87,43
1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir	145	86,83
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir	144	86,23
59	Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz	144	86,23
29	İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz	143	85,63
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır	143	85,63
53	Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz	142	85,03
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir	140	83,83
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir	140	83,83
58	Bu tedarikçiye güvenilir	140	83,83
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir	139	83,23
14	Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir	138	82,63
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir	138	82,63
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız	138	82,63
52	Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir	137	82,04
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir	136	81,44
51	Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	135	80,84
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir	134	80,24
31	Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir	133	79,64
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır	133	79,64
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir	133	79,64
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir	133	79,64
38	Tedarikçinin satış personeli prezantabldır	132	79,04

**Tablo 70: Araştırmaya katılan çalışanların katıldıkları konular ve oranları tablosu (devamı)**

<b>Araştırma Katılan Çalışanların Katıldıkları Konular ve Oranları</b>			
<b>İfade No</b>	<b>Katılınan İfade</b>	<b>İfadeye Katılan Sayısı</b>	<b>İfadeye Katılma Oranı (%)</b>
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir	131	78,44
30	Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir	130	77,84
35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir	130	77,84
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir	129	77,25
16	Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir	129	77,25
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur	129	77,25
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder	128	76,65
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar	124	74,25
21	Bu marka tüketicilere güven vermektedir	124	74,25
26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız	121	72,46
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz	121	72,46
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir	121	72,46
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır	120	71,86
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır	117	70,06

Araştırmaya katılan hastane tedarik zinciri çalışanlarının yapılan anket ifadelerinde **genel olarak katıldıkları konular** Tablo 70'de gösterilmiştir. Ankete katılan çalışanların en yüksek oranda katıldıkları ifadelerin;

- Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz (% 92,8)
  - Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir (% 91,6)
  - Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir (% 90,4)
  - Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir (% 89,8)
  - Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz (% 89,8)
  - Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar (% 88,6)
  - Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır (% 88)
  - Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır (% 87,4)
  - Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir (% 87,4)
  - Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir (% 86,8)
- olduğu görülmektedir.

**Tablo 71: Araştırmaya katılan çalışanların katılmadıkları konular ve oranları tablosu**

Araştırmaya Katılan Çalışanların Katılmadıkları Konular ve Oranları			
İfade No	Katılmayan İfade	İfadeye Katılmayan Sayısı	İfadeye Katılmama Oranı (%)
28	Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	148	88,62
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır	141	84,43
6	Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır	137	82,04
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir	135	80,84
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür	134	80,24
62	Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum	134	80,24
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir	132	79,04
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir	130	77,84
37	Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır	129	77,25
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	128	76,65
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır	125	74,85
7	Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız	124	74,25
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir	117	70,06
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir	114	68,26
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır	112	67,07
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır	111	66,47
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir	109	65,27

Araştırmaya katılan hastane tedarik zinciri çalışanlarının yapılan anket ifadelerinde **genel olarak katılmadıkları konular** Tablo 71’de gösterilmiştir. Ankete katılan çalışanların en yüksek oranda katılmadıkları ifadelerin;

- Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır (% 88,6)
- Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır (% 84,4)
- Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır (% 82)
- Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir (% 80,8)
- Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür (% 80,2)
- Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum (% 80,2)
- Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir (% 79,2)
- Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir (% 77,8)
- Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır (% 77,2)



- Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur (% 76,6), olduğu görülmektedir.

### 4.3. Demografik Özellikler ile Verilen Yanıtlar Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

**Tablo 72: Yaş ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu**

İfade No	YAŞ KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir	17,302	,633
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır	24,954	,203
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır	29,432	,080
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir	17,476	,622
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir	16,467	,687
6	Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır	21,548	,366
7	Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız	25,326	,189
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır	22,493	,314
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır	23,133	,282
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir	20,459	,430
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır	29,832	,073
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir	26,356	,154
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar	15,956	,719
14	Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir	25,988	,166
15	<b>Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir</b>	<b>35,744</b>	<b>,016</b>
16	<b>Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir</b>	<b>40,260</b>	<b>,005</b>
17	Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir	23,456	,267
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir	19,836	,468
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir	24,802	,209
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir	16,781	,667
21	Bu marka tüketicilere güven vermektedir	27,037	,134
22	<b>Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir</b>	<b>31,552</b>	<b>,048</b>
23	Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir	25,533	,182
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir	16,864	,662
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır	17,275	,635
26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız	18,191	,575
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz	13,220	,868
28	Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	20,010	,457
29	İsteddiğimiz an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz	16,143	,708
30	Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir	22,608	,308
31	Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir	20,857	,406
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır	15,476	,749
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür	23,243	,277

**Tablo 72: Yaş ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu (devamı)**

İfade No	YAŞ KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
34	<b>Tedarikçi firma modern teknolojik donanımına sahiptir</b>	<b>38,820</b>	<b>,007</b>
35	<b>Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir</b>	<b>32,080</b>	<b>,042</b>
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır	24,928	,204
37	Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır	23,845	,249
38	<b>Tedarikçinin satış personeli prezantablardır</b>	<b>33,346</b>	<b>,031</b>
39	<b>Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır</b>	<b>37,415</b>	<b>,010</b>
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder	26,082	,163
41	<b>Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir</b>	<b>35,570</b>	<b>,017</b>
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz	26,949	,137
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir	20,414	,432
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir	26,157	,161
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır	22,375	,320
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir	31,160	,053
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir	23,311	,274
48	<b>Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir</b>	<b>35,349</b>	<b>,018</b>
49	<b>Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir</b>	<b>37,672</b>	<b>,050</b>
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir	28,425	,100
51	<b>Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir</b>	<b>31,549</b>	<b>,048</b>
52	Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir	27,184	,130
53	Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz	24,681	,214
54	Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar	30,523	,062
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız	10,788	,952
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir	24,909	,205
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	25,372	,188
58	Bu tedarikçiye güvenilir	18,278	,569
59	Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz	22,564	,311
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz	26,210	,159
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur	21,764	,353
62	Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum	19,376	,498

Tablo 72’de görüldüğü üzere hastane tedarik zinciri çalışanlarının yaşları ile; “Tedarikçi; değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir, Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir, Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir, Tedarikçi firma modern teknolojik donanımına sahiptir, Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir, Tedarikçinin satış personeli prezantablardır, Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır, Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir, Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri

önceden bildirmektedir, Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir, Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir” ifadelerine verilen yanıtlar arasında istatistiki bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen karşılaştırma analizinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Anlamlı farklılık çıkan durumların ayrıntılı analizleri aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 73: Yaş ile “Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	37	80	117	35,74	<b>,016</b>
	%	31,6	68,3	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	6	44	50		
	%	12,0	88,0	100,0		
Toplam	n	43	124	167		
	%	25,7	74,2	100,0		

Tablo 73’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 74: Yaş ile “Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	38	79	117	40,26	<b>,005</b>
	%	32,4	67,5	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	4	46	50		
	%	8,0	92,0	100,0		
Toplam	n	42	125	167		
	%	25,1	74,8	100,0		

Tablo 74’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 75: Yaş ile “Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	N	9	108	117	31,55	,048
	%	7,6	92,3	100,0		
41 yaş ve üzeri	N	5	45	50		
	%	10,0	90,0	100,0		
Toplam	N	14	153	167		
	%	8,3	91,6	100,0		

Tablo 75’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir ifadesine **20-40 yaş grubu, diğer gruba (41 yaş ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** (p<0.05).

**Tablo 76: Yaş ile “Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	N	52	65	117	38,82	,007
	%	44,4	55,5	100,0		
41 yaş ve üzeri	N	17	33	50		
	%	34,0	66,0	100,0		
Toplam	N	69	98	167		
	%	13,2	28,1	100,0		

Tablo 76’da görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, firma modern teknolojik donanıma sahiptir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** (p<0.05).

**Tablo 77: Yaş ile “Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	N	53	64	117	32,08	<b>,042</b>
	%	45,2	54,7	100,0		
41 yaş ve üzeri	N	10	40	50		
	%	20,0	80,0	100,0		
Toplam	N	63	104	167		
	%	19,2	25,7	100,0		

Tablo 77’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, kendi alanında çok büyük bir şirkettir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 78: Yaş ile “Tedarikçinin satış personeli prezantabldır” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçinin satış personeli prezantabldır		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	N	51	66	117	33,34	<b>,031</b>
	%	43,5	56,4	100,0		
41 yaş ve üzeri	N	14	36	50		
	%	28,0	72,0	100,0		
Toplam	N	65	102	167		
	%	34,7	56,8	100,0		

Tablo 78’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçinin satış personeli prezantabldır ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 79: Yaş ile “Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	65	52	117	37,41	<b>,010</b>
	%	55,5	44,4	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	18	32	50		
	%	36	64,0	100,0		
Toplam	n	83	84	167		
	%	41,3	44,3	100,0		

Tablo 79’da görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 80: Yaş ile “Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	53	64	117	35,57	,017
	%	45,2	54,7	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	6	44	50		
	%	12,0	88,0	100,0		
Toplam	n	59	108	167		
	%	32,3	60,4	100,0		

Tablo 80’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 81: Yaş ile “Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	N	24	93	117	35,34	,018
	%	20,5	79,4	100,0		
41 yaş ve üzeri	N	16	34	50		
	%	32	68,0	100,0		
Toplam	N	40	127	167		
	%	20,9	74,8	100,0		

Tablo 81’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir ifadesine **20-40 yaş grubu, diğer gruba (41 yaş ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 82: Yaş ile “Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	20	97	117	37,67	,050
	%	17,0	82,9	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	3	47	50		
	%	6,0	94,0	100,0		
Toplam	n	23	144	167		
	%	13,7	86,2	100,0		

Tablo 82’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** (p<0.05).

**Tablo 83: Yaş ile “Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Yaş		Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
20-40	n	27	90	117	31,54	,048
	%	23,0	76,9	100,0		
41 yaş ve üzeri	n	9	41	50		
	%	18,0	82,0	100,0		
Toplam	n	36	131	167		
	%	21,5	78,4	100,0		

Tablo 83’de görüldüğü üzere çalışanların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir ifadesine **41 yaş ve üzeri grup, diğer gruba (20-40 yaş) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** (p<0.05).

