

Araştırma Makalesi

Konaklama İşletmelerinde Getiri Yönetiminin Uygulanması

Yield Management Implication in Accommodation Business

Gizem Sultan KAMAN Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi gssarikaya@ogu.edu.tr https://orcid.org/000-0003-4725-7981	Rabia BÖLÜKBAŞ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi rabiha@cumhuriyet.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-2586-3860
--	--

Makale Geliş Tarihi	Makale Kabul Tarihi
01.07.2024	30.07.2024

Öz

Amerikan havayollarında kârın maksimizasyonu için ortaya konulan ve gelişimini devam ettiren getiri yönetimi kavramı, fiyatı ve tüketim zamanını manipüle eden stratejiler aracılığıyla çabuk bozulan bir malın arzını, tahmini taleple eşleştirmektedir. Bu çalışmanın amacı; talep dalgalanmalarına yoğun bir şekilde maruz kalmasına rağmen ülkemizde önemli bir ekonomik gelir kaynağı olan konaklama işletmelerinin kapasitesine uygun kullanımı, stok kontrolü, talep tahminleri ve fiyatlandırma stratejileri literatürünün getiri yönetimi kapsamında taranması ve mevcut durumun ortaya konulmasıdır. Bu araştırma kapsamında, getiri yönetimi ve konaklama işletmelerine ilişkin akademik literatür incelenerek, araştırmaların odağı hakkında mevcut literatürde yayınlanmış makalelerin kapsamlı bir incelemesi sunulmaktadır. Yapılan bu çalışma konaklama işletmelerinde getiri yönetimi hususundaki bilgi ve kullanım durumlarını belirtecek olması açısından önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Getiri yönetimi, getiri yönetimi yaklaşımları, kapasite yönetimi, konaklama işletmeleri, kârın maksimizasyonu,

Abstract

The concept of yield management, which was first introduced for profit maximization in American airlines and continues to develop, matches the supply of a perishable good with the estimated demand through strategies that manipulate the price and consumption time. The aim of this study is to scan the literature of accommodation businesses, which are an important source of economic income in our country despite being heavily exposed to demand fluctuations, on the use of accommodation businesses according to their capacity, stock control, demand forecasts and pricing strategies within the scope of yield management and to reveal the current situation. Within the scope of this research, academic literature on yield management and accommodation businesses is examined and a comprehensive review of the articles published in the existing literature on the focus of the research is presented. This study is

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Kaman, G.S. & Bölükbaş, R., 2024, Konaklama İşletmelerinde Getiri Yönetiminin Uygulanması, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 59(3), 1248-1261.

important in that it will indicate the knowledge and usage situations regarding yield management in accommodation businesses.

Key words: Yield management, yield management approaches, capacity management, accommodation businesses, profit maximization

1. GİRİŞ

Hizmet sektörü ekonominin en umut verici ve hızla gelişen alanlarından biridir. Hizmet sektörünün gelişimi toplumun başarılı gelişiminin temeli olmakla birlikte, sosyal ihtiyaçlar sistemindeki değişiklikler hizmet sektörünün büyümesinde önemli bir faktördür. Makinelerin, teknolojinin, üretim yapılarının karmaşıklığı, nüfusun yaşam standartlarındaki artışın yanı sıra eğitim ve kültürün gelişimi nedeniyle üretim ve nüfus ihtiyaçları giderek artmaktadır (Khurramov, 2020).

Hizmet; insanların ihtiyaçlarını gidermek amacıyla belirli bir fiyattan satışa sunulan, elle tutulamayan, koklanamayan, kolay heba edilebilen, stoklanamayan, standartlaştırılamayan, yarar ve fayda oluşturan soyut faaliyetler bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Sayım ve Aydın, 2011). Soyut olan hizmette, üretim ve tüketim eşzamanlıdır, fiyatlandırma seçenekleri daha detaylıdır, hizmet üretimi esnasında tüketici ile üretici arasında yoğun bir iletişim vardır ve hizmet bireyden bireye farklılık göstererek fayda sağlamaktadır (Murdick vd., 1990).

Hizmet sektörlerinden biri turizm olarak bilinmektedir. Dolayısıyla hizmete ait olan bütün özellikler turizm işletmelerine genellenebilmektedir. Turizm işletmelerini turistlerin temel ihtiyaçları dikkate alınarak; konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri olarak sınıflandırmak mümkündür. Bunlar içerisinde konaklama işletmeleri kendisine özgü nitelikleri ile şekillenmiştir. Bu özellikler; zamana karşı duyarlı olması, talebin esnekliğinden ötürü yüksek risk içermesi, satışların zaman esaslı olması, kurulum aşamasında büyük sermayeye ihtiyaç duyulması, sosyal, ekonomik ve siyasi olaylardan hızlı etkilenmesi gibi faktörlerdir (Keskin, 2013; Özhasar ve Ege, 2020). Turizm sektörü dış faktörlerden oldukça kolay etkilenen bir yapıya sahip olmakla birlikte ekonomik, sosyal ve siyasal faktörler ne olursa olsun konaklama işletmelerinde sabit bir maliyet bulunmaktadır. Konaklama işletmelerinde satılan ürünün stoklanamayışı, oda satışı gerçekleştirilemediği takdirde maliyeti artırmaktadır (Erdoğan, 2009). Dolayısıyla kapasitenin sabit oluşu işletmelerin kapasite yönetimi konusunda sistematik yaklaşımları uygulama ihtiyacını oluşturmaktadır.

Kapasite kelimesinin alanlara göre farklı anlamları bulunmakla birlikte ekonomi bilimi için; bir işletmenin üretim miktarı olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2024). Bölgeler için taşıma kapasitesi kavramı kullanılırken, otel işletmeleri için yatak kapasitesi terimi kullanılmaktadır. Kapasite kavramı üretim oranı veya belirli bir zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilebilecek üretim miktarı olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerde verimliliğin ve kârlılığın istenilen düzeyde olup olmadığının en temel göstergelerinden biri olan kapasite kullanımı, konaklama işletmelerinde birincil ürün olarak oda ve yatak sayısı üzerinden değerlendirilmektedir. Kapasitenin ise kısa dönemde sabit olduğu, stoklanamaması ve otel işletmelerinin maksimum faydayı sağlayabilmesi için oda ve yatak sayısı kullanım oranının yüksek olması gerekmektedir (Kılınç, 2005).

