

KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN SATIŞLAR- MALİYETLER BAKIMINDAN REKABET EDEBİLME DURUMU VE GELECEKTEN BEKLENTİLERİ

Arş.Gör. Saliha DİDİN
Muğla Üniversitesi
İİBF İşletme Bölümü
sdidin82@hotmail.com

Öğr.Gör. Çağrı KÖROĞLU
Muğla Üniversitesi
Datça Kazım Yılmaz MYO Muhasebe Bölümü
cagrikoroglu@hotmail.com

ÖZET

Turizm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir hızla gelişim gösteren ve buna bağlı olarak diğer sektörleri de etkileyerek gelişmelerinde öncü rol oynayan geniş bir sektör haline gelmiştir. Türkiye 1980’li yıllarda fark ettiği turizm sektöründe kısa sürede önemli yol almayı başarmıştır. 1983-1991 yılları arasında yaşanan hızlı gelişme turizm sektörü ve turizm yöreleri adına sektörde ilk atılım dönemi olmuştur. 1991’li yıllardan günümüze kadar geçen süreçte ise, çeşitli inişler ve çıkışlar yaşanmış buna rağmen büyüme devam etmiştir. Otel sayılarındaki artış güçlü bir rekabet ortamı yaratmış ve rekabet ortamına ayak uyduramayan işletmelerin bazılarının kapanmasına, bazılarının ise belirli bir süre faaliyetlerine ara vermesine neden olmuştur. Bu yüzden işletmelerin satışlarını arttırmak kadar, maliyetlerini de etkili bir şekilde kontrol altında tutmaları gerekmektedir. Bu çalışmada Marmaris ilçesinde faaliyet gösteren otel işletmelerine örnekleme yoluyla anket çalışması uygulanmış olup, elde edilen veriler istatistik paket programları yardımıyla değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmeleri, Maliyet, Satış Gelirleri, Rekabet

THE COMPETITIVENESS OF ACCOMODATION FIRMS WITH REGARD TO SALES-COSTS AND THEIR FUTURE EXPECTATIONS

ABSTRACT

Tourism has become a large and a pioneer sector in Turkey as well as in the world in recent years, developing rapidly and affecting other sectors with this process. Turkey realized the importance of tourism sector in 1980s and caught success in that sector. The rapid developments between 1983 and 1991 have become the first steps for tourism sector and its expansion around tourism regions. Since 1991’s, although there have been fluctuations, growth of the sector has continued. Increases in the number of hotels have created a strong competition, caused some companies to cease and to suspend their activities for a while. Therefore, while companies should increase their sales, they also have to keep their costs under control. In this paper, a questionnaire survey has been conducted to the hotel administrations which are active in Marmaris and the data obtained has been evaluated by using statistical package programmes.

Keywords: Hotel Companies, Costs, Sale Incomes, Competition

1. GİRİŞ

Günümüzde turizm sektörü, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hızlı bir gelişim içerisinde. Turizm sektörünün en önemli yapı taşlarından birini oluşturan otel işletmeleri, seyahat eden insanların barınma, yeme-içme, eğlence, dinlenme vb. gereksinimlerini karşılama özelliği ile toplumsal bir hizmet de sunmaktadır.

Diğer işletmelerde olduğu gibi, otel işletmelerinde de ana amaç kâr elde etmek ve bu güçlü rekabet ortamında süreklilik sağlayabilmektir. Yalnızca oda satışlarından elde edilecek gelir, otelin hedeflerine ulaşması açısından yeterli bulunmamaktadır. Bu nedenle oteli, rakiplerine karşı daha cazip hale getirmek, otele daha fazla müşteri çekebilmek için tüm maliyet ve gelir unsurlarının göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Koroğlu, 2007:1).

İşletmenin özellikleri ne olursa olsun, maliyetlerini azaltmak, kârını arttırmak, hizmet kalitesini yükseltmek ve müşteri memnuniyetini arttırmak için işletmeye konu olan maliyet ve gelirlerin kontrol edilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde artan rekabet koşullarında işletmeler, rekabet edebilme güçlerini kaybederler.