**Tablo 84: Eğitim düzeyi ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu**

İfade No	EĞİTİM DÜZEYİ KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir.	8,262	,764
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır.	12,879	,378
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır.	9,442	,665
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir.	13,821	,312
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir.	20,709	,055
<b>6</b>	<b>Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır.</b>	<b>34,010</b>	<b>,001</b>
<b>7</b>	<b>Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız.</b>	<b>23,585</b>	<b>,023</b>
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır.	13,974	,302
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır.	11,141	,517
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir.	6,111	,910
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır.	14,759	,255
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir.	16,866	,155
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar.	12,530	,404
<b>14</b>	<b>Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir.</b>	<b>22,425</b>	<b>,033</b>
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir.	14,126	,293
16	Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir.	12,459	,410
<b>17</b>	<b>Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir.</b>	<b>21,437</b>	<b>,044</b>
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir.	9,814	,632
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir.	10,430	,578
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir.	7,260	,840
<b>21</b>	<b>Bu marka tüketicilere güven vermektedir.</b>	<b>21,039</b>	<b>,050</b>
<b>22</b>	<b>Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir.</b>	<b>26,972</b>	<b>,008</b>
<b>23</b>	<b>Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir.</b>	<b>27,331</b>	<b>,007</b>
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir.	16,209	,182
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır.	14,865	,249
26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız.	18,614	,098
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz.	8,124	,775
<b>28</b>	<b>Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır</b>	<b>21,012</b>	<b>,050</b>
29	İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz.	11,323	,501
30	Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir.	15,974	,192
31	Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir.	11,402	,495
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır.	9,216	,684
<b>33</b>	<b>Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür.</b>	<b>26,341</b>	<b>,010</b>
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir.	20,275	,062
35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir.	14,101	,294
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır.	15,664	,207
37	Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır.	13,192	,355



**Tablo 84: Eğitim düzeyi ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu (devamı)**

İfade No	EĞİTİM DÜZEYİ KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
38	Tedarikçinin satış personeli prezantabldır.	18,067	,114
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır.	9,249	,682
<b>40</b>	<b>Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder.</b>	<b>25,535</b>	<b>,012</b>
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir.	13,221	,353
<b>42</b>	<b>Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz.</b>	<b>34,211</b>	<b>,001</b>
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözmeye becerisi yüksektir.	16,865	,155
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir.	18,935	,090
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır.	19,474	,078
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir.	15,388	,221
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir.	20,690	,055
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir.	13,838	,311
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir.	14,135	,502
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir.	9,236	,683
51	Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	14,392	,276
52	Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir.	14,310	,281
53	Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz.	16,348	,176
<b>54</b>	<b>Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar.</b>	<b>22,264</b>	<b>,035</b>
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız.	14,419	,275
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir.	8,521	,743
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	14,745	,256
58	Bu tedarikçiye güvenilir	16,266	,179
<b>59</b>	<b>Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz.</b>	<b>24,324</b>	<b>,018</b>
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz.	20,390	,060
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur.	12,463	,409
62	Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum.	11,274	,506

Tablo 84’de görüldüğü üzere hastane tedarik zinciri çalışanlarının eğitim düzeyi ile “Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır, Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız, Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir, Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir, Bu marka tüketicilere güven vermektedir, Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir, Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir, Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır, Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğunu düşünülür, Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder, Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz, Tedarikçi hastanemize verdiği

sözü tutar, Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz” ifadelerine verilen yanıtlar arasında istatistiki bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen karşılaştırma analizinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (p<0.05). Anlamlı farklılık çıkan durumların ayrıntılı analizleri aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 85: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	8	21	29	34,01	,001	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	27,5	72,4	100,0			
Lisans	n	103	23	126			
	%	81,7	18,3	100,0			
Lisansüstü	n	10	2	12			
	%	83,3	16,6	100,0			
Toplam	n	121	46	167			
	%	72,4	27,5	100,0			

Tablo 85’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin yüksek kalitede ürünler sunması ifadesine katılımları arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. Lisans ve lisansüstü mezunu grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 86: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	9	20	29	23,58	,023	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	31,0	68,9	100,0			
Lisans	n	95	31	126			
	%	75,3	24,6	100,0			
Lisansüstü	n	5	7	12			
	%	41,6	58,3	100,0			
Toplam	n	109	58	167			
	%	65,2	34,7	100,0			

Tablo 86’da görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet alınması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. Lisans ve lisansüstü grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 87: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	8	21	29	22,42	,033	Lisansüstü > Lisans ve Ortaöğrenim
	%	27,5	72,4	100,0			
Lisans	n	20	106	126			
	%	15,8	84,2	100,0			
Lisansüstü	n	1	11	12			
	%	8,3	91,7	100,0			
Toplam	n	29	138	167			
	%	17,3	82,6	100,0			

Tablo 87’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin istenilen kadar ürün verebilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisansüstü mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 88: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	3	26	29	21,43	<b>,044</b>	Lisans > Lisansüstü ve Ortaöğrenim
	%	10,3	89,6	100,0			
Lisans	N	10	116	126			
	%	8,0	92,0	100,0			
Lisansüstü	N	3	9	12			
	%	25,0	75,0	100,0			
Toplam	N	16	151	167			
	%	9,5	90,4	100,0			

Tablo 88’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin acil ürün siparişlerini karşılayabilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisans mezunu grubu, diğer gruplara (lisansüstü ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 89: Eğitim düzeyi ile “Bu marka tüketicilere güven vermektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Bu marka tüketicilere güven vermektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	24	5	29	21,03	<b>,050</b>	Lisansüstü > Lisans ve Ortaöğrenim
	%	82,7	17,2	100,0			
Lisans	n	29	97	126			
	%	23,0	76,9	100,0			
Lisansüstü	n	2	10	12			
	%	16,6	83,4	100,0			
Toplam	N	55	112	167			
	%	32,9	67,0	100,0			

Tablo 89’da görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile bu markanın tüketicilere güven vermesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisansüstü mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve ortaöğrenim) göre daha yüksek**

oranda katılmaktadır. Ortaöğrenim mezunu grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.

**Tablo 90: Eğitim düzeyi ile “Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	1	28	29	26,97	,008	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	3,4	96,5	100,0			
Lisans	N	13	113	126			
	%	10,3	89,6	100,0			
Lisansüstü	N	3	9	12			
	%	25,0	75,0	100,0			
Toplam	N	17	150	167			
	%	10,1	89,8	100,0			

Tablo 90’da görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile satın alınan ürünlerin hastane için önemli olduğu arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 91: Eğitim düzeyi ile “Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	21	8	29	27,33	,007	Lisans > Lisansüstü ve Ortaöğrenim
	%	72,4	27,5	100,0			
Lisans	N	12	114	126			
	%	9,6	90,4	100,0			
Lisansüstü	N	3	9	12			
	%	23,0	76,9	100,0			
Toplam	N	36	131	167			
	%	21,5	78,4	100,0			

Tablo 91’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile satın alınan ürünlerin imajlarını güçlendirdiği arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup

veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisans mezunu grubu, diğer gruplara (lisansüstü ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. Ortaöğrenim mezunu grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 92: Eğitim düzeyi ile “Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Biz bu tedarikçiyi bıraksak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	27	2	29	21,01	,050	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	93,1	6,8	100,0			
Lisans	n	111	15	126			
	%	88,0	12,0	100,0			
Lisansüstü	n	10	2	12			
	%	84,6	15,4	100,0			
Toplam	n	148	19	167			
	%	88,6	11,3	100,0			

Tablo 92’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin bırakılmasının tüm çabalara rağmen satışları azaltacağı arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.**

**Tablo 93: Eğitim düzeyi ile “Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğunu düşünülür” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	27	2	29	26,34	,010	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	93,1	6,9	100,0			
Lisans	N	32	94	126			
	%	24,8	75,2	100,0			
Lisansüstü	N	9	3	12			
	%	76,9	23,1	100,0			
Toplam	N	68	99	167			
	%	40,7	59,2	100,0			

Tablo 93’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu arasında anlamlı farklılık vardır ( $p < 0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır. Lisans mezunu grubunun katılma oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 94: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	25	4	29	25,53	,012	Ortaöğrenim > Lisans ve Lisansüstü
	%	86,2	13,7	100,0			
Lisans	N	25	101	126			
	%	19,2	80,8	100,0			
Lisansüstü	N	8	4	12			
	%	69,3	30,8	100,0			
Toplam	N	58	109	167			
	%	34,7	65,2	100,0			

Tablo 94’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye ettiği arasında anlamlı

farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; ortaöğrenim mezunu grubu, diğer gruplara (lisans ve lisansüstü) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır. Lisans mezunu grubunun katılma oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 95: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	27	2	29	34,21	<b>,001</b>	Lisans > Lisansüstü ve Ortaöğrenim
	%	93,1	6,8	100,0			
Lisans	n	30	96	126			
	%	24,0	76,0	100,0			
Lisansüstü	n	4	8	12			
	%	30,7	69,2	100,0			
Toplam	n	61	106	167			
	%	48,8	63,4	100,0			

Tablo 95’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin satış personelinin istenilmeyen konularda ısrarcı davranmadığı arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisans mezunu grubu, diğer gruplara (lisansüstü ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. Ortaöğrenim mezunu grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**



**Tablo 96: Eğitim düzeyi ile “Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	N	22	6	29	22,26	<b>,035</b>	Lisans > Lisansüstü ve Ortaöğrenim
	%	72,4	13,8	100,0			
Lisans	N	11	115	126			
	%	8,7	91,2	100,0			
Lisansüstü	N	5	7	12			
	%	41,6	58,3	100,0			
Toplam	N	34	123	167			
	%	17,9	70,0	100,0			

Tablo 96’da görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin hastaneye verdiği sözü tutması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisans mezunu grubu, diğer gruplara (lisansüstü ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. Ortaöğrenim mezunu grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**

**Tablo 97: Eğitim düzeyi ile “Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz” ifadesinin karşılaştırması**

Eğitim düzeyi		Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
Ortaöğrenim	n	7	22	29	24,32	<b>,018</b>	Lisans > Lisansüstü ve Ortaöğrenim
	%	24,1	75,8	100,0			
Lisans	n	13	113	126			
	%	10,3	89,6	100,0			
Lisansüstü	n	3	9	12			
	%	25,0	75,0	100,0			
Toplam	n	23	144	167			
	%	13,7	86,2	100,0			

Tablo 97’de görüldüğü üzere çalışanların eğitim düzeyi ile tedarikçinin sattığı ürünlerden memnun olunması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; lisans mezunu grubu, diğer gruplara (lisansüstü ve ortaöğrenim) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 98: Cinsiyet ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu**

İfade No	CİNSİYET KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir.	4,133	,388
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır.	1,763	,779
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır.	3,198	,525
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir.	6,479	,166
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir.	1,484	,830
6	Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır.	1,900	,754
7	Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız.	4,321	,364
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır.	6,157	,188
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır.	3,534	,473
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir.	3,091	,543
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır.	5,684	,224
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir.	2,396	,663
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar.	2,369	,668
14	Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir.	,960	,916
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir.	6,139	,189
16	Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir.	4,484	,344
17	Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir.	2,982	,561
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir.	6,263	,180
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir.	2,695	,610
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir.	2,154	,707
<b>21</b>	<b>Bu marka tüketicilere güven vermektedir.</b>	<b>9,948</b>	<b>,041</b>
22	Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir.	8,293	,081
23	Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir.	8,692	,069
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir.	5,162	,271
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır.	2,247	,690
26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız.	2,600	,627
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz.	2,952	,566
28	Biz bu tedarikçiye bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	5,811	,214
29	İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz.	,595	,964
<b>30</b>	<b>Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir.</b>	<b>9,593</b>	<b>,048</b>
<b>31</b>	<b>Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir.</b>	<b>10,743</b>	<b>,030</b>

**Tablo 98: Cinsiyet ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu (devamı)**

İfade No	CİNSİYET KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır.	1,327	,857
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür.	4,259	,372
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir.	5,107	,276
35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir.	7,926	,094
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır.	3,405	,492
37	Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır.	3,622	,460
38	Tedarikçinin satış personeli prezantablardır.	2,225	,694
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır.	6,054	,195
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder.	1,641	,801
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir.	5,535	,237
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz.	2,519	,641
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir.	2,822	,588
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir.	2,142	,710
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır.	2,958	,565
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir.	1,180	,881
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir.	6,923	,140
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir.	1,976	,740
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir.	1,673	,892
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir.	3,107	,540
51	Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	5,968	,202
52	Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir.	,622	,961
53	Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz.	2,253	,689
54	Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar.	4,597	,331
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız.	5,491	,241
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir.	,561	,967
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	2,150	,708
58	Bu tedarikçiye güvenilir	1,400	,844
59	Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz.	5,311	,257
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz.	7,465	,113
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur.	2,146	,709
62	Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum.	3,633	,458

