

# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2023, 7(1): 179-199.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1203](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1203)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Otel İşletmelerinde Gelir Yönetimi: Türkiye’de Yapılan Çalışmaların İncelenmesi

Dr. Öğr. Üyesi H. Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN, Özyeğın Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, İstanbul, e-posta: [hksanlioz@gmail.com](mailto:hksanlioz@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5865-7553>

#### Öz

Otel endüstrisinde gelir yönetimi (GY); otel odalarının çeşitli müşteri gruplarına belirli koşullarda farklı fiyat düzeylerinde satılması olarak uygulanan temel ve stratejik bir pazarlama ve yönetim yaklaşımıdır. Çeşitli koşullara göre yapılan doluluk ve fiyatlandırma düzenlemeleri, internetin gelişmesiyle çoğalan ve çeşitlenen satış kanalları, GY yaklaşımının içeriğinin son yıllarda genişlemesini ve zenginleşmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler bağlamında bu çalışmanın amacı, son yıllarda dünyada önem kazanan bir akademik araştırma alanı olarak otel işletmelerinde GY konusuyla ilgili Türkiye’de gerçekleştirilen akademik çalışmaları inceleyerek bir durum analizi yapmak ve gelecek çalışmalar için dikkate alınabilecek önerileri derlemektir. Çalışma kapsamında, Türkiye merkezli olarak yapılan tezler ve araştırma makaleleri incelenmiştir. İlk tezin 1998 yılında yazılması ve ilk akademik makalenin 2000 yılında yayınlanmasından sonra, bu alanda gerçekleştirilen 18 akademik tez ve 23 makale tespit edilmiştir. Bu eserler üzerinde gerçekleştirilen sistematik literatür analizi sonucunda nicel çalışmaların yoğunluğu, 2020-2022 dönemindeki çalışmaların artış gösterdiği ve dünyadaki eğilimler doğrultusunda gerçekleştirildiği raporlanmıştır. Bununla beraber, Türkiye’nin turizm potansiyeli ve otel kapasitesi dikkate alındığında otellerde GY konulu araştırmalarının artırılması gerektiği ortaya koyulmuştur. Ayrıca otellerde GY, güncel, küresel ve teknolojik eğilimler bağlamında gelişen ve gelecekteki akademik araştırmalar için potansiyeli olan bir alan olarak değerlendirilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Getiri Yönetimi, Otel Endüstrisi, Otel İşletmeciliği, Türkiye.

**Makale Gönderme Tarihi:** 19.12.2022

**Makale Kabul Tarihi:** 08.03.2023

#### Önerilen Atf:

Şanlıöz Özgen, H. K. (2023). Otel İşletmelerinde Gelir Yönetimi: Türkiye’de Yapılan Çalışmaların İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1): 179-199.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



## Journal of Turkish Tourism Research

2023, 7(1): 179-199.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1203](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1203)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



### RESEARCH PAPER

## Revenue Management in Hotels: Analysis of Research in Türkiye

Assistant Prof. Dr. H. Kader ŞANLIÖZ ÖZGEN, Özyeğin University, School of Applied Sciences, İstanbul, e-mail: [hksanlioz@gmail.com](mailto:hksanlioz@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5865-7553>

### Abstract

Revenue management in hotel businesses is a fundamental and strategic marketing and management approach focusing on selling hotel rooms to various customer groups with differential prices under certain circumstances. The most frequent application in the industry is to arrange different levels of occupancies and prices according to the seasonal conditions. However, with the development and diversification of sales and distribution channels based on internet technologies, this approach has gained a wider and richer spectrum. In line with this emerging situation, the aim of this study addresses at analysing research on revenue management in hotel businesses in Türkiye and offering recommendations for future research as a result of situational analysis. The study includes the analysis of graduate dissertations and papers completed in Türkiye. From the years 1998 of the first dissertation and 2000 of the first academic paper, the academic works with revenue management in hotels, the study reports that 18 dissertations and 23 academic papers were published. The systematic literature analysis of those publications reveals the dominance of quantitative studies and increasing trend in the period of years between 2020-2022 with a focus on current trends in the world. The study also underlines the necessity to increase hotel-related revenue management research in the country as per its tourism potential and hotel capacity. In addition, this topic is presented as an emerging field to inspire future studies in line with the recent global trends and technological advances.

**Keywords:** Yield Management, Hotel Industry, Hotel Management, Türkiye.

**Received:** 19.12.2022

**Accepted:** 08.03.2023

### Suggested Citation:

Şanlıöz Özgen, H. K. (2023). Revenue Management in Hotels: Analysis of Research in Türkiye, *Journal of Turkish Tourism Research*, 7(1): 179-199.

© 2023 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

## GİRİŞ

Havayolu işletmelerinde 1970'li yılların sonunda uygulanmaya başlanan ve sonraki 10 yılda sunduğu hizmet bağlamında çok benzediği için otel endüstrisine de yayılan gelir yönetimi (GY) yaklaşımının Türkiye'de oteller odaklı olarak ele alınması da 1990'lı yılların sonundan itibaren gerçekleşmiştir. Dünyada otel endüstrisinde GY odaklı uygulamalar ve akademik çalışmalar, 1980'li yılların sonlarında elektronik otel yönetimi ve rezervasyon sistemlerinin yaygınlaşmasıyla gelişmeye başlamıştır (Kimes, 1989; Kimes, 2003). 2000'li yılların başından itibaren, internet teknolojilerinin yaygınlaşmasına bağlı olarak bu çalışmaların, hem kapsam olarak genişlediği (fiyatlandırma yanında müşterilerin tepkileri, dağıtım kanalları yönetimi konular vb.), hem de yöntemsel olarak çeşitlendiği ve zenginleştiği (analitik yöntemler) görülmektedir (Guillet ve Mohammed, 2015). Bununla beraber GY yaklaşımı, başta pazarlama olmak üzere yönetim ve örgütlenme, örgütsel davranış ve insan kaynakları, tüketici davranışları, psikoloji ve bilişim gibi çok disiplinli çalışmaları gerektiren özgün bir alandır (Kimes, 2003). Ayrıca sektörel uygulama yoğunluğuna bağlı olarak, kuram, eğitim ve uygulamalar kapsamında akademi ve sektörün ortaklaşa çalışmaları yürütebileceği pratiğe dayalı bir araştırma alanıdır (Koupriouchina ve van der Rest, 2011).

Dünyada 1990'lı yılların sonundan itibaren her geçen yıl artan ivme ile sayıları yükselen, çeşitlenen ve yaygınlaşan GY odaklı akademik çalışmalar yapma yönelimi, Türkiye'ye de kısa zamanda ulaşmış ancak daha yavaş seyirde akademik çalışmalarda yer bulmuştur. Türkiye'de GY alanında yapılan ilk akademik çalışma Rüçhan Kayaman'a aittir. Kayaman, Hacettepe Üniversitesi'nde 1998 yılında tamamladığı yüksek lisans tezindeki çalışmasını, takip eden yıllarda Turizm Akademik'te ulusal makale olarak yayınlamıştır ve bu makale GY alanındaki ilk akademik çalışma olarak kaydedilmiştir (Emeksiz, 2000). İlerleyen yıllarda Türkiye'de akademik tezler ve dergi makaleleri olarak otel işletmelerinde GY odaklı araştırmalar yayınlanmaya devam etmiştir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) verilerine göre Türkiye uluslararası turist girişlerinde dünyadaki ilk 10 ülke arasında yer almaktadır; COVID-19 pandemisini takip eden 2021 yılında ise Avrupa'da üçüncü ve dünyada ise dördüncü ülke haline gelerek konumunu yükseltmiştir (BMDTÖ, 2023). Türkiye'nin GY açısından dikkate alınması gereken diğer verileri Tablo 1'de verilmektedir. 2021 yılı verileri hemen COVID-19 dönemi sonrasına ait olduğu için, tutarlı bir yorumlama yapabilmek adına, 2019 yılı verileri de dikkate alınmıştır.

**Tablo 1.** Türkiye'nin 2019 ve 2021 Yılı Turizm Performansı

Gösterge	Dünya		Avrupa		Türkiye		İspanya	
	2019	2021	2019	2021	2019	2021	2019	2021
Uluslararası turist sayısı (girişler)	1,5 milyar	455 milyon	745 milyon	305 milyon	51 milyon Dünyada 6., Avrupa'da 4.	30 milyon Dünyada 4., Avrupa'da 3.	84 milyon Dünyada ve Avrupa'da 2.	31 milyon Dünyada 3., Avrupa'da 2.
Kişi başı gelir (ABD doları)	1019	784	1401	1072	670 Dünyada ilk 50 ülke arasında değil, Avrupa'da 25.	890 Dünyada ilk 50 ülke arasında değil, Avrupa'da 24.	954 Dünyada ilk 50 ülke arasında değil, Avrupa'da 14.	1108 Dünyada ilk 50 ülke arasında değil, Avrupa'da 17.
Konaklama kapasitesi (yatak)	Veri yok				1,5 milyon Dünyada 7., Avrupa'da 3.	1,6 milyon Dünyada 4., Avrupa'da 3.	2 milyon Dünyada 5., Avrupa'da 2.	2 milyon Dünyada 3., Avrupa'da 2.
Yatak doluluk oranı	Veri yok				% 53 Dünyada 25., Avrupa'da 3.	% 40 Dünyada 8., Avrupa'da 3.	% 60 Dünyada 16., Avrupa'da 2.	% 43 Dünyada 5., Avrupa'da 1.

**Kaynak:** BMDTÖ (2023).

Tablo 1'deki verilerde görüldüğü üzere Türkiye, turist girişleri ve konaklama kapasitesinde, İspanya ile birlikte Avrupa ve dünyada lider ülkeler arasında yer alırken, bu hacme karşılık karlılığı arttıracak kişi başı gelir ve doluluk oranı düzeylerinde aynı başarıyı gösterememektedir. Bu konuda Dünya ve Avrupa ortalamalarının altında seyreden durumunu öncelikle en yakın rakiplerinden biri olan İspanya düzeyine çıkarma ve daha sonra Avrupa ve dünya ortalamalarına yaklaştırmaya yönelik çabalarında etkili olacak yollardan biri de oda kapasitesi yönetimi ve fiyatlandırma odaklı GY anlayışının gelişmesidir.

GY odaklı çalışmalar ve Türkiye'nin turizm potansiyeli doğrultusunda bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde GY konusuyla ilgili Türkiye'de gerçekleştirilen akademik çalışmaları inceleyerek bir durum analizi yapmak ve bu analizden yola çıkarak gelecek çalışmalar için dikkate alınabilecek önerileri derlemek olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle YÖK Tez Merkezi, TR Dizin ve Google Scholar üzerinde taramalar sonucu erişilebilen akademik tezler ve makaleler sistematik literatür analizi ile konu, yöntem ve kapsamına göre incelenmiş ve durum analizi yapılmıştır. Mevcut çalışmalar üzerinde yapılan bu analizi takiben, uluslararası literatürde yer alan GY odaklı akademik çalışmalar bağlamında, gelecek araştırmalarda dikkate alınabilecek konular derlenmiştir.

## **LİTERATÜR İNCELEMESİ**

1970'li yıllarda fiyatlarda serbestleşmenin mümkün olmasıyla birlikte rekabet avantajını yükselterek gelirleri en üst düzeye çıkarma amacıyla ilk olarak hava yolu endüstrisinde uygulanan GY yaklaşımı, bir süre sonra otel endüstrisinde de uygulama alanı bulmuştur. Bu yönelimde iki sektörün; yüksek sabit kapasitesi, talebin dalgalı seyri ve farklı müşteri tiplerine göre bölümlendirilebilmesi, temel ürünün sonradan satış için stoklanamaması ve kullanımdan önce satılması, marjinal üretim maliyetlerinin yüksek ve satış maliyetlerinin düşük olması gibi benzer özellikleri etkili olmuştur (Kimes, 1989). 1980'li yılların sonunda Kuzey Amerika merkezli Marriott, Hilton, Holiday Inn ve Sheraton gibi başlıca uluslararası otel grupları tarafından uygulanan ve ilerleyen yıllarda otel endüstrisinde yaygınlaşan GY yaklaşımı en temel ifadeyle, doğru müşteriye doğru fiyatta doğru odayı sunmak olarak tanımlanmaktadır; odak, aynı otel odalarının farklı müşterilere çeşitli fiyat düzeylerinde satılması ve bu şekilde gelirin, ya da daha doğru bir ifadeyle, satışa hazır oda başı gelirin (RevPAR – Revenue per Available Room) en üst düzeye çıkarılmasıdır (Kimes, 1989; Kimes, 2003).