2. TURİZM SEKTÖRÜ ve ÖNEMİ

Turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Turizm çeşitleri yönünden önemli bir güce sahip olan ülkemiz, coğrafik ve iklim özellikleri itibarı ile turizm çeşitlerini turistlere en iyi şekilde sunabilmektedir. Türkiye’de turizm sezonunun üç veya 4 ay ile sınırlı kalmaması turizmin önemini bir kat daha arttırmış ve faaliyetler çeşitlenerek turistlerin ilgisi daha fazla çekilmeye çalışılmıştır.

Turizm sektörünün önemli bir sektör konumunda olmasının nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Hizmet Sektörü Olması,
- İstihdam Sağlaması,
- Çeşitli Ülkelerden Gelen İnsanların Tanışması-Kültür Etkileşiminin Sağlanması-,
- Ülkelerin Gelişimine Katkıda Bulunması ve benzeri şekilde sıralayabiliriz.

3. OTEL İŞLETMECİLİĞİ

Günümüzde insanların sosyal ve ekonomik statülerindeki iyileşmeler, turizm ve ulaştırma sektöründeki gelişmeler ile modern konaklama imkânlarının artması insanların turizm faaliyetlerine katılmalarına imkân vermektedir (Şener, 2001:1).

Turizm faaliyetleri içerisinde en önemli unsurlardan birisini otel işletmeleri oluşturmaktadır. Çünkü oteller buldukları ülkelerin ekonomik, kültürel, sosyal vb. yapılarının gelişmesinde çeşitli imkânlar sağlamaktadır.

Otelin tanımlanması ile ilgili olarak çok sayıda yaklaşım vardır. Yapılan çeşitli tanımlar içerisinde genel kabul gören yaklaşım, otellerin konaklama ve yeme-içme gibi ihtiyaçları karşılayan birimler olduklarıdır (Denizer ve Tetik, 1995:2). Turizmin

yapı taşıını oluşturan otel işletmelerinin kendine özgü bir takım özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Batman, 1999:13);

- Otel işletmeleri zaman satar,
- İnsan gücüne dayanır,
- Dinamiktir,
- Risk faktörü yüksektir
- Sürekli hizmet veren işletmelerdir

Otel işletmeleri değişik ölçütler kullanılarak değişik şekillerde sınıflandırılabilir. Ancak Türkiye’de otel işletmeleri; belediye ve özel belgeli işletmeler, beş yıldızlı, dört yıldızlı, üç yıldızlı, iki yıldızlı ve bir yıldızlı olmak üzere sınıflandırılmaktadır (Öztekin ve İlhan, 1994:15).

3.1. Otel İşletmelerinde Maliyet ve Gelirler

Otelcilik sektöründe ‘Etkinlik’ ve ‘Verimlilik’ kavramları, günümüz koşullarında önemini arttırmış bulunmaktadır. Bu iki kavram işletmelerin maliyet ve gelirleri ile yakından ilişkili olduğu için işletmeler etkin olabilmek ve verimlilik sağlayabilmek için ilk olarak maliyet ve gelirlerini iyi kontrol etmek zorundadırlar.

Otel işletmeleri artan rekabet koşullarında ayakta kalabilmek için maliyetlerini minimum düzeyde tutmak, gelirlerini ise maksimum düzeye çıkarmak zorundadır. Bu nedenle işletmelerin maliyet ve gelirlere konu olan tüm unsurları göz önüne almaları gerekmektedir.

En geniş anlamıyla maliyet; bir amaca ulaşmak, bir nesneye sahip olabilmek için katlanılan fedakârlıkların tümüdür (Yılmaz, 2005:26). Otel işletmelerinde maliyetlerin sınıflandırılması şu şekilde yapılmaktadır (Akdoğan, 1998:21):

- Çeşitlere Göre Maliyetler: İlk madde ve malzeme giderleri, memur ücret ve giderleri, elektrik ve haberleşme giderleri, amortisman ve finansman giderleri vb.,
- İşletme Fonksiyonlarına Göre Maliyetler: Tedarik giderleri, üretim giderleri, pazarlama satış ve dağıtım giderleri, genel yönetim giderleri vb.,
- Ürünler Yüklenilmesine Göre Maliyetler: Direkt giderler, indirekt giderler,
- Faaliyet Hacmiyle İlişkilerine Göre Maliyetler: Sabit giderler, değişken giderler ve karma giderler,
- Fiili Olup Olmamasına Göre Maliyetler: Fiili giderler ve standart giderler,

Otel işletmelerinde gelire konu olan iki temel unsur vardır. Bunlar;

- Oda gelirleri,
- Yiyecek-içecek gelirleri,
- Diğer gelirlerdir.

