



دانشگاه یزد  
دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری  
مدیریت صنعتی

پایان نامه  
برای دریافت درجه کارشناسی ارشد  
مدیریت صنعتی گرایش تولید و عملیات

ارائه مدل مدیریت درآمد در هتل سنتی مشیرالممالک  
با رویکرد برنامه‌ریزی آرمانی

استاد راهنما :  
دکتر سید حیدر میرفخرالدینی

استاد مشاور:  
دکتر سید حبیب‌اله میرغفوری

پژوهش و نگارش :  
سمیه مروج

پاییز 1391

با احترام

این مجموعه را

به پدر و مادر عزیزم، تقدیم می‌کنم.

به راستی که دانش، مایه‌ی حیات دل‌ها،

روشن‌کننده‌ی دیدگان کور

و نیرو و بخش بدن‌های ناتوان است

(امام علی علیه السلام)

سپاسگزار معلمی هستم که اندیشیدن را به من

آموخت،

نه اندیشه‌ها را...

سپاس معلمان گرانقدرم،

جناب آقای دکتر سید حیدر میر فخرالدینی و

جناب آقای دکتر سید حبیب‌اله میر غفوری.

## چکیده

مدیریت درآمد هنر بیشینه کردن سود حاصل از فروش ظرفیت محدودی از یک محصول فاسد شدنی در یک افق زمانی مشخص به وسیله‌ی فروش هر واحد محصول به مشتری مناسب در زمان مناسب با قیمت مناسب و از طریق کانال ارتباطی مناسب می‌باشد. با توجه به موفقیت‌های مدیریت درآمد در صنعت هواپیمایی و شباهت زیاد این صنعت با صنعت هتل‌داری، محققان زیادی سعی در ارائه‌ی مدل‌های مناسب به منظور افزایش درآمد و سود در این صنعت داشته‌اند. در این پژوهش، در راستای تحقیقات انجام شده در زمینه‌ی مدیریت درآمد در صنعت هتل‌داری، با استفاده از رویکرد برنامه‌ریزی چند هدفه تصادفی، مدلی برای پذیرش بهینه مشتریان در دوره‌ی زمانی مشخص و محدود ارائه شده است. در این تحقیق یک نوع اتاق برای هتل فرض شده است. دو دوره‌ی رزرو وجود دارد. همچنین این امکان برای مشتریان وجود دارد که بدون رزرو، در روز موردنظرشان اتاق کرایه کنند. بنابراین با توجه به سه دوره‌ی تقاضا برای اتاق‌های هتل، سه کلاس قیمتی ارائه شده است. مدل ارائه شده با استفاده از اطلاعات تاریخی هتل و پیش‌بینی تقاضا، حل شده و الگوی پذیرش بهینه مشتریان با توجه به دوره‌های رزرو برای سال آتی به هتل ارائه شده است

**واژگان کلیدی:** مدیریت درآمد، صنعت هتل‌داری، برنامه‌ریزی آرمانی، برنامه‌ریزی تصادفی

## فهرست مطالب

### فصل اول : کلیات پژوهش

- 1-1- مقدمه ..... 2
- 1-2- تعریف موضوع (تعریف مسأله، هدف از اجرا و کاربردناتایج) ..... 4
- 1-3- فرضیات (یا سؤالات پژوهشی) ..... 5
- 1-4- قلمرو تحقیق ..... 6
- 1-5- روش تحقیق ..... 6
- 1-6- محدودیت‌های تحقیق ..... 6
- 1-7- شرح اصطلاحات و واژه‌های به کار رفته ..... 6
- 1-8- خلاصه و نتیجه‌گیری ..... 7

### فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه‌ی پژوهش

- 1-2- مقدمه ..... 10
- 2-2- مدیریت درآمد چیست؟ ..... 10
- 2-2-1- شرایط بکارگیری مدیریت درآمد ..... 12
- 2-2-2- کاربرد مدیریت درآمد در صنایع مختلف ..... 13
- 2-3- مروری بر ادبیات مدیریت درآمد ..... 14
- 2-3-1- پیش‌بینی ..... 16
- 2-3-2- رزرو مضاعف ..... 20
- 2-4- مدیریت درآمد قیمت‌محور ..... 21
- 2-5- مدیریت درآمد کمی‌محور ..... 22