Oteller, GY konulu araştırmaların en erken yapıldığı alanlardan biridir ve bu çalışmalar otel işletmelerinde GY yaklaşımının gelirleri ortalama yüzde 2-6 oranında arttırdığını raporlamaktadır (Klein, Koch, Steinhardt ve Strauss, 2020). Diğer yandan otel işletmeciliği, turizm endüstrisi kapsamında GY çalışmalarının en yoğun yapıldığı alan olarak GY uygulama ve araştırmalarının uluslararası çapta ileri düzeyde gerçekleştirildiği potansiyeli yüksek bir alandır (Guillet ve Mohammed, 2015; Guillet, 2020). Bu durumun en önemli nedenlerinden biri, GY'nin çok boyutlu yapısıdır. GY; müşteriler başta olmak üzere işletme stratejisi, çalışanlar, rekabet çevresi, teknoloji, hukuki, ekonomik ve sosyo-kültürel çevre unsurlarını kapsayan ve işletme analizi, fiyatlandırma stratejisi, talep modelleme ve tahminleme, kapasite ve fiyat optimizasyonu, rezervasyon denetimleri oluşturma, dağıtım ve kanal yönetimi, performans yönetimi ve değerlendirmeden oluşan çok boyutlu bir yapıda çok sayıda karar olarak uygulamalar gerçekleştirmeyi gerektirmektedir (Guillet ve Chu, 2021). Bununla birlikte otel işletmelerinde GY uygulamalarında, kalış sürelerinin değişkenliği, kapasite üzeri satışların yoğunluğu, çevrim içi dağıtım kanallarının çeşitliliği ve tüm bu unsurların oteller ve kanallar arasındaki rekabeti arttırıcı etkileri gibi otel endüstrisine özgü nitelikler söz konusudur ve bu durum, uygulama ve araştırmaların da çeşitlenmesi sonucunu doğurmaktadır (Klein vd., 2020).

Ayrıca GY'nin internet temelli genişleyen ve boyutları çeşitlenen yapısı, bu alanda kullanılan araç ve yazılımların sayısını da artırarak, bir otel işletmesinde GY'nin gittikçe daha yüksek oranda bilişim yönlü gelişmesini desteklemektedir (Demirciftci ve Belarmino, 2022). Ancak GY'de bilişimin yoğun kullanımına rağmen, yazılımların yüksek fiyatlı olması, uluslararası veya büyük otel grupları dışındaki otel işletmelerinin bu olanaklara erişimini sınırlandırmaktadır (Alrawadie, Alrawadie ve Cetin, 2021).

Geleneksel olarak otel endüstrisinde yapılan ilk uygulama ve çalışmalar; değişen koşullarda uygulanacak en iyi fiyatı ifade eden fiyatlandırma ve satışa sunulacak çeşitli oda tipleri ve sayılarını ifade eden oda dökümü (envanter-kapasite) yönetimi olmak üzere birbirine bağlı iki temel bileşen odağında gerçekleştirilmiştir (Kimes, 1989). Bu dönemi takip eden ilk 10 yıllık süreçte yapılan çalışmaların üç ana grupta toplandığı görülmektedir: Betimleyici (GY yaklaşımının çeşitli sektörlerde uygulanması), fiyat denetimleri (çeşitli müşteri bölümlerine göre en iyi fiyatları sunma stratejileri) ve oda dökümü (müşteri girişleri ve rezervasyon kalıpları, kalış süreleri, rezervasyon yapma zamanları vb.) denetimleridir (Kimes, 2003). Guillet (2020) de GY odaklı çalışmalarda benzer bir eğilim ve evrime işaret etmekte; 1983-2018 yılları arasındaki dönemde yapılan çalışmaları beş aşamada tartışmaktadır. Buna göre öncelikle havayolu endüstrisinden otel endüstrisine geçiş, uygulama ve çerçeve oluşturma odaklı başlayan çalışmalar ilerleyen yıllarda otellerden başka restoran, golf ve SPA gibi gelir getirici diğer hizmetlere doğru genişlerken, fiyatlandırma, talep tahmini, performans değerlendirme, müşteri ilişkileri ve davranışları gibi boyutların birbiriyle ilişkilendirildiği araştırmalara doğru çeşitlenmiştir (Guillet, 2020). Günümüzde örgüt kültürü, zamana göre değişen ve kapasite yönetimi tekniklerine dayanan dinamik fiyatlandırma, kişiselleştirilmiş fiyatlandırma ve dağıtım kanalları yönetimi, GY ile ilgili verimli araştırma konuları olarak değerlendirilmektedir (Viglia ve Abrate, 2020). Benzer şekilde, fiyatlandırma stratejileri, talep modelleme ve tahminleme, işletme analizi, performans analizi ve değerlendirme, kapasite ve fiyat optimizasyonu, rezervasyon denetimleri oluşturma ve çevrim içi kanallara odaklanan dağıtım kanalları yönetimi gibi GY'nin operasyonel ve taktiksel yönlerine odaklanan çalışmaların da özellikle son 10 yılda ağırlık kazandığı görülmektedir (Binesh, Belarmino ve Raab, 2021).

Diğer yandan internet teknolojilerinin gelişimiyle geleneksel GY uygulamaları çeşitlenmiş, doğrudan dağıtım kanalları ön plana çıkmış ve dünyanın çeşitli ülkelerinden müşterilerle doğrudan ilişkileri de içeren ve bu ilişkileri çeşitli şekillerde destekleyen yeni dağıtım kanalları gelişmiştir (Kurgun, 2010; Meydan Uygur, 2017). Bu yıllarda, talep tahminleme ve fiyatlandırmanın kazandığı önemle birlikte tahmin modellemeleri, geleneksel olmayan endüstrilerde GY yaklaşımının yaygınlaştırılması, GY ile e-ticaret çalışmalarının bütünleştirilmesi, teknoloji temelli sistemlerin ve örgütsel iş birliğinin önemi, müşteri tercihleri ve fiyat esneklikleri bilgisi üzerine çalışmaların gerekliliği anlaşılmıştır (Koupriouchina ve van der Rest, 2011). 2000'li yıllarda yapılan GY odaklı çalışmaların önemli bir diğer özelliği, daha önceki dönemlerde oda doluluğu üzerinde odaklanan taktiksel yönelimlerden, fiyatlandırmaya odaklanan stratejik yönelimlere doğru değişimdir ve bu değişimde internet teknolojileri sayesinde fiyatların şeffaflaşmasının da etkisi bulunmaktadır (Guillet ve Mohammed 2015). Bu dönemde ayrıca sosyal medya, mobil teknolojiler, çevrim içi kanallar, büyük verinin gelişimi ve teknoloji kullanımlarının artışına bağlı olarak analitik yöntemlerin çeşitlenmesi ve zenginleşmesiyle birlikte çalışmalarda nicel yöntemlerin (%75-79) ağırlıkta olduğu görülmektedir; nitel (%16-22) ve karma (%3-5) yöntemlerin oranı ise daha düşüktür (Demirciftci, Chen ve Erdem, 2020; Guillet ve Mohammed, 2015).

GY alanındaki bu kapsamlı ve karmaşık çalışmalar, bu alandaki gelişmelerin evrimini de ortaya koymaktadır. Wang, Heo, Schwartz, Legoharel ve Specklin (2015), GY uygulama ve araştırmalarında gerçekleşen bu evrimi sekiz ana başlıkta derlemektedir. Buna göre geliri

yükseltmede maliyetleri de dikkate alan karı ideal düzeye getirme eğilimine ve gelir merkezli bakış açısından sosyal medya başta olmak üzere müşteri davranışlarının izlenebildiği ve GY uygulamalarının buna göre şekillendirilebildiği müşteri-merkezli bakış açısına geçiş olmuştur. Talebin sürüklediği fiyatlandırma yerini, yorum sitelerindeki puanlamalar, müşteri yorumlarına bağlı olarak değerlendirilen itibar ve değer temelli fiyatlandırmaya; müşteri odaklılığın yükselmesiyle kısa vadeli taktiksel yaklaşım yerini uzun vadeli stratejik yaklaşıma bırakmıştır. Odalar üzerinde yoğunlaşan GY, bir otel işletmelerinde verilen tüm hizmetleri kapsar hale gelmiş; dağıtımları yönetme, çevrim içi kanalların dinamik yapısına bağlı kanal yönetimine dönüşmüştür. Talep tahminlemede geçmiş verilerin ötesinde büyük verinin sunduğu olanaklardan yararlanma ve GY birimleri kurarak bu konuda uzman kişiler yetiştirme yerine otel işletmesinde GY kültürünü yaygınlaştırma çabalarının önem kazandığı görülmektedir. GY yaklaşımında görülen bu gelişimler ışığında büyük veri ve teknolojik çözümlerle desteklenen veri toplama yöntemleri uygulanabilmekte, bu verilerin analitik çözümlenmesi sonucu otel işletmelerinde konaklayan müşterilerin işlemleri çok boyutlu olarak incelenerek geleneksel kümeleme tekniklerinin ötesinde müşteri tanımlamaları yapılabilmektedir (Chalupa ve Petricek, 2022). Böylece otel işletmelerinin müşterilerini daha iyi tanıyarak onların gereksinim ve isteklerine yönelik kişiselleştirilmiş sunumlarla deneyimlerin katma değerini yükselterek gelirlerini arttırmalarını destekleyen modeller ve çözümler kullanıma sunulabilmektedir.

Bununla beraber küresel ve ülkesel çapta turizm ve otel işletmeleri üzerinde derin etkiler yaratan COVID-19 pandemisi de GY konusunun önemini altını çizen önemli bir olay olmuştur. Uzun ve kısa vadede özellikle ekonomik, finansal ve operasyonel işleyişle bağlantılı olarak fiyatlandırma ve talep tahminleri konularıyla araştırmalarda öne çıkan GY, pandemi döneminde gelirin arttırılması ve optimal düzeyde tutulmasına yönelik çok sayıda çalışmaya konu edilmiştir (Aksoy, Choi, Dogru, Keiningham, Lorenz, Rubin, ve Tracey, 2022). Her ne kadar yoğun rezervasyon iptalleri ve talepte durgunluk yaşansa da GY, otel işletmeleri için uygulamalarına devam ettikleri bir strateji olarak varlığını korumuş, tüm boyutlarıyla olmasa da özellikle işletme analizi, fiyatlandırma stratejileri, talep modelleme ve tahminleme süreçleri yoğun olarak kullanılmıştır (Guillet ve Chu, 2021).

Tüm bu çalışmalarla birlikte günümüzde GY, otel işletmeciliği bağlamındaki çalışmalarda özellikle 2000'li yıllar sonrası dönemde öne çıkan araştırma konularından biri haline gelmiş; müşteri deneyimi ve sadakati ile fiyatlama temelli finansal çalışmalarla ilgili olarak stratejik yönetim ve pazarlama odaklı bir yaklaşım olarak ele alınmıştır (Ali, Park, Kwon ve Chae, 2019; Köseoğlu, Okumuş, Putra, Yıldız ve Doğan, 2019). Kimes de benzer şekilde (2011; 2017) GY'nin 2000'li yıllarla birlikte kaydettiği internet temelli genişleme, çeşitlenme, karmaşıklaşma süreci bağlamında bir oteldeki tüm hizmetleri kapsayan şekilde toplam GY anlayışının daha stratejik bir konuma yükselmesine; yazılım desteğiyle otomatize olmuş analitiklere dayalı tahminleme ve fiyatlandırmanın artmasına ve mobil, internet, meta arama, otel web sayfası gibi pek çok unsuru içeren kanal yönetiminin yanı sıra pazarlama ve satış süreçleriyle etkileşimin yoğunlaşmasına dikkat çekmektedir.