Tablo 98’de görüldüğü üzere hastane tedarik zinciri çalışanlarının cinsiyetleri ile “Bu marka tüketicilere güven vermektedir, Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir, Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir” ifadelerine verilen yanıtlar arasında istatistiki bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen

karşılaştırma analizinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Anlamlı farklılık çıkan durumların ayrıntılı analizleri aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 99: Cinsiyet ile “Bu marka tüketicilere güven vermektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Cinsiyet		Bu marka tüketicilere güven vermektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
Kadın	N	18	45	63	9,94	<b>,041</b>
	%	23,8	68,3	100,0		
Erkek	N	25	79	104		
	%	17,3	71,3	100,0		
Toplam	N	40	124	167		
	%	19,8	70,0	100,0		

Tablo 99’da görüldüğü üzere çalışanların cinsiyet gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Bu marka tüketicilere güven vermektedir ifadesine **erkek çalışanlar grubu, diğer gruba (kadın çalışanlara) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 100: Cinsiyet ile “Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Cinsiyetiniz		Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
Kadın	n	10	53	63	9,59	<b>,048</b>
	%	14,3	84,1	100,0		
Erkek	n	27	77	104		
	%	20,2	68,3	100,0		
Toplam	n	37	130	167		
	%	18,0	74,2	100,0		

Tablo 100’de görüldüğü üzere çalışanların cinsiyet gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir ifadesine **kadın çalışanlar grubu, diğer gruba (erkek çalışanlara) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** ( $p<0.05$ ).

**Tablo 101: Cinsiyet ile “Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Cinsiyetiniz		Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir		Toplam	İki uçlu anlamlılık	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P
Kadın	N	9	54	63	10,74	<b>,030</b>
	%	12,7	85,7	100,0		
Erkek	N	25	82	104		
	%	20,2	71,2	100,0		
Toplam	N	34	133	167		
	%	17,4	77,6	100,0		

Tablo 101’de görüldüğü üzere çalışanların cinsiyet gruplarına göre anlamlı farklılık vardır. Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir ifadesine **kadın çalışanlar grubu, diğer gruba (erkek çalışanlara) göre daha yüksek oranda katılmaktadır** (p<0.05).

**Tablo 102: Hastanedeki pozisyonu ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu**

İfade No	HASTANEDEKİ POZİSYONU KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir	7,657	,468
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır	8,428	,393
<b>3</b>	<b>Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır</b>	<b>22,768</b>	<b>,004</b>
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir	5,271	,728
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir	12,257	,140
6	Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır	11,256	,188
7	Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız	7,041	,532
<b>8</b>	<b>Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır</b>	<b>17,573</b>	<b>,025</b>
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır	10,250	,248
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir	7,261	,509
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır	5,798	,670
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir	5,891	,659
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar	11,628	,169
14	Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir	12,685	,123
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir	12,368	,136
<b>16</b>	<b>Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir</b>	<b>17,795</b>	<b>,023</b>
<b>17</b>	<b>Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir</b>	<b>17,721</b>	<b>,023</b>
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir	7,811	,452
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir	1,505	,993
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir	4,019	,855
21	Bu marka tüketicilere güven vermektedir	7,230	,512
22	Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir	10,120	,257
23	Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir	7,277	,507
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir	8,857	,354
<b>25</b>	<b>Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır</b>	<b>16,110</b>	<b>,041</b>
26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız	10,527	,230
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz	8,375	,398
28	Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	7,704	,463
29	İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz	9,096	,334
30	Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir	9,072	,336
31	Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir	6,505	,591
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır	12,458	,132
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülmür	7,284	,506
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir	7,103	,526
35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir	9,144	,330
<b>36</b>	<b>Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır</b>	<b>28,112</b>	<b>,000</b>
<b>37</b>	<b>Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır</b>	<b>16,987</b>	<b>,030</b>

**Tablo 102: Hastanedeki pozisyonu ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu (devamı)**

İfade No	HASTANEDEKİ POZİSYONU KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
38	Tedarikçinin satış personeli prezantablardır	12,069	,148
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır	10,600	,225
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder	5,815	,668
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir	,729	,999
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz	11,301	,185
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir	10,422	,237
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir	7,124	,523
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır	6,982	,539
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir	12,512	,130
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir	12,441	,133
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir	5,562	,696
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir	14,224	,163
<b>50</b>	<b>Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir</b>	<b>18,113</b>	<b>,020</b>
<b>51</b>	<b>Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir</b>	<b>30,662</b>	<b>,000</b>
<b>52</b>	<b>Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir</b>	<b>16,661</b>	<b>,034</b>
<b>53</b>	<b>Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz</b>	<b>17,177</b>	<b>,028</b>
54	Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar	13,715	,090
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız	12,379	,135
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir	9,403	,309
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	10,468	,234
58	Bu tedarikçiye güvenilir	12,876	,116
59	Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz	9,499	,302
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz	13,971	,083
<b>61</b>	<b>Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur</b>	<b>17,397</b>	<b>,026</b>
<b>62</b>	<b>Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum</b>	<b>18,344</b>	<b>,019</b>

Tablo 102’de görüldüğü üzere hastane tedarik zinciri çalışanlarının hastanedeki pozisyonu ile “Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır, Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır, Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir, Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir, Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır, Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır, Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır, Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir, Tedarikçi istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir, Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir, Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz, Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet

sunmuştur, Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadelerine verilen yanıtlar arasında istatistiki bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen karşılaştırma analizinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (p<0.05). Anlamlı farklılık çıkan durumların ayrıntılı analizleri aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 103: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	N	35	23	58	22,76	,004	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	60,3	39,7	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	N	66	21	87			
	%	75,8	24,2	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	N	12	10	22			
	%	54,5	45,5	100,0			
Toplam	N	113	54	167			
	%	67,7	32,3	100,0			

Tablo 103’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin vade kolaylıkları sunması arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.**

**Tablo 104: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	22	36	58	17,57	,025	Yönetici grubu ve İdari Hizmetler grubu > Sağlık Hizmetleri grubu
	%	37,9	62,1	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	34	53	87			
	%	39,0	61,0	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	66	101	167			
	%	39,5	60,5	100,0			



Tablo 104’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin ürün performansının beklentileri karşılaması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici ve idari hizmetler grubu, diğer gruba (sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 105: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	16	42	58	17,79	,023	İdari Hizmetler grubu ve Yönetici grubu > Sağlık Hizmetleri grubu
	%	27,5	72,5	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	23	64	87			
	%	26,4	73,6	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	49	118	167			
	%	29,3	70,7	100,0			

Tablo 105’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici ve idari hizmetler grubu, diğer gruba (sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 106: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	10	48	58	17,72	<b>,023</b>	Yönetici grubu ve İdari Hizmetler grubu > Sağlık Hizmetleri grubu
	%	17,2	82,8	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	15	72	87			
	%	17,2	82,7	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	35	132	167			
	%	20,9	79,1	100,0			

Tablo 106’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, acil ürün siparişlerini karşılayabilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p < 0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici ve idari hizmetler grubu, diğer gruba (sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 107: Hastanedeki pozisyon ile “Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	15	43	58	16,11	<b>,041</b>	İdari Hizmetler grubu > Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	25,8	74,2	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	9	78	87			
	%	10,3	89,7	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,5	100,0			
Toplam	n	34	133	167			
	%	20,3	79,7	100,0			

Tablo 107’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile satın alınan ürünlerin hastaneye müşteri kazandırması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 108: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	30	28	58	28,11	,000	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	51,7	48,3	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	67	20	87			
	%	77,0	23,0	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	12	10	22			
	%	54,5	45,5	100,0			
Toplam	n	109	58	167			
	%	65,2	34,8	100,0			

Tablo 108’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısı olduğu arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.**

**Tablo 109: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	10	48	58	16,98	<b>,030</b>	Yönetici grubu> İdari Hizmetler grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	17,2	82,8	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	20	67	87			
	%	22,9	77,1	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,5	100,0			
Toplam	n	40	127	167			
	%	23,9	76,1	100,0			

Tablo 109’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin piyasada çok büyük rol oynaması arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici grubu, diğer gruplara (idari ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 110: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi , siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	17	41	58	18,11	<b>,020</b>	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	29,3	70,7	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	10	77	87			
	%	11,4	88,5	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	37	130	167			
	%	22,1	77,9	100,0			

Tablo 110’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, siparişlere hızlı cevap verebildiği ve gerekirse hızlandırabildiği arasında anlamlı farklılık

vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 111: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	15	43	58	30,66	,000	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	25,8	74,2	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	11	76	87			
	%	12,6	87,4	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	36	131	167			
	%	21,5	78,5	100,0			

Tablo 111’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, istenildiği an özel taşıma teslimatlarına uygun hareket edebildiği arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 112: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	15	43	58	16,66	<b>,034</b>	Yönetici grubu> İdari Hizmetler grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	25,8	74,2	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	24	43	87			
	%	27,5	49,5	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	49	98	167			
	%	29,3	58,7	100,0			

Tablo 112’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, siparişleri gerçekleştirmede her zaman titizlik gösterdiği arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici grubu, diğer gruplara (idari ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 113: Hastanedeki pozisyon ile “Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	15	43	58	17,17	<b>,028</b>	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	25,8	74,2	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	14	73	87			
	%	16,0	84,0	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22			
	%	45,4	54,6	100,0			
Toplam	n	39	128	167			
	%	23,3	76,7	100,0			

Tablo 113’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonları ile tedarikçinin lojistik performansından memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz**

sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.