- 23.....1-5-2- مدیریت درآمد تک منبعی
- 23.....2-5-2- مدیریت درآمد شبکه‌ای
- 24.....6-2- مدیریت درآمد در هتل
- 30.....7-2- خلاصه و نتیجه‌گیری

### فصل سوم: روش تحقیق

- 32.....1-3-1- مقدمه
- 32.....2-3-2- روش تحقیق
- 32.....3-3-3- قلمرو تحقیق
- 32.....1-3-3-1- قلمرو موضوعی
- 33.....2-3-3-2- قلمرو زمانی
- 33.....3-3-3-3- قلمرو مکانی
- 33.....4-3-4-3- مراحل تحقیق
- 34.....1-4-3-1- گام اول: جمع‌آوری داده
- 34.....2-4-3-2- گام دوم: بررسی سناریوهای تقاضا
- 35.....1-2-4-3-1- هموارسازی نمایی
- 36.....3-4-3-3- گام سوم: مدل‌سازی مسأله
- 37.....1-3-4-3-1- پیش‌فرض‌های مدل
- 38.....2-3-4-3-2- تعریف شناساگرها، پارامترها و متغیرهای پژوهش
- 39.....3-3-4-3-3- مدل‌سازی
- 47.....4-4-3-4- گام چهارم: ارائه برنامه بهینه پذیرش

47 ..... 3-5- خلاصه و نتیجه‌گیری

### فصل چهارم: تجزیه تحلیل داده‌ها

50 ..... 4-1- مقدمه

50 ..... 4-2- اجرای گام‌های پژوهش

50 ..... 4-2-1- گام اول: جمع‌آوری داده

51 ..... 4-2-2- گام دوم: بررسی سناریوهای ورود دوره‌ی برنامه‌ریزی

52 ..... 4-2-3- گام سوم: حل مدل

53 ..... 4-2-4- گام چهارم: ارائه‌ی برنامه‌ی پیشنهادی پذیرش

54 ..... 4-3- خلاصه و نتیجه‌گیری

### فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

56 ..... 5-1- مقدمه

56 ..... 5-2- بررسی نتایج تحقیق

57 ..... 5-3- مقایسه پژوهش حاضر با سایر تحقیقات انجام شده در این حوزه

57 ..... 5-4- پیشنهادهای کاربردی

58 ..... 5-5- پیشنهادهای برای تحقیقات آتی



## فهرست اشکال

شکل 3-1- مراحل تحقیق..... 34

شکل 3-2- جریان ورود و خروج در روز..... 40

## فهرست جداول

17	جدول 2-1: انواع داده
50	جدول 4-1: اطلاعات پذیرش و تقاضا (1383)
51	جدول 4-2: اطلاعات مربوط به قیمت‌ها
51	جدول 4-3: سناریو تقاضا
52	جدول 4-4: احتمال سناریوها
54	جدول 4-5: برنامه پیشنهادی پذیرش مشتری

## فصل اول: کلیات پژوهش

## 1-1- مقدمه

کسب درآمد بهینه از منابع موجود، هدف مهم هر سازمان تولیدی و خدماتی می‌باشد. سازمان‌های خدماتی در رسیدن به این مهم، نسبت به سازمان‌های تولیدی از محدودیت‌هایی برخوردار هستند. این سازمان‌ها باید خدمت خود را در یک بازه‌ی زمانی خاص عرضه کنند و قابلیت ذخیره‌سازی آن را ندارند. سازمان‌های خدماتی، اگر نتوانند مدیریت درستی روی خدمات خود داشته باشند، درآمد هنگفتی را از دست می‌دهند. مدیریت درآمد<sup>1</sup> به عنوان یکی از حوزه‌های کاربردی تحقیق در عملیات<sup>2</sup>، به این‌گونه سازمان‌ها در مدیریت منابع فاسد شدنی<sup>3</sup> شان کمک می‌کند (Talluri & Van Ryzin, 2004; Eijken, 2009).

اجرای مدیریت درآمد در خطوط هوایی آمریکا باعث افزایش 1/4 میلیارد دلاری درآمد در یک دوره‌ی سه ساله شد (Hu et al, 2010). امروزه صنایع زیادی، تلاش کرده‌اند تا با استفاده از اصول پایه‌ای مدیریت درآمد، آن را به کار گرفته و در جهت افزایش سود استفاده کنند (Guadix et al, 2010; Graf & Kimms, 2011). مدیریت درآمد به امری ضروری برای صنایع خدماتی که ظرفیت محدودی دارند، تبدیل شده و به آن‌ها در مدیریت خدمات‌شان کمک می‌کند (Heo & Lee, 2009).