Kapasitenin kullanımı ve stok kontrolü faktörlerinin yanı sıra turizmin mevsimsellik özelliği işletmeler için talep tahmini oluşturarak eldeki kaynakları en yüksek derecede değerlendirme ihtiyacını zorunlu kılmaktadır. Talep; bir malın veya hizmetin belirli bir piyasada, belirli bir anda, muhtemel fiyatlar karşısında alıcıların o mal ve hizmetlerden satın almayı düşündükleri miktardır. Turizm talebi ise; seyahat etme motivasyonuna sahip olan ve bu isteği sağlamak için yeterli gelire sahip olan insan sayısıdır (Turanlı ve Güneren, 2003). Talebin tahmini, turizmin interdisipliner bir alan olması dolayısı ile farklılık göstermektedir. Ekonomi, siyaset, uluslararası alanda yaşanan gelişmeler ve birçok faktör turizme doğrudan etki ederek talebi etkilemektedir. Üretim yönetiminde talep tahminlerinin yapılarak müşteri talebinin belirlenmesi ve buna bağlı olarak üretimin planlanması büyük önem taşımaktadır. Müşteri talebinin tahmin edilmesi ne kadar ürünün ne kadar hammadde, işgücü ve diğer üretim faktörleri kullanılarak üretileceğinin planlanması ve stok bulundurulacağının tespit edilmesi bakımından yönetim tarafından alınacak kararlarda büyük önem taşımaktadır. Tahmin süreci; tahmin amacının belirlenmesi, tahmin döneminin belirlenmesi, gerekli veri miktarına karar verilmesi ve bu verilerin toplanması, bir tahmin yönteminin seçilerek uygulanması, sonuçların izlenerek ilgili yerlere gönderilmesinden oluşmaktadır (Soysal ve Ömürgönülşen, 2010). Yılın farklı dönemlerinde değişen talep; üretim miktarı

farklılıkları, farklı pazar koşulları ve fiyatlarının oluşumuna neden olmaktadır (Günel, 2009). İşletmeler bütün bu faktörler altında en yüksek kazançla ulaşmak için çeşitli yollar uygulamaya başlamışlardır. Bunlar içerisinde getiri yönetimi yaklaşımı; bilgi sistemlerinin uygulanması ve fiyat stratejisinin belirlenmesinde doğru kapasitenin, doğru zamanda, doğru müşteriye, doğru yerde satılması olarak tanımlanmaktadır (Ingold, Yeoman ve McMahon-Beattie, 2000). Getiri yönetimi içerisinde bu üç konu genellikle birbirinden bağımsız olarak ele alınmaktadır (Weatherford ve Bodily, 1992).

Getiri yönetimi, birçok servis endüstrisinde, çabuk bozulabilir kaynaklardan sağlanan geliri ve faydayı maksimize etmek için tüketici davranışlarını etkilemeyi arzulayan ve çeşitli fiyat değişikliklerine dayalı olan taktiksel bir sistemdir. Satışların yapıldığı yerlerdeki stokların kontrol edilmesi stratejisini içerir ve doğru müşteriye doğru zamanda doğru fiyattan satın aldırma amaçları (Sahut, Hikkerova ve Pupion, 2016).

Getiri yönetimi stoklanamayan, eşzamanlı üretilip tüketilen ve talebe karşı duyarlı olan işletmelerden ilk olarak havayolları şirketlerinde kullanılmaya başlanmıştır. 1970lerin sonlarında Amerikan Havayolları endüstrisinde kısıtlamaların azaltılması veya tamamen ortadan kaldırılması amacıyla ortaya çıkmıştır (Kimes, 2000). Amerikan Havayolları'nın getiri yönetimi sistemindeki gelişimi uzun ve bazen zor olmuştur. Ancak bu model aracılığıyla yalnızca üç yıl içerisinde 1,4 milyar dolar gelir sağlanmıştır (Smith, Leimkuhler ve Darrow, 1992).

Süreç içerisinde getiri yönetimi kapasitenin kârlı yönetimi için havayolları ulaştırmalarında ve konaklama işletmelerinde geniş bir alana yayılarak kabul görmüştür. Bu anlamda firmalara uygun talep kapasitesinin bölümlendirilerek üniteler için nasıl karar verileceği konusunda rehberlik etmektedir (Kimes, 2000). Getiri yönetiminde yönetim teknikleri, matematiksel algoritmaları kullanarak kârlılığı arttırmak, talepteki dalgalanmalara ve kapasitenin yönetiminde istikrarı sürdürerek en uygun şekilde kullanımı gerektirmektedir. Havayollarının ardından oteller ve gemi turları gibi rekabetçi diğer sektörlerde de başarı ile uyarlanan (Hoseason, 2000), getiri yönetiminin arkasındaki temel düşünce; bir otel veya havayolu şirketi tarafından verilen hizmetin, bu hizmet için farklı ödemeler yapmaya istekli farklı müşterilere sunulmasıdır. Bu değişim, ödemeye istekli olan farklı müşteriler tarafından talepte meydana gelen fiyat elastikiyetinin oluşumuna neden olur. Burada temel problem; beklenen temel müşteri sayısını en üst düzeye çıkaran müşteri kümesini oluşturacak rezervasyonları bir araya getirebilmek için bir politika hazırlamaktır (Badinelli, 2000). Bu çalışmanın amacı; talep dalgalanmalarına yoğun bir şekilde maruz kalmasına rağmen ülkemizde önemli bir ekonomik gelir kaynağı olan konaklama işletmelerinin kapasitesine uygun kullanımı, stok kontrolü, talep tahminleri ve fiyatlandırma stratejileri literatürünün getiri yönetimi kapsamında taranması ve mevcut durumun ortaya konulmasıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Getiri yönetimi; kapasitenin, doğru zamanda, doğru müşteriye, doğru yerde satılması (Ingold, Yeoman ve McMahon-Beattie, 2000) ile birlikte tahmin, strateji ve insana dayalı bir süreçtir (Yeoman ve Watson, 1997). 1970'lerden itibaren otel işletmelerinde getiri yönetimi, kapasitenin yönetimi ile beraber bir model oluşturarak uygulanmaya başlamıştır (Donaghy, McMahon ve McDowell, 1997). Getiri yönetimi; hizmet kalitesinin iki yönüne odaklanan entegre bir talep yönetimi, sipariş rezervasyonu ve kapasite planlama sürecidir. Aynı zamanda mevcut kapasiteden elde edilen geliri en üst düzeye çıkarmak için finansal, operasyon ve pazarlama stratejisini fiyatlandırma ve hizmet kapasitesi tahsis taktikleriyle bütünleştiren operasyonel bir yaklaşımdır (Harris ve Peacock, 1995).

Bununla birlikte turizm sektörü içerisinde talep tahmini işletmelerde maksimum fayda sağlamak amacı ile araştırma ve geliştirme çalışmalarında sıkça kullanılmaktadır. Oranların manipüle edilmesi ve gelirin maksimize edilmesi gelecekteki talep tahminlerinin iyi yapılmasına bağlıdır. Bu durum modellerdeki oranların geçmişteki verilerden yararlanılarak kapasite fazlası rezervasyonların onaylanmasını da içerdiğinden çok karmaşık bir süreç olarak gözükebilir. Genellikle getiri yönetimi talep tahminine dayalı olarak potansiyel müşterilere sunulmak amacıyla bir dizi fiyat serisi oluşturarak kapasitenin uygun kullanımını işletmecilere sağlamaktadır (Jauncey, Mitchell ve Slamet, 1995). Getiri yönetiminin amaçlarını (Kayaman, 1998);

- Oda başına toplam maliyetleri göz önüne alarak, oda başına ya da geceleme başına maksimum getiriye ulaşmak,

- Müşteri gelir potansiyeli ve pazar karması yoluyla odaların doluluklarının kontrolünün sağlanması,
- Potansiyel yüksek getiri yaklaşımı ile minimum kalış mecburiyetlerinin belirlenmesi,
- Toplam talep ve fiyat elastikiyeti göz önüne alınarak gelir erozyonunun ve pazar kaybının minimum seviyeye indirilmesi,
- Erken ayrılış, iptal gibi sebeplerle oluşan gelir kaybının minimum seviyeye indirilmesi,
- Özel ürünlere (süit ve çift kişilik odalar) karşı oluşan düşük talep dönemlerinde gelir kaybının minimum seviyeye indirilmesi,
- Grup kalışlarının, yüksek ödeme gücüne sahip pazar dilimlerinin yer değiştirme ihtimallerinin gözlenerek, değerlendirilmesi şekilde açıklamak mümkündür.