İşletmelerin diğer işletmelerle rekabet edebilmeleri ve ayakta kalabilmeleri için bu iki unsuru en iyi şekilde kontrol altında tutmaları gerekmektedir.

Gelir kontrolündeki en temel amaç; oda ve yiyecek-içecek gelirlerinin satışlarının eksiksiz bir şekilde tahsil edilip edilmediğini ve satış kayıtlarının düzenli bir şekilde tutulup tutulmadığını belirlemeye yönelik çabadır (Aktaş, 1995:231).

Maliyet kontrolünde asıl amaç ise; işletmenin kazanç elde edici faaliyet göstermesini sağlayacak biçimde tüm alanlarda maliyetler üzerinde yönetici bir güç uygulayarak aşırı yiyecek, içecek ve işgücü maliyetlerini ortadan kaldırmaktır (Dittmer ve Griffin, 1999:32).

3.2. Otelcilik Sektöründe Rekabet

Turizmde faaliyet gösteren işletmelerin ülke ekonomisindeki rollerinin giderek artması ve turizm sektörünün işletmelere yüksek kâr marjı elde etme imkânı sağlaması, günümüzde otel işletme sayılarının büyük ölçüde artmasına yol açmış ve rekabet ortamının oluşmasına neden olmuştur.

En genel anlamıyla rekabet; aynı alıcıya mal ve hizmet satmak isteyenler arasındaki mücadeleye denir (Bingöl, 2005:336). Diğer işletmelere karşı rekabet edebilmek için en temel koşul, fiyatlandırma politikaları oluşturabilir. Çünkü işletme fiyatlarını, rakiplerle aynı, ya da rakip fiyatlarla orantılı olarak ayarlar (Akmel, 1994:130).

Bu nedenlerden dolayı, işletme maliyetlerini en düşük düzeyde tutup, fiyatlarını aynı sektörde faaliyet gösteren diğer işletmelere göre ayarlamalıdır.

4. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada araştırma yöntemi tarama yöntemidir. Veri toplama yöntemi ise ankettir. Anket çalışması, Marmaris ilçesinde faaliyette bulunan otel işletmelerinde yapılmıştır. Marmaris ilçesinin tüm köy ve beldelerinde toplam 740 adet otel işletmesi bulunmaktadır. Bu çalışmayı gerçekleştirmek amacıyla rasgele yöntemle ve %5 hata payı ile 165 otel işletmesine yüz yüze anket uygulanmış ve bunların hepsinden yanıt alınmıştır.

Rastgele örneklemede, ana kütledeki bütün elemanlara eşit seçilme şansı verilmekte olup, bireyler ön yargısız tamamıyla bir rastlantı sonucu örneğe alınmaktadır (Gavcar, 2006:5).

Ankette toplam 16 soru sorulmuş olup, 15 soru kapalı uçlu olup, bir soru da açık uçludur. Anketleri değerlendirmek için frekans dağılımı ki-kare testi ve t testi yöntemlerinden yararlanılmıştır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan analizler sonucunda elde edilen bazı frekans tabloları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Otel İşletmelerinin Fiziksel Yapıları

Kategori	Sayı	Yüzde (%)
5 Yıldızlı	9	5.5
4 Yıldızlı	23	13.9
3 Yıldızlı	47	28.5
Diğer (Belediye ve özel işletmeli oteller)	86	52.1
Toplam	165	
Departman Sayısı		
1-3	86	52.1
4-6	52	31.5
7-9	20	12.1
10 ve üzeri	7	4.2
Toplam	165	100

Tablo 1, otel işletmelerinin hangi kategoriye girdiklerini ve departman sayılarını belirtmektedir. Ankete katılan işletmelerin %5.5'i 5 yıldızlı, %13.9'u 4 yıldızlı, %28.5'i 3 yıldızlı ve %52.1'ini diğer otel işletmeleri oluşturmaktadır. Otel işletmelerinin %52.1'i 1-3 arası, %31.5'i 4-6 arası, %12.1'i 7-9 arası ve %4.2'si 10 ve üzeri departmana sahiptir.