شعار مهم مدیریت درآمد "فروش محصول مناسب به مشتری مناسب در زمان مناسب" است (Sanghavi, 2005; Guerriero et al, 2012). این شعار بیان‌کننده‌ی مسئله‌ی اصلی مدیریت درآمد است؛ سازمان محصولی محدود و فاسد شدنی دارد و با پایان یافتن یک بازه‌ی زمانی خاص، ارزش این محصول از بین می‌رود. علاوه بر آن، سازمان با گروه‌های مختلفی از مشتریان روبروست که حاضرند قیمت‌های متنوعی را برای محصول پرداخت کنند. مسئله‌ی اصلی وقتی اتفاق می‌افتد که ممکن است مشتریانی که حاضرند پول بیشتری برای محصول بپردازند، بعد از مشتریانی که پول کمتری پرداخت می‌کنند، به سازمان مراجعه کنند. بنابراین فروشنده باید به منظور بیشینه کردن سود، سفارشات مشتریانی که قیمت پایینی را برای محصول پرداخت می‌کنند، رد کند تا

---

<sup>1</sup>Revenue Management

<sup>2</sup>Operation Research(OR)

<sup>3</sup>Perishable

ظرفیت کافی برای مشتریانی که پول بیشتری می‌پردازند، باقی بماند. در این تصمیم‌گیری، سازمان باید ریسک عدم فروش مقداری از محصول و بی ارزش شدن آن را نیز در نظر گیرد و همواره در تخصیص محصول خود تمام گروه‌های قیمتی را مد نظر قرار دهد تا با ریسک عدم فروش روبرو نشود (Faber,2005; Venkitachalam, 2007; Stanciu, 2009).

پس از گذشت چند دهه از انتشار اولین مقاله در زمینه مدیریت درآمد در خطوط هوایی، سیستم‌های رزرو بلیت برای مسافران، از شکل سامانه‌های مدیریت فرایندهای ساده و سطح پایین کنترل موجودی، به صورت سیستم‌های اطلاعاتی بزرگ و استراتژیک درآمده‌اند. امروزه، خطوط هوایی و سایر مؤسسات حمل و نقل، سیستم‌های مدیریت درآمد را به چشم یکی از عوامل کلیدی و تعیین کننده در موفقیت آینده خود می‌بینند. انتظارات این شرکت‌ها برای کسب حداکثر درآمد ممکن از طریق سیستم‌های پیشرفته مدیریت درآمد، هم اکنون، این سیستم‌ها را به سمت استفاده هر چه بیشتر از فناوری های جدید اطلاعاتی سوق می‌دهد (شریف یزدی، 1386).

سیستم‌های رزرواسیون مرکزی بستر بسیار مساعدی را برای رشد سازماندهی شده مدیریت درآمد فراهم آورده‌اند. مدیریت درآمد به عنوان یک محصول جانبی از مدیریت معاملات فروش به صورت سیستماتیک، داده‌های لازم را برای شناسایی رفتار مشتریان جمع‌آوری نموده و از آن برای کنترل بهتر فرایند فروش استفاده می‌کند. در حالی که ظهور اینترنت تغییرات عمده انکارناپذیری را در شکل توزیع بلیت‌های هواپیمایی، ایجاد نموده اما با این حال گسترش این پدیده بر اصل و اساس مسئله مدیریت درآمد کماکان بی تأثیر بوده است. اصول اساسی مدیریت درآمد، ردیابی تقاضاهای تاریخی گذشته و شناسایی رفتار تقاضای مشتریان و وضع نمودن استراتژی فروش مطابق با آن رفتار است (نجفی اسداللهی، 1384).