**Tablo 114: Hastanedeki pozisyon ile “Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc	
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P		
1. Grup Yönetici Grubu	n	14	44	58	17,39	,026	İdari Hizmetler grubu> Yönetici grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu	
	%	24,1	75,8	100,0				
2. Grup İdari Hizmetler Grubu (	n	12	75	87				
	%	13,7	86,2	100,0				
3. Grup Sağlık Hizmetleri Grubu	n	10	12	22				
	%	45,4	54,6	100,0				
Toplam		n	36	131				167
		%	21,5	78,5				100,0

Tablo 114’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile tedarikçinin, beklentilerinde üzerinde bir hizmet sunmuş olması arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; idari hizmetler grubu, diğer gruplara (yönetici ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 115: Hastanedeki pozisyon ile “Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanedeki pozisyon		Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1. Grup Yönetici Grubu	n	44	14	58	18,34	<b>,019</b>	Yönetici grubu > İdari Hizmetler grubu ve Sağlık Hizmetleri grubu
	%	75,8	24,2	100,0			
2. Grup İdari Hizmetler Grubu	n	64	23	87			
	%	73,5	26,5	100,0			
3. Grup Sağlık Hizmetleri grubu	n	12	10	22			
	%	54,5	45,5	100,0			
Toplam	n	120	47	167			
	%	71,8	28,2	100,0			

Tablo 115’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki pozisyonu ile aynı konuda farklı bir tedarikçinin bu kadar memnun edeceğinin sanılmaması arasında anlamlı farklılık vardır(p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; yönetici grubu, diğer gruplara (idari ve sağlık hizmetleri) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.**



**Tablo 116: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu**

İfade No	HASTANEDEKİ ÇALIŞAN SAYISI KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
<b>1</b>	<b>Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir</b>	<b>15,596</b>	<b>,049</b>
<b>2</b>	<b>Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır</b>	<b>16,778</b>	<b>,033</b>
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır	9,684	,288
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir	12,266	,140
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir	8,435	,392
<b>6</b>	<b>Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır</b>	<b>23,150</b>	<b>,003</b>
<b>7</b>	<b>Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız</b>	<b>47,154</b>	<b>,000</b>
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır	10,172	,253
<b>9</b>	<b>Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır</b>	<b>29,875</b>	<b>,000</b>
10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir	3,928	,864
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır	14,766	,064
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir	5,677	,683
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar	14,925	,061
<b>14</b>	<b>Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir</b>	<b>25,686</b>	<b>,001</b>
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir	13,033	,111
16	Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir	4,434	,816
17	Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir	13,260	,103
18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir	4,024	,855
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir	8,067	,427
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir	9,058	,337
<b>21</b>	<b>Bu marka tüketicilere güven vermektedir</b>	<b>20,223</b>	<b>,010</b>
22	Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir	9,733	,284
<b>23</b>	<b>Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir</b>	<b>24,280</b>	<b>,002</b>
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir	10,184	,252
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır	11,467	,177
<b>26</b>	<b>Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız</b>	<b>16,425</b>	<b>,037</b>
<b>27</b>	<b>Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz</b>	<b>24,356</b>	<b>,002</b>
28	Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	11,953	,153
<b>29</b>	<b>İstediğimiz an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz</b>	<b>31,924</b>	<b>,000</b>
<b>30</b>	<b>Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir</b>	<b>34,551</b>	<b>,000</b>
<b>31</b>	<b>Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir</b>	<b>20,820</b>	<b>,008</b>
<b>32</b>	<b>Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır</b>	<b>29,680</b>	<b>,000</b>
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülmür	11,694	,165
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir	10,861	,210
35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir	12,759	,120
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır	8,337	,410
<b>37</b>	<b>Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır</b>	<b>17,191</b>	<b>,028</b>

**Tablo 116: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarik zinciri yönetimi ifadelerinin karşılaştırması özet tablosu (devamı)**

İfade No	HASTANEDEKİ ÇALIŞAN SAYISI KARŞILAŞTIRMASI	İki uçlu anlamlılık	
		X <sup>2</sup>	P
38	Tedarikçinin satış personeli prezantabldır	14,174	,077
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır	12,352	,136
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder	14,668	,066
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir	8,029	,431
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz	13,434	,098
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir	10,506	,231
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir	8,689	,369
45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır	8,895	,351
<b>46</b>	<b>Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir</b>	<b>18,650</b>	<b>,017</b>
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir	6,291	,615
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir	7,793	,454
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir	16,441	,088
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir	5,879	,661
51	Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	7,669	,466
<b>52</b>	<b>Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir</b>	<b>28,769</b>	<b>,000</b>
<b>53</b>	<b>Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz</b>	<b>35,078</b>	<b>,000</b>
<b>54</b>	<b>Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar</b>	<b>22,990</b>	<b>,003</b>
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız	15,207	,055
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir	10,780	,214
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	7,541	,479
<b>58</b>	<b>Bu tedarikçiye güvenilir</b>	<b>31,432</b>	<b>,000</b>
<b>59</b>	<b>Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz</b>	<b>20,138</b>	<b>,010</b>
<b>60</b>	<b>Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz</b>	<b>21,511</b>	<b>,006</b>
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur	7,478	,486
<b>62</b>	<b>Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum</b>	<b>19,428</b>	<b>,013</b>

Tablo 116’da görüldüğü üzere hastane tedarik zinciri çalışanlarının hastanedeki çalışan sayısı ile “Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir, Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır, Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır, Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız, Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır, Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir, Bu marka tüketicilere güven vermektedir, Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir, Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırız, önemli gelir kayıplarına uğramayız, Bu tedarikçinin yerinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz, İsteddiğimiz an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz,

Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir, Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir, Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır, Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır, Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir, Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir, Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz, Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar, Bu tedarikçiye güvenilir, Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz, Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz, Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadelerine verilen yanıtlar arasında istatistiki bir ilişkinin bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen karşılaştırma analizinde; istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ( $p<0.05$ ). Anlamlı farklılık çıkan durumların ayrıntılı analizleri aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 117: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	15	28	43	15,59	049	251-1000 çalışan sayısı >1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	34,8	65,2	100			
251-1000	n	11	35	46			
	%	23,9	76,1	100,0			
1001-1500	n	16	22	38			
	%	42,1	57,9	100,0			
1501 ve üzeri	n	14	26	40			
	%	35,0	65,0	100,0			
Toplam	n	56	111	167			
	%	33,5	66,5	100,0			

Tablo 117’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemekte olması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 251-1000 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 118: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	15	28	43	16,77	003	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	34,8	65,2	100			
251-1000	N	17	29	46			
	%	36,9	63,1	100,0			
1001-1500	N	11	27	38			
	%	28,9	71,1	100,0			
1501 ve üzeri	N	16	24	40			
	%	40,0	60,0	100,0			
Toplam	N	59	108	167			
	%	35,3	64,7	100,0			

Tablo 118’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin, hastaneye ekstra indirimler uygulaması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 119: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	31	12	43	23,15	003	1501 ve üzeri çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1001-1500 çalışan sayısı
	%	72,0	28,0	100			
251-1000	n	31	15	46			
	%	67,3	32,7	100,0			
1001-1500	n	25	13	38			
	%	65,7	34,3	100,0			
1501 ve üzeri	n	30	10	40			
	%	75,0	25,0	100,0			
Toplam	n	117	50	167			
	%	70,0	30,0	100,0			

Tablo 119’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin, yüksek kalitede ürünler sunması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz**

sonucunda; 1501 ve üzeri çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1001-1500) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.

**Tablo 120: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	28	15	43	47,15	.000	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	65,1	34,9	100			
251-1000	N	29	17	46			
	%	63,0	37,0	100,0			
1001-1500	N	27	11	38			
	%	71,0	29,0	100,0			
1501 ve üzeri	N	22	18	40			
	%	55,0	45,0	100,0			
Toplam	N	106	61	167			
	%	63,4	36,6	100,0			

Tablo 120’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin, ürünleri hakkında sık sık şikayet alındığı arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır.**

**Tablo 121: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	13	30	43	29,87	.000	1-250, 251-1000 çalışan sayısı > 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	30,2	69,8	100			
251-1000	n	14	32	46			
	%	30,4	69,6	100,0			
1001-1500	n	18	20	38			
	%	47,3	52,7	100,0			
1501 ve üzeri	n	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	n	60	107	167			
	%	35,9	64,1	100,0			

Tablo 121’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin kalite beklentilerini karşılaması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250, 251-1000 çalışan grubu, diğer gruplara (1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 122: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir.” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	11	32	43	25,68	001	1-250, 1001-1500 çalışan sayısı >251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	25,5	74,5	100			
251-1000	N	13	33	46			
	%	28,2	71,8	100,0			
1001-1500	N	10	28	38			
	%	26,3	73,7	100,0			
1501 ve üzeri	N	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	N	49	118	167			
	%	29,3	70,7	100,0			

Tablo 122’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin istenildiği kadar ürün verebilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250, 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 123: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu marka tüketicilere güven vermektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu marka tüketicilere güven vermektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	15	28	43	20,22	010	1-250, 1001-1500 çalışan sayısı >251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	34,8	65,2	100			
251-1000	N	17	29	46			
	%	36,9	63,1	100,0			
1001-1500	N	13	25	38			
	%	34,2	65,8	100,0			
1501 ve üzeri	N	18	22	40			
	%	45,0	55,0	100,0			
Toplam	N	63	104	167			
	%	37,7	62,3	100,0			

Tablo 123’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile bu markanın tüketicilere güven vermesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250, 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 124: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	13	30	43	24,28	002	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	30,2	69,8	100			
251-1000	n	22	24	46			
	%	47,8	52,2	100,0			
1001-1500	n	9	29	38			
	%	23,6	76,4	100,0			
1501 ve üzeri	n	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	n	59	108	167			
	%	35,3	64,7	100,0			

Tablo 124’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile satın alınan ürünün imajı güçlendirdiği arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın

hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 125: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu tedarikçi ile ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	15	28	43	16,42	037	1-250 çalışan sayısı >251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	34,8	65,2	100			
251-1000	n	21	25	46			
	%	45,6	54,4	100,0			
1001-1500	n	18	20	38			
	%	47,3	52,7	100,0			
1501 ve üzeri	n	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	n	69	98	167			
	%	41,3	58,7	100,0			

Tablo 125’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile bu tedarikçi ile ilişkinin sonlandırılması halinde, önemli gelir kayıplarına uğranılmayacağı arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250 çalışan grubu, diğer gruplara (251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**



**Tablo 126: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	20	23	43	24,35	002	251-1000 çalışan sayısı >1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	46,5	53,5	100			
251-1000	n	16	30	46			
	%	34,7	65,3	100,0			
1001-1500	n	14	24	38			
	%	36,8	63,2	100,0			
1501 ve üzeri	n	18	22	40			
	%	45,0	55,0	100,0			
Toplam	n	68	99	167			
	%	40,7	59,3	100,0			

Tablo 126’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçinin kolaylıkla bulunabileceği arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 251-1000 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 127: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		İstedığımız an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz.		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	14	29	43	31,92	000	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	32,5	67,5	100			
251-1000	N	18	28	46			
	%	39,1	60,2	100,0			
1001-1500	N	11	27	38			
	%	28,9	71,1	100,0			
1501 ve üzeri	N	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	N	58	109	167			
	%	34,7	65,3	100,0			

Tablo 127’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile istenildiği an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlanılabileceği arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 128: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	14	29	43	34,55	000	1501 ve üzeri çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1001-1500 çalışan sayısı
	%	32,5	67,5	100			
251-1000	n	16	30	46			
	%	34,7	65,3	100,0			
1001-1500	n	18	20	38			
	%	47,3	52,7	100,0			
1501 ve üzeri	n	12	28	40			
	%	30,0	70,0	100,0			
Toplam	n	60	107	167			
	%	35,9	64,1	100,0			

Tablo 128’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahip olması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1501 ve üzeri çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1001-1500) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 129: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir.		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	15	28	43	20,82	008	1-250, 251-1000 çalışan sayısı >1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	34,8	65,2	100			
251-1000	N	16	30	46			
	%	34,7	65,3	100,0			
1001-1500	N	18	20	38			
	%	47,3	52,7	100,0			
1501 ve üzeri	N	15	25	40			
	%	37,5	62,5	100,0			
Toplam	N	64	103	167			
	%	38,3	61,7	100,0			

Tablo 129’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin rakiplerinden daha iyi bir imaja sahip olması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p < 0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250, 251-100 çalışan grubu, diğer gruplara (1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 130: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır.		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	14	29	43	29,68	000	1-250 çalışan sayısı >251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	32,5	67,5	100			
251-1000	N	22	24	46			
	%	47,8	52,2	100,0			
1001-1500	N	16	22	38			
	%	42,1	57,9	100,0			
1501 ve üzeri	N	16	24	40			
	%	40,0	60,0	100,0			
Toplam	N	68	99	167			
	%	40,7	59,3	100,0			