Tablo 2: Otel İşletmelerinin Faaliyet Süreleri ve Çalışan Sayıları

Faaliyet Süresi	Sayı	Yüzde
1-5 Yıl	49	29.7
6-10 Yıl	50	30.3
11-15 Yıl	36	21.8
16 ve Üzeri Yıl	30	18.2
Çalışan sayısı		
10 ve Altı	95	57.6
11-50	52	31.5
51-100	11	6.7
101-200	7	4.2
Toplam	165	100

Tablo 2'de görüldüğü gibi, Ankete katılan otel işletmelerinin, %29.7'si 1-5 yıl, %30.3'ü 6-10 yıl, %21.8'i 11-15 yıl ve %18.2'si 16 ve üzeri yıldan beri faaliyetini sürdürmektedir. Ayrıca işletmelerin %57.6'sı 10 ve altı, %31.5'i 11-50, %6.7'si 51-100 ve %4.2'si 101-200 arası personel çalıştırmaktadır.

Tablo 3: Muhasebe Departmanının, Diğer Departmanlardan Bağımsız Faaliyet Gösterip Göstermediğinin Belirlenmesi

Bağımsız Faaliyet	Sayı	Yüzde
Evet	79	47.9
Hayır	86	52.1
Toplam	165	100

Tablo 3’de görüldüğü gibi, Ankete katılan otel işletmelerinin %47.9’unun muhasebe departmanı bağımsız faaliyette bulunmakta olup, %52.1’i bağımsız faaliyette bulunmamaktadır.

Tablo 4: Maliyet Kalemlerinin En Fazla Hangi Unsurlardan Oluştuğunun Belirlenmesi

Maliyet Kalemleri	Sayı	Yüzde
İşçilik Giderleri	92	55.8
Oda-Y/İ-İşçilik Giderleri	45	27.2
Oda-Y/İ-İşçilik-Faaliyet Giderleri	28	17
Toplam	165	100

Tablo 4’de görüldüğü gibi Ankete katılan otel işletmelerinin %55.8’si sadece işçilik giderlerini, %27.2’si oda-yiyecek/içecek-işçilik giderlerini ve %17’si oda-yiyecek/içecek-işçilik-faaliyet giderlerini en fazla göz önünde bulundurmaktadır.

Tablo 5: İşletmelerin Maliyetlerini, Sektördeki Diğer İşletmeler İle Karşılaştırma Durumu

Karşılaştırma Durumu	Sayı	Yüzde
Evet	79	47.9
Hayır	86	52.1
Toplam	165	100
Diğer. İşletmelere Göre Maliyet Durumu		
Her Zaman Düşük	6	7.59
Her Zaman Yüksek	1	1.26
Zaman Zaman Farklı	49	62.02
Maliyetler Aynı	23	29.13
Toplam	79	100

Tablo 5’de görüldüğü gibi, ankete katılan otel işletmelerinin %47.9’u maliyetlerini karşılaştırmakta, %52.1’i ise maliyetlerini karşılaştırmamaktadır. Maliyetlerini karşılaştıran işletmelerin %7.59’u maliyetlerinin her zaman düşük, %1.26’sı her zaman yüksek, %62.02’si zaman zaman farklılık olduğunu ve %29.13’ü ise maliyetlerinin diğer işletmelerle aynı olduğunu vurgulamaktadır.

Tablo 6: Satış Gelirlerinin Hangi Unsurlardan Oluştuğunun Belirlenmesi ve İşletmelerin Satış Gelirlerini Diğer İşletmeler ile Karşılaştırma Durumu

Gelir Kalemleri	Sayı	Yüzde
Oda Gelirleri	98	59.4
Oda-Yiyecek/İçecek Gelirleri	36	21.8
Oda-Yiy/İçe-Çeşitli Hizmet Gel.	31	18.8
Karşılaştırma Durumu		
Evet	62	37.6
Hayır	103	62.4
Toplam	165	100

Tablo 6’da görüldüğü gibi, Ankete katılan otel işletmelerinin satış gelirlerinin %59.4’ünü oda gelirleri, %21.8’ini oda-yiyecek/içecek gelirleri ve %18.8’ini oda-yiyecek/içecek-çeşitli hizmet gelirleri oluşturmaktadır. Ayrıca ankete katılan işletmelerin %37.6’sı gelirlerini diğer işletmeler ile karşılaştırmakta, %62.4’ü gelirlerini karşılaştırmamaktadır.