مدیریت درآمد شامل راهبردها و تاکتیک‌های مورد استفاده برای تخصیص بهینه‌ی ظرفیت ثابت یک سازمان به مشتریان با هدف حداکثر کردن درآمد، می‌باشد (Padhi & Aggarwal,2011). به عبارت ساده‌تر مدیریت درآمد تخصیص محصول مناسب به مشتری مناسب با قیمت مناسب و در زمان مناسب است (Guadix et al,2010). در واقع سعی می‌شود، با

بخش‌بندی مشتریان، بهینه‌سازی قیمت و تخصیص ظرفیت، از تمایلات مشتریان برای پرداخت، استفاده کامل شده و به افزایش درآمد در سازمان کمک شود (Cleophas & Bartke, 2011). در تحقیق حاضر سعی شده است تا با استفاده از روش‌های جمع‌آوری داده و پیش‌بینی، وضعیت پیش‌روی هتل در زمان برنامه‌ریزی مشخص و الگوی مناسب پذیرش مسافران به منظور بیشینه کردن درآمد، ارائه شود. در این فصل اهمیت و ضرورت تحقیق، سؤالات پژوهشی و مسیر انجام این تحقیق به طور خلاصه بیان شده تا دیدی کلی از آن حاصل شود.

## 1-2- تعریف موضوع (تعریف مسأله، هدف از اجرا و کاربردناتایج)

با توجه به موفقیت‌های مدیریت درآمد در صنعت هواپیمایی و شباهت زیاد این صنعت با صنعت هتل‌داری از جمله ظرفیت ثابت، هزینه‌ی ثابت بالا، هزینه‌ی متغیر پایین و محصول فاسدشدنی، محققان زیادی سعی در ارائه‌ی مدل‌های مناسب در این صنعت داشته‌اند (Chen, 2010).

یکی از صنایع با پتانسیل بسیار زیاد جهت به کارگیری مباحث مدیریت درآمد، صنعت هتل‌داری است. دلیل این امر در شباهت بسیار زیاد این صنعت با صنعت هواپیمایی نهفته است. استفاده از اتاق‌های هتل مانند صندلی‌های هواپیما از نوع کالاهای از بین رفتنی بوده و قابل ذخیره برای دوره‌ی بعد نمی‌باشد. ظرفیت هتل نیز مانند ظرفیت هواپیما در کوتاه‌مدت ثابت بوده و افزایش آن تنها در دراز مدت و با هزینه‌ی ثابت زیادی همراه است. امکان رزرو از پیش برای هر دو مورد وجود دارد. در نهایت تقاضا در هر دو تصادفی است (مدرس و نجفی، 1388).

مدیریت درآمد در واقع بخشی از مدیریت عملیات محسوب می‌شود. از دیدگاه مدیریت عملیات "مدیریت درآمد" هنگامی بیشترین کارایی را دارد که شرایط زیر برقرار گشته باشد:

- 1- تقاضای مشتریان را بتوان براساس نرخ مشتریان به کلاس‌های مشخص طبقه‌بندی کرد.
- 2- هزینه‌های ثابت زیاد و هزینه‌های متغیر اندک باشد.
- 3- موجودی فاسد شدنی باشد این بدان معنی است که در پایان دوره موجودی از بین می‌-

رود و دیگر قابل ذخیره‌سازی نیست.

4- محصول پیشاپیش قابل فروش است.

5- تقاضا از یک زمان به زمان دیگر یا از یک کلاس به کلاس دیگر بسیار متغیر است.

هتل‌ها به خوبی دارای این 5 ویژگی هستند. هتل‌ها معمولاً دارای دو نرخ قیمتی می‌باشند، یکی در طول هفته برای تجار و دیگری در انتهای هفته برای کسانی که به تعطیلات می‌آیند. هزینه‌های متغیر در ارتباط با هر اتاق (مانند نظافت) در مقایسه با هزینه افزودن یک اتاق به کل هتل بسیار اندک است. اتاق‌های در دسترس قابل انتقال از یک شب به شب دیگر نیستند و اتاق‌ها به صورت گروهی قابل واگذاری یکجا به تورهای مسافرتی یا همایش‌ها می‌باشد. در نهایت مشتریان بالقوه ممکن است اقامت خود را کوتاه کرده و یا اصلاً برغم انجام رزرو به هر دلیلی به هتل مراجعه نکنند (کیان، 1388).

با توجه به مزایای ذکر شده‌ی مدیریت درآمد و امکان استفاده از آن در صنعت هتل‌داری، سعی شده است مدلی مناسب به منظور کمک به مدیران این صنعت در مدیریت اتاق‌های موجودشان ارائه شود. در این پژوهش، برنامه‌ی پذیرش بهینه به هتل، در یک فضای احتمالی ارائه شده است. در مدل حاضر، سعی شده است تخصیص اتاق‌های هتل، با در نظر گرفتن عامل‌های "درآمد مورد انتظار و ریسک‌پذیر بودن مدیریت" با استفاده از یک برنامه‌ریزی احتمالی، به طور بهینه انجام شود. در ادامه به دلیل وجود اهداف متنوع به منظور تخصیص بهینه‌ی اتاق‌ها، از رویکرد برنامه‌ریزی آرمانی در مدل سازی مسئله استفاده شده است.