Getiri yönetimi bir yönetim aracı olarak tamamen yeni bir uygulama değildir, çoğu otel getiri yönetimi modellerinden herhangi birini uygulamaktadır. Turizmin mevsimsellik özelliğinden dolayı değişen talebin dalgalanma özelliğine uygun olarak oda fiyatlandırılmasını hafta içi ve hafta sonu gibi zamanlarda odaların doluluklarına bağlı olarak değiştirilebilmesi bu duruma örnek olarak verilebilmektedir (Donaghy, ve ark., 1995). Getiri yönetiminin arkasındaki temel düşünce; bir otel veya havayolu şirketi tarafından verilen hizmetin, bu hizmet için farklı ödemeler yapmaya istekli farklı müşterilere sunulmasıdır. Bu değişim ödemeye istekli olan farklı müşteriler tarafından talepte meydana gelen fiyat elastikiyetinin oluşumuna neden olmaktadır. Burada temel problem; beklenen temel müşteri sayısını en üst düzeye çıkaran müşteri kümesini oluşturacak rezervasyonları bir araya getirebilmek için bir politika hazırlamaktır (Badinelli, 2000).

Şirketler getiri yönetimine başvururken, 4 farklı şartı bulundurmak zorundadır. Bunlardan ilki; satıcıların bozulabilir kapasiteli stok bulundurmalarıdır. İkincisi; müşteriler hizmet saatinden önce rezervasyon yaptırabilmeli, üçüncüsü; satıcılar her biri sabit fiyatlı bir dizi ücret sınıfını yönetebilmeli, dördüncüsü ise; satıcıların zaman içerisinde ücret sınıflarını değiştirebilmeleridir (Treszl, 2012). Bununla birlikte bir konaklama işletmesinde getiri yönetiminin başarılı olarak uygulanabilmesi için coğrafi olarak bölgenin bilinmesi, stratejik planlama deneyimi, liderlik ve pazarlama becerileri, hizmet pazarlamasında deneyim ve bilgisayar okuryazarlığı (Donaghy, McMahon-Beattie ve McDowell, 1997:51-52) gerekmektedir. Avrupa Birliği'nin 1996 yılındaki deklarasyonunda getiri yönetimine yön veren ve iskeletinin oluşumuna öncülük eden prensipleri Andersen Danışmanlık Firmasından Dr. Scot Hornick pazar bölümlendirme, fiyat yönetimi ve talep tahmini ile kapasite yönetimi olarak kategorize etmiştir (European Commission, 1996).

2.1. Pazar Bölümlendirme

Bir konaklama işletmesinin getiri yönetimini kullanabilmesi için konaklayan müşterilere ait verilerden yola çıkarak pazar bölümlendirme yapması gerekmektedir. Rezervasyon ve talep özellikleri ile birlikte fiyat bilgisine hâkim olunmalı, kapasite üstü rezervasyon politikası ile etkin bir bilgi sistemi oluşturulmalıdır (Çıvak, 2016).

2.2. Fiyat Yönetimi ve Talep Tahmini

Fiyatlandırma; getiri yönetimi uygulamalarında müşteriye yansıyan son noktadır ve en temel anlamıyla bir ürün veya hizmetten yararlanma durumunda karşılanması gereken parasal değer olarak ifade edilmektedir (Eroğlu, 2018). Fiyatlandırma kararında; maliyetler, rekabet, dağıtım kanalları ve müşteriler etkili olmaktadır (Polat, 2015).

Getiri yönetiminin önemli bileşenlerinden biri olan fiyat yönetiminde otel işletmeleri kendilerine rakip olarak gördüğü otellerin fiyatlarını çeşitli araçları kullanarak takip etmelidir. Bu amaç için geliştirilmiş olan yazılımlar konaklama işletmelerine piyasa fiyat bilgisini sunmaktadır. Getiri yönetim sistemiyle entegre çalışan bu araçlar fiyatların optimizasyonunu sağlamaktadır (Çıvak, 2016). Fiyat yönetiminde esas vurgu belirli bir fiyata sahip oda tipinden (ürün odaklı) oda fiyatının talebe göre belirlendiği (piyasa/talep odaklı) daha karmaşık bir stratejiye kaydırılır. Sabit kapasite ve yüksek marjinal sabit maliyetler nedeniyle otel işletmecileri, mevcut pazarlardan gelen talebin boyutu ile ilave segmentlerden gelen potansiyel talebi ele alarak en uygun segmenti belirleyebilmelidir. Harcama eğilimi ve farklı pazar segmentlerine uyum sağlamanın maliyeti, bu segmentasyonun belirlenmesinde önemli olan diğer

bileşenlerdir (Donaghy ve ark., 1995). Konaklama işletmelerinde talep tahmini, farklı yöntemlerin performansının mevcut verilere ve istenen tahminin zaman değişkenine bağlı olarak önemli ölçüde değişebileceğinden, farklı tahmin yöntemlerinin değerlendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir (Helve, 2015).

2.3. Kapasite Yönetimi

Hizmet sektörü içerisinde pek çok işletme verimliliğinin bir ölçütü olarak satılan kapasite yüzdesine odaklanmaktadır. Ancak işletme karlılığının belirlenmesinde tek başına bu ölçüt yetersiz kalmaktadır. Konaklama işletmelerinde kapasitenin sabit olması, doğru yönetim uygulamalarının yapılmasını dolayısıyla maksimizasyonunu belirlemede etkin bir rol oynamaktadır (Kayaman, 1998).