Tablo 7: Otel İşletmelerinin Rekabet Edememe Nedenlerinin Belirlenmesi

Rekabet Edememe Nedeni	Sayı	Yüzde
Bağımsız Hizmet Yerleri	1	6
Kalitesiz Müşteri-Haksız Rekabet	25	15.2
Haksız Rekabet- Bağımsız Yer	23	13.9
Kalitesiz Müşteri-Bağımsız Yer	20	12.1
Kalitesiz Müşteri-Haksız Rekabet- Bağımsız Yer	96	58.2
Toplam	165	100

Tablo 7’de görüldüğü gibi, Otel işletmelerinin rekabet edememe nedenleri, kalitesiz müşteri, haksız rekabet ortamının var oluşu, bağımsız hizmet yerlerinin sayılarının fazla oluşudur.

Tablo 8: Otel İşletmelerinin Rekabet Edebilme Koşullarının Belirlenmesi

Rekabet Koşulları	Sayı	Yüzde
Maliyet Düşüşü-Sat.Art-Hizmet Kalitesi-Reklam Harcaması	28	17.0
Maliyet Düşüşü-Sat.Art-Hizmet Kalitesi	42	25.4
Mal Düş-Sat.Artışı	95	57.6
Toplam	165	100

Tablo 8’de görüldüğü gibi, Otel işletmeleri, maliyetlerini düşürerek, hizmet kalitesini arttırarak, hedef kitleye ulaşarak satışlarını arttırmak için tutundurma araçlarından olan reklâma uygun bütçeyi ayırarak sektördeki diğer işletmelerle rekabet edebilmektedirler.

Tablo 9: Ki-Kare Testi Analizi Sonuçları

Sorular	Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Anlam Düzeyi
Yıldız Sayısı-Maliyet Karşılaştırma	165.000	3	0.00*
Yıldız Sayısı-Gelirlerin Karşılaştırılması	118.739	3	0.00*
Yıldız Sayısı-Satış ve Maliyet Durumu	127.352	12	0.00*
Yıldız Sayısı-Maliyet Kalemleri	269.833	6	0.00*
Yıldız Sayısı-Gelir Kalemleri	264.522	6	0.00*
Yıldız Sayısı-Maliyet Durumu	11.603	6	0.071
Yıldız Sayısı-Satış Durumu	78.661	6	0.00*
Faaliyet Süresi-Maliyet Karşılaştırma	4.322	3	0.229
Faaliyet Süresi-Gelir Karşılaştırma	2.514	3	0.473
Faaliyet Süresi-Satış ve Maliyetlerin Durumu	21.150	12	0.047*

(*)P<0.05

H₀: Bir faktör diğerine bağlı değildir.

H₁: Bir faktör diğerine bağlıdır.

Maliyet karşılaştırma, gelir karşılaştırma, satış ve maliyetlerin durumu, en önemli maliyet ve gelir kalemleri, işletmelerin satış durumları yıldız sayısına bağlı olarak değişmektedir.

Ayrıca satış ve maliyetlerin durumu da faaliyet süresine bağlıdır.

Tablo 10: İşletmelerin Sahip Olduğu Yıldız Sayılarına Göre Varyans Analizi Sonuçları

Veriler	F	Anlam Değeri
Departman Sayısı	1100.532	0.000*
Çalışan Sayısı	337.489	0.000*
Satışlar ve Maliyetlerin Durumu	3.755	0.012*

(*)P<0.05

Tablo 10'a göre işletmelerin sahip oldukları yıldız sayıları ile departman sayıları, çalışan sayıları ve satışların-maliyetlerin durumu arasında fark vardır.

Tablo 11: İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Varyans Analizi

Veriler	F	Anlam Değeri
Departman Sayısı	0.914	0.436
Çalışan Sayısı	1.882	0.135
Satışların ve Maliyetlerin Durumu	1.880	0.135

(*)P<0.05

Tablo 11'e göre işletmelerin faaliyet süreleri ile yıldız sayıları, çalışana sayıları ve satışların-maliyetlerin durumu arasında fark yoktur.