### 3-1- فرضیات (با سؤالات پژوهشی)

بر اساس ماهیت پژوهش، دو سؤال زیر مطرح می‌شود:

- 1- پیش‌بینی تقاضا برای دوره‌ی مورد مطالعه به چه صورت می‌باشد؟
- 2- مدل مناسب برنامه‌ریزی آرمانی برای مدیریت درآمد هتل مورد مطالعه کدام است؟

#### 4-1- قلمرو تحقیق

پژوهش حاضر به طور خاص به مسأله‌ی مدیریت درآمد در هتل می‌پردازد. بدین منظور "هتل باغ مشیرالممالک"، یکی از هتل‌های سنتی استان یزد، جهت مدل‌سازی درآمد، انتخاب شده است. در این تحقیق روزهای 26 شهریور ماه تا 31 شهریور ماه (بازه‌ی زمانی 5 روزه) برای مدل‌سازی در نظر گرفته شده است. به منظور ارائه‌ی مدل مدیریت درآمد برای سال 1391، از اطلاعات ورود و خروج مشتریان مربوط به سال‌های 1384 تا 1390 بهره گرفته شده است.

#### 5-1- روش تحقیق

روش تحقیق به کار برده شده از نوع هدف، کاربردی و از نظر میزان کنترل متغیرها، توصیفی است. تحلیل مورد استفاده در این تحقیق از نوع تحلیلی-ریاضی است. با مراجعه به اسناد، مدارک و سوابق هتل، داده‌های مورد نیاز جمع آوری شده است. در این پژوهش برای پوشش مباحث نظری تحقیق، کتب تخصصی و عمومی، مقالات و نشریات تخصصی مورد بررسی قرار گرفتند. بعد از بررسی ادبیات موجود در این زمینه مدل مناسب برای مدیریت درآمد هتل طراحی شده است. در نهایت با توجه به جواب‌های بهینه‌ی مدل یک برنامه‌ی کامل و بهینه جهت پذیرش مشتریان در بازه‌ی زمانی تعیین شده، به هتل مورد نظر ارائه شده است.

#### 6-1- محدودیت‌های تحقیق

محدودیت‌های پژوهش حاضر را می‌توان در مواردی از قبیل کمبود تحقیقات انجام شده و به مثابه آن کمبود ادبیات تحقیق در این زمینه و عدم دسترسی کامل به داده‌های تاریخی به دلیل بعضی از مسائل رقابتی، بیان کرد.

#### 7-1- شرح اصطلاحات و واژه‌های به کار رفته

مدیریت درآمد: مدیریت درآمد، هنر بیشینه کردن سود حاصل از فروش ظرفیت محدودی



از یک محصول فاسد شدنی در یک افق زمانی مشخص به وسیله‌ی فروش هر واحد محصول به مشتری مناسب، در زمان مناسب، با قیمت مناسب و از طریق کانال ارتباطی مناسب است (Padhi & Aggarwal, 2012).

**مدیریت درآمد در هتل:** در صنعت هتل داری، قیمت‌های یک اتاق را با توجه به عواملی مانند زمان رزرو اتاق، مدت زمان اقامت در هتل و همچنین بنگاه واسطه‌ی فروش، تعیین می‌کنند. در واقع، اتاق‌های یکسان با توجه به شرایط و نوع مشتری، با قیمت‌های مختلف عرضه می‌شود. هدف اصلی مدیریت درآمد در هتل تخصیص اتاق‌ها به این گروه‌های مشتری‌اناست. مشکل اصلی در این بین هم‌پوشانی روزهای اقامت مشتریان هتل می‌باشد، که مدیریت درآمد با رفع آن و دادن یک برنامه‌ی پذیرش بهینه، به مدیران هتل در مدیریت بهتر اتاق‌های هتل یاری می‌رساند (Chen, 2010).