Son yıllarda konaklama işletmelerinin, ülke ekonomisi üzerindeki öneminin anlaşılması sebebiyle alacak-nakit-stok yönetimindeki gelişmeler konaklama işletmesi yöneticilerinin işletme sermayesinin kullanımına ve yönetimine bakış açısını değiştirmiştir. İşletme sermayesi kalemleri; alacak, nakit ve stok olarak gruplandırılmaktadır. Bir işletmenin karlılığı bu üç kalemin etkin kullanımına bağlıdır (Yıldırım, 2006). Her işletme kendi stok politikasına sahip olduğu varlıklar, üretim şekli, finansal durumu ve diğer faktörlere bağlı olarak stok kontrol yöntemleri ve tekniklerini kullanmaktadır. Stok kontrolünde kullanılan bu yöntemler, basit bir düzenden bilgisayarla çözüme kadar geniş bir açıdan değişik şekillerle ve farklı yapılar ortaya konularak yapılabilmektedir. Bu yöntemlerin hangisinin kullanılacağına seçimde, işletmenin büyüklüğü, stoklarla ilgili maliyetler, stok politikası gibi etmenler önemli rol oynamaktadır (Sulak, 2008). Stok yönetimi; üretim planına uygun olarak işletmelerin stok hedeflerine göre ürün ve malzeme stok seviyelerinin belirlenmesi ve stokların verimli yönetimi fonksiyonudur (Eymen, 2007).

Stok yönetimi uygulamaları işletmelerin özellikle üretim maliyetlerinin en düşük düzeyde tutulmasını sağlaması açısından oldukça önemlidir. Minimum stokla çalışma işletmenin finansman fonksiyonu açısından da ayrıca üzerinde durulması gereken bir başka konudur. Çünkü söz konusu işletme rakipleri karşısında maliyet avantajı yakalayarak rekabet edebilmesinin yanı sıra, kısıtlı olan işletme kaynaklarının da başka alanlara kaydırılarak rekabet gücünün artırılmasına yardımcı olacaktır (Ertuğrul ve Tanrıverdi, 2013).

Literatürde getiri yönetimine ilişkin araştırmalar incelendiğinde Farrell ve Ryan'ın (1998) ortaya koyduğu uygulama modelinde getiri yönetiminin verimli bir şekilde uygulanabilmesi için eğitim ve öğretimin önemine işaret edilmiştir. Bu endüstri büyümeye devam etmektedir ve bugüne kadar elde edilen başarıdan işletmeler halihazırda yararlanmaktadır. Bu başarının devam edilebilmesi için eğitimcilerin ve oluşturulan grupların yeterli kaynağa, bağlılığa ve gayrete ihtiyacı vardır. Boahen vd., (2013) Gana'da yaptıkları getiri yönetiminin otel işletmeciliği faaliyetlerinde olumlu etkiler oluşturduğunu uygulamalı çalışmaları ile ortaya koymuştur. Bu olumlu olarak nitelenen maddeler; kârlılık, rekabet avantajı, operasyonel verimlilik, verimlilik ve tasarruf olarak niceliksel analiz sonucunda belirlenmiştir.

Kayaman'ın (1998) yapmış olduğu araştırma sonucu elde ettiği veriler doğrultusunda getiri yönetimini uygulayan işletme sayısı %85.71 iken uygulamayan işletme sayısı %14.29 olarak ortaya konulmuştur. Getiri yönetiminde izlenen basamakların ise sırasıyla talep analizi, optimum müşteri karmasının belirlenmesi, kayıp ve kazançların analizi, kapasitenin pazar dilimlerine tahsisi ve pazar bölümlendirme şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

Emeksiz (2002), yapmış olduğu araştırmada beş yıldızlı otel işletmeleri için getiri yönetimi uygulama modeli geliştirilmiştir. Ören., (2005) otel işletmelerinde getiri yönetimi ve Antalya Bölgesi'ndeki beş yıldızlı otel işletmeleri üzerinde yapmış olduğu çalışmada getiri yönetimi uygulayan otel sayısı oranını %88, uygulamayan otel sayısını ise %12 olarak tespit etmiştir. Kaya, (2008) İstanbul'da bulunan beş yıldızlı konaklama işletmelerinin getiri yönetimi ve elektronik dağıtım kanalları ile etkileşimini incelediği araştırmasında İstanbul'da bulunan işletmelerin getiri yönetimi ve elektronik dağıtım kanalları kavramlarına yabancı olmadığını, özellikle uluslararası otellere bağlı zincir işletmelerin bu konuda konferanslara katıldıklarını ortaya koymuştur. Çalışmanın yine bir diğer sonucu ise, getiri yönetimi uygulayan işletmelerin tamamının talebi ve talep değişkenlerini internet kanalı aracılığıyla takip ettiğidir.

3. GETİRİ YÖNETİMİNE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR

3.1 Sistem Yaklaşımı

Sistem yaklaşımı içerisinde getiri yönetimi insanlar, tahmin ve strateji olmak üzere üç etkileşimli alt sisteme dayanan bir insan faaliyet sistemi olarak tanımlanmaktadır. Tahminin doğru yapılması getiri yönetiminin en önemli ilkesidir. Hava durumu, rekabet, risk alma davranışı, rezervasyon modelleri ve fazla rezervasyon politikası gibi faktörler, karar vericinin getiri tahmin etme yeteneğini etkilemektedir. Bu faktörler, tahminde geçmiş ve tüketici profili bilgileriyle birleştirilir. Bir kuruluş bu süreci yönetecek bir getiri yönetimi ekibine sahip olmalıdır. Fazla rezervasyon ve pazar bölümlendirme açısından açık politika yönergelerine ve stratejiye ihtiyaç duyulmakla birlikte, çalkantılı ortam nedeniyle değişen talep koşullarına anında cevap verebilecek seçenekler ve taktikler belirlenmelidir (Yeoman ve Watson, 1997).

Jones ve Hamilton'ın (1992) getiri yönetimi modeli Yeoman ve Watson'ın geliştirmiş olduğu modellerle benzer şekilde insan unsuruna odaklanmaktadır. Getiri yönetimi sistemi için yedi aşamalı bir model önerilmekte ve sistemin işleyişinde insanların sahip olduğu rol vurgulanmaktadır. Bu yedi aşama; bir getiri kültürünün geliştirilmesi; (2) genel talebin analiz edilmesi; (3) fiyat-değer ilişkilerinin kurulması; (4) uygun pazar segmentlerinin oluşturulması; (5) talep modelinin analiz edilmesi; (6) reddedilen modellerin takip edilmesi ve (7) sistemin değerlendirilmesi ve revize edilmesidir.

3.2 Fonksiyonel Getiri Yönetimi Yaklaşımı

Fonksiyonel getiri yönetimi yaklaşımının temel özellikleri arasında fiyat, kalite ve dağıtım konusunda rekabet eden rakip satıcılar arasındaki stratejik etkileşimin açık bir şekilde tanınması ve pazarlama, operasyonlar ve finans arasındaki işlevsel sınırları aşan entegre ürün hattı yönetimi yer almaktadır. Harris ve Peacock (1995) tarafından geliştirilen modelde herhangi bir konaklama işletmesinde getiri yönetimi programının uygulanmasına yönelik adımlar on madde olarak belirlenmiştir. Bunlar; pazar bölümlenimin uygulanabilir olup olmadığının belirlenmesi, rezervasyon sınıflarının oluşturulması, sistemlerin ileriye bakacağı gün sayısının belirlenmesi, fiyatların belirlenmesi, hizmet farklılaştırıcılarının tanımlanması, verilerin toplanması, rezervasyon sınıf boyutlarının belirtilmesi, rezervasyon sınıfları için eşik eğrilerin oluşturulması ve bir rakip gözetim sistemi geliştirilmesidir.

