

FANDIAN GUANLIGAILUN



饭店管理概论

韩军 主编

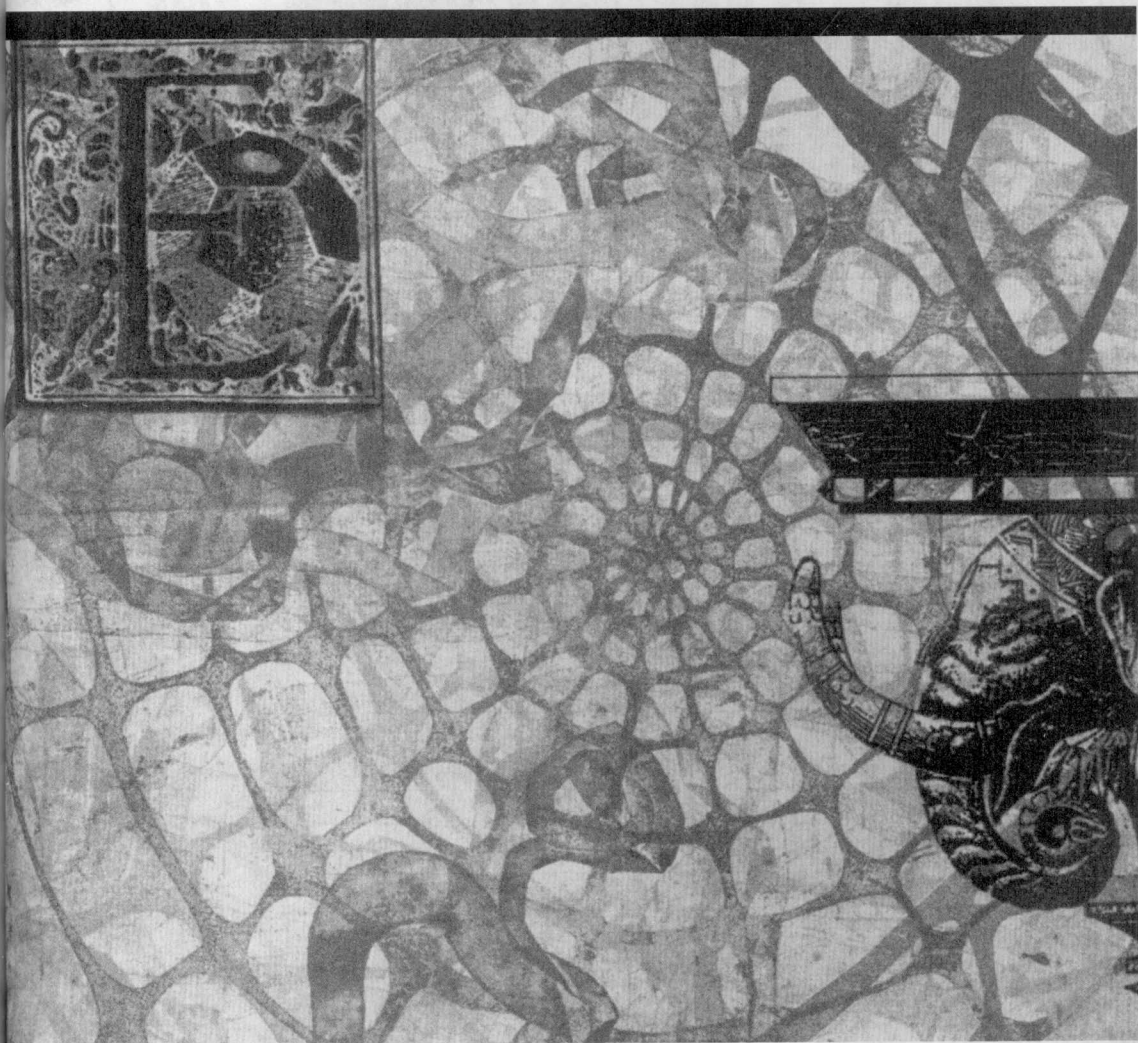


FANDIAN GUANLIGAILUN



饭店管理概论

韩军 主编





© 韩 军 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店管理概论 / 韩军主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2008.5

(21 世纪高职高专精品教材·旅游类)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 332 - 3

I. 饭… II. 韩… III. 饭店 - 企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 054101 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总 编 室: (0411) 84710523

营 销 部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连北方博信印刷包装有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 233 千字

印张: 11 1/4

2008 年 5 月第 1 版

2008 年 5 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤 孙 越

责任校对: 何 群

封面设计: 张 亮

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 332 - 3

定价: 20.00 元

前言

旅游业已经成为中国经济的重要产业,占 GDP 的比重逐年增加,到 2006 年达到 4.27%。全国已有 24 个省、市、自治区将旅游业作为支柱产业、先导产业或优势产业来发展,旅游业呈现出蓬勃发展的势头。饭店是旅游业产业链中的重要环节,在旅游收入中占有很大比重。从总体来看,中国饭店业虽然经过了 20 多年的发展,但其“散、小、弱”的特点没有多大改观,管理水平不高、效益不佳的状况依然存在,缺乏国际竞争力。提升饭店的经营管理水平和竞争实力,是中国饭店业发展新阶段急需解决的问题,本书的编著也力求在这方面做出一点努力。