Tablo 130’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin sektörde başarısını ispatlamış bir firma olması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250 çalışan grubu, diğer gruplara (251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 131: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	18	25	43	17,19	<b>028</b>	1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı >1-250, 251-1000 çalışan sayısı
	%	41,8	58,1	100			
251-1000	n	18	28	46			
	%	39,1	60,8	100,0			
1001-1500	n	11	27	38			
	%	28,9	71,1	100,0			
1501 ve üzeri	n	12	28	40			
	%	30,0	70,0	100,0			
Toplam	n	59	108	167			
	%	35,3	64,6	100,0			

Tablo 131’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin piyasada çok büyük bir rol oynamakta olması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1501, 1501 ve üzeri çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 132: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir.		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	11	32	43	18,65	017	1-250 çalışan sayısı >251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	25,5	74,5	100			
251-1000	n	21	25	46			
	%	45,6	54,4	100,0			
1001-1500	n	14	24	38			
	%	36,8	63,1	100,0			
1501 ve üzeri	n	11	29	40			
	%	27,5	72,5	100,0			
Toplam	n	57	110	167			
	%	34,1	65,9	100,0			

Tablo 132’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1-250 çalışan grubu, diğer gruplara (251-1000, 1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 133: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	14	29	43	28,76	000	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	32,5	67,5	100			
251-1000	N	22	24	46			
	%	47,8	52,2	100,0			
1001-1500	N	10	28	38			
	%	26,3	73,7	100,0			
1501 ve üzeri	N	12	28	40			
	%	30,0	70,0	100,0			
Toplam	N	58	109	167			
	%	34,7	65,3	100,0			

Tablo 133’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin siparişleri gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermesi arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 134: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	12	31	43	35,07	000	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	27,9	72,1	100			
251-1000	n	13	33	46			
	%	28,2	71,8	100,0			
1001-1500	n	10	28	38			
	%	26,3	73,7	100,0			
1501 ve üzeri	n	17	23	40			
	%	42,5	57,5	100,0			
Toplam	n	52	115	167			
	%	31,1	68,9	100,0			

Tablo 134’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin lojistik performansından memnun olunması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 135: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Tedarikçi hastanemize verdiği sözü tutar” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	19	24	43	22,99	003	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	44,1	55,8	100			
251-1000	n	21	25	46			
	%	45,6	54,4	100,0			
1001-1500	n	10	28	38			
	%	26,3	73,7	100,0			
1501 ve üzeri	n	16	24	40			
	%	40,0	60,0	100,0			
Toplam	n	66	148	167			
	%	39,5	88,6	100,0			

Tablo 135’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin hastaneye verdiği sözü tutması arasında anlamlı farklılık vardır(p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 136: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu tedarikçiye güvenilir” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu tedarikçiye güvenilir		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	12	31	43	31,43	000	251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı >1-250, 1001-1500 çalışan sayısı
	%	28,0	72,0	100			
251-1000	n	10	36	46			
	%	21,7	78,3	100,0			
1001-1500	n	15	23	38			
	%	39,4	60,5	100,0			
1501 ve üzeri	n	9	31	40			
	%	22,5	77,5	100,0			
Toplam	n	46	121	167			
	%	27,5	72,5	100,0			

Tablo 136’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçiye güvenildiği arasında anlamlı farklılık vardır (p<0.05). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 251-1000,**

**1501 ve üzeri çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 1001-1500) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 137: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	10	33	43	20,13	010	1001-1500 çalışan sayısı > 1501 ve üzeri, 1-250, 251-1000 çalışan sayısı
	%	23,2	76,8	100			
251-1000	N	38	8	46			
	%	82,6	17,4	100,0			
1001-1500	N	7	31	38			
	%	18,5	81,5	100,0			
1501 ve üzeri	N	8	32	40			
	%	20,0	80,0	100,0			
Toplam	N	63	104	167			
	%	37,7	62,3	100,0			

Tablo 137’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin sattığı ürünlerden memnun olunması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır. 251-1000 grubunun katılmama oranı oldukça yüksektir.**



**Tablo 138: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	N	7	36	43	21,51	006	251-1000 çalışan sayısı >1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	16,2	83,7	100			
251-1000	N	6	40	46			
	%	13,0	87,0	100,0			
1001-1500	N	8	30	38			
	%	21,0	79,0	100,0			
1501 ve üzeri	N	8	32	40			
	%	20,0	80,0	100,0			
Toplam	N	29	138	167			
	%	17,3	82,7	100,0			

Tablo 138’de görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnun olunması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 251-1000 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 1001-1500, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmaktadır.**

**Tablo 139: Hastanedeki toplam çalışan sayısı ile “Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum” ifadesinin karşılaştırması**

Hastanede toplam çalışan sayısı		Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum		Toplam	İki uçlu anlamlılık		Post-Hoc
		Katılmıyorum	Katılıyorum		X <sup>2</sup>	P	
1-250	n	30	13	43	19,42	013	1001-1500 çalışan sayısı >1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri çalışan sayısı
	%	69,7	30,3	100			
251-1000	n	30	16	46			
	%	65,2	34,8	100,0			
1001-1500	n	30	8	38			
	%	78,9	21,1	100,0			
1501 ve üzeri	n	18	22	40			
	%	45,0	55,0	100,0			
Toplam	n	108	59	167			
	%	64,6	35,4	100,0			

Tablo 139’da görüldüğü üzere çalışanların hastanedeki toplam çalışan sayısı ile aynı konuda farklı bir tedarikçinin bu kadar memnun edeceğinin sanılmaması arasında anlamlı farklılık vardır ( $p<0.05$ ). Bu farkın hangi grup veya gruplardan kaynaklandığına dair yapılan **post-hoc analiz sonucunda; 1001-1500 çalışan grubu, diğer gruplara (1-250, 251-1000, 1501 ve üzeri) göre daha yüksek oranda katılmamaktadır. 1501 ve üzeri grubunun katılma oranı oldukça yüksektir.**



## 5. TARTIŞMA

Çalışmamızda hastanelerde tedarik zinciri çalışanlarının; tedarikçi işletmenin ürünlerinde yenilikçi olmamasına rağmen alınan ürünlerin hastane için önemli olduğunun farkında oldukları ve tedarikçinin ürünlerinden memnun oldukları görülmektedir. Çalışanların, tedarikçi işletmenin, kurumlarının istedikleri malzemeleri hemen temin edebilecek stoklarının olduğu ve tedarikçinin markasının güvenilir olduğunu düşündükleri görülmektedir. Çalışanların, tedarikçinin piyasadaki statüsünün belirleyicisi olan satış personeline memnun oldukları görülmektedir. Çalışanların, tedarikçinin imajı ve tedarikçinin kurum ile ilişkileri iyi olsa da, birden fazla tedarikçi ile çalışmanın önem ve avantajlarının farkında oldukları görülmektedir. Tedarikçinin ürünleri zamanında teslim ettiği ve güvenilir olduğu ve dolayısıyla çalışanların tedarikçiye ürün konusunda güvendikleri, ancak çalışanların tedarikçi işletmelere fiyat konusunda güven duymadıkları ve bu konuda dikkatli davrandıkları görülmektedir.

Rena'nın (9) 2009 yılında Türkiye'de otomotiv imalat sektöründe tedarikçiler ve üreticilerden oluşan çalışanlar üzerinde gerçekleştirdiği araştırmalarında tedarikçi seçiminde; tedarikçilerin güvenilirlikleri, tutarlılıkları, kurumla olan ilişkileri, teknolojik yeterliliklerinin etkili olduğu belirtilmiştir. Tedarikçi seçimine etki eden; tedarikçilerin güvenilirlikleri, vaat ettikleri mal ve hizmeti sunmaktaki tutarlılıkları ve kurumla olan ilişkilerinin etkili olması bakımından çalışmamız ile uyum göstermektedir.

Sevinç'in (18) 2008 yılında seçilen bir lojistik işletmesinde yaptığı çalışmada, araştırmasında müşterilerle iletişimin önemli olduğu, müşterinin alacağı iyi hizmetle müşteri memnuniyetinin artacağı belirtilmiştir. Müşteri memnuniyetinde; tedarikçilerin hastane çalışanları ile iletişim halinde olması, kaliteli hizmet sunmasının etkili olması bakımından çalışmamız ile uyum göstermektedir.

Demirer (19) 2010 yılında Türkiye'de dondurma sektöründe faaliyet gösteren bir firmada yapılan araştırmada tedarikçilerle işbirliğinin ve bilgi paylaşımının belirsizliklerin yaratacağı riskleri azalttığı belirtilmiştir. Sağlık sektöründeki belirsizlikler göz önüne alındığında tedarikçilerin hastane çalışanlarıyla işbirliği yapması ve mal ve hizmet siparişlerinde yaşanabilecek sorunlar açısından bilgi paylaşımının riskleri azaltması bakımından çalışmamız ile uyum göstermektedir.

Çalışmamızda hastane tedarik zinciri çalışanlarının cinsiyetlerinin; hastane tedarikçisi firmanın markasının güven vermesi, zihinlerinde iyi bir izlenime sahip olması ve rakiplerinden daha iyi bir imaja sahip olması üzerinde etkili olduğu bulunmuştur.

Kaynak'ın (37) 2003 yılında, Türkiye'de gemi ve yat inşa eden özel sektör tersaneleri ve işletmelerinde, yaptığı araştırmada tedarikçiler ile ilgili algının cinsiyete göre değiştiği bulunmuştur. Tedarikçilerle ilgili algı bakımından erkeklerin markaya, kadınların ise imaja önem vermesi açısından çalışmamız ile uyum göstermektedir. Fakat Bozkurt'un (39), 2004 yılında, Marmara bölgesinde bulunan beyaz eşya satıcıları ile yaptığı araştırmada tedarikçiler ile ilgili algıyı cinsiyetin etkilemediğini saptamıştır. Bu bulgu çalışmamız ile uyum göstermemektedir.

Çalışmamızda hastane tedarik zinciri çalışanlarının yaşlarının; hastane tedarikçisi firmanın stok seviyeleri, lojistik hizmetleri, değişimlere adapte olabilmesi, ürünün önemli olması, büyük bir şirket olması, satış personellerinin nitelikleri, tedarikçinin imajı ve piyasadaki statüsünün tedarikçi seçiminde etkili olduğu bulunmuştur.

Çalışanların eğitim düzeyi ve hastanedeki pozisyonun tedarikçi seçimini etkilediği bulunmuştur. Eğitim düzeyi ve hastanedeki pozisyonu yükseldikçe tedarikçinin stok düzeyine, imajına ve markasına verilen önem artmaktadır.

Uysal'ın (4) 2005 yılında, Antalya'da sağlık sektörü için set üreten bir firmada, yaptığı araştırmada yaş, çalışma süresi, medeni duruma göre anlamlı bir fark bulunmamıştır. Çalışma süresi arttıkça ifadesine benzer bir şekilde bizim çalışmamızda çalışanların hastanedeki pozisyonları yükseldikçe ve yaşlarının tedarikçi seçimi üzerinde etkili olduğu bulunmuştur, bu bakımdan çalışmamız ile uyum göstermemektedir.

Fakat, Kaynak'ın (37) 2003 yılında Türkiye'de gemi ve yat inşa eden özel sektör tersaneleri ve işletmelerinde yaptığı araştırmada tedarikçi seçimine etki eden faktörleri ile yaşa göre, çalışma süresine göre, meslek grubuna göre, çalıştığı kurumda bulunma süresine göre anlamlı bir fark bulunduğu görülmüştür. Çalışma süresi arttıkça ifadesine benzer bir şekilde, bizim çalışmamızda çalışanların hastanedeki pozisyonları

yükseldikçe ve yaş durumuna göre tedarikçi seçimine etki eden faktörler üzerinde anlamlı fark bulunmuştur, bu bakımdan çalışmamız ile uyum göstermektedir.



