



Otel İşletmelerinde Oda Fiyatlama Yöntemlerinin Tespiti (Determination of Room Pricing Methods in Hotel Businesses)

*Adnan AKIN ^a 

^a Gaziantep University, Tourism and Hotel Management Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Gaziantep/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:05.08.2020

Kabul Tarihi:16.09.2020

Anahtar Kelimeler

Oda fiyatlama

Fiyatlama yöntemi

Otel işletmeleri

Öz

Rekabetin arttığı küreselleşen dünyada otel işletmeleri ayakta kalabilmek ve etkili biçimde varlığını sürdürebilmek için farklı fiyatlama yöntemleri uygulamaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin uyguladığı oda fiyatlama yöntemlerini ve bu yöntemleri etkileyen unsurları belirlemektir. Bu amaç kapsamında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan 46 tane 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinin yöneticilerine araştırmacı tarafından oluşturulan anket formu uygulanmış ve çeşitli veriler elde edilmiştir. Bu kapsamda anket formunda yer alan ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir ve geçerli olduğu saptanmıştır. Araştırmanın sonucunda, 29 yaş ve üzerinde olan katılımcıların 36'sının (%78,3) bay, 10'unun ise (% 21,7) bayan olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte, bölgede faaliyet gösteren otel işletmelerinin 6'sının (%13) maliyet bazlı, 5'inin (%10,9) pazar odaklı,35'inin (%76,1) maliyet bazlı ve pazar odaklı fiyatlama stratejilerini kullandıkları belirlenmiştir. Ayrıca, incelenen otel işletmelerinde fiyatlamayı etkileyen en önemli unsurların; arz kaynakları, işletmenin yıldız sayısı, konukların beklentileri, sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi, üretim, işçilik maliyetleri, doluluk oranı, sunulan hizmet-ürün çeşitliliği olduğu ortaya konmuştur.

Keywords

Room pricing

Pricing method

Hotel businesses

Abstract

As part of the UNESCO Creative Cities Network, there In a globalized world where competition is increasing, hotel businesses apply different pricing methods in order to survive and obtain effectively.From this point of view, the aim of the study is to determine the room pricing methods used by the 4 and 5 star hotels operating in the Southeastern Anatolia Region.Also, it is to determine the elements that affect these methods.For this purpose, a questionnaire was applied to the managers of 46 4 and 5 star hotels in Southeast Anatolia Region.Various data were obtained with the questionnaire form created by the researcher.In this context, the scale included in the questionnaire was found to be highly reliable and valid.As a result of the research, it was found that 36 (78.3%) of the participants aged 29 and over were male and 10 (21.7%) were female.In addition, it was determined that 6 (13%) of the hotel businesses operating in the region used cost-based, 5 (10.9%) market-based, 35 (76.1%) cost-based and market-based pricing strategies.In addition, the most important factors affecting the pricing of the hotel businesses examined; supply sources, the number of stars of the enterprise, the expectations of the guests, the quality of the goods and services offered, production, labor costs, occupancy rate, the variety of services and products offered.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aakin@gantep.edu.tr (A. Akın)

DOI: 10.21325/jotags.2020.645