GY'nin dünyada ve Türkiye'de güncel ve hızla gelişmekte olan bir konu olması, bu alanda çalışacak yetkin bireylerin gerekliliğini ve bu bireyleri yetiştirecek yükseköğretim programlarındaki elzem içerikleri de tartışmaya açmaktadır. Yetkin GY yöneticileri, otel sınıfı ve uluslararası bir otel grubu bünyesinde faaliyet göstermek kadar GY'nin başarılı uygulanmasında da kilit rol oynamaktadırlar (Abad, De la Fuente-Cabrero, González-Serrano ve Talón-Ballester, 2019). Bununla beraber, otel işletmelerinde GY ile yaşanan zorluklar arasında, GY süreçlerini anlayan ve uygulayan nitelikli yönetici ve çalışan eksikliği de yoğun olarak yaşanan bir durum olarak ifade edilmektedir (Demirciftci, Cetin ve Bilgihan, 2017). Çok boyutlu yapısına bağlı olarak kişisel, bölüm içi, örgütsel, sektörel ve örgüt dışı pek çok zorlukla baş etmeyi gerektiren GY, bu

çabaların başarılı olmasını sağlayacak analitik ve sosyal yönleri içeren kişisel, jenerik (matematik, ekonomi, pazarlama vb.), teknik (GY araçları ve sistemleri) ve etik (adil rekabet, müşteri değeri vb.) beceri ve yetkinlikleri gerektirmektedir (Cetin, Demirciftci ve Bilgihan, 2016). Bu bağlamda, otel işletmeciliği alanında tasarlanan yükseköğretim programlarındaki GY içeren dersler kapsamında, doğrudan GY boyutlarıyla ilgili konular yanında stratejik yönetim, risk yönetimi, iletişim ve pazarlama konularının da ele alınması gerektiği raporlanmaktadır (Demirciftci, Belarmino, Chen ve Cetin, 2022).

Yapılan araştırmalarda görüldüğü üzere, GY 1980'li yılların sonundan itibaren otel endüstrisinde gelişmeye başlamış ancak özellikle 2000'li yıllarda internet teknolojilerinin de yayılmasıyla daha karmaşık ve çok boyutlu bir yapıya bürünmüştür. Bu araştırmalarda ortaya koyulduğu üzere, uygulanan analitik yaklaşımlar sayesinde GY yaklaşımı, müşteri deneyimini zenginleştirme ve gelirlere olumlu etkide bulunma sonuçlarını doğurmuştur. Dünyada bu konuda artan ve yoğunlaşan çalışmaların, Türkiye'de de benzer şekilde artan bir önemle gerçekleştirilmesi, ülkenin turizm potansiyeli ve kapasitesinin daha etkin ve etkili kullanımını sağlayarak kişi başı gelirlerin artmasını teşvik edecek bir yönelimdir. Otel işletmelerinin dünyada olduğu gibi Türkiye'de de öncü endüstri olarak GY uygulamalarının ve sonuçlarının ortaya koyulması, bu yaklaşımın turizmin diğer alanlarında da kullanımını yaygınlaştıracaktır. Bu fırsattan yola çıkarak, bu makale de Türkiye'nin bu alandaki akademik çalışmalarının durum ve yönelimini ortaya koyarak, gelişme olanaklarını değerlendirmek üzere gerçekleştirilmiştir.

## YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de gerçekleştirilen GY konulu akademik çalışmaların incelenmesini içeren bir durum analizi yapmak, bu alanda ortaya koyulan çalışmaların yönelimini belirleyerek gelecek çalışmalar için öneriler geliştirmektir. Çalışma kapsamında, Türkiye'de gerçekleştirilen eserler dikkate alınmış ve Xiao ve Watson (2019) tarafından uygulanan sistematik literatür analiz yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntemde, öncelikle araştırma kapsamına alınacak eserleri belirlemek için kullanılacak ölçütler belirlenerek ilgili literatür tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, bu araştırmada ölçüt olarak, yayınlandığı tarihte Türkiye'de herhangi bir üniversite ya da kurumda görevli yazar(lar) tarafından gerçekleştirilmiş olma durumu belirlenmiştir. İkinci ölçüt olarak ise, çevrim içi ulaşılabilirlik dikkate alınmış ve bu nedenle lisansüstü tez çalışmaları ile makaleler şeklinde yayınlanan eserler odak alınmıştır. Bu iki ölçüte uyan eserleri içeren ilgili literatürü derlemek için aşağıdaki sorgular kullanılarak tarama yapılmıştır. GY konulu çalışmaların ilk çalışmalardan itibaren gelişimi incelendiğinden herhangi bir yıl kısıtı uygulanmamıştır:

- Google Scholar üzerinde:
  - “revenue management” AND “Turkey” AND “hotel” OR “hospitality” OR “accommodation”,
  - “yield management” AND “Turkey” AND “hotel” OR “hospitality” OR “accommodation”,
  - “gelir yönetimi” AND “otel” OR “konaklama” – sadece Türkçe sayfalar,
  - “getiri yönetimi” AND “otel” OR “konaklama” – sadece Türkçe sayfalar.
- TR Dizin üzerinde:
  - “gelir yönetimi” VEYA “getiri yönetimi” VE “otel” VEYA “konaklama”,

- “revenue management” VEYA “yield management” VE “hotel” VEYA “hospitality” VEYA “accommodation”.
- YÖK Ulusal Tez Merkezi üzerinde: Turizm ve işletme konulu olanlarda başlığında “gelir yönetimi” VEYA “getiri yönetimi”, kapsamı otel veya konaklama işletmeleri olan tezler.

Bu sorgularla ulaşılan eserler, bir sonraki aşama olan araştırma kapsamına alınacak olanları belirlemek için başlık, anahtar sözcük ve öz kısımları okunarak gözden geçirilmiştir. Bu süreçte başlığı gelir ya da getiri yönetimi olan ve otel işletmeleri odaklı gerçekleştirilmiş olan çalışmalar analize hazırlamak üzere derlenmiştir. Anahtar sözcüklerinde gelir ya da getiri yönetimi kavramları olan ancak GY'nin fiyatlandırma, talep tahmini, müşteri profillemesi, dağıtım kanalları gibi tek bir boyutuna yoğunlaşan çalışmalar, bu araştırmanın GY konusunu bütüncül ele alan eserlere odaklanan amacı doğrultusunda kapsam dışında bırakılmıştır. Çünkü GY, bir otel işletmesinde tüm birimleri kapsayan bir yapıda bütüncül olarak uygulandığında stratejik kararlara katkıda bulunabilmektedir (Cox, 2018). Son olarak, seçilen makaleler kalite ve araştırma amacına uygunlukları bağlamında yöntem ve bulgular metinlerinin okunması ile tekrar detaylı gözden geçirilmiştir. Bu aşamada ilgili yayınlar öncelikle gruplandırılmıştır. Ulusal ve uluslararası yayın ayrımı üç kategoride yapılmıştır:

- Yurt içi akademik veri tabanlarında erişilen dergilerde Türkçe dilinde yayınlanan çalışmalar, ulusal yayın,
- Yurt içi akademik veri tabanlarında erişilen İngilizce dilinde yayınlanan çalışmalar, Türkiye adresli uluslararası yayın,
- Yurt dışı akademik veri tabanlarında erişilen İngilizce dilinde yayınlanan çalışmalar, uluslararası yayın,

olarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma sonrasında sistematik literatür analiz yöntemlerinden belirli bir konuya odaklanan betimleyici literatür analizi yöntemi ve bu kapsamda da incelenen her bir örnekten belirli alanların üzerinde yoğunlaşan ve bu nedenle daha titiz bir inceleme yapılmasını sağlayan metinsel anlatı sentezi (Xiao ve Watson, 2019: 95) tekniği uygulanmıştır. Bu doğrultuda, seçilen makalelerde yöntem ve bulgular kısımları detaylı olarak incelenerek Türkiye’de akademik alanda GY konusunun ele alınmasıyla ilgili gelişimsel ve sistematik bir yaklaşım ortaya koyulmuştur.

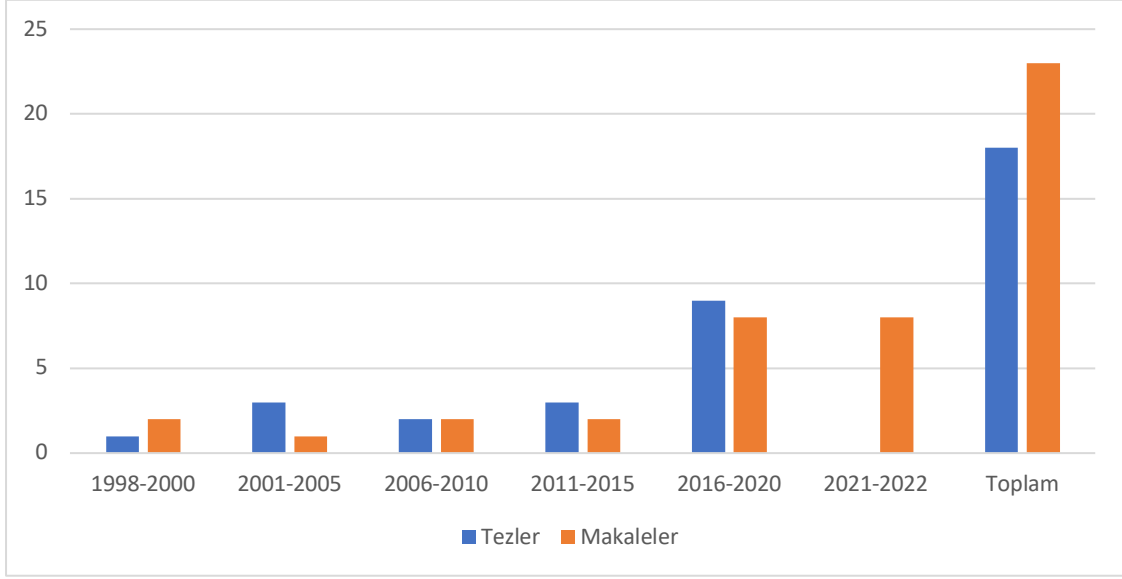
## **BULGULAR**

Araştırma kapsamında incelenen toplam 41 akademik çalışmayla ilgili bilgiler tablolara dönüştürülerek analiz ve yorumlama sürecine alınmıştır (bakınız Ek 1 ve Ek 2). Analiz sürecinde öncelikle tez ve makale çalışmalarının yıllar içerisinde sayısal gelişimi incelenmiştir. Şekil 1 ilk tez çalışmasının yayınlandığı 1998 yılından itibaren araştırma sürecinde tespit edilen 2022 yılında yayınlanan son makale çalışmasına kadar olan toplam 41 eserin yayın yıllarına göre eğilimini göstermektedir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere, GY konusunda Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmaların sayısı 2016 yılı itibariyle yükseliş göstermiştir. 1998 yılındaki ilk tez ve takip eden 2000 yılındaki ilk ulusal makale çalışmasından sonra kesintilerle bu konuda yayınlar yapılmaya devam edilmiştir. Bazı yıllarda hiç tez ya da makale yayınlanmamış olmasına rağmen, GY alanına olan ilgi güncel küresel ve sektörel gelişmelerin de etkisiyle, son yıllarda artarak devam etmiştir. 2019 yılı itibariyle tez ve özellikle makale sayısında önemli artışlar olduğu görülmektedir. 2019 yılı sonrasında yayınlanmış bir tez tespit edilememiştir. Ancak bu dönemde başta ulusal yayınlar



olmak üzere makalelerin sayısında görülen artış dikkate değerdir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular Tablo 2’de özetlenmektedir.