## 6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hastane malzeme ve hizmet tedarikçilerinin davranış ve ürünlerinin tedarik zinciri çalışanları tarafından nasıl algılandığının, tedarikçilere duyulan güvene ve müşteri memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğunun saptanmasına yönelik bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara varılmıştır:

- Hastane tedarik zinciri çalışanlarının, %62,3'ü (104 kişi) erkek, %28,8'i (48 kişi) 36-40 yaş aralığında, %67,7'si (113 kişi) lisans mezunu ve %37,8'i (63 kişi) bilgi işlem çalışanıdır.
- Katılımcıların, büyük bir çoğunluğu tedarikçinin yerini alabilecek alternatif bir tedarikçinin kolaylıkla bulunabileceğini düşünmektedirler (% 92,8). Büyük çoğunlukla katıldıkları diğer noktalar şunlardır: Satın alınan ürünün hastane için önemli olduğu (% 91,6), tedarikçinin acil ürün siparişlerini karşılayabildiği (% 90,4), tedarikçinin vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebildiği (% 89,8), tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnun oldukları (% 89,8).
- Büyük çoğunlukla katılmadıkları noktalar ise şunlardır: Tedarikçiyi bıraktıkları takdirde tüm çabalara rağmen satışların ciddi azalacağı (% 88,6), tedarikçinin kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısı olduğu (% 84,4), tedarikçinin yüksek kalitede ürünler sunmakta olduğu (% 82), tedarikçinin sık sık yeni ürünler ürettiği (% 80,8), sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğunun düşünüldüğü (% 80,2).
- Çalışmamızda genç grubun ürün ve tedarikçinin ürün teslim şekline; daha yaşlı olan grubun tedarikçi firmanın piyasadaki statüsüne ve imajına, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olmasına, değişken talepleri karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlamasına, istenilen zamanda ürünleri teslim edebilmesine, satış personellerinin bilgi ve deneyimli olmasına önem verdiği görülmüştür. Her iki yaş grubu tedarikçinin ürün teslim şeklinin önemli olduğunu düşünmektedir.
- Eğitim durumuna göre ortaöğrenim mezunlarının ürün ve ürünün hastane için önemine; lisans mezunlarının tedarikçinin stok durumuna, ürünün hastane için önemine, tedarikçinin imajına, piyasadaki statüsüne, güvenilirliğine ve alınan üründen duyulan memnuniyete; lisansüstü mezunlarının tedarikçinin stok durumuna ve markasına önem verdikleri ve olumlu baktıkları görülmektedir.

- Ortaöğrenim mezunlarının tedarikçinin hastaneye verdiği sözü tuttuğuna, alınan ürünlerin hastanenin imajını güçlendirdiğine, satış personelinin ısrarcı davranmadığına, markasının güven verdiğine, tedarikçinin bırakılmasının satışları azaltacağına, piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye ettiğine ve adaletli olduğuna; lisans ve lisansüstü mezunlarının ise tedarikçinin yüksek kalitede ürünler sunduğuna ve ürünleri hakkında sık sık şikayet alındığına katılmadıkları görülmektedir.
- Ortaöğrenim mezunları, tedarik zinciri içinde genellikle depo biriminde görev almalarından dolayı hastane içinde şikayetlerin iletildiği ilk çalışanlardır. Lisans mezunları tedarik zinciri içinde malzemeyi kullanan birimlerle ve tedarikçilerle birebir çalıştıkları için, ihtiyaçların belirlenmesi, sipariş işlemleri ve malzemelerin teslim edilmeleri konusunda daha çok diyalog içindedirler. Eğitim düzeyi yükseldikçe tedarikçi firmanın siparişleri zamanında teslim etmesi, ürünlerin markası ve kaliteli olmasına verilen önem artmaktadır. Tüm gruplar satın alınan ürünlerin hastane için önemli olduğuna katılmaktadır.
- Cinsiyete göre bakıldığında erkek çalışanların tedarikçi firmanın markasının tüketiciye güven verdiğini; kadın çalışanların tedarikçinin müşterilerinin zihninde iyi bir izlenime ve rakiplerinden daha iyi bir imaja sahip olduğunu düşündükleri görülmektedir.
- Çalışmamıza katılan yöneticiler ve idari hizmet çalışanlarının ürünün beklentileri karşılmasına, tedarikçinin stok durumu, lojistik performansı ve ürün teslim şekline önem verdikleri görülmektedir.
- İdari hizmetler grubu tedarikçinin beklentilerinde üzerinde hizmet sunarak satın alınan ürünlerin hastaneye müşteri kazandırdığını düşünmektedir. Ayrıca tedarikçinin ödeme için vade kolaylıkları sunmadığını ve sektördeki en büyük satıcı olmadığını düşünmektedir.
- Yönetici grubunun sektörde birden fazla firmanın olmasının avantajlı olduğunu düşündüğü görülmektedir. Tedarik zinciri içinde yönetici ve idari hizmetler gruplarının daha etkili olduğu görülürken sağlık hizmetleri grubu pasif kalmaktadır.

- Eğitim düzeyi ve hastanedeki pozisyonu yükseldikçe çalışanlar birden fazla tedarikçi ile çalışmanın hastane için avantaj sağladığını belirtmişlerdir.
- Küçük hastane (**1-250 ve 251-1000 çalışanı olan**) tedarik zinciri çalışanları tedarikçilere güvendiklerini ve beklentilerini karşıladığını belirtmişlerdir. Rekabetin olduğu sektörde başka firmalarla çalışmalarının kurumlarını zarara uğratmayacağını düşünmektedirler.
- Büyük hastane (**1001-1500 ve 1501 ve üzeri çalışanı olan**) tedarik zinciri çalışanları piyasada büyük rol oynayan firmalarla çalıştıklarını belirtmişlerdir. Aldıkları ürünlerin kurumlarının imajını güçlendirdiğini, tedarikçinin malzemelerin teslim şekli ve zamanında tizlik gösterdiğini, ekstra indirimler uyguladığını düşünmektedirler.
- Çalışmaya katılan tüm hastanelerde (küçük, büyük) tedarikçinin markasının güven vermesi ve istenildiği kadar ürün vermesi tedarikçiye güven üzerinde olumlu etkilerken; tedarikçinin kalitesiz ürünler sunması ve ürünleri hakkında şikayet alınması birden fazla tedarikçinin olduğu sektörde tedarikçiye güveni olumsuz etkilemektedir.
- Çalışmamız kapsamında tedarikçilere güven ve müşteri memnuniyetinde hangi faktörlerin etkili olduğuna dair sonuçlar ise şöyledir: Tedarikçinin imajı ve piyasadaki statüsü, markası, fiyat politikaları, stok miktarları, lojistik performansı (ürün teslim şekli), sunduğu ürünler (ürünün kalitesi), yenilikçi yaklaşımlar tedarikçiye duyulan güven ve müşteri memnuniyeti üzerinde etkilidir. Stok miktarları, ürünün önemi, tedarikçinin statüsü, ürün teslim şekli olumlu yönde etkilerken; kalitesiz ürünler, tedarikçinin yeni ürünler üretmemesi ve yüksek fiyat politikaları olumsuz yönde etkilemektedir.

Tedarikçi firmaların, tedarik zinciri çalışanlarıyla iyi ilişkiler kurmaları ve uyum içinde çalışabilmeleri için; marka bilinirliğini sağlamaları, imajlarını güçlendirmeleri, kaliteli ve ihtiyaca uygun ürünler sunmaları, yeterli stok bulundurmaları ve zamanında teslimat yapmaları, yenilikleri takip etmeleri, fiyat ve ödemeler konusunda esnek davranmaları, güvenilir olmaları gerekmektedir.



Yöneticilerin tedarik zinciri çalışanlarının tedarikçiler hakkındaki düşüncelerini ve tecrübelerini dikkate almaları tedarik zincirinin devamlığı ve hastanelerin zarar etmemesi için önemli ve gereklidir.

Çalışmamızda hastane işletmeleri tercihlerini etkileyen ürüne ilişkin, örgütsel ve ilişkiyel faktörler için literatürde yapılan çalışmalar dikkate alınmıştır. Bunlara ek olarak, sektördeki uzmanların da görüşleri dikkate alınarak başka hangi faktörlerin müşteri tercihlerini etkileyebileceği yapılacak başka araştırmaların kapsamına dahil edilmelidir.

Tedarik zinciri pek çok kurumun (Sağlık Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu, Kamu İhale Kurumu, Maliye Bakanlığı ve Tedarikçi Firmalar) yer aldığı bir süreçtir. Bu süreçte uyulması gereken kanun, mevzuat ve yönetmelikler bulunmaktadır. Kurumlar ve yasalar iç içe geçmiş bir sistemin parçalarıdır, sürecin iyi yönetilmemesi karmaşaya ve işlerin aksamasına neden olabilmektedir. Ancak; iyi eğitim almış, mevzuata hakim çalışanların tedarik zinciri sürecini başarıyla yönetecekleri ve kurumlarının devamlılığını sağlayacakları düşünülmektedir.

Tedarik zinciri uygulamaları genellikle malzeme satan ve kar amacı güden firmalar için yapılsa da, kar amacı gütmeyen hizmet sunucu kurumunda olan hastanelerde de uygulanması önemlidir. Sunulan hizmetlerin sürekliliğinin sağlanması, yerinde ve zamanında sunulabilmesi karmaşık bir yapının, iç ve dış etkenler dahil, bütün öğelerinin iyi yönetilmesi ile mümkündür.

Sağlık sektörü insanla birinci dereceden ilgilenen, sürekli değişen ve gelişen bir sektördür. Bu nedenle sağlık kurumlarında tedarik zinciri yönetiminin uygulanması gereklidir. Tedarik zincirinin sürekliliği için birimler arası entegrasyonun sağlanmasında yöneticilere önemli görevler düşmektedir. Tedarik zinciri çalışanlarının, tedarik zinciri yönetimi konusunda bilinçlendirilmeleri, sektördeki değişme ve gelişmelere ayak uydurabilmeleri, güncel bilgiler ve değişen yasaların takibi için 6 ayda bir ya da gerek duyulduğu kadar hizmet içi eğitimlerin verilmesinin yararlı olacağı, tedarik zincirinin etkinliği ve verimliliğinin artacağı düşünülmektedir.

Rekabetin olduğu sektörde kurumların ihtiyaçlarını dikkate alan, piyasaya ihtiyaca uygun yeni ürünler sunan tedarikçinin öne çıkacağı düşünülmektedir. Pazar paylarını arttırmak için müşteri bağımlılığını ve güvenini sağlamaları gereklidir.

Çalışanların fiyat konusunda tedarikçilere güven duymadıkları ve bu konuda dikkatli davrandıkları görülmektedir. Tedarikçiler çalışanların fiyat konusundaki hassasiyetlerini dikkate alarak piyasa fiyatının üzerine çıkmamalı, gerekirse fiyatta indirim uygulama yoluna gitmelidirler.

Tedarik zinciri çalışanları ve tedarikçiler arasındaki sorunların giderilmesinin tedarikçiye güven ve tedarikçiden duyulan memnuniyet üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu açıdan hastane yöneticilerinin ve tedarikçilerin, tedarik zinciri çalışanlarının görüşlerine başvurması sektördeki sorunların azaltılmasında yararlı olacaktır.



