

# 浅谈酒店收益管理的研究进展与前景

徐 晨

广东酒店管理职业技术学院, 中国·广东 东莞 523960

**【摘要】**如今数字化经济时代, 服务业在国民经济中的地位日益增长, 很多发达国家几乎80%以上的经济来源都是服务业创造的。由于我国正处于现代化发展进程中, 经济发展必定会向服务业靠拢, 提高以收益管理为核心的服务业运作管理的研究对促进我国经济发展意义重大, 介于此本文就酒店收益管理的研究进展以及前景进行简要探讨, 希望对推动服务业的发展有指导作用。

**【关键词】**研究进展; 收益管理; 酒店

## 0 引言

在竞争激烈的市场环境下, 过剩的客房能力以及高投资压力的聚集, 使得有效的收益管理成为了酒店至关重要的研究内容。在酒店业运作管理期间, 结合不同季节、不同地区以及不同消费人群的需求水平, 酒店为顾客提供一系列的入住服务, 以提高入住率。加强收益管理是酒店为实现长远发展必不可少的一项工作, 因此对酒店收益管理的研究进展及其前景的研究具有重要意义。

## 1 酒店收益管理的概念

所谓收益管理即将酒店在最好的时机以最合理的价格为最适合的客户提供最适合的房间的方法, 以便为酒店谋求最大的客房收益。其中Donaghy等人曾定义, 收益管理是为实现利益最大化的一项经营技术, 其通过将已有的客容量按照最合理的价格分配给事先预定好的不同顾客以此来赢得更高的效益。在1988年Jauncey等人定义收益管理: 在了解需求量的基础上通过调整客房入住率来事先将客房收益的最大化。

## 2 酒店收益管理的研究进展

本文以航空业为代表针对收益管理进行研究, 其主要涉及四方面: 定价、客房分配、超量预定以及预测需求量。

### 2.1 定价

客房定价需在客房预定前完成的。Steinberg与Eliashberg经调查可知针对价格方面的研究与收益管理有着一定的距离。Van Ryzin与Gallego曾对这两者用一个优化的控制公式证明了价格设定要优于超量预定和竞标价格方法。但这一方法在实际使用中效率较低。Badinelli将这两种预定形式分成显性价格和隐性价格。在显性价格下, 顾客会认为自己有权享有一个特定价格, 在此前提下, 预订系统可根据对可能产生的盈利或亏损接受或婉拒预定, 这样实际的客房入住率与预定计划就相差不多<sup>[1]</sup>。隐性价格时, 顾客并没有急于预定, 这就造成预定系统与预定顾客成为了一种概率性问题。假如设定的价格并没有超出顾客可承受的价格, 顾客预定的概率就会高一些。

### 2.2 客房分配

即按照顾客动态要求和客房的使用情况对客房预定进行动态设定。与分配相关的文献有不少, 但针对酒店客房分配的文献并不多。Mondschein与Bitran提出了一种解决酒店客房动态分配问题的方法, 它建立在需求明确并且顾客要入住多天的基础上<sup>[2]</sup>。Collier与Baker根据酒店收益管理设定了两个启发式算法, 将客房分配与超量预定有机合成在一起, 然后构建仿真模型来模拟实际的酒店运作, 经研究发现, 算法的不同与酒店的运作环境

有着一定联系, 比如客房需求的高低, 已完成预定但客户并没有入住的概率等<sup>[3]</sup>。另外针对酒店客房分配时可能出现的问题有两种处理方式: 第一机会约束规划, 针对问题的不确定性提前设定一个置信水平, 这个置信水平上的随机约束要求是有效的。第二期望价值模型, 经过对期望的目标函数进行改进优化来满足预期的约束, 进而处理随机规划中的随机参数。

### 2.3 超量预定

Williams选择客房需求量较高的一天进行了建模, 设定这一天客房需求主要因为以下三点: 分别是续住顾客、预定顾客以及临时顾客。顾客的容量管理是酒店管理人员为平衡客房供求而采区的一种策略, 这是一种能够提高整体收益的管理策略。

### 2.4 需求预测

这一环节是酒店收益管理的基础环节。早前针对需求预测的研究只涉及到航空业。纵观所有与需求预测相关的文献, 其方法主要分为随机过程与统计方法两种。随机过程是对到达过程建模, 即对某一顾客的到达过程进行建模。统计方法是对需求分布进行建模, 经过对顾客需求分布进行研究, 构建一套描述顾客行为的统计模型。经查阅资料可知混合泊松过程, 即累积随机事件的发生次数的独立增量过程得出的累积分布是与实际数据最为相近的一种研究。

## 3 酒店收益管理的研究背景

### 3.1 酒店收益管理评价指标仍需改进

目前很多酒店进行收益管理的着眼点不仅局限于客房收益的最大化, 更为强调的是整个酒店经营效益的最大化<sup>[4]</sup>。服务于咨询业务供应商、顶级收益管理软件的总裁创始人提出, 当前实施的收益管理是面向全部门所有业务的。为了更好地完成预测与定价, 供应商的收益管理系统也添加到了宴会及会议工作当中。曾经有人以酒店餐厅为例研究了餐厅对收益管理的影响, 这是我国收益管理领域的新探索, 在这次新探索中得知酒店的一些会议、餐饮等配套设施带来的收益得不到很好的衡量, 这些方面的收益有可能会超出客房。所以需综合我国酒店的实际发展现状以及酒店类型合理制定收益管理评价指标。

### 3.2 影响酒店收益管理的因素

首先, 在大数据背景下企业应具有一定的网络与数据意识, 未来的酒店收益管理与客户关系管理系统相结合, 注重顾客满意度的提升。尽管酒店收益管理对顾客满意度的影响还未全面实施, 也已经有相关研究发现前者对后者有一定的负面影响。而将酒店收益管理和顾客满意度联系在一起, 平衡追求短期效益最大化的收益管理的同时, 也应讲究顾客长期满意度的管理方法,

构建以顾客为中心的收益管理系统为酒店谋取长期的发展。其次,理想的酒店收益管理系统不仅能够根据价格高低掌控顾客最短的停留时间,还可以帮助酒店的经营人员准确掌握顾客的抵达时间。收益管理系统对于酒店运作来说已不可或缺,但与一些国际品牌酒店相比,我国酒店业还没有一套适合本土的高端酒店收益管理系统。

#### 4 结束语

综上所述,收益管理对于酒店持续发展而言尤为关键,不断改善收益管理系统,加强对酒店收益管理的研究尤为重要,在如今经济飞速发展的今天,酒店作为服务业的一种,要想在竞争激烈的市场环境下赢得长远发展,就必须不断改进管理措施,加强收益管理对酒店行业的推动作用,为实现利益最大化

而不懈努力。

#### 参考文献:

- [1] 曾国军, 刘梅, 张欣. 星级酒店自助餐厅收益管理策略研究——基于富力君悦凯菲厅的案例分析[J]. 旅游学刊, 2016(2): 86~96.
- [2] Application of yield management to the hotel industry considering multiple day stays. Bitran, Gabriel R., Mondschein, Susana V. Operations Research. 1995
- [3] [2]董玉凤. 与在线旅行社合作背景下酒店的收益管理研究[D]. 中国科学技术大学, 2015(32):234-235.
- [4] 杜菲. 酒店与旅行社的竞争与协调[D]. 中国科学技术大学, 2015(02):123-125