



Alakart Restoranlarda Alkollü İçecek Fiyatlaması: Mersin Şehir Merkezindeki Restoranlar Üzerinde Bir Araştırma (Alcoholic Beverages Pricing in À La Carte Restaurants: A Study on Restaurants Operating in Mersin City Center)

A. Celil ÇAKICI^a, Aysen ERCAN^a, Meral ÜZÜLMEZ^a, *Sercan BENLİ^a

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Çiftlikköy Campus, Mersin/ Turkey

Anahtar Kelimeler

Fiyatlamaya yöntemleri
Restoran
Alkol
Raki
Mersin

Öz

Restoran işletmelerinde maliyete dönük fiyatlandırma yöntemlerine genelde maliyet fonksiyonunun bilinmesi, uygulama kolaylığı, basitliği gibi nedenlerle sıklıkla başvurulabilmektedir. Bu çalışmada, Mersin şehir merkezinde faaliyet gösteren ve alakart servis yapılan restoranlarda alkollü içeceklerden en çok satılan rakı fiyatlarının belirlenmesinde dikkate alınan faktörler belirlenerek en çok hangi fiyatlamaya yöntemini tercih ettikleri ya da dikkate aldıkları saptanmaya çalışılmıştır. Ayrıca, literatürde vurgulanan fiyatlamaya yöntemlerinin ve kullanılma nedenlerinin, işletmelerin pratikteki uygulamalarıyla örtüşüp örtüşmediği incelenmiştir. Araştırmada veriler, görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün internet sitesinde yer alan yeme-içme tesislerinden Mersin şehir merkezinde olanlar, çalışma evreni olarak kabul edilmiş olup; elde edilen listede 23 restoranın olduğu görülmüştür. 2-4 Mart 2015 tarihleri arasında görüşmeyi kabul eden 16 restoran yöneticisi ile yüz yüze görüşülmüştür. Çalışma amacına bağlı olarak rakı fiyatlarının tespitinde nelerin dikkate alındığı sorgulanmıştır.

Keywords

Pricing methods
Restaurant
Alcohol
Raki
Mersin

Abstract

Pricing is the only element of marketing mix which provides income. Therefore, pricing is critically important for businesses. Pricing methods have been listed as cost, competition and demand-based pricing. Restaurant businesses generally prefer cost-based pricing methods. It is considered as cost-plus pricing, factor pricing and break-even point among cost-based pricing. Cost-based pricing methods can be applied frequently for reasons generally such as knowing the cost function, simplicity and ease of implementation. In this study, it is tried to determine the factors which are taken into consideration for determining prices of the most selling Raki among alcoholic beverages in the restaurants where operate in Mersin city center and have à la carte service. Data were collected via interview method.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: sercan.benli@hotmail.com (S. Benli)