Şekil 1. Gelir Yönetimi Konulu Akademik Çalışmalar

Tablo 2. 1998-2022 Yılları Arasında Gerçekleştirilen Türkiye’de Gerçekleştirilen GY Konulu Araştırmalar

TEZLER (toplam 18 tez)	
Tür (sayı)	Doktora (5) - 1 Türkiye adresli uluslararası makale
	Yüksek lisans (Sayı) – 3 3 ulusal makale; 2 Türkiye adresli uluslararası makale
Yöntem (sayı)	Nicel (13), nitel (3), karma (2)
Dikkat çeken durumlar	Makaleye dönüşmediği için yaygın etkisi sınırlı, GY süreçlerinden sorumlu kişilerin katılımı, dört-beş yıldızlı otellerin araştırma alanı olması, son dönem çalışmaların küçük ölçekli otellerde modelleme ve uygulama geliştirme odaklı olması
MAKALELER (toplam 23 makale)	
Tür (sayı)	Ulusal (12)
	Uluslararası (8)
	Türkiye adresli uluslararası (3)
Yöntem (sayı)	Nicel (8), nitel (8), karma (5), kuramsal çalışma (1), editöre not (1)
Dikkat çeken durumlar	2016 yılına kadar kesintili yayınlar, 2020-2022 dönemi dikkate değer artış, uluslararası makalelerde konu ve kapsam çeşitliliği, bilişim teknolojisi odaklı araştırmalar

Tablo 2’de özetlenen veriler detaylı olarak değerlendirildiğinde, YÖK Tez Merkezi’nden alınan verilere göre 1998-2022 yılı arasında GY konulu 18 tez yapıldığı görülmektedir. Bu tezlerin beş tanesi doktora, diğerleri yüksek lisans çalışmalarıdır. Tezlerin işletme konulu bir yüksek lisans tezi dışındaki tüm çalışmaların turizm konulu olarak veri tabanına girildiği görülmektedir. Bu tezlerden üç tane yüksek lisans tezinin ulusal; iki yüksek lisans, bir doktora tezinin Türkiye adresli uluslararası makale olarak yayımlandığı tespit edilmiştir. Buna göre, yapılan tez çalışmalarının çoğunluğunun sonuçlarının yaygın etkisinin sınırlandırıldığı görülmektedir. YÖK

Tez Merkezi'nde taramalarda elde edilen gözlemlerden biri havayolu başta olmak üzere ulaşım, lojistik, spor ve finans sektörlerinde tez sayılarının yüksek olması ve bu tezlerin çoğunluğunun endüstri mühendisliği alanında gerçekleştirilmiş olmasıdır. İşletme bölümünden de çalışmaların görüldüğü bu durum iki temel tespiti ortaya çıkarmaktadır. Birincisi, GY'nin özellikle sayısal analizler ve modellemeler gerektiren disiplinler arası özelliğidir. İkincisi ise, GY'yi havayollarından sonra uygulayan ikinci ana endüstri olmasına rağmen, oteller ve otel işletmeciliği odaklı yapılan çalışmaların azlığıdır.

Tezler yönetsel açıdan incelendiğinde ise, otel işletmelerinde GY ile ilgili sorumlulukları olan kişilerden anketle toplanan verileri analiz etme temelli nicel çalışmaların (13 tez) ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bu tezler içerisinde üç çalışmanın (iki çalışma işletme anabilim dalı bünyesinde) iki büyük ve bir küçük otel işletmesi olmak üzere otellerde GY süreci oluşturma odaklı model yaratma ve uygulama kapsamında yürütüldüğü görülmektedir. Tezler içerisinde üç çalışmanın nitel ve iki çalışmanın karma tekniklerle gerçekleştirildiği anlaşılmıştır. Tezlerin 2017 yılında müşterilerin fiyatlandırma bağlamında GY'ye bakışını inceleyen yüksek lisans çalışması hariç hepsi otel işletmelerinde GY konusunda rolü bulunan kişilerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Tez çalışmalarının büyük kısmının büyükşehirlerdeki dört ya da beş yıldızlı otellerde yürütüldüğü bir diğer önemli tespittir. Son olarak tezler konuları kapsamında incelendiğinde, ilk çalışmaların büyük ve özellikle uluslararası otel işletmelerinde GY ile ilgili bilgi, uygulama ve odaklanma düzeyleriyle ilgili olarak keşifsel ve betimsel özelliklerde yürütüldüğü görülmektedir. İlerleyen yıllarda bu amaçta nitel çalışmaların da dahil olduğu tezlere, model oluşturma, uygulama ve böylece güncel GY süreçlerinin etkilerini inceleyebilme odaklı çalışmalar eklenmiştir.

Araştırma kapsamında çeşitli akademik mecralarda yayınlanmış makale sayısı da 23 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmalar yoğunluklarına göre sırasıyla ulusal yayın (12), uluslararası yayın (sekiz) ve Türkiye adresli uluslararası yayın (üç) olarak akademik yayınlar arasında yerlerini almışlardır. Uluslararası yayınlarda yazar gruplarında, makalenin yayınlandığı esnada Türkiye'de bir üniversitede görevli araştırmacıların yer aldığı çalışmalar dikkate alınmıştır. Bu çalışmanın, Türkiye'de gerçekleştirilen araştırmaları odağa alan amacı bu yönelimi açıklamaktadır. Söz konusu araştırmaların Türkiye'de veri toplamak suretiyle gerçekleştirilmiş ve bu makalenin amacı doğrultusunda Türkiye'de GY konusunu odağa almış olmalarıdır. Bu nedenle, bu gruptaki bazı çalışmalarda yurtdışı adresli yazarların da olduğu görülmektedir. Bu ölçüde tek istisna olan, her iki yazarı da yurtdışı üniversitede görevli Ivanov ve Ayas (2017) çalışması diğer ölçütleri karşıladığı ve Türkiye'de veri toplayarak gerçekleştirilmiş bir araştırma olduğu için analize dahil edilmiştir. Makaleler yöntem olarak incelendiğinde, tezlerde gözlemlenen anket odaklı nicel çalışma ağırlığının aksine nicel ve nitel çalışmaların (her biri sekiz çalışma) sayısının eşit olduğu ortaya koyulmaktadır. Bununla beraber nicel verileri kullanan üç modelleme-uygulama çalışması ve bir bulanık sentetik analiz odaklı makaleler de nicel özellikler taşıyan araştırmalar olarak görülmektedir. Ek olarak, bir kuramsal ve bir karma yöntemli makale yanında bir editöre not yayını da dergilerde yayınlanan çalışmalar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu makaleler arasında yedi çalışmanın tezlerden üretildiği görülmektedir. Ayrıca bir makale de otel işletmelerinde maliyetleme odaklı fiyatlandırma konusunda hazırlanan teze dayanan ve makale aşamasında GY başlığı ile yayınlanan bir çalışmadır. Anket odaklı nicel çalışmalardan sonra diğer yöntemlerle yürütülen çalışmaların 2020 ile hız kazandığı görülmektedir. Yöntemsel çeşitlilik, bu alanda yapılan çalışmalara da ivme kazandırmıştır. Bu durum aynı zamanda GY'nin çok boyutlu ve kapsamlı içeriğinin akademi tarafından anlaşılabilir çalışmalara konu edildiğini göstermekte ve önümüzdeki yıllarda bu alanda yapılacak çalışmaların hız kazanacağına işaret etmektedir.

Makalelerin yayın sıklığı, tezlere göre daha kesintili ilerlemiş görülmektedir. 2019 yılına kadar hemen her iki yılda bir GY başlıklı bir tez yayınlanmış olmasına rağmen, makalelerin yayınlanması 2016 yılına kadar iki-üç yıllık kesintilerle devam etmiştir. 2019 yılında yayınlanan dört tez çalışması yanında iki tanesi tezlerden üretilmek suretiyle 2020 yılından itibaren makale sayısında önceki senelere göre artan hızda yükseliş kaydedilmiştir; toplam 23 makale arasındaki sekiz çalışma 2020-2022 yıllarında yayınlanmıştır. Makaleler konuları bakımından incelendiğinde, ulusal yayınlarda tezlerde görülen eğilimlerin izlendiği görülmektedir. Bu çalışmalar yoğunlukla otel işletmelerinde GY uygulamaları, zorlukları, süreçleri ve teknikleri üzerine keşifsel ve betimsel çalışmalardan oluşmaktadır. Tezden üretilen bir modelleme-uygulama çalışması yanında GY'nin uygulanmasıyla ilgili akademik yayınları tartışan bir kuramsal çalışma ve daha güncel olarak COVID-19 sürecinde GY odaklı önlemler ve uygulamalar konulu bir makale yayınlanmıştır.

Türkiye adresli diğer uluslararası makaleler ise konular açısından çeşitlilik göstermektedir. Bu çalışmalarda GY'nin uygulanmasıyla birlikte gereksinim duyulan bağlantılı konuların ön plana çıktığı görülmektedir. Başarılı GY için gerekli yetkinlikler ve akademik içerikler, otel işletmeciliği eğitiminde GY'de yaşanan sorunlara yönelik stratejiler, dijital dönüşümün etkisi, bilişim teknolojilerinin GY uygulamalarındaki rolü, GY'nin uygulanmasına yaşanan zorluklar ve elde edilen sonuçlar gibi konuların çalışmalarda ele alındığı görülmektedir. Bu eğilim, Türkiye'de GY ile ilgili genel bakış açısının oluştuğunu, çalışma ve uygulamaların giderek yaygınlaştığını, bu yaygınlaşmaya bağlı olarak ortaya çıkan yeni sorunsallar bağlamında çalışmaların da belirli konuları ve sorunları odağa alan bir çeşitlilik ve zenginlikte geliştiğini göstermektedir.

### **Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler**

Çalışmanın bulgularında görüldüğü üzere, Türkiye'de yapılan çalışmaların Kimes (2003) tarafından GY çalışmaları ile ilgili ortaya koyulan betimleyici araştırmalar aşamasını geçtiği görülmektedir. Ayrıca Guillet (2020) tarafından da raporlanan GY çerçevesinin oturtulması, GY uygulamalarının hayata geçirilmesi bağlamındaki ilk dönem GY çalışmalarının da gerçekleştiği ve ileri düzey araştırmaların yapılması için gerekli kuram ve bilgi zemininin oluştuğu görülmektedir. Bu çalışma kapsamındaki araştırmaların özellikle 2020-2022 döneminde sayılarının artması, konu ve içeriklerinin çeşitlenmesi; fiyatlandırma, oda dökümü, müşteri yönetimi konularında strateji geliştirme ve yeni uygulamaları sınaama çalışmalarının yoğunlaşması, bahsedilen çalışmalarda açıklanan GY gelişme ve uzmanlaşma sürecindeki evrelere geçiş aşamasında olunduğunun işaretini vermektedir. Diğer yandan, Türkiye'de otel işletmeciliği, odalar bölüm yönetimi, ön büro yönetimi konularındaki kitaplarda da GY konusunun günümüzdeki önemi doğrultusunda ele alındığı ve açıklandığı görülmektedir (Kurgun, 2010; Erarslan, 2013; Akıncı, 2016; Meydan Uygur, 2017). Bu çalışmaların tümü, GY konusunun güncel otel işletmeciliği alanının önemli bir bileşeni olduğunun altını çizmekle birlikte, bir yaklaşım olarak temel özelliklerini açıklamak ve bu yaklaşımı akademi ve sektörde yaygınlaştırmak için önemli bir rol üstlenmektedir. Ancak GY konusunun karmaşık yapısı, kapsam ve içeriği ile güncel gelişmeler, gelecek çalışmaların çok boyutlu, çok disiplinli ve çok yönlü bir tasarımda ya da derinleştirilmiş içeriklerde gerçekleştirilmesini gerektirmektedir.

GY yaklaşımı, turizm ve otel endüstrilerindeki pek çok faaliyet (araba kiralama, hediyelik eşya, restoranlar vb.) ve bir otel işletmesi bünyesindeki diğer gelir getirici hizmet ve sunumlar (restoran, toplantı salonları, SPA vb.) için de uygulanabilir. Bununla birlikte bu alanlarda tahmin edilebilirlik ve fiyat değişkenliği açısından farklılıklar söz konusudur; bu durumda farklı fiyatlandırma ve kapasite yönetim ve denetim stratejileri gerekmektedir (Kimes, 2003). Odalar, GY uygulama ve araştırmalarında fiyat değişkenliğine sahip, talebi tahmin edilebilir ürünler

olarak değerlendirilmektedir. Odalar için kullanılan kalış süresi denetimleri ve kapasite yönetimi, dinamik ve değişken fiyatlandırma gibi araçların otel işletmelerindeki diğer hizmetleri de kapsayacak şekilde genişlemesi ve bütüncül olarak ele alınması önemlidir.

Müşteri odaklı çalışmalar GY konusunda bir başka önemli yönelim olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada da görüldüğü üzere araştırmalar yoğunlukla GY uygulamalarının sunulması bağlamında otel işletmeleri odaklı olarak gerçekleştirilmiştir. Guillet (2020) fiyatlandırma, talep tahminleme ve performans boyutlarıyla birlikte müşteri davranışlarını da konu alan GY çalışmalarının arttığına işaret etmektedir. Ayrıca günümüzde internet ve mobil teknolojilerin sunduğu büyük veri ortamlarında müşterilerin karar ve satın alma davranışlarını çevrim içi kanallar üzerinden incelemek, gelecek çalışmaların odaklanacağı bir konu olarak (Gürsoy, 2018) Türkiye’de yapılan çalışmaları da ilgilendirmektedir. Bu durumda, sosyal medya, itibar yönetiminin bir parçası olarak yorum siteleri veya çevrim içi kanallardaki yorum bağlantıları gibi çevrim içi ortamlarla GY uygulamalarının ilişkilendirildiği, birbirlerine etki ve katkılarının ortaya koyulduğu çalışmalar da sektöre yön gösterici bir rol oynayacaktır.