4. YÖNTEM

Bu araştırma kapsamında, getiri yönetimi ve konaklama işletmelerine ilişkin akademik literatür incelenerek, araştırmaların odağı hakkında mevcut literatürde yayınlanmış makalelerin kapsamlı bir incelemesi sunulmaktadır. Araştırmaya rehberlik etmek etmesi için sistematik literatür taraması metodolojisinden faydalanılmıştır. Sistematik literatür taraması; araştırma boşluklarını ortaya çıkarmak için literatürü haritalandırır (Dhir ve diğerleri, 2020), değerlendirir ve sentezler (Tranfield vd., 2003), araştırma boşluklarının belirlenmesine olanak tanır (Munaro vd., 2020).

Araştırma kapsamında getiri yönetimi ve konaklama işletmelerine ilişkin yayınlanan makalelerin örneklenmesi için Web of Science veritabanı seçilmiştir. Web of Science, bilimsel araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır, birçok farklı bilgi alanından ve geniş bir yelpazedeki bilimsel makalelere erişim sunar ve gelişmiş arama yaklaşımlarına olanak tanıyan multidisipliner bir platformdur (Iranmanesh vd., 2022).

Veri tabanının taranması sonucu elde edilen veriler, sistematik incelemeler ve meta-analizler için tercih edilen raporlama öğeleri kontrol listesi (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses-PRISMA) kullanılarak analiz edilmiştir ve raporlanmıştır (Moher vd., 2009). Verilerin aranması, bulguların sentezlenmesi ve kavramsallaştırılması sürecinde ise Hsieh ve Shannon (2005) tarafından önerilen nitel tematik analiz süreciyle tamamlanmıştır (Kılıçlar vd., 2022). İnceleme Temmuz 2024 tarihinde gerçekleştirilmiştir.

4.1. Anahtar Kelimelerin Belirlenmesi, Dâhil Edilme Kriterleri ve Seçim Süreci

Web of Science veritabanında listelenen dergilerde yayınlanan materyaller için başlangıçta “getiri yönetimi”-“konaklama işletmeleri” olmak üzere iki ana anahtar kelime kullanılmıştır. Sonuçların tekrarlanabilirliğini önlemek için dahil etme/hariç tutma kriterleri sistematik literatür tarama yöntemine uygun olarak belirlenmiştir. İlgili makaleleri seçmek için dahil etme ve hariç tutma kriterleri uygulanmıştır. Veritabanlarında aramalar için beş dahil etme kriteri vardır: (a) açık erişim, (b) İngilizce

çalışmalar, (c) tam metin inceleme, (d) getiri yönetimi ve konaklama işletmelerine odaklanma, (e) Aranan veri tabanlarında tüm yıllar boyunca yürütülen çalışmalar. Hariç tutma kriterleri şu şekildedir: (a) hakemli olmayan makaleler, kitaplar, konferans bildirileri ve diğer hakemli olmayan makaleler de dahil olmak üzere kitap bölümleri, (b) anahtar kelime içermeyen makaleler ve (c) İngilizce olmayan makaleler.

4.2. Araştırma Profilleri

Temmuz 2024 tarihli arama sonucunda Web of Science veritabanı üzerinde “getiri yönetimi” değişkeni ile ilk olarak tarama yapıldığında 1, 137 kayda ulaşılmıştır. Getiri yönetimine ilişkin ilk kaydın ise 1980 yılında yayımlandığı, 2022 yılında 28, 2023 yılında 34 ve 2024 yılında halihazırda 13 yayın bulunmaktadır. Getiri yönetimi ve konaklama işletmeleri özelinde tarama yapıldığında ise toplam kayıt sayısı 10’dur. 10 yayının 8’i makale iken 2 yayın bildiri olarak veri tabanında yer almaktadır. İlgili araştırmalara ilişkin veriler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. İncelemeye dahil edilen konaklama işletmeleri ve getiri yönetimine ilişkin çalışmaların özeti (n=12).

	Yazarlar	Yıl
1	Bitran ve Mondschein	1995
2	Donaghy, McMahon-Beattie ve McDowell	1997
3	Donaghy ve McMahon-Beattie	1998
4	Baker ve Collier	1999
5	Okumus	2004
6	Mauri	2007
7	Poater ve Garriga	2009
8	Ivanov ve Ayas	2017

Bitran ve Mondschein (1995), farklı pazar segmentlerinden müşterilerin geldiği durumlarda otel odası kiralamak için uygun olan stratejileri incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın problemi stokastik ve dinamik bir programlama modeli olarak formüle edilmiştir ve politikaları kapasite, planlama ve zaman fonksiyonları ile karakterize etmiştir.

Donaghy, McMahon-Beattie ve McDowell (1997), getiri yönetimi uygulamalarını konaklama sektörü özelinde inceledikleri araştırmalarında geleneksel olarak konaklama endüstrisinin yeni sistem ve teknolojileri benimsemekte yavaş olduğunu, bu durumun ise özellikle otel sektörünün getiri yönetimi kullanımında görülebileceği ifade edilmiştir. Otel yöneticilerinin deneyimlerine dayanarak getiri yönetiminin konaklama fonksiyonuna dahil edilmesi sırasında karşılaşılan sorunları araştırılarak ve geleneksel yönetim tekniklerinden getiri yönetimi sistemine geçişi yönetmek için olası yaklaşımlar sunulmuştur. Getiri yönetimi sistemine geçişin en iyi şekilde merkez ofis, birim genel müdürleri ve personeller düzeyinde geliştirilmesiyle elde edileceği ortaya konulmuştur.

Donaghy ve McMahon-Beattie (1998), getiri yönetiminin otel genel müdürünün rolü üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladıkları çalışmalarında 300 kurumsal oteldeki genel müdürlerin konaklama yönetimi tekniklerine odaklanılmıştır. Araştırma sonucunda getiri tekniklerinin uygulanmasının, yöneticilerin kilit yönetim rollerine atfettiği zamanı ve önemi etkilediğine ulaşılmıştır.

Baker ve Collier (1999), otellerin getiri yönetimi yaklaşımı karşılaştırmalı gelir analizi ile sunulmuştur. Oda tahsisi ile fazla rezervasyon entegre edilmiş, otel müşterilerinin konaklamalarını uzatması veya daraltması olgusunu modellenmiştir.

Okumus (2004), araştırmasında uluslararası bir otel grubunun 160’ı aşkın otel biriminde merkezi bir getiri yönetimi projesinin geliştirilmesi ve uygulanmasına ilişkin bulguları sunmuştur. Araştırma bulguları, merkezi bir getiri yönetimi projesi geliştirmenin ve uygulamanın bağlamsal olarak çok

karmaşık ve zorlu bir görev olduğunu, yüksek iş gücü devri, zayıf insan kaynakları uygulamaları, şirket genelinde süregelen gelişmeler ve değişimlerin getiri uygulamalarının uygulanması üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mauri (2007), otel işletmelerinde getiri yönetimini incelediği çalışmasında otellerde getiri yönetimi kullanımının, yapıların daha iyi kullanılmasını ve firmalar için daha fazla kar elde edilmesini sağlaması nedeniyle, çoğu zaman otelin müşteriler için daha düşük fiyatlar belirlemesine olanak sağladığını ortaya koymuştur.