## KAYNAKÇA

1. Akalın S. *Tedarik Ve Materyal Yönetimi*, Yeni Yol Matbaası, İzmir, 1971, s.61.
2. APICS Dictionary, *Tedarik Zinciri*, 8. Baskı, 1995, s.58.
3. Kağncıoğlu CH. *Tedarik Zinciri Yönetiminde Tedarikçi Seçimi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1723, Eskişehir, 2007, s.37.
4. Uysal F. *Tedarik Zinciri Yönetiminde Toplu Üretim Planlaması İçin HMMS Modelin Zaman Skalasında Çözümü Ve Bir Uygulama* (Tez). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2008, s.2.
5. Walters D. *Operations Strategy*, Great Britain Palgrave Macmillan, 2002, s.30.
6. Tan KC, Kannan VJ, Handfield RB. "Supply chain management: supplier performance and firm performance", *International Journal of Purchasing and Materials Management*, 1998,34 (3):21-22.
7. Aydın SZ. *Tedarik Zinciri Yönetiminde Stratejik İttifak Olarak, Üçüncü Parti Lojistik* (Tez). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi; 2005, s.39.
8. Reid RD, Sanders NR. *Operation Management*, John Willey & Sons Inc.2002, s.377.
9. Rena EB. *Tedarik Zincirinde Maliyet Yönetimi ve Türkiye'deki Otomotiv İmalat Sektörü Uygulamalarının Değerlendirilmesi* (Tez). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2009, s.3.
10. Metz PJ. "Demystifying Supply Chain Management", *Supply Chain Management Review*, 1998, 25(2):4-5.
11. Lambert DM, Garcia-Dastugue SJ, Croxton KL. "An Evaluation of Process-Oriented Supply Chain Management Frameworks", *Journal of Business Logistics*, 2005, 26(1):6-7.
12. Zhao F. *Maximize Business Profits Through E-Partnerships*, Hershey, PA, USA: IRM Press, 2005, s.67.
13. Bowersox DJ. *Readings in Physical Distribution Management: The Logistics of Marketing*, (Eds. Bowersox DJ, La Londe BJ, Smykay EW, MacMillan), New York, 1969, s.21-24.

14. Ross DF. *Competing Through Supply Chain Management: Creating Market-Winning Strategies Through Supply Chain Partnerships*, Boston: Kluwer Academic Publishers, 1998, s.366.
15. Ross DF. *Competing through supply chain management; creating market-winning strategies through supply chain partnerships*, Kluwer Academic Publishers, Norwell, Massachusetts, 2000, s.2-4.
16. Lee H. "Creating Value Through Supply Chain Integration," *Supply Chain Management Review*, 2000, 30(2):22-24.
17. Warkentin M, Bapna R, Sugumaran V. "E-knowledge networks for inter-organizational collaborative e-business", *Logistics Information Management*, 2001, 14(1):45-46.
18. Sevinç N. *Tedarik Zinciri Yönetiminde Bilgi Teknolojilerinin Kullanılması ve Önemi* (Tez). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2008, s.53.
19. Demirer BE. *Tedarik Zinciri Yönetiminde Performans Ölçümü; Balanced Scorecard Yaklaşımı* (Tez). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2010, s.3.
20. Bakoğlu R, Yılmaz E. "Tedarik Zinciri Tasarımının Rekabet Avantajı Yaratması Açısından Değerlendirilmesi: Fast Food Sektörü Örneği", *6. Ulusal Pazarlama Kongresi, (28 Haziran- 1 Temmuz 2001)*, Erzurum,2001, s.14.
21. Waters D. *Global Logistics and Distribution Planning*, GBR: Kogan page, Limited, London, 2003, s.146-160.
22. Kehoe D, N. Boughton N. "Internet based supply chain management: A classification of approaches to manufacturing planning and control", *International Journal of Operations & Production Management*, 2001,21(4):6-7.
23. Gülpınar MG. *Perakende Zincir Mağazalarının Tedarik Zinciri Yönetimini Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama* (Tez). Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2008, s.39.
24. Özbay B. *Tedarik Zincirinde Optimizasyon ve Bir İplik İşletmesinde Uygulama* (Tez). Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2008, s.4.
25. Odabaşı Y. *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi Yayın No.779, Eskişehir, 2002, s.23.

26. Sektörel Danışmanlık, [www.danismend.com](http://www.danismend.com), (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
27. Kırım A. *Strateji ve Bire-Bir Pazarlama*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, s.104.
28. Tanyaş M. *Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi*, Zorlu Holding, Eğitim Notları, İstanbul, 2004, s.47.
29. İlhan MA. *Afet Dönemlerinde İnsani Yardım Örgütlerinde Tedarik Zinciri Stok Sisteminin Yönetimi ve Kızılay Derneğinde Bir Uygulama (Tez)*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2009, s.2.
30. Yüksel H. “Tedarik Zinciri İçin Performans Ölçüm Sistemlerinin Tasarımı”, *Yönetim ve Ekonomi*, 2004, 11(1):2-3.
31. Şen E. *Kobilerin Uluslararası Rekabet Güçlerini Artırmada Tedarik Zinciri Yönetimi*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi, Ankara, 2006, s.12.
32. Tedarik Zinciri Yönetimi, [www.tedariksisitemi.com](http://www.tedariksisitemi.com) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
33. Bayar İE. *Kamu Hastanelerinde Tedarik Zinciri Yönetimi ve Örnek Bir Uygulama (Tez)*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2008, s.8-9.
34. Bedük M. *Tedarik Zinciri Yönetiminin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi: Örnek Olay Çalışması (Tez)*. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi; 2009, s.17.
35. Çiçek R. “Rekabet Stratejileri ve Michael Porter’in Jenerik Rekabet Stratejilerinin Pazarlama Karması (4P) Elemanlarında Kullanılması”, *Verimlilik Dergisi*, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara, 2003, s.22.
36. Kayabaşı A. *İşletmelerin Rekabet Gücünün Geliştirilmesinde Lojistik Faaliyetlerin Performansının Artırılması: Üretim İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama (Tez)*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2007, s.36.
37. Kaynak R. *Proje Üretiminde Tedarik Yönetimi: Üreticinin Gelecekte Alım Yoğunluğunu Etkileyen Faktörler (Tez)*. Gebze İleri teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2003, s.213-222.
38. Risk Alma Eğilimi, [www.girisim2.ilanedyorum.com](http://www.girisim2.ilanedyorum.com) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).

39. Bozkurt O. *Tedarikçi İşletmelerin Sağladığı Maliyet Avantajı Davranışlarının Satıcı İşletme Finansal Performansı Üzerine Etkisi* (Tez). Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü, Yayınlanmış Doktora Tezi; 2004, s.29.
40. Wagner S, Friedl G. “Supplier Switching Decisions”, *European Journal of Operational Research*, 2007, s.712.
41. Cannon J, Doney P. “An Examination of the Nature of Trust in Buyer Seller Relationships”, *Journal of Marketing*, 1997, 61(2):3-4.
42. Bennett R, Gabriel H. “Reputation, trust and supplier commitment: The case of shipping company/seaport relations”, *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 2001,16(6):7-8.
43. Bilgi Yönetimi, [www.bilgiyönetimi.org](http://www.bilgiyönetimi.org) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
44. Nasır S. “Türkiye’de GSM Sektöründe Müşteri Memnuniyeti: Kullanıcıların Operatör Değişirme Eğilimlerinin Saptanması,” 8. *Ulusal Pazarlama Kongresi*, Kayseri, 2003, s.211-229.
45. Deryal Y. Hasta Hakları ve Sağlıklı Yaşam Derneği <http://www.haksay.org/files/yahya01.doc> (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
46. Bestaş Medikal Ltd. Şti. Radyoloji, Kemik Dansitometre, Mamografi, <http://www.bestasgroup.com.tr> (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
47. Türk Memur Net, <http://www.turkmemur.net> (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
48. Özkul AE. *Sağlık Sistemleri Planlama ve Kontrolü*, Anadolu Üniversitesi Yayın No:819, Eskişehir, 2000, s. 489-494.
49. Eyman E. *Tedarik Zinciri Yönetimi*, Kalite ofisi yayınevi. İstanbul, 2003, s.22.
50. Özel Hastaneler Platformu, Sağlıklı Günler, <http://www.ozelhastaneler.org.tr> (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
51. Akman M. *Hastanelerde Lojistik Yönetimi*, Marmara Üniversitesi Sağlık Eğitim Fakültesi, Nobel Tıp Kitabevi, 2003, s.123-127.
52. Tengilimoğlu D. *Hastanelerde Malzeme Yönetimi Teknikleri*, SADER Yayınları Ankara, 1996, s.49.
53. Kobu B. *Üretim Yönetimi*, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş. İstanbul, 2006, s.602.
54. Doğan M. *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, Anadolu Matbaacılık İzmir, 1998, s. 185.

55. Demir H, Gümüőođlu Ő. *Üretim Yönetimi*, Beta basım yayın dağıtım A.Ő İstanbul, 2003, s.2.
56. Kaya A. *Özel Hastanelerde Tedarikçi Seçimine Etki Eden Faktörler İle Müşteri Memnuniyeti ve Güven Arasındaki İlişki: Gaziantep ve Çevre İllerinde Bir Uygulama* (Tez). Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalından Yüksek Lisans Tezi; 2011, s.4.
57. Innova Uluslararası Teknik Kontrol ve Test Hizmetleri, [http://www.testolcum.com/UBB\\_nedir.html](http://www.testolcum.com/UBB_nedir.html) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
58. Portakal Yazılım Projesi, [www.portakalyazilim.com.tr](http://www.portakalyazilim.com.tr) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
59. Sağlık Bilgi Sistemleri, [www.e-saglik.gov.tr](http://www.e-saglik.gov.tr) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).
60. Ulusal Medikal Kurtarma Ekipleri, [www.umke.org](http://www.umke.org) (Erişim tarihi: 27 Ekim 2014).

## EKLER

### ANKET FORMU

Sayın Yönetici; Bu anket formu, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü tarafından yürütülmekte olan “Hastanelerde Tedarikçiler Hakkındaki Algılar ve Memnuniyet: Mersin İlinde Bir Uygulama” konulu yüksek lisans tezi ile ilgilidir. Anket formu ile elde edilen bilgiler tamamen gizli tutulacak ve hiçbir şekilde üçüncü şahıslara verilmeyecektir. Ayrıca elde edilen verilerin analizleri genel durumunu yansıtacak ve hastanenizin adı kesinlikle kullanılmayacaktır.

İlginize şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz. Saygılarımızla.