Otel işletmelerinde GY her ne kadar özellikle sezonluk operasyonlar, farklı oda tipleri ve özellikleri (manzara, büyüklük vb.), otelin gelir getiren diğer bölümleri gibi temel konuları ele alsada esasen gelişmeye başladığı ilk yıllardan itibaren daha kapsamlı ve karmaşık verilerin işlendiği bir yaklaşımı ifade etmiştir. Elektronik sistemler yoluyla toplanabilen rezervasyon ve satın alma kalıp ve davranışları (rezervasyon yapma zamanı, tercih edilen kanallar ve ortalama fiyatlar, ortalama kişi sayısı vb.), kapasite üzeri satışların durumu (gelmeyen ya da iptal edilen rezervasyonlar), pazar bölümlerinin talep yapıları (tercih edilen sezon ya da dönemler, kanallar vb.) ve fiyatlardaki değişimlerin etkileri GY yaklaşımının otel endüstrisinde dinamik bir şekilde uygulanması için fırsatlar doğurmuştur (Kimes, 1989). Günümüzde bu çok boyutlu, çok bileşenli ve karmaşık yapı, internet ile daha dinamik ve çok değişkenli hale gelmiş ve yapılan araştırmaları da yönlendirmiştir. İnternet ile çevrim içi dağıtım kanallarının çeşitlenmesi ve fiyatların şeffaf olmasına bağlı olarak veri toplama kolaylığı, bu alanda yapılan çalışmaların artışının nedenleridir (Guillet ve Mohammed, 2015). Bu doğrultuda büyük verinin erişilebilirliğine bağlı olarak Guillet ve Chu (2021) çok boyutlu, çok katmanlı ve karmaşık yapının unsurlarına odaklanan araştırmaları arttırma olanaklarını hatırlatmaktadır. Üstelik büyük veri kaynaklı uygulamalar, mevcut müşterilerin ötesinde potansiyel müşterilere de erişim olanakları sunduğu için, otel işletmelerinin pazarlama ve karlılık fırsatlarını genişletmektedir.

Yöntemsel olarak incelendiğinde, bu çalışma kapsamına alınan Türkiye’deki araştırmaların da yöntem olarak nicel ağırlıklı olması, dünyadaki gelişmelerle paralel (Guillet ve Mohammed, 2015) bir durum olmakla birlikte, nitel ve karma çalışmalarla modelleme çabalarının potansiyeline de işaret etmektedir. Bu çalışma kapsamında incelenen Türkiye’deki araştırmalarda da örnekleri görüldüğü üzere, GY odaklı modelleme ve uygulama çalışmalarının artması olumlu bir gelişmedir. Böylece Alrawadieh ve diğerlerinin (2021) dikkat çektiği yazılımlara erişim konusundaki olanaksızların da bir nebze giderilmesi ve otel web sayfası, sosyal medya başta olmak üzere mevcut erişilebilir teknolojik olanakların daha verimli olarak kullanılması sayesinde otel işletmelerinin karlılıklarına olumlu etkiler sağlama fırsatları yaratılabilir. Benzer şekilde Demirciftci ve Belarmino (2022) otel işletmelerinde GY araç ve yazılımlarının kullanımlarının artmasının araştırmalar için kullanılacak verilerin çeşitlenmesine etkisine dikkat çekmektedir. Bu durum araştırma ve uygulamalarda neden-sonuç ya da etki-tepki ölçümlerine dayalı sofistike tekniklerin geliştirilmesine ve sektörün GY becerilerinin artmasına destek olabilecektir.

Nitekim Türkiye’de bu tür araştırmalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Ercan ve Irmak (2022) GY açısından önemli bir konu olan talep tahminleme ve kapasite yönetimine destek olacak bir yöntem olarak rezervasyon iptallerini tahmin eden yapay zekâ ve makine öğrenmesi temelli bir

model geliştirme çalışması yapmışlardır. Bu örnekteki gibi çalışmaların turizm alanı dışındaki araştırmacılar tarafından yapılması otel işletmelerinde GY'nin ilgi çekici, verimli ve çok disiplinli bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Ateş ve Yurtlu (2019) ise, kanal yöneticisi yazılımının maksimum karlılık ve işletme verimliliği üzerindeki etkilerini açıklayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu araştırmalarda da görüldüğü üzere, GY'nin temel boyutlarını oluşturan ve taktikler geliştirmeye açık yönleri olan talep tahminleme ve modelleme, kapasite yönetimi, fiyatlandırma stratejileri, dinamik fiyatlandırma, kişiselleştirmiş fiyatlandırma, kanal yönetimi, işletme ve performans analizi konuları, gelecek araştırmalar için verimli konular olarak ortaya çıkmaktadır (Binesh vd., 2021; Viglia ve Abrate, 2020).

Türkiye'deki otel işletmelerinde GY odaklı araştırmaların bulguları, GY yaklaşımının büyük, üst sınıf, uluslararası otel grupları bünyesinde faaliyet gösteren, şehir merkezi ya da sahil kesimleri gibi turizm yoğunluğunun yüksek olduğu yerlerdeki otel işletmelerinde uygulandığı ve pek çok otel işletmesinde özgün bir GY birimi olmamakla birlikte ön büro, pazarlama gibi bölümlerin yöneticilerinin denetimi altında yürütüldüğünü göstermektedir (Ivanov ve Ayas, 2017). Bununla beraber nihai amacın GY işlevini üstlenen bir birim ya da yönetici geliştirmekten çok Wang ve diğerlerinin (2015) önerdiği gibi GY'nin gerektirdiği beceri ve yetkinliklere sahip bireyleri kapsayan bir örgüt kültürü oluşturmak olduğu da dikkate alınmalıdır. Bu şekilde bir yönelim, Türkiye turizminin saplandığı en önemli çelişkilerden biri olan turist sayısında dünyanın ilk 10 ülkesi arasında olma başarısını, turizm gelirlerinde de benzer performansı gösterme konusunda hedeflerini de destekleyecektir. Bu hedefleri gerçekleştirmek için Wang ve diğerleri (2015) tarafından işaret edilen bütüncül ve kapsayıcı GY araştırma ve uygulamalarına yönelik (kar optimizasyonu, toplam gelir yönetimi, müşteri değeri, kanal yönetimi, örgüt kültürü, uzun dönemli stratejiler) çalışmaların yürütülmesi önemlidir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında ve onlara ek olarak, önümüzdeki birkaç yıl içerisinde GY odağında gerçekleştirilebilecek araştırmalara yol gösterecek konulardan bazıları şunlardır:

- Her türden ve büyüklükten otel işletmelerini kapsama – en iyi örneklerin oluşturulması ve sektöre bu konuda yol gösterici reçeteler sunma,
- İstanbul, Antalya, İzmir gibi turizm merkezi büyük şehirler dışında diğer il ve turizm merkezlerindeki otel işletmelerini kapsayan araştırmalar yürütme, uygulamaları sınama (bu çalışmada değinilen modelleme çalışmalarının nihai aşamaya getirilemesi de GY odaklı örgüt kültürünün, bilgi düzeyi ve becerileri gelişmesine katkıda bulunduğu ortaya koyulmaktadır),
- Pazarlama, psikoloji, bilişim, yönetim bilişim, veri bilimi, eğitim teknolojileri gibi alanlarla çok disiplinli ve disiplinler arası çalışmalar yürütme,
- Dinamik fiyatlandırma ve kapasite yönetimi anlayışlarının geliştirilmesine yönelik çalışmalarla kapı fiyatı ve ortalama oda geliri ölçütlerinin yerini satışa en uygun fiyat (Best Available Rate-BAR) ve satışa uygun oda başı gelir (Revenue per Available Room-RevPAR) gibi daha gerçekçi ölçütlerin almasına katkıda bulunma,
- Satış ve çevrim içi kanallara dair giderler de dahil olmak üzere maliyet unsurunu da dikkate alan ve kar optimizasyonuna odaklanan araştırmalar yürütme,
- Küçük oteller, bağımsız oteller gibi otel ve konaklama endüstrisinde dağıtık halde bulunan işletmelere yönelik GY stratejileri ve uygulamaları geliştirme,
- Satış başına en yüksek karlılığı sağlayan çevrim içi kanal olarak otel web sayfası ve rezervasyon motoru etkinliğine odaklanan çalışmalar gerçekleştirme,

- COVID-19 gibi küresel ve sektörel dönüm noktası yaşanan olaylara yönelik stratejiler geliştirme, durum analizleri, tahminleme odaklı modelleme çalışmaları yapma,
- Arama motoru, sosyal medya, meta arama, yorum siteleri gibi çevrim içi kanallara yönlendiren çevrim içi ortamlar ve GY ilişkili çalışmalar yürütme,
- Çok boyutlu ve katmanlı çalışmalarda, otel web sayfası etkinlik çalışmalarında yapılan uygulamaların etki ve sonuçlarını izleme, değerlendirme ve güncelleme odaklı çalışmalar gerçekleştirme.

Otel işletmelerinde GY görüldüğü üzere pek çok disiplin, konu, araç ve işlevle ilişkilendirilebilecek potansiyeli sunan gelişmeye açık, verimli bir araştırma alanıdır. Tercih edilen konularda karşılaştırmalı (otel türlerine, konumlarına, büyüklüklerine vb. göre) ve yöntem olarak çeşitlendirilmiş araştırmalar da bu konuda akademi ve sektörün ufkunu geliştirerek uzun vadeli ve sürdürülebilir sonuçlar elde edilmesine katkıda bulunacaktır.

## **SONUÇ ve TARTIŞMA**

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de gerçekleştirilen GY konulu akademik çalışmaları inceleyerek bir durum analizi yapmak ve gelecek çalışmalar için öneriler geliştirmek olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bulgular ve öneriler kısımlarında açıklandığı gibi, Türkiye’deki otel işletmelerinde GY konusu başlangıç düzeyini aşarak gelişme aşamasına geçmiştir. Yapılan tezler ve makaleler değerlendirildiğinde halen gelişime açık ve verimli bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Dünyada GY odaklı yapılan çalışmalarla yapılan karşılaştırmalar sonucunda önerilen konular ve yönlere genişletilebilir ve çeşitlendirilebilir. Altının çizilmesi gereken en önemli nokta, otel işletmelerinde GY süreçlerinin tekil olarak ele alınamayacağı ve araştırma konusu GY’nin tek bir boyutu bile olsa, diğer boyutlarından bağımsız olarak değerlendirilemeyeceğidir. Bu nedenle bu çalışma otel işletmelerinde GY konusunu bütüncül olarak ele alan çalışmaları kapsama almış ve bütüncül bakış açısının kazandırılmasına katkıda bulunmayı hedeflemiştir.