Poater ve Garriga (2009), Avrupa şehirlerinde hafta sonu otel konaklamasının dinamiklerine bakışın getiri yönetimi perspektifinden sunulduğu çalışmalarında, havayolları tarafından kullanılan getiri yönetimi uygulamalarının özellikle fiyat farklılaştırması ve tepe yük fiyatlandırması ile ilgili olarak otel fiyatlarını yönlendirildiği, temel müşteri türleri arasındaki farklılıklara genel bir bakış sağladığı ifade edilmiştir. Sonuçlar, özellikle güney Avrupa ülkelerinde ve İspanya'da bol miktarda bulunan 'güneş ve plaj' destinasyonlarının genellikle ucuz fiyatlar sunduğunu ortaya koyarken en iyi bilinen güney şehirleri fiyatlarının Avrupa'nın geri kalanının fiyat listelerine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ivanov ve Ayas (2017), Türkiye'deki konaklama işletmelerinin getiri yönetimi uygulamalarının incelenmesini sundukları araştırmalarında otelcilerin fiyat farklılaştırmasına ve oda müsaitlik garantisine önem verdiklerini, araştırmaya katılan 105 yöneticinin çoğunun bir gelir yöneticisinin olmadığını ve işe alımın düşünülmendiğini, otellerin büyüklüğünün, kategori, konum ve zincir bağlantısının gelir yönetimi uygulamalarını etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Havayolu işletmeleri getiri yönetiminin en eski ve en gelişmiş kullanıcıları olmasına rağmen, bu uygulamalar diğer hizmet endüstrilerinde de ortaya çıkmaya başlamıştır. Amerikan havayollarında ortaya çıkan getiri yönetimi kavramı süreç içerisinde gelişimini devam ettirerek konaklama işletmecilerine uygulanmıştır. Örneğin, Marriott otelleri getiri yönetimi sistemlerine yılda 100 milyon dolarlık ek bütçe harcamaktadır (Netessine ve Shumsky, 2002). Bugün her havayolu, kapasite kullanımını, toplam geliri ve dolayısıyla net getiriyi en üst düzeye çıkarmak için getiri yönetiminden yararlanmaktadır (Emeksiz, Gursoy ve Icoz, 2006). Getiri yönetiminde oteller, fiyat ve tüketim zamanını manipüle eden stratejiler yoluyla çabuk bozulan bir malın arzını, tahmini taleple eşleştirir. Sheryl Kimes (1998), konaklama işletmelerinde getiri yönetimini "Doğru kapasiteyi, doğru müşteriye, doğru yerde, doğru zamanda tahsis etmek için bilgi sistemleri ve fiyatlandırma stratejilerinin uygulanması" olarak açıklamaktadır. Bu durumda "doğru"nun tanımı, tedarikçinin gelirini maksimuma çıkarırken aynı zamanda müşteri memnuniyetini sağlayacak yeterli değeri sağlamaktır. Havayolları gibi oteller de getiri yönetimini, mevcut oda kapasitesinin önceden belirlenmiş pazar bölümlerine optimum fiyatla öngörülen tahsisi yoluyla net getiriyi artırmayı amaçlayan bir kar maksimizasyon tekniği olarak kullanır. Her ne kadar oteller karlarını maksimize etme girişimlerini sadece getiri yönetimi olarak adlandırsalar da otel yöneticileri uzun süredir mevsimsel odalara olan talebi ve kapasite sınırlamalarını dengeye getirerek karlarını maksimize etmek için çeşitli fiyatlandırma stratejileri kullanmaktadır (Emeksiz, Gursoy ve Icoz, 2006).

Web of Science veri tabanında yapılan tarama sonucunda her ne kadar getiri yönetimi araştırmaları yıllar itibarıyla araştırmaların odağında olsa da konaklama işletmelerine ilişkin yaklaşımın yeterli sayıda olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte literatürde yer alan getiri yönetimi ve konaklama işletmelerine ilişkin araştırmalarda mevcut durum analizi, yeni yaklaşım ve modellerin geliştirilmesi (Bitran ve Mondschein, 1995; Donaghy, McMahon-Beattie ve McDowell, 1997), otel müdürleri (Donaghy ve McMahon-Beattie, 1998; Okumuş), getiri yönetimi uygulamaları ve incelenmesi (Ivanov ve Ayas, 2017) gibi alanlara odaklanıldığı tespit edilmiştir. Konaklama işletmeleri çok sayıda iç ve dış faktörü içerisinde barındırmaktadır. Mevcut araştırmaların durumu bu faktörlerden yalnızca sınırlı sayıda değişkene odaklanıldığını göstermektedir.

Otellerde elde edilecek olan gelirin maksimuma çıkarılması, sabit maliyetlerin yüksek olması ve sabit kapasite nedeniyle önemlidir. Bu kapsamda getiri yönetimi kapsamında teoride ve pratikte bazı çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Pratik açıdan yaklaşıldığında getiri yönetimi oteller haricindeki diğer işletmeler kapsamında değerlendirilebilir. Özellikle yiyecek-içecek işletmeleri gibi emek yoğun bir sektör getiri yönetimi kapsamında ele alınabilir. Hizmetin bu işletmelerde eşzamanlı üretimi ve

tüketimi, kârın maksimize edilmesi gerekliliği getiri yönetimini daha efektif uygulanabilen bir sistem haline getirebilir. Otellerin insan kaynakları departmanı, güvenilir ve yetenekli adayları getiri yönetimi konusunda eğitim planıyla işe almalı ve onlara bir motivasyon aracı sunmalıdır. İster bir otel yönetimi ister bir yiyecek ve içecek departmanı bilgi teknolojilerini daha ileri düzey bir seviyede kullanma konusunda çalışmalıdır.