6. SONUÇ

Günümüzde teknolojinin, iletişim ve ulaşım imkânlarının artması sonucunda Türkiye’de turizm sektörü önemli ölçüde gelişim göstermiştir. Buna rağmen müşteri ilişkileri, servis kalitesi, ulaşım konuları en çok şikâyet edilen konular arasında yer almaktadır. Bazı zamanlarda rezervasyon boşluğunun düşük fiyatla kapatılması eğilimi şikâyetlerin artmasına neden olmaktadır.

Otel işletmelerinde %55.8’lik yani anket uygulanan 165 işletmeden 92’sinde maliyet kalemleri en fazla işçilik giderlerinden oluşmaktadır. İşletmelerin maliyetlerini diğer rakip işletmelerle karşılaştırma ve karşılaştırmama durumları yaklaşık olarak yarı yarıyadır. Ayrıca maliyetler çoğunluğun verdiği yanıtla göre zaman zaman farklılık göstermektedir. Yani başka bir deyişle, zaman zaman yüksek zaman zaman düşüktür.

Maliyetleri ve satışları rakiplerle karşılaştırmanın avantajı, işletmenin içinde yer aldığı sektördeki konumu açısından önem arz eder. Ankete katılan işletmelerin maliyetleri karşılaştırma ve karşılaştırmama durumlarına verdikleri yanıtlar yarı yarıya iken satışları karşılaştırma durumuna verdikleri yanıt %37.6 yani 165 işletmeden 62’si satışlarını rakipleri ile kıyas ederken, %62.4’ü yani 103 işletme satışlarını rakipleri ile karşılaştırmamaktadır.

Otellerin buldukları yörelerde ve özellikle çevrelerinde bağımsız işyerlerinin artış göstermesi oteller açısından dezavantaj yaratmakta ayrıca bazı otellerin yukarıda da söylenildiği gibi rezervasyon boşluğunu doldurmak için kalitesiz müşteriye kabul etmesi işletmenin bir dönem için satışlarını arttırırken maliyetlerini minimum düzeye indirmiş gibi gözükse de aslında bu bir süreç olduğu için zaman içersinde satışlarda düşüş, maliyetlerde yükseliş gözükmekte ve rekabet gücü zayıflamaktadır.

Turizm sektörünün gelecekte beklenenleri arasında en önemlileri KDV oranlarının rekabet edilen ülkelerdeki KDV oranlarına indirilmesi, en çok turist gönderilen ülkelerin tur operatörleri ile ilişkiler kurulması, diğer maliyetleri biraz daha fazla düşürerek tanıtıma daha fazla bütçe ayrılması, çalışanlara daha iyi eğitim vererek ‘Satış sonrası hizmet anlayışının yerleşmesi’ yer almaktadır.

Tabii ki sonuç olarak bunların hepsinin altında yatan ana amaç satışları arttırıp, maliyetleri mümkün olan düzeye kaliteden ödün vermeden indirerek rekabet edebilmektir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, Nalan (1998), *Maliyet Muhasebesi Uygulamaları*, 4. Baskı, Cem Web Ofset Ltd. Şti., Ankara.
- Akmel, Jale (1994), *Turizm İşletmelerinde Pazarlama Yönetimi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O. Yayınları, İstanbul.
- Aktaş, A. (1995), *Yiyecek ve İçecek Yönetimi*, Livane Matbaası, Antalya.
- Batman O. (1998), *Otel İşletmelerinin Yönetimi*, Değişim Yayınları, Adapazarı.

- Bingöl R. (2005), *Restoran İşletmeciliği*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Denizer, D. ve N. Tetik (1995), *Otel İşletmeciliği*, Anatolia Yayıncılık, Ankara.
- Dittmer, R. P. ve G. G. Griffin (1999), *Principles of Food, Beverage and Labor Cost Controls*, 6. Basım, John Willey and Sons, New York.
- Gavcar, E. (2006), *İstatistik Yöntemler 1*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Köroğlu, Çağrı (2007), *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Kontrolü ve Muhasebeleştirilmesi*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Muğla
- Öztekin, H. ve İ. İlhan (1994), “Konaklama Endüstrisi ve Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması”, *Anatolia Dergisi*, ss. 3-15.
- Şener, B. (2001), *Konaklama İşletmelerinde Ön Büro Yönetimi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, Y. (2005), *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Maliyet Kontrolü*, Detay Yayıncılık, Ankara.