Bu çalışmanın en kritik akademik katkısı, otel işletmelerinde GY konusunun özellikle son yıllarda artan bir oranda araştırmalara konu olduğunu belgelemesidir. Bu durum, yıllar içerisinde bu konuda uzmanlaşan, araştırma ve uygulamaları çeşitlendiren akademik kadroların ve araştırmacıların oluştuğuna işaret eden olumlu bir gelişmedir. Böylece hem GY konusunda bilinçli ve yetkin bireyler yetişmesini hem de sektöre sürdürülebilir gelişimde destek olacak uygulamalar geliştirilmesini teşvik edecek olumlu sonuçlar elde edilebilecektir. Çalışma aynı zamanda otel işletmelerinde GY konusunun akademik araştırmalar yürütmek açısından verimli, çok yönlü ve çeşitlilik arz eden içeriğini de ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın sektörel olarak da olumlu etkileri bulunmaktadır. Otel işletmeleri, öncelikle sürdürülebilir karlılık hedeflerine temel olabilecek GY yaklaşımını bir strateji olarak benimseyip hayata geçirerek örgütsel, destinasyon temelli ve ülkesel sürdürülebilir turizm gelişimini destekleyeceklerdir. Ayrıca güncel gelişmeler ve olanaklar bağlamında yürütülen GY araştırmaları, modelleme ve uygulama çalışmaları, sektöre yol gösterici ve geliştirici pratikleri kazandırmak adına katkıda bulunacaktır. Araştırmanın bulgularında da raporlandığı üzere, GY yoğun olarak pratik ve sektörel bir konudur ve bu konuda yürütülebilecek araştırmalar çeşitlilik arz etmektedir. Bu nedenle sektörün kısa, orta ve uzun vadeli gereksinimleri, güçlü ve zayıf yönleri dikkate alınarak, gerçek yaşamla doğrudan ilişkili ve etkilerinin anlık ve hızlı olarak ölçülebildiği çalışmalar gerçekleştirme olanakları geniştir. Bu şekilde sektör kaynaklı yürütülecek araştırmalar, sektörün gereksinimlerine uygun yazılım ve sistemlerin geliştirilmesini de sağlayarak, bilişim sektörünün otel işletmeciliği üzerindeki egemenliğini sınırlamasına ve sektörün dijital dönüşümüne de katkıda bulunacaktır.

Çalışmanın gelecekteki araştırmalar için esin kaynağı olabilecek kısıtları mevcuttur. Öncelikle çalışma, GY alanındaki genel çalışmaları ortaya koymak adına sadece “gelir yönetimi” ve “getiri yönetimi” izlekleri bağlamında kurgulanmıştır. Ancak çok sayıda bileşenli içeriğiyle geniş kapsamlı bir alan olan GY konusunda araştırma yapılacak pek çok alt konu mevcuttur. Bunlar arasında, özellikle araştırmaların son yıllarda yoğunlaştığı fiyatlandırma, müşteri yönetimi, dağıtım kanalları, kapasite yönetimi geliştirme (envanter optimizasyonu), talep tahminleme ve GY uygulamaları da önemli yer tutmaktadır (Guillet ve Mohammed 2015). Bunun yanında bu çalışma, GY uygulamalarının en yoğun kullanıldığı alan olan otel işletmeleri temelinde yürütülmüştür. Türkiye’de turizm endüstrisi kapsamında yer alan ve GY yaklaşımının uygulanmasına uygun başta hava yolları ve restoranlar olmak üzere; kruvaziyer gemileri, temalı parklar, toplantı salonları, SPA, güzellik ve sağlık merkezi, golf sahaları, araba kiralama hizmetleri gibi alanlarda yapılacak çalışmalar da işletmelerin karlılıklarını artırma hedeflerine destek olabilecektir. Çalışmanın bir diğer kısıtı ise, erişilebilirlik adına tezler ve makalelere yoğunlaşmış olmasıdır. Özellikle konferans bildirilerinde de bu konuda çok sayıda araştırmanın yayınlanmış olması muhtemeldir. Bildiriler yanında diğer veri tabanlarını ve sektörel raporları da içeren çalışmalar da GY ile ilgili tüm çabaları raporlayan kapsamlı bir içerik sunabilecektir. Son olarak, Türkiye’nin rekabet içerisinde olduğu ülkeler başta olmak üzere çeşitli ülkelerle karşılaştırmalı ve turizm gelişimi doğrultusunda GY odaklı çalışmalarda görülen eğilimler, gelişimler ve değişimleri odak alan araştırmaların, gelecekte uygulama ve disiplinler arası araştırmalara yön verecek bulgu ve katkılar sunabilecekleri değerlendirilmelidir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi’nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100’dür.

## KAYNAKÇA

Abad, P., De la Fuente-Cabrero, C., González-Serrano, L. and Talón-Ballester, P. (2019). Determinants of Successful Revenue Management. *Tourism Review*, 74(3), 666-678.

Akıncı, Z. (2016). *Otel İşletmeciliği ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Aksoy, L., Choi, S., Dogru, T., Keiningham, T., Lorenz, M., Rubin, D. and Tracey, J. B. (2022). Global Trends in Hospitality. *Journal of Business Research*, 142, 957-973.

Ali, F., Park, E., Kwon, J. and Chae, B. (2019). 30 Years of Contemporary Hospitality Management: Uncovering the Bibliometrics and Topical Trends. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2641-2665.

Alrawadieh, Z., Alrawadieh, Z. and Cetin, G. (2021). Digital Transformation and Revenue Management: Evidence from the Hotel Industry. *Tourism Economics*, 27(2), 328-345.

Ateş, A. ve Yurtlu, M. (2019). Online Kanal Yöneticisiyle Otel Oda Fiyatlandırmada Verim Yönetimi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16 (2), 2019, 207-228.

Binesh, F., Belarmino, A. and Raab, C. (2021). A Meta-Analysis of Hotel Revenue Management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 20(5), 546-558.

- BMDTÖ. (2023). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü Küresel ve Bölgesel Turizm Performansı Gösterge Paneli, <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> [Erişim tarihi: 16.03.2023].
- Cetin, G., Demirciftci, T. and Bilgihan, A. (2016). Meeting Revenue Management Challenges: Knowledge, Skills and Abilities. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 132-142.
- Chalupa, S. and Petricek, M. (2022). Understanding Customer's Online Booking Intentions Using Hotel Big Data Analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667221122107.
- Cox, C. (2018). A Simulation Approach to Hotel Revenue Management Training. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 17, 356-364.
- Demirciftci, T., Belarmino, A., Chen, C. C. and Cetin, G. (2022). Understanding the Gap Between University Revenue Management Courses and The Job Market. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 34(2), 78-89.
- Demirciftci, T., and Belarmino, A. (2022). A Cross-Cultural Study of Competitive Intelligence in Revenue Management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 21, 691-699.
- Demirciftci, T., Cetin, G. and Bilgihan, A. (2017). Coping with RM Challenges in Hospitality Education. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 16(5), 499-512.
- Demirciftci, T., Chen, C. and Erdem, M. (2020). A Tabulation of Information Technology and Consumer Behavior in Hospitality Revenue Management Research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 575-587.
- Emeksiz, M. (2000). Getiri Yönetimi (Yield Management) Hakkındaki Bir Makale Üzerine. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 77-78.
- Erarslan, N. (2013). *Konaklama İşletmelerinde Ön Büro İşlemleri ve Yönetimi*. Ankara: Nobel Kitap.
- Ercan, U. ve Irmak, S. (2022). Turizm Endüstrisinde Otel Rezervasyon İptallerinin Makine Öğrenmesi Yöntemleri ile Tahmini. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 45-54.
- Guillet B. D. (2020). An Evolutionary Analysis of Revenue Management Research in Hospitality and Tourism: Is There a Paradigm Shift? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 560-587.
- Guillet, B. D. and Chu, A. M. C. (2021). Managing Hotel Revenue Amid the COVID-19 Crisis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 604-627.
- Guillet, B. D. and Mohammed, I. (2015). Revenue Management Research in Hospitality and Tourism: A Critical Review of Current Literature and Suggestions for Future Research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 4, 526-560.
- Gürsoy, D. (2018). Future of Hospitality Marketing and Management Research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 185-188.
- Ivanov, S. and Ayas, Ç. (2017). Investigation of the Revenue Management Practices of Accommodation Establishments in Turkey: An Exploratory Study. *Tourism Management Perspectives*, 22, 137-149.
- Kimes, S. E. (1989). The Basics of Yield Management. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 30(3), 14-19.
- Kimes, S. E. (2003). Revenue Management: A Retrospective. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(5), 131-138.



- Kimes, S. E. (2011). The Future of Hotel Revenue Management. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(1), 62-72.
- Kimes, S. E. (2017). The Future of Hotel Revenue Management. *Cornell Hospitality Report*, 17(1), 3-10.
- Klein, R., Koch, S., Steinhardt, C. and Strauss, A. K. (2020). A Review of Revenue Management: Recent Generalizations and Advances in Industry Applications. *European Journal of Operational Research*, 284(2), 397-412.
- Koupriouchina, L. and van der Rest, J. (2011). Exploring Knowledge Demands in Revenue Management: Bridging Academia-Practitioner Viewpoints. *29<sup>th</sup> EuroCHRIE Yıllık Konferans Bildiri Kitabı*, Dubrovnik, Hırvatistan, 19-22 Ekim 2021.
- Köseoğlu, M. A., Okumuş, F., Putra, E. D., Yıldız, M. and Doğan, I. C. (2019). Conceptual Structure of Lodging-Context Studies: 1990-2016. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(4), 573-594.
- Kurgun, H. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Odalar Bölümü Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Meydan Uygur, S. (2017). *Örnek Olaylarla Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Viglia, G. and Abrate, G. (2019). Revenue and Yield Management: A Perspective Article. *Tourism Review*, 75(1), 294-298.
- Wang, X. L., Heo, C. Y., Schwartz, Z., Legohérel, P. and Specklin, F. (2015). Revenue Management: Progress, Challenges, and Research Prospects. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 32(7), 797-811.
- Xiao, Y. and Watson, M. (2019). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93-112.