KAYNAKÇA

- Badinelli, R. D. (2000). An Optimal, Dynamic Policy for Hotel Yield Management. *European Journal of Operational Research*, 121(3), 476-503. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(99\)00046-6](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(99)00046-6)
- Baker, T. K., & Collier, D. A. (1999). A Comparative Revenue Analysis of Hotel Yield Management Heuristics. *Decision Sciences*, 30(1), 239-263. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1999.tb01608.x>
- Bitran, G. R., & Mondschein, S. V. (1995). An Application of Yield Management to the Hotel Industry Considering Multiple Day Stays. *Operations Research*, 43(3), 427-443. <https://doi.org/10.1287/opre.43.3.427>
- Boahen, O., Quansah, E. K., & Sarpong, O. K. (2013). Assessing the Benefits of Yield Management in The Hospitality Industry in the Kumasi Metropolis of Ghana. *International Journal of Business and Social Research*, 3(9), 17-25. Erişim adresi: <https://EconPapers.repec.org/RePEc:mir:mirbus:v:3:y:2013:i:9:p:17-25>
- Can, E. (2016). *Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi*, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 23-40.
- Çıvak, B. (2016). *Otel İşletmelerinde Getiri Yönetimi İle Online Kanal Yönetimi ve Teknolojilerinin Etkileşimi*. (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Malibari, A. (2020). Food Waste in Hospitality and Food Services: A Systematic Literature Review and Framework Development Approach, *Journal of Cleaner Production*, 270, 122861. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122861>
- Donaghy, K., & McMahon-Beattie, U. (1998). The Impact of Yield Management on the Role of the Hotel General Manager. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 217-228. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1603\(199809\)4:3<217::AID-PTH159>3.0.CO;2-6](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1603(199809)4:3<217::AID-PTH159>3.0.CO;2-6)
- Donaghy, K., McMahon, U., & McDowell, D. (1995). Yield Management: An Overview. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), 139-150. [https://doi.org/10.1016/0278-4319\(95\)00013-3](https://doi.org/10.1016/0278-4319(95)00013-3)
- Donaghy, K., McMahon-Beattie, U., & McDowell, D. (1997). Implementing Yield Management: Lessons from the Hotel Sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(2), 50-54. <https://doi.org/10.1108/09596119710164768>
- Emeksiz, M. (2002). *Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri İçin Getiri Yönetimi Uygulama Modeli*. (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Emeksiz, M., Gursay, D., & Icoz, O. (2006). A Yield Management Model for Five-Star Hotels: Computerized and Non-Computerized Implementation. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 536-551. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.03.003>
- Erdoğan, S. B. (2009). Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Maliyet Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 313-330.
- Eroğlu, E. (2018). *Fiyat ve Fiyat Kararlarının Yönetimi*. Z. Erdoğan, E. Eroğlu(Ed.), Pazarlama Yönetimi kitabı içinde (s. 130-153). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web Ofset Tesisleri.
- Ertuğrul, İ. ve Tanrıverdi, Y. (2013). Stok Kontrolde ABC Yöntemi ve AHP Analizlerinin İplik İşletmesine Uygulanması, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(1), 41-52.
- European Commission Directorate General XXIII Tourism Unit (1996, Februray 28). Yield Management in Small and Medium-sized Enterprises in the Tourist Industry, Brussels: European

- Commission. Erişim adresi: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f216a82b-f39e-4cb6-a24d-a97861d68232>
- Eymen, E. (2007). *Tedarik Zinciri Yönetimi*, Samsun: Kalite Ofisi Yayınları.
- Farrell, K., & Whelan-Ryan, F. (1998). Yield Management—A Model for Implementation. *Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 267-277. Retrieved from: [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1603\(199809\)4:3<267::AIDPTH163>3.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1603(199809)4:3<267::AIDPTH163>3.0.CO;2-I)
- Guizzardi, A., & Pons, F. M. E. (2019). Ranieri, E., Competition Patterns, Spatial and Advance Booking Effects in the Accommodation Market Online. *Tourism Management*, 71, 476-489. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.028>
- Günel, Ö. D. (2009). *Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*. (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Harris, F. H. D., & Peacock, P. (2019). Hold My Place, Please. *Marketing Management*, 4(2), 34. Retrieved from: <https://www.proquest.com/docview/194209865?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Helve, V. (2015). *Demand Forecasting in a Railway Revenue Management System*. (Master Thesis). Alto University School of Business, Finland. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/80717206.pdf>
- Hoseason, J. (2000). Capacity Management in the Cruise Industry. *Yield Management: Strategies for the Service Industries*, 289-302.
- Hsieh, H.F., & Shannon, S.E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis, *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Ingold, A., Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2000). *Yield Management*. Cengage Learning EMEA.
- Iranmanesh, M., Ghobakhloo, M., Nilsashi, M., Tseng, M. L., Senali, M. G., & Abbasi, G. A. (2022). Impacts of the COVID-19 Pandemic On Household Food Waste Behaviour: A Systematic Review, *Appetite*, 176, 106127. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106127>
- Ivanov, S., & Ayas, Ç. (2017). Investigation of the Revenue Management Practices of Accommodation Establishments in Turkey: An Exploratory Study. *Tourism Management Perspectives*, 22, 137-149. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.007>
- Jauncey, S., Mitchell, I., & Slamet, P. (1995). The Meaning and Management of Yield in Hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(4), 23-26. <https://doi.org/10.1108/09596119510083229>
- Jones, P., & Hamilton, D. (1992). Yield Management: Puffing People in the Big Picture, *Cornell Hotel And Restaurant Administration Quarterly*, 33(1), 89-95. <https://doi.org/10.1177/001088049203300126>
- Kaya, E. (2008). *İstanbul'da Bulunan Konaklama İşletmeleri'nde Getiri Yönetimi ve Elektronik Dağıtım Kanalları ile Etkileşimi*. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kayaman, R. (1998). *Konaklama İşletmelerinde Getiri Yönetimi*. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Keskin, M. (2013). *Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algulamaları: Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama*. (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Khurramov, O. K. (2020). The Role of the Tourism Sector in the Digitalization of the Service Economy, *Economics and Innovative Technologies*, 2020(1), 6. Retrieved from: <https://core.ac.uk/download/pdf/336866916.pdf>

- Kılıçlar, A., Sarıkaya, G. S., Şahin, A., & Bozkurt, I. (2022) De Gustibus Non Est Disputandum: Analysis of the Relationship between Cultural Omnivorousness and Food, *British Food Journal*, 124(5), 1453-1472. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0433>
- Kılınç, O. (2005). *Konaklama İşletmelerinde Kapasite Kullanımı: Kuşadası ve Kemerdeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama*. (Doktora Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kimes, S. (1998). The Strategic Levers of Yield Management, *Journal of Service Research*, 1(2), 156-166. <https://doi.org/10.1177/109467059800100205>
- Kimes, S. E. (2000). A strategic approach to yield management. *Yield management*, 11(1), 3. Retrieved from: <https://ecommons.cornell.edu/server/api/core/bitstreams/d930f062-e5a0-46ea-9f50-f0535c408997/content>
- Mauri, A. G. (2007). Yield Management and Perceptions of Fairness in The Hotel Business. *International Review of Economics*, 54, 284-293. <https://doi.org/10.1007/s12232-007-0015-4>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2010). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement, *Int Journal of Surgery*, 8(5), 336-341. <https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2010.02.007>
- Munaro, M. R., Tavares, S. F. & Bragança, L. (2020). Towards Circular and More Sustainable Buildings: A Systematic Literature Review on the Circular Economy in the Built Environment. *Journal of Cleaner Production*, 2020, 121134. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121134>
- Murdick, Robert G., Render, B., & Russel, S. (1990). *Service Operations Management*, America: Allyn and Bacon.
- Netessine, S., & Shumsky, R. (2002, February). Yield Management, Retrieved from: https://mba.tuck.dartmouth.edu/pages/faculty/robert.shumsky/yield_management_note.pdf
- O'Connor, P., & Murphy, J. (2008). Hotel Yield Management Practices Across Multiple Electronic Distribution Channels. *Information Technology & Tourism*, 10(2), 161-172. <https://doi.org/10.3727/109830508784913103>
- Okumus, F. (2004). Implementation of Yield Management Practices in Service Organisations: Empirical Findings From a Major Hotel Group. *The Service Industries Journal*, 24(6), 65-89. <https://doi.org/10.1080/0264206042000299185>
- Ören, V., E. (2005). *Otel İşletmelerinde Getiri Yönetimi ve Antalya Bölgesi'nde ki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özhasar, Y., & Ege, Z. (2019). Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi Uygulamaları: İstanbul Fatih İlçesi Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 50-65.
- Poater, A., & Garriga, A. (2009). Tourism in European Cities: Insights into the Dynamics of Weekend Hotel Accommodation. *Tourism Economics*, 15(1), 41-86. <https://doi.org/10.5367/000000009787536744>
- Polat, E. (2015). *Konaklama İşletmelerinde Fiyatlandırma Davranışını Belirleyen Faktörler ve Yöresel Fiyatlar ile Dünya Fiyatlarının Fiyat Belirlemedeki Nispi Önemleri Üzerine Bir İnceleme*. (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Sahut, J. M., Hikkerova, L., & Pupion, P. C. (2011). Perceived Unfairness of Prices Resulting from Yield Management Practices in Hotels. *Journal of Business Research*, 69(11), 4901-4906. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.050>
- Sayım, F. ve Aydın, V. (2011). Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 245-262.

