

<<酒店收益管理研究>>

图书基本信息

书名：<<酒店收益管理研究>>

13位ISBN编号：9787030332561

10位ISBN编号：7030332563

出版时间：2013-1

出版时间：科学出版社

作者：刘淑芹、汪寿阳

页数：110

字数：146750

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<酒店收益管理研究>>

前言

收益管理是指企业以市场为导向，通过对市场进行细分，对各子市场的消费者行为进行分析、预测，确定最优价格和最优存量预订策略以实现收益最大化的过程。

其核心是在恰当的时间将适当数量的产品以合适的价格销售给适当的顾客，以获得最大的经济效益。

伴随着世界经济的发展和高新通信技术的应用及顾客知识水平的不断提高，顾客和服务企业获取信息越来越便捷。

在以消费者为主导的经济时代，传统的方式已不能适应市场的需求。

如何去应对市场环境的急剧变化，对服务产品的管理进行创新，提供让顾客满意的服务，成为服务企业需要面对和解决的主要问题。

而收益管理能为企业满足当今顾客多样性的需求提供合理的解决方法。

收益管理技术已经被广泛应用于航空、酒店、汽车出租、电视广告、公路运输、电信和能源供应、旅游等服务行业，并向金融服务、零售业、制造业、互联网服务、广播广告、医疗服务、房地产、交通运输和体育比赛管理等服务领域发展。

.....

<<酒店收益管理研究>>

内容概要

《酒店收益管理研究——客房预订与定价决策》在系统地总结收益管理理论研究的基础上对酒店的客房预订及定价问题进行了研究，建立了优化模型，并给出了相应的数值例子。

《酒店收益管理研究——客房预订与定价决策》针对客房需求的多情景问题，分别构建了考虑顾客多天租住的给定期限内的客房预订随机优化模型，考虑顾客多天租住的目标入住日的客房分期预订决策模型，以及考虑超售问题的客房预订随机决策模型，在上述模型中采用了半绝对偏差来度量收益风险和约束违反度；针对客房的定价问题，分别给出了考虑顾客取消和预订但未到以及预订时限的客房单阶段定价模型，并分析了房价、期望收益随客房量及预订时限变化的情况；针对客房的分期定价和预订问题，构建了考虑顾客取消和预订但未到的随机动态规划模型，并证明了模型最优解的存在性，分析了最优期望收益、最优定价与期初客房量的关系。

《酒店收益管理研究——客房预订与定价决策》既可供高等院校经济管理学院相关专业的师生阅读，也可供对酒店收益管理感兴趣的相关从业人员参考。

<<酒店收益管理研究>>

作者简介

无

<<酒店收益管理研究>>

书籍目录

总序序言第1章 绪论1.1 收益管理的产生与发展1.2 酒店实施收益管理的重要意义1.3 本书的主要内容与结构安排第2章 收益管理基础知识2.1 引言2.2 收益管理的内涵2.3 收益管理的特点2.4 收益管理的功能2.5 收益管理的分类2.6 收益管理系统的实施条件2.7 本章小结第3章 收益管理研究综述3.1 引言3.2 需求预测3.3 定价3.4 存量控制3.5 收益管理的其他相关研究领域3.6 本章小结第4章 酒店收益管理4.1 引言4.2 酒店收益的衡量4.3 酒店收益管理的行业特征4.4 酒店收益管理的决策支持4.5 我国酒店业的发展现状4.6 本章小结第5章 酒店客房分配决策模型5.1 引言5.2 考虑顾客多天租住的客房分配决策模型5.3 本章小结第6章 酒店客房多期预订决策模型6.1 引言6.2 客房多期预订决策模型6.3 本章小结第7章 酒店客房超额预订决策模型7.1 引言7.2 超额预订分析7.3 本章小结第8章 酒店客房单阶段定价决策模型8.1 引言8.2 酒店客房单阶段定价决策模型8.3 本章小结第9章 酒店客房多阶段定价决策模型9.1 引言9.2 酒店客房多阶段定价决策模型9.3 本章小结第10章 总结与展望参考文献

<<酒店收益管理研究>>

章节摘录

2.需求预测 准确的预测是收益管理系统的必要条件。

预测需要广泛的需求信息以及根据价格水平和使用时间长短而定的预订模式。

大多数企业具有历史需求模式的信息，但可能没有跟踪顾客预订时间，没有这些信息就不可能进行准确的预测。

不同行业的预订模式是不同的，如旅游景点的旅馆需尽早提前预订，而机场旅馆可在最后几分钟预订。

如果经理知道他们的预订模式就能更好地决定该预约是接受还是拒绝。

3.定价策略 收益管理本质上是差别定价，像电话服务和影剧院等行业，需求降低时采用折扣价，需求增大时则不采用折扣价。

企业可通过提供多种价位来提高他们的收益（Cross，1997a）。

许多人认为收益管理是企业每天上千次改变其价格的定价方法。

实际上，应用收益管理的企业依赖于现存的票价种类的开放和关闭。

一些动态定价理论的著作已经出版，但其计算复杂度影响了动态定价模型的推广。

许多航空公司和旅馆业正在积极研究动态定价方法用于收益管理的可能性。

收益管理本质上是差别定价。

像电话服务和影剧院等行业，需求降低时采用折扣价，需求增大时则不采用折扣价。

公司希望通过提供多种价位来提高其收益。

如果公司对其服务进行错误的定价，收益管理系统将终止制定正确的票价和有效制约决策。

大多数实行收益管理的公司依赖于竞争定价方法。

全球分销系统（global distribution systems）、电子商务网站和商品服务行业帮助公司决定其竞争者提议的价格。

4.超定策略 一个合理的超额预订策略是任何好的收益管理系统的必要条件。

企业利用超定来降低no-show的可能性。

要开发使用一个超定策略，企业必须搜集no-show和取消订票的信息。

企业还要用其他的方法，比如抵押品、顾客垂询或者押金等来降低no-show的可能性。

另外，企业必须用外部方法处理顾客的转移问题。

例如，对员工进行培训等。

如果职员没有参加相关的专业培训，可能就不会很好地处理顾客和职员的关系。

.....

<<酒店收益管理研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>