Ek 1. Otelde GY konulu yapılan tezler

Yıl	Tez türü	Yazar	Çalışma başlığı	Üniversite Enstitü Anabilim dalı	Danışman'	Mak.	Kapsam/Örneklem Yöntem Temel bulgular
1998	YL	Rüçhan Kayaman	Konaklama işletmelerinde getiri yönetimi	Hacettepe Üni. Sosyal Bil. İşletme Turizm İşl. Prog.	Prof. Dr. Doğan Yaşar Ayhan	A	Ankara, İstanbul ve İzmir'deki beş yıldızlı 21 otel Nicel-anket - Uluslararası otel işletmelerinin ve İstanbul'daki otellerin daha yüksek düzeyde bilgi ve uygulama düzeyi - Öncelikli olarak talep analizi, pazar bölümlenmesi, optimum müşteri karması odaklı uygulamalar
2001	D	Murat Emeksiz	Beş yıldızlı otel işletmeleri için getiri yönetimi uygulama modeli	Anadolu Üni. Sosyal Bil. Turizm ve Otel İşletmeciliği	Prof. Dr. Orhan İçöz		Türkiye'deki beş yıldızlı 43 otel Nicel-anket - 20 otelde getiri yönetimi uygulaması ve bunların yarısında sistem kullanılması - Beş otelde getiri yöneticisi, 13 otelde getiri yönetiminden sorumlu diğer yöneticiler - Talep tahmini ve analizi, rakip analizi, pazar bölümlenme, fiyat çeşitliliği ve fiyatlandırma kararları, performans değerlendirme işlemlerinin yapılması
2003	D	Hülya Kurgun	Büyük ölçekli konaklama işletmelerinde odalar bölüm yönetiminin karlılığına dönük stratejik bir araç; Gelir yönetimi	Dokuz Eylül Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Prof. Dr. Alparslan Usal		Ege Bölgesi'nde dört ve beş yıldızlı ve tatil köyü sınıfında 44 tesis Nicel-anket - GY sistemi çalışmalarının başlatılmış ve gerekli yazılım-donanım-egitim yapısının kurulmuş olması; GY performans değerlendirmelerinin yapılması - Hedef pazarlar, talep ve rezervasyonlarla ilgili verilerin toplanması ve işlenmesi işlemlerinin gerçekleştirilmesi - Planlamaların uygulamaya geçirilmesinde yaşanan sorunlar; fiyatlar ve rezervasyon politikası konularında sorunlar yaşanması - GY'de bilginin rolü ve işleviyle ilgili bilgi/farkındalık düzeyinin düşük olması
2005	YL	Veli Erdinç Ören	Otel işletmelerinde getiri yönetimi ve Antalya bölgesindeki beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama	Akdeniz Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl. ve Otelcilik	Öğr. Gör. Dr. Fatma Kınay		Antalya'daki beş yıldızlı 60 otel Nicel-anket - Öncelikli olarak talep analizi, pazar bölümlenmesi ve optimum müşteri karması odaklı uygulamalar - Getiri yöneticisi pozisyonu olmaması (başka yöneticilerin sorumluluğu) - Mevsimlik talep tahminleme - Tatil ve iş amaçlı müşteriler, harcama potansiyeline göre fiyatlandırma
2010	YL	Çiğdem Unurlu	Otel işletmelerin odalar bölümünde gelir yönetimi: İstanbul'daki beş yıldızlı otellerde bir uygulama	Trakya Üni. Sosyal Bil. İşletme	Prof. Dr. Derman Küçükaltan		İstanbul'daki beş yıldızlı 33 otel Nicel-anket - 23 otelde gelir yöneticisi - Yöneticilerin GY'nin uygulanmasına ve sağladığı olanak ve faydalarına yönelik olumlu tutumu - Uluslararası ve ulusal otel zincirlerinin GY uygulama yöneliminin yüksek olması
2012	YL	Aygül Tan	Otelcilik sektöründe gelir yönetimi uygulamaları	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üni. Sosyal Bil. İşletme	Yrd. Doç. Dr. Melike Meterelliyoç Kuyzu	A	Ankara'daki bir otel işletmesi Nicel-modelleme - Ulusal bir zincir kapsamında kendi fiyatlarını belirleme olanağına sahip otel işletmesinin üç aylık doluluk ve bir grup müşterinin rezervasyonlarına dayalı olarak simülasyon ve modelleme - Kapı fiyatı yerine en uygun fiyat uygulamasının kullanımı - Otelin çeşitli doluluk düzeylerine göre belirli oda tiplerinin satışa açılması, satışa açış düzeylerinin ve uygulanacak fiyatları belirleyene algoritma - Simülasyonun gerçeğe en yakın sonuçları verdiği model değişkeni değerleri
2014	YL	Çiğdem Gür	Gelir yönetimi uygulamaları: Ankara'daki otel işletmelerinde bir araştırma	Düzce Üni. Sosyal Bil. Turizm ve Otel İşl.	Doç. Dr. Mehmet Selami Yıldız	A	Ankara'daki beş yıldızlı 13 ve dört yıldızlı 31 otel Nicel-anket - Beş yıldızlı otellerin tümünün ve 18 dört yıldızlı otelin GY uygulaması - 10 otelde gelir yöneticisi (yıldızı belli değil) - Altı otelde GY komitesinin bulunması - Pazar bölümleri analizi, müşteri satın alma davranışları ve rakiplere göre fiyatlandırma, talep analizleri, kapasite yönetimi ve kapasite üstü satışlar, GY yazılımı kullanımı, GY'nin karlılığı olumlu etkisiyle ilgili olumlu düşünceler
2014	YL	Zekiye Serap Korkmaz	Küçük ve orta ölçekli konaklama işletmelerinin odalar bölümünde gelir yönetimi	İstanbul Kemerburgaz Üni. Sosyal Bil. İşletme	Yrd. Doç. Dr. Saadet Çetinkaya		İstanbul'daki bir, iki, üç yıldızlı, butik ve özel konaklama tesisi 152 otel Nicel-anket - GY uygulayan 75 tesis (28 üç yıldızlı otel, 34 özel konaklama tesisi), uygulamayanlara göre ortalama beş yıl daha yeni tesisler - En sık tercih edilen GY uygulamaları; pazar bölümlerinin rezervasyon tercihleri, pazarlara göre paketler, fiyatlar ve kapasite ayarlamaları, rakiplerin fiyatlarını izleme, talep durumuna göre özel teklifler - Diğer GY uygulamalarının tesislerin büyük çoğunluğunda (%85 üzeri) gerçekleştirilmesi - GY uygulamadığını söyleyen otellerin de büyük çoğunluğunun söz konusu uygulamaları gerçekleştirmesi (%73-90) - Fiyat belirlemede maliyetler dışında dikkate alınan unsurlar - Yüksek düzeyde GY uygulayan 18 tesis - GY'nin olumlu sonuçlarına yönelik görüşler - Yüzde 94 web sayfası olan otel payı, bu kanaldan rezervasyon alma oranı ortalama yüzde 71 - Üç yıldızlı otellerin kapasite ve fiyat odaklı uygulamalarda daha başarılı olması

Ek 1. Otellerde GY konulu yapılan tezler (devamı)

Yıl	Tez türü	Yazar	Çalışma başlığı	Üniversite Enstitü Anabilim dalı	Danışman'	Mak.	Kapsam/Örneklem Yöntem Temel bulgular
2016	YL	Bariş Çıvık	Otel işletmelerinde getiri yönetimi ile online kanal yönetimi ve teknolojilerinin etkileşimi	Anadolu Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Yrd. Doç. Dr. Emre Ozan Aksöz		İstanbul'daki beş yıldızlı 10 otel Nitel-Gelir yöneticileri ile görüşme - GY'de çevrim içi kanal yönetiminin önemi, çevrim içi kanalların etkileri - Otelin GY uygulamalarının kapsamı (talep, durum, rakip analizi, fiyatlar ve kanallar) - Çevrim içi kanalları kullanmanın etkileri (devamlı müşteri, itibar, doluluk, pazarlama, karlılık)
2016	YL	Sercan Aras	Otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamaları: İzmir'deki dört ve beş yıldızlı otellerde bir araştırma	Necmettin Erbakan Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Yrd. Doç. Dr. Halil Akmeşe	B	İzmir'deki 17 beş yıldızlı ve 31 dört yıldızlı otel Nicel-anket - Otellerin başlıca gelir merkezleri odalar ve yiyecek-içecek hizmetleri (bar ve minibar ağırlıklı); diğerleri minibar ve SPA - Beş yıldızlı otel işletmelerinde golf, SPA, tenis vb. hizmetlerden gelir elde etme potansiyelinin daha yüksek olması - Erken rezervasyon ve son dakika teklifleri en çok tercih edilen uygulamalar - Kapasite üzeri satış, asgari-azami kalış süresi en az tercih edilen uygulamalar - GY yazılımlarının olumlu etkisi - En çok uygulanan yöntem düşük dolulukta düşük fiyat - GY performans analizi (doluluk ve fiyatlar), geçmiş verilere dayalı tahminleme, rakiplere göre uygulamalar
2017	D	Ersin Arıkan	Beş yıldızlı otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamaları üzerine bir araştırma	Necmettin Erbakan Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Prof. Dr. Raif Parlakkaya	B	Türkiye'deki beş yıldızlı 113 otel (nicel) ve 13 otel (nitel) Karma-anket ve görüşme - GY'nin genel müdür sorumluluğunda olması, yazılım kullanılmaması, bilgilerin internetten elde edilmesi - En çok tercih edilen uygulamalar erken rezervasyon, son dakika teklifleri, fiyat farklılaşması, dağıtım kanalları ile kapasite üzeri sözleşmeler - Çevrim içi seyahat acenteleri, doğrudan satış en çok gelir getiren kanallar; otel web sitesi en az gelir getiren kanal - GY'nin rekabet avantajı, yüksek karlılık ve kapasite kullanımı sağlaması - GY uygulamalarında istatistikî doluluk tahmini yöntemlerinin kullanılması - Turizm eğitimi alan yöneticilerin GY'yi kullanma ve satışları artırma eğilimi
2017	YL	Mustafa Güderoğlu	Konaklama işletmelerinde gelir yönetimi uygulamalarının müşteri algısı (Konya ilinde bir araştırma)	Necmettin Erbakan Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Yrd. Doç. Dr. Halil Akmeşe		Konya'daki beş yıldızlı otellerde konaklayan 438 müşteri Nicel-anket - Müşterilerin yüksek GY algıları - Fiyatlardaki tutarsızlıklara duyarlı ve fiyat değişikliklerini etik bulmamaları - GY algısının memnuniyeti yordaması
2018	YL	Hande Çabuk Ercan (işletme konulu)	Yeni açılan küçük ölçekli yerel bir konaklama işletmesine gelir yönetimi uygulaması	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üni. Sosyal Bil. İşletme	Dr. Öğr. Üyesi Melike Meterelliyoz Kuyzu	B	Bir ilçedeki küçük konaklama işletmesi Nicel-modelleme ve uygulama - Yönetim ve alt kadrolarda GY kültürünün oluşturulması, bilgi ve farkındalık yükseltme - Talep, rakip ve çevre analizleri yapılması - Oluşturulan modellemeye dayanan GY sisteminin göreceli olarak düşün dolulukla daha yüksek gelir getirme potansiyelini ortaya koyması
2019	YL	Eylül Rana Özbey	Otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamalarının değerlendirilmesi	Çanakkale Onsekiz Mart Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Dr. Öğr. Üyesi Halil Korkmaz		İstanbul ve Bursa'da beş ve dört yıldızlı otellerde çalışan 30 yönetici Nitel-görüşme - GY sorumluluğunun diğer bölüm yöneticilerinde olması (genel müdür, ön büro, satış, finans) - GY'de ağırlıklı olarak otel yönetim sistemi kullanımı - Geçmiş dönem verilerine dayalı tahminleme - Maliyetler, çevre oteller ve bütçeğe dayalı fiyatlandırma
2019	D	Mehmet Altuğ Şahin	Gelir yönetimi ile stratejik yönetim muhasebesi uygulamalarının entegrasyonu: Otel işletmelerine yönelik bir model önerisi ve bir uygulama	İstanbul Üni. Sosyal Bil. Turizm İşl.	Prof. Dr. Mehmet Erkan		İstanbul'daki dört yıldızlı bir otel Nicel-modelleme ve uygulama - Oda tipi, pansiyon tipi, pazar bölümleri, dağıtım kanalları, faaliyetler ve kaynaklar yanında gelir (rezervasyon ve satışlar) ve giderlerle ilgili verileri kullanan modelleme - Talep tahminleme, müşteri karlılık analizi, sürece dayalı faaliyet tabanlı maliyetlemeye dayanan modelleme - Fiyatlandırma, dağıtım kanalları yönetimi ve değerlendirme aşamalarını kapsayan modelleme - Talep tahminleri ve kanal yönetimi dayanan karlılık optimizasyonu önerilerinin uygulanması sonucu değerlendirmede olumlu sonuçlar alınması

Ek 1. Otellerde gelir yönetimi konulu yapılan tezler (devamı)

Yıl	Tez türü	Yazar	Çalışma başlığı	Üniversite Enstitü Anabilim dalı	Danışman'	Mak.	Kapsam/Örneklem Yöntem Temel bulgular
2019	YL	Şahin Osmanoglu	Konaklama işletmeleri rekabet ortamında getiri yönetimi uygulamaları	İstanbul Üni. Sosyal Bil. Turizm İŞl.	Doç. Dr. Gürel Çetin		İstanbul'daki beş yıldızlı ve uluslararası grup bünyesindeki 16 otel Nitel-görüşme - Gelir yöneticilerinin ağırlıklı olarak doğrudan genel müdüre rapor vermesi - Rekabet anlayışı ve faktörler, ağırlıklı olarak farklılaştırma algısı - Ağırlıklı tercihler; talep ve rakiplere göre fiyat belirleme, satış geliştirme faaliyetleri - GY'ye özel uluslararası yazılım ve üyelik temelli raporların kullanılması; performans değerlendirme ve uygulamaların bu bilgilere göre yapılması
2019	D	Tevfik Demirçiftçi	Konaklama işletmelerinde gelir yönetimi uzmanlarının yeterlilik alanları ve karşılaştıkları sorunlar: Uluslararası bir araştırma	İstanbul Üni. Sosyal Bil. Turizm İŞl.	Prof. Dr. İsmail Kızıllırmak		İstanbul'daki uluslararası grup bünyesindeki 14 otel (nitel) ve 215 uluslararası gelir yöneticisi (nicel) Karma-anket ve görüşme - Gelir yöneticilerinin yaşadıkları zorluklar, sahip olmaları gereken yetkinlikler ve üniversite öğreniminde olması gereken derslerin belirlenmesi - En büyük zorluklar veri doğruluğu, mal sahibinin bütçe baskısı, GY bölümünü oluşturma, ekonomik dengesizlik ve nitelikli gelir yöneticisi azlığı; zorluklarda turizmle ilgili bölüm mezunu olmaya dayanan farklılıklar - GY'nin başta analitik düşünme, karar verme, büyük resmi görme üzere çok çeşitli yetkinlikler gerektirmesi - Veri analitiği, stratejik yönetim, fiyatlandırma, istatistik, elektronik dağıtım derslerinin gerekliliği.

\*Tezin kabul edildiği tarihteki akademik unvanlar eklenmiştir.