- Smith, B. C., Leimkuhler., & J. F., Darrow, R. M. (1992). Yield Management at American Airlines. *interfaces*, 22(1), 8-31. <https://doi.org/10.1287/inte.22.1.8>
- Soysal, M. ve Ömürgönülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 21(1).
- Sulak, H. (2008). *Stok Kontrolü ve Ekonomik Sipariş Miktarı Modellerinde Yeni Açılımlar: Ödemelerde Gecikmeye İzin Verilmesi Durumu ve Bir Model Önerisi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel üniversitesi, Sosyal bilimler enstitüsü, Isparta.
- Tranfield, D., Denyer, D. & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review, *British Journal of Management*, 14 (3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>
- Treszl, M. (2012). *Yield Management*. (Bachelor School Thesis). Universitas Budapestensis de Rolando Eötvös Nominata, Budapeşte.
- Turanlı, M. ve Güneren, E. (2003) Turizm Sektöründe Talep Tahmin Modellemesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 2(3), 1-13.
- Türk Dil Kurumu. (2024, Ocak 22). Kapasite, Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Weatherford, L. R., & Bodily, S. E. (1992). A Taxonomy and Research Overview of Perishable-Asset Revenue Management: Yield Management, Overbooking, and Pricing. *Operations research*, 40(5), 831-844. <https://doi.org/10.1287/opre.40.5.831>
- Yeoman, I., & Watson, S. (1997). Yield Management: a Human Activity System. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 9(2), 80-83. <https://doi.org/10.1108/09596119710164821>
- Yıldırım, M. (2006). *Konaklama İşletmelerinde İşletme Sermayesi Yönetiminin İşletme Karlılığı Üzerine Etkisi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Research Article**Konaklama İşletmelerinde Getiri Yönetiminin Uygulanması***Yield Management Implication in Accommodation Business*

Gizem Sultan KAMAN Dr. Öğr. Üyesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi gssarikaya@ogu.edu.tr https://orcid.org/000-0003-4725-7981	Rabia BÖLÜKBAŞ Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi rabiha@cumhuriyet.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-2586-3860
---	--

Extensive Summary

Revenue management is a tactical system in many service industries that seeks to influence consumer behaviour in order to maximise revenue and profit from perishable resources. It involves the strategy of controlling stock levels at the point of sale and aims to get the right customer to buy at the right time at the right price (Sahut, Hikeroova ve Pupion, 2016). Yield management was first used in the airline industry, which is a non-inventory business that is simultaneously produced and consumed and sensitive to demand. It emerged in the American Airlines industry in the late 1970s with the aim of reducing or eliminating constraints (Kimes, 2000). The development of American Airlines' yield management system was long and sometimes difficult. However, the model generated \$1.4 billion in revenue in just three years (Smith, Leimkuhler and Darrow, 1992).

In the process, yield management has become widely accepted in the airline and hospitality industries for the profitable management of capacity. In this sense, it guides companies on how to decide on units by allocating the appropriate demand capacity (Kimes, 2000). Management techniques in yield management require increasing profitability by using mathematical algorithms, fluctuations in demand and optimal use of capacity by maintaining stability in management. The basic idea behind yield management, which has been successfully adapted to other competitive sectors such as hotels and cruises after airlines (Hoseason, 2000), is that the service provided by a hotel or airline company is offered to different customers who are willing to pay different amounts for that service. This variation causes price elasticity in the demand of different customers who are willing to pay. The main problem here is; It is to prepare a policy to bring together reservations that will form a customer cluster that will maximise the expected number of base customers (Badinelli, 2000). Aim of this study; The aim of this study is to review the literature of accommodation companies, which are an important source of economic income in our country despite being highly exposed to demand fluctuations, on the use of accommodation companies according to their capacity, stock control, demand forecasting and pricing strategies within the framework of yield management and to reveal the current situation.

Within the scope of this research, academic literature on yield management and accommodation businesses is examined and a comprehensive review of the articles published in the existing literature on the focus of the research is presented. Systematic literature review methodology was used to guide the research. Systematic literature review; It maps (Dhir et al., 2020), evaluates and synthesizes the literature to reveal research gaps (Tranfield et al., 2003), allowing the identification of research gaps (Munaro et al., 2020).

As part of the research, the Web of Science database was selected to sample published articles on revenue management and accommodation businesses. Web of Science is widely used in scientific research and provides access to a wide range of scientific articles from many different fields of knowledge and is a multidisciplinary platform that allows advanced search approaches (Iranmanesh et al., 2022).

The data obtained as a result of scanning the database were analysed and reported using the Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA) checklist for systematic reviews and meta-analyses (Moher et al., 2009). The process of searching for data, synthesising and conceptualising the findings was completed using the qualitative thematic analysis process recommended by Hsieh and Shannon (2005) (Kılıçlar et al., 2022). The review was carried out in July 2024.

As a result of the scanning in the Web of Science database, it is seen that although yield management research has been the focus of research for years, the approach to accommodation businesses is not sufficient. However, in the studies on return management and accommodation businesses in the literature, current situation analysis, development of new approaches and models (Bitran and Mondschein, 1995; Donaghy, McMahon-Beattie and McDowell, 1997), hotel managers (Donaghy and McMahon-Beattie, 1998; It has been determined that the focus is on areas such as Okumuş), yield management practices and examination (Ivanov and Ayas, 2017). Accommodation businesses include many internal and external factors. The current state of research shows that only a limited number of these factors have been focused on.