İletişim: Yrd. Doç. Dr. Erdiç ÜNAL

Sibel ÖZET

Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Ana Bilim Dalı

Tel:531 7622581

e-mail: sibel\_ozet@hotmail.com

**Cinsiyetiniz?**.....

**Yaşınız ?**.....

**Eğitim düzeyiniz?**.....

**Hastanedeki pozisyonunuz?**.....

**Hastanenizde toplam çalışan sayısı nedir?**.....

**Lütfen aşağıdaki her ifadeyi satın alma yaptığınız tedarikçinizi göz önüne alarak karşılardaki rakamlardan uygun olanı işaretleyiniz.**

**1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Katılıyorum, 4=Tamamen katılıyorum**

1	Tedarikçi, piyasada rekabetçi bir fiyat politikası izlemektedir.	1	2	3	4
2	Tedarikçi, hastanemize ekstra indirimler uygulamaktadır.	1	2	3	4
3	Tedarikçi, vade kolaylıkları sunmaktadır.	1	2	3	4
4	Tedarikçi, sabit fiyat garantisi vermektedir.	1	2	3	4
5	Satın almada ödediğimiz fiyat, yerine göre piyasa fiyatından daha yüksek olabilmektedir.	1	2	3	4



6	Tedarikçi yüksek kalitede ürünler sunmaktadır.	1	2	3	4
7	Tedarikçinin ürünleri hakkında sık sık şikayet almaktayız.	1	2	3	4
8	Tedarikçinin ürün performansı beklentileri karşılamaktadır.	1	2	3	4
9	Tedarikçi kalite beklentilerimizi karşılamaktadır.	1	2	3	4

10	Bu tedarikçi sık sık yeni ürünler üretir.	1	2	3	4
11	Bu tedarikçi işlerin daha iyi yapılması için yeni yollar araştırır.	1	2	3	4
12	Bu tedarikçi çalışma yöntemlerinde yenilikçidir.	1	2	3	4
13	Bu tedarikçi çoğu kez yeni ürün ve hizmetleri piyasaya rakiplerinden önce sunar.	1	2	3	4

14	Tedarikçi, istediğimiz kadar ürün verebilir.	1	2	3	4
15	Tedarikçi, değişken taleplerimizi karşılayabilmek için stok düzeyini kolayca ayarlayabilir.	1	2	3	4
16	Tedarikçi, piyasadaki değişime kısa sürede adapte olabilir.	1	2	3	4
17	Tedarikçi, acil ürün siparişlerimizi karşılayabilir.	1	2	3	4

18	Tedarikçi güçlü bir markaya sahiptir.	1	2	3	4
19	Tedarikçinin marka bilinirliği oldukça yüksektir.	1	2	3	4
20	Tedarikçinin marka değeri oldukça yüksektir.	1	2	3	4
21	Bu marka tüketicilere güven vermektedir.	1	2	3	4

22	Satın aldığımız ürün hastanemiz için önemlidir.	1	2	3	4
23	Satın aldığımız ürün imajımızı güçlendirmektedir.	1	2	3	4
24	Satın aldığımız ürünler hastanemiz için yüksek önceliklidir.	1	2	3	4
25	Satın aldığımız ürünler hastanemize müşteri kazandırmaktadır.	1	2	3	4

26	Bu tedarikçiyle ilişkimizi sonlandırırsak, önemli gelir kayıplarına uğramayız.	1	2	3	4
27	Bu tedarikçinin yerini doldurabilecek alternatif bir tedarikçi kolaylıkla bulabiliriz.	1	2	3	4
28	Biz bu tedarikçiyi bırakırsak, tüm çabalarımıza rağmen satışlarımız ciddi azalacaktır	1	2	3	4
29	İstediğimiz an başka bir tedarikçiyle çalışmaya başlayabiliriz.	1	2	3	4

30	Tedarikçi müşterilerin zihninde iyi bir izlenime sahiptir.	1	2	3	4
31	Tedarikçi rakiplerinden daha iyi bir imaja sahiptir.	1	2	3	4
32	Tedarikçi sektörde başarısını ispatlamış bir firmadır.	1	2	3	4
33	Sağlık sektöründe bu tedarikçinin adaletli olduğu düşünülür.	1	2	3	4
34	Tedarikçi firma modern teknolojik donanıma sahiptir.	1	2	3	4

35	Tedarikçi kendi alanında çok büyük bir şirkettir.	1	2	3	4
36	Tedarikçi kendi ürün grubunun sektördeki en büyük satıcısıdır.	1	2	3	4
37	Tedarikçi piyasada çok büyük bir rol oynamaktadır.	1	2	3	4
38	Tedarikçinin satış personeli prezantablardır.	1	2	3	4
39	Tedarikçinin satış personeli verdiği sözlere sadıktır.	1	2	3	4
40	Tedarikçi piyasada teslimat sorunları çıktığı zaman gerekli tedbirleri almamızı tavsiye eder.	1	2	3	4
41	Tedarikçinin satış personeli ürünlere ilişkin yeterli bilgi birikimi ve deneyime sahiptir.	1	2	3	4
42	Tedarikçinin satış personeli istemediğimiz konularda ısrarcı davranmaz.	1	2	3	4
43	Tedarikçinin satış personelinin sorun çözme becerisi yüksektir.	1	2	3	4
44	Tedarikçinin satış personeli bizimle her zaman ilgilidir.	1	2	3	4

45	Tedarikçinin, vaat ettiği sipariş teslim süresi kısadır.	1	2	3	4
46	Tedarikçi, vaat ettiği tarihte ürünleri teslim edebilmektedir.	1	2	3	4
47	Tedarikçi, stoklarında yeterli düzeyde ürün bulundurabilmektedir.	1	2	3	4
48	Tedarikçi, taşımada ortaya çıkabilecek gecikmeleri önceden bildirmektedir.	1	2	3	4
49	Tedarikçinin, belirlenmiş sipariş tarihlerine bağlılığı ve tahmin tutarlılığı yüksektir.	1	2	3	4
50	Tedarikçi, siparişlerimize hızlı cevap verebilmekte ve gerekirse hızlandırabilmektedir.	1	2	3	4
51	Tedarikçi, istediğimiz an özel taşıma teslimatlarımıza uygun hareket edebilmektedir	1	2	3	4
52	Tedarikçi, siparişlerimizi gerçekleştirmede her zaman titizlik göstermektedir.	1	2	3	4
53	Tedarikçinin lojistik performansından memnunuz.	1	2	3	4

54	Tedarikçi, hastanemize verdiği sözü tutar.	1	2	3	4
55	Tedarikçinin bize verdiği bilgiye inanırız.	1	2	3	4
56	Tedarikçi, işimizde başarılı olmamız için bizimle gerçekten ilgilidir.	1	2	3	4
57	Önemli kararlar aldığı zaman kendisi kadar bizim çıkarımızı da göz önünde bulundurur	1	2	3	4
58	Bu tedarikçiye güvenilir	1	2	3	4

59	Bu tedarikçinin sattığı ürünlerden memnunuz.	1	2	3	4
60	Bu tedarikçinin verdiği hizmetlerden memnunuz.	1	2	3	4
61	Bu tedarikçi beklentilerimizin de üzerinde bir hizmet sunmuştur.	1	2	3	4
62	Aynı konuda farklı bir tedarikçinin bizi bu kadar memnun edeceğini sanmıyorum.	1	2	3	4

13 / 06 / 2013

**ÖZEL IMC HASTANESİ BAŞHEKİMLİĞİ'NE**

Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans programı öğrencisiyim. Yrd. Doç. Dr. Erdiñ Ünal danışmanlığında hazırlıkları süren araştırma çalışmasına veri sağlamak amacıyla hastanenizde; İdari birimler ve Satın alma birimlerinde bir anket çalışmasının yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırmanın konu başlığı "Hastanelerde Tedarikçi Seçimine Etki Eden Faktörlerin Güven Ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Mersin İlinde (merkez) Bir Uygulama" olup, anket araştırmasının yürütülebilmesi için gerekli yasal iznin verilmesini saygılarımla arz ederim.

Sibel Arslankılıç



**EK:** Anket Formu - 3 Sayfa

*Satın alma personeli ile görüşülür,*



**İLETİŞİM BİLGİLERİ:**

Adres : Barbaros Mah. 2143 Sok.Öz Deniz APT. No:48/9 Yenişehir/MERSİN

Tel E-Posta : 0 531 7622581 sibel\_ozet@hotmail.com

Öğrenci No : 122009116

İş : MEÜ Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi, Stok Kontrol Satınalma ve Planlama (Memur)

İLGİLİ MAKAMA,

13.06.2013

Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans programı öğrencisi Sibel Arslankılıç'ın "Hastanelerde tedarikçi seçimine etki eden faktörlerin güven ve müşteri memnuniyetine etkisi" konu başlıklı anket çalışmasına izin verilmiştir.



ÖZEL MERSİN ORTADOĞU HASTANESİ  
Dr. Tayfun AKÇETİN  
Bip.Tes. Sorumlusu  
Mesul Müdür

06.04.2013

Sayı: 248

**SAYIN SİBEL ARSLANKILIÇ**

Kurumumuza başvuru dilekçenizde belirtmiş olduğunuz Okan Üniversitesi Yüksek Lisans Programı dahilinde “Hastanelerde Tedarikçi seçimine Etki Eden Faktörlerin Güven ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Mersin İlinde (merkez) Bir Uygulama” konulu araştırmanız için Hastanemizde anket çalışması yapabilmeniz uygun görülmüştür.

Dr. Hamdi ERHAN  
Mesul Müdür



T.C.  
SAĞLIK BAKANLIĞI  
TÜRKİYE KAMU HASTANELERİ KURUMU  
Mersin İli Kamu Hastaneleri Birliği Genel Sekreterliği



Sayı : 43266470.770/5691  
Konu : Anket Çalışma İzni

25/02/2013

İlgi: Okan Üniversitesi'nin 15.04.2013 tarihve B086YÖK20ÜE6800000/900/20 sayılı yazısı.

İlgi yazıya istinaden, Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Sağlık Yönetimi yüksek lisan öğrencisi Sibel Özet ARSLANKILIÇ'ın "Hastanelerde Tedarikçi Seçimine Etki eden Faktörlerin Güven ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi" başlıklı tez çalışmasını Birliğimize bağlı İl merkezindeki sağlık tesislerimizde yapmak istemesiyle ilgili talebi, *anketin hizmeti aksatmayacak şekilde yürütülmesi, araştırmaya katılacakların gönüllülük esasına göre yapılması, kişisel verilere ve özel hayata yönelik mevzuata aykırı sorular ihtiva etmemesi, çalışma sonucunun bir suretinin tarafımıza gönderilmesi ve kurumumuz bilgisi dışında ilan edilmemesi* kaydıyla Genel Sekreterliğimizce uygun görülmüştür.

Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Uz. Dr. M. Yakuz GÖZÜKARA  
Genel Sekreter

**EKLER:**

- 1-Yazı (1 sayfa)
- 2- Anket çalışması(3sayfa)
- 3-Dilekçe (1sayfa)

**DAĞITIM:**

Okan Üniversitesine  
Mersin Devlet Hst.  
Toros Devlet Hst.  
M. Kadın Doğ.ve Ç.Hst.  
MERSİN ADİSM



**T.C.**  
**MERSİN ÜNİVERSİTESİ**  
**Sağlık Araştırma ve Uygulama Merkezi**  
**Başhekimlik**



08 Temmuz 2013  
Tarih : ...../...../.....

Sayı : 41993462-622.03- 7712  
Konu: Sibel ARSLANKILIÇ

Sayın Sibel ARSLANKILIÇ

Barbaros Mah. 2143 Sk. Öz Deniz Apt. No: 48/9  
Yenişehir/MERSİN

İlgi :03/07/2013 tarihli dilekçeniz.

İlgi dilekçenizde belirtmiş olduğunuz konu ile ilgili anket çalışması yapmanız  
Başhekimliğimizce uygun görülmüştür.  
Bilgilerinizi rica ederim.

  
Prof. Dr. Mehmet Oğuz KÖKSEL  
Dekan Yrd.-Başhekim

ADRES: İhsaniye Mah. 4935 Sk. No: 3 33079 MERSİN ☎ 0 324 337 43 00 Fax: 0 324 337 43 05

Form No: BŞH-FR-48 Form Yay. Tarihi: 12.07.2004 Form Rev. Tarihi: 14.06.2007 Form Rev. N: 03