YL: Yüksek Lisans; D: Doktora; Mak.: Tezin makale olarak yayınlanma durumu; A: Ulusal yayı; B: Uluslararası yayı

Ek 2. Otellerde GYkonulu makaleler

Yıl	Yazarlar	Çalışma başlığı	Yayımlandığı dergi	Sınıf'	Yöntem	Temel bulgular
2000*	Kayaman, R.	Ankara, İstanbul ve İzmir'de bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerinde getiri yönetimi uygulamalarının değerlendirilmesi: Amprik bir çalışma	Turizm Akademik, 1(1), 22-30	A	Nicel-anket	İstanbul'daki uluslararası otellerin yüksek düzeyde GY uygulamaları; talep ve müşteri bölüm ve karması odaklı uygulamaların gerçekleştirilmesi
2000	Emeksiz, M.	Getiri yönetimi (yield management) hakkındaki bir makale üzerine	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 11(1), 77-78	A	Editöre not	Kayaman (2000) makalesinde atıf hakkında düzeltme
2009	Güler, M. E. ve Bulut, Z. A.	Getiri yönetimini etkileyen kritik başarı faktörlerinin belirlenmesi: Bodrum ve Marmaris yöresi otellerine yönelik amprik bir çalışma	SÖİD: Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 6(2), 49-55	A	Nicel- anket	İç kıyaslama, pazar analizi, talep tahminleme, rekabet avantajı ve müşteri profili olarak beş grup başarı faktörünün belirlenmesi
2014*	Meterelliyoç, M. ve Tan, A.	Gelir yönetimi metodlarının Türkiye otelcilik sektörüne uygulanması	Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(3), 85-110	A	Nicel- modelleme ve uygulama	Talep tahmininde EMSR-b kapasite kontrol yöntemine dayalı model geliştirilmesi ve yüzde 70 doluluk düzeyinde gerçeğe yakın sonuçlar elde edilmesi
2016*	Gür, Ç. ve Yıldız, M. S.	Gelir yönetimi uygulamaları: Ankara'daki otel işletmelerinde bir araştırma	Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2), 15-36	A	Nicel- anket	GY'nin beş yıldızlı otellerde uygulanması, dört yıldızlı otellerde gelişmeye başlaması, otellerin yaklaşık üçte ikisinde gelir yöneticisinin olmaması, GY uygulamalarının karlılık ve rekabet avantajına katkıları
2017*	Akmeşe, H. ve Aras, S.	Otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamaları: İzmir'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama	International Journal of Academic Value Studies, 3(16), 344-358	A	Nicel-anket	Otel yönetim sistemlerinin GY odaklı kullanımı, en çok kullanılan teknikler erken rezervasyon ve fiyat farklılaştırması, performans değerlendirmelerinde doluluk, ortalama oda fiyatı, oda başı gelir ölçütlerinin kullanılması
2020*	Arıkan, E. ve Parlakkaya, R.	Beş yıldızlı otel işletmelerinde gelir yönetimi uygulamalarına ilişkin nitel bir araştırma	Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 19(75), 1255-1274	A	Nitel-görüşme	GY'nin, gelir ve satışları artırma, fiyatlandırma, kapasite yönetimi ve doluluk olarak algılanması, en çok kullanılan teknikler erken rezervasyon indirimleri, günlük kullanım ve çapraz satışlar, GY'nin gelirleri ve rekabet gücünü arttırmaya katkısı, etkili GY'nin dağıtım kanallarında bulunma, tanıtım ve pazarlama faaliyetler, seyahat acenteleri-tur operatörleriyle çalışma ve etkili otel web sitesine bağlı olması, sorunlar genelde iletişim, uzman ve teknik bilgileri erişim eksikliği ile ilgili, dikkat edilmesi gereken raporlar, rakipler, tahminler ve geçmiş veriler
2020*	Meterelliyoç, M. ve Çabuk Ercan, H.	Yeni açılan küçük ölçekli yerel bir konaklama işletmesine gelir yönetimi uygulaması	Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 40, 385-404	A	Nicel- modelleme ve uygulama	GY kültürünün oluşturulması, yönetim bilgilendirme ve personel eğitimi, odaların özelliklerine göre fiyatlama katsayıları, tahminlemede en gerçekçi yöntemin üstel düzeltme olması, otel için doluluk, konaklama amacı ve müşteri türü temelli fiyat belirlemeye yönelik bir GY sistemi geliştirilmesi, talep analizi ve tahmini aşamalarının uygulanması ve otelin hedeflenen karlılığı sağlamak için satması gereken oda sayısının tahmin edilmesi
2021	Büyükipekçi, S. ve İslamzade, İ.	Konya'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel yöneticilerinin gelir yönetimine bakışları	İşletme Araştırmaları Dergisi, 13(1), 176-191	A	Nicel- anket	GY uygulamalarının son yıllarda yoğunlaşması, gelir yöneticisi istihdamı, GY'nin etkilerinin değerlendirilmesinin aylık gelir, müşteri profili, demografik özellikler ve işletme faaliyet süresiyle ilişkili olmaması, GY'nin özellikle genel giderleri azaltma ve işletme faaliyetlerini kontrole katkısı

Ek 2. Otelde GY konulu makaleler (devamı)

Yıl	Yazarlar	Çalışma başlığı	Yayımlandığı dergi	Sınıf	Yöntem	Temel bulgular
2021	Özer, Y.	Fırsat satış sitelerinin gelir yönetimi içerisindeki rolü: İstanbul'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde nitel bir araştırma	Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(9), 71-81	A	Nitel-görüşme	Fırsat satış sitelerinin doluluğu arttırması, marka tanıtımına katkısı, hızlı satışlarla oda stoğunu azaltma olanağı, özel gün paketlerinin etkili tanıtımı, dezavantajların düşük fiyat nedeniyle gelir kaybı, müşteri profilinin değişmesiyle yaşanan sorunlar, kar hedeflerine ulaşma zorlukları, diğer dağıtım kanallarının aynı fiyatları talep etmesi olarak ortaya çıkması
2021	Türkseven, Y. Ç. ve Koşan, L.	Covid-19 pandemi sürecinin getiri yönetimi kapsamında değerlendirilmesi: Bir otel işletmesinde uygulama	Journal of Humanities and Tourism Research, 11(4), 738-755	A	Nitel-görüşme	COVID-19 sürecinde lüks bir beş yıldızlı kıyı otelinde öncelikle talep yönetimi ile ilgili stratejilerin uygulanması (otel açılışının ertelenmesi, rezervasyonların ertelenmesi ya da cezasız iptali) ve COVID-19 sürecine göre gelirlerin yükseltilmesi
2022	Koşan, L. ve Türkseven, Y. Ç.	Otel işletmelerinde gelir yönetimi süreci üzerine bir değerlendirme	Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(1), 71-90	A	Kuramsal çalışma	GY teknikleri, uygulama modelleri, performans değerlendirme ölçütleri, gelir yöneticisinin işlevi ve rolü
2012	Güler, M. E.	Prioritization of revenue management factors: A synthetic extent analysis approach	Ege Akademik Bakış, 12(2), 161-170	B	Nitel-bulanık sentetik analizi	İç kıyaslama, pazar analizi, talep tahmini, rekabet avantajı, müşteri profili faktörlerinin değişen öncelikleri, başka sektörlerle uygulanabilirliği
2021**	Çolak, O. ve Koşan, L.	Price sensitivity measurement: A yield management approach	Istanbul Business Research, 50(1), 47-76	B	Karma- anket ve görüşme	Her şey dahil otelin yüksek sezonda yaklaşık yüzde 35-40 gelir kaybına uğraması, ajans komisyonlarının azaltılması ile satış gelirlerinin yükseltilmesi olanağı, müşterilerin otelin kalitesine göre ödeyebileceği tavan fiyatın uygulanandan yüksek olması
2022	Demirçiftçi, T.	How to be a successful revenue manager: A case from the Marriott Turkey cluster	Journal of Tourismology, 8(1)	B	Nitel-görüşme	İyi düzeyde analitik ve iletişim becerilerinin önemi, yerel pazarı anlamak ve marka standartlarını uyarlamann etkisi
2004	Okumuş, F.	Implementation of yield management practices in service organisations: Empirical findings from a major hotel group	Service Industries Journal, 24(6), 65-89	C	Nitel-görüşme, gözlem ve belge analizi	Otel gruplarında merkezi GY geliştirme ve uygulamanın zorlukları, bu zorlukların genellikle örgüt yapısı ve kültüründen kaynaklanması, yüksek çalışan devri, zayıf insan kaynakları uygulamaları, süregelen gelişim ve değişimlerin GY uygulamalarına etkisi
2006	Emeksiz, M., Gürsoy, D. ve İçöz, O.	A yield management model for five-star hotels: Computerized and non-computerized implementation	International Journal of Hospitality Management 25, 536-551	C	Nitel- modelleme ve uygulama	Tam hizmet, üst düzey, beş yıldızlı otellerde uygulamaya dönük bilgisayar destekli ya da desteksiz beş aşamalı bir GY modeli geliştirme ve uygulama, her iki durumda da modelin uygulanabilirliği, modelin operasyonel ve finansal performansa katkıları
2016	Çetin, G., Demirçiftçi, T. ve Bilgihan, A.	Meeting revenue management challenges: Knowledge, skills and abilities	International Journal of Hospitality Management, 57, 132-142	C	Nitel-görüşme ve odak grup görüşmesi	Kişisel, GY bölümü içi, örgütsel, sektörel ve örgüt dışı (politik, ekonomik, teknolojik, çevresel, hukuki) zorluklarla başa çıkmak için gerekli olan kişisel (analitik ve sosyal), geliştirilebilir (jenerik-pazarlama, iletişim, girişimcilik vb.), teknik ve etik beceriler
2017	Çetin, G., Demirçiftçi, T. ve Bilgihan, A.	Coping with RM challenges in hospitality education	Journal of Revenue and Pricing Management 16(5), 499-512	C	Nitel- anket	GY ile ilgili toplam 34 zorluk, en önemlileri nitelikli çalışan bulma, ekonomik istikrarsızlık, mal sahibinin bütçe ve fiyatlar üzerindeki baskısı, istikrarsız talep ve rekabet
2017	Ivanov, S. ve Ayas, Ç.	Investigation of the revenue management practices of accommodation establishments in Turkey: An exploratory study	Tourism Management Perspectives, 22, 137-149.	C	Nitel-anket	Otelde GY sorumlulukları ve uygulamaları; GY genel müdür, ön büro ya da pazarlama müdür sorumluluğunda, çevrim içi seyahat acenteleri, web sayfası, tur operatörleri ve seyahat acenteleri en yaygın kanallar, yüksek sayıda odası bulunan yüksek kaliteli şehir merkezi ya da sahil otellerinin GY uygulama yöntemleri
2018**	Aras, S., Buyusalvaric, A. ve Akmeşe, H.	Revenue management practices in hospitality industry: A research on hotels in konya, turkey	International Journal of Business and Administrative Studies, 4(2), 45-52	C	Nitel- anket	GY uygulamalarının otellerin finansal performans ve rekabet gücüne olumlu etkisi
2021	Alrawadieh, Z., Alrawadieh, Z. ve Çetin, G.	Digital transformation and revenue management: Evidence from the hotel industry	Tourism Economics, 27(2), 328-345	C	Nitel-görüşme	GY'nin dijital dönüşümün etkisinde olması ve çeşitli düzeylerde daha karmaşık hale gelmesi, zaman tasarrufu, karar destek işlevi, gelir artırma avantajına karşın GY sistemlerinin yüksek maliyetinin dijital dönüşüm ötündeki temel engel olması (araştırma alanı Ürdün)
2021	Demirçiftçi, T., Chen, C. ve Çetin, G.	Understanding the gap between university revenue management courses and the job market	Journal of Hospitality and Tourism Education, 34(2), 78-89	C	Nitel-görüşme ve belge inceleme	Sektör tarafından talep edilen becerilerle yükseköğretim müfredatlarında hedeflenen beceriler arasındaki uyumsuzluk, sektör talepleri iletişim, kişilerarası iletişim, fiyatlandırma, bilişim ve dağıtım becerileri; otel işletmeciliği programlarında dikkate alınanlar otel operasyonları, fiyatlandırma, veri analitiği, tahminleme ve dağıtım becerileri

\*A: Ulusal yayın; B: Türkiye adresli uluslararası yayın; C: Uluslararası yayın.

\*\*GY konulu tezlerden üretilen makaleler.

\*\*\*GY konulu tezlerden üretilmeyen ancak GY başlığı ile yayınlanan makaleler.