**برنامه‌ریزی آرمانی:** برنامه‌ریزی آرمانی یکی از ابزارهای تصمیم‌گیری چندمعیاره است که امکان حل مسائل را با اهداف مختلف و حتی متناقض ایجاد می‌کند. برنامه‌ریزی آرمانی گسترش و تعدیل برنامه‌ریزی خطی می‌باشد که هدف اصلی آن کمینه کردن تابع هدف که ترکیبی از انحرافات اهداف مختلف می‌باشد، است. با روش برنامه‌ریزی آرمانی می‌توان حل همزمان هدف‌های پیچیده را به دست آورد. به عبارت دیگر تکنیکی است که به وسیله‌ی آن می‌توان به حل مسائل تصمیم‌گیری مربوط با چند هدف پرداخت (Lee et al, 2010).

## 8-1- خلاصه و نتیجه‌گیری

در این فصل کلیات پژوهش شامل تعریف موضوع، سؤالات پژوهشی، قلمرو تحقیق، روش تحقیق، محدودیت‌های تحقیق و شرح اصطلاحات و واژه‌های به کار رفته در تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. در فصل دوم به بررسی مفاهیم و پیشینه‌ی پژوهش پرداخته و به دنبال آن در فصل سوم، روش تحقیق و روش مورد استفاده به منظور مدل سازی مسأله‌ی مدیریت درآمد در هتل، به تفصیل مطرح شده است. در فصل چهارم، مدل ارائه شده با توجه به شرایط تعریف شده، حل و

جواب‌های بهینه به دست خواهد آمد. در نهایت، فصل پنجم به نتایج، یافته‌ها، برداشت‌های حاصل از تحلیل‌ها، دستاوردها و پیشنهادهای تحقیقات آتی اختصاص یافته است.

فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع و پیشینه‌ی  
پژوهش

## 2-1- مقدمه

با توجه به موفقیت‌های مدیریت درآمد در صنعت هواپیمایی و شباهت زیاد این صنعت با صنعت هتل‌داری، محققان زیادی سعی در ارائه‌ی مدل‌های مناسب به منظور افزایش درآمد و سود در این صنعت داشته‌اند. در این فصل، ابتدا به بررسی مفهوم مدیریت درآمد، شرایط به کارگیری و کاربردهای آن در صنایع مختلف پرداخته شده است. در ادامه مدیریت درآمد کمیّت‌محور و قیمت‌محور معرفی شده است. سپس به مرور تحقیقات مدیریت درآمد در صنعت هتل پرداخته شده است.

## 2-2- مدیریت درآمد چیست؟

ارائه‌دهندگان محصولات و خدمات با طیف گسترده‌ای از تصمیمات مهم و بنیادی روبرو هستند. تصمیماتی از قبیل تعیین زمان مناسب ارائه‌ی محصولات و خدمات به بازار، قیمت‌گذاری مناسب موجودی خود به منظور حفظ مشتریان بالقوه و حتی تصمیمات پیچیده‌تری مانند چگونگی بخش‌بندی مشتریان از طریق ارائه‌ی شرایط مختلف فروش و قیمت‌گذاری‌های گوناگون و تعیین قیمت مناسب برای هر بخش. این افراد همواره به دنبال راهی مناسب برای تصمیم‌گیری بهتر در این زمینه هستند. مدیریت درآمد ابزاری است که به این افراد در جهت تصمیم‌گیری بهتر در مورد مسائل فروش و تقاضا کمک می‌کند (Talluri & Van Ryzin, 2004).

می‌توان از یک منظر مدیریت درآمد را ایده‌ای قدیمی دانست. در طول تاریخ بشر هر فروشنده با انواع تصمیمات مدیریت درآمد روبرو بوده است؛ اما نوآوری اصلی مدیریت درآمد در روش تصمیم‌گیری است. مدیریت درآمد دیدگاهی فناورانه، پیچیده، دقیق و عملی به منظور تصمیم‌گیری بهتر در مسائل مربوط به تقاضا می‌باشد. به عبارتی مدیریت درآمد فرایند پذیرش یا رد یک سفارش با بکارگیری روش‌های مختلف قیمت‌گذاری و تخصیص ظرفیت با هدف بیشینه کردن درآمد می‌باشد. گروه‌های خدماتی و صنعتی که با گذشت زمان، از ارزش خدمات ارائه‌شده و یا محصولات تولیدی‌شان کاسته می‌شود یا از بین می‌رود، می‌توانند از مدیریت درآمد بهره بگیرند.