随着旅游业的繁荣,旅游教育也同步发展并促进了旅游业的发展,相关的专业教材也比较丰富,特别是高职高专饭店管理教材的出版,近年十分活跃。但在实际的教学工作中,各院校使用较多的教材只强调企业管理的基本原理,与饭店企业的特殊性相脱离,显然不能满足培养饭店企业所需的高素质、技能应用型人才的需要,即饭店的中基层管理者和专业技术人才,既要有娴熟的服务技能,又要有组织管理能力和市场经营能力。本书编者结合多年从事饭店管理专业的教学管理经验和深入企业锻炼实践的收获,编写了这本《饭店管理概论》。本书可作为高职高专院校旅游大类下各相关专业的教学用书,也可以作为饭店管理人员和从业人员的学习参考资料。本书遵循从原理到方法的逻辑编写,在基本结构系统、科学的前提下,力图体现以下特点:

第一,针对性。本书主要针对旅游大类下的各相关专业,将管理学的基本原理与饭店的特征有机地结合起来,直接服务于专业人才培养目标,并删减了在其他同类教材中常见的饭店公关管理、饭店营销管理、饭店实务管理等内容,具有更强的针对性。

第二,层次性。饭店管理专业的办学有不同层次,本书则是立足于高职高专培养层次,理论内容坚持了“必需、够用”的原则,对企业管理学的原理和方法进行了适当的取舍,突出了职业岗位对相关理论知识的需要。

第三,实践性。高职高专院校培养的是高素质、技能应用型人才,理论知识既要能够指导实践,又要满足实践的需要,部分理论知识还要为相应的能力培养服务,所以本书各章都设计、安排了实践训练环节,力图把理论知识的掌握融入到实践活动当中,贯彻了“做中学”的高职高专人才培养观念。

第四,指导性。本书的体例编排对教师和学生都具有较强的指导性,特别是对教师如何有效地组织和开展课内外的教学活动提供了很好的思路,使教师在教学内容、教学方法和教学手段上都积极适应高素质、技能应用型人才培养的需要,使学生在教材体系的指导下知道该如何学习理论知识和锻炼实践能力。

第五,时效性。本书在编写过程中,还及时引入了饭店管理在实践中的新做法和研究中的新成果,具有较强的时效性。

本书由韩军设计和编写大纲,并负责全书的统稿和审阅。全书共10章,第1章、第2章、第5章、第6章由韩军编写,第3章、第4章由毛宗清编写,第7章由范晓玲编写,第8章、第9章由翟运涛编写,第10章由陈弘编写。

由于编者水平有限,书中难免有缺憾和不妥之处,敬请各位同行和读者批评指正。

编者

2008年3月于林城贵阳

目 录

第1章 饭店概述	001
1.1 饭店的定义及功能	001
1.2 饭店的类型与等级	004
1.3 饭店业的发展与饭店集团	007
第2章 饭店管理基础理论	013
2.1 饭店管理概述	013
2.2 饭店管理的基础理论	023
2.3 饭店管理的基本原理	030
2.4 饭店管理的基本方法	036
第3章 饭店计划管理	042
3.1 饭店计划管理概述	042
3.2 饭店计划的制订	046
第4章 饭店组织管理	051
4.1 饭店组织结构设置	051
4.2 饭店组织管理的内容和方法	055
4.3 饭店组织管理的规章制度	060
4.4 饭店组织内的督导和沟通	065
第5章 饭店服务质量管理	070
5.1 饭店服务质量概述	070
5.2 饭店服务质量管理	075
第6章 饭店经营方式与理念	090
6.1 饭店经营形式的选择	090
6.2 饭店集团化经营	099
6.3 饭店经营理念的发展	103
第7章 饭店人力资源管理	112
7.1 人力资源管理概述	112
7.2 饭店员工的招聘	116
7.3 饭店员工的培训与开发	121
7.4 饭店员工的激励与薪酬	125
第8章 饭店设备物资管理	133
8.1 饭店设备管理	133
8.2 饭店物资管理	139

8.3 饭店建筑与装饰	142
第9章 饭店文化建设	147
9.1 饭店文化的含义	147
9.2 饭店文化的建设	151
第10章 饭店管理的发展趋势	159
10.1 可持续发展与绿色饭店	159
10.2 高科技与饭店管理	162
10.3 饭店集团化经营	164
参考文献	173

第1章 饭店概述

学习目标

了解饭店业的发展历程，掌握饭店的功能和等级分类，特别是熟悉中国饭店星级评定的有关规定。

生产力水平的发展促使人类的生产和生活在一定的时间范畴内离开自己的惯常环境，而为这些离开自己惯常环境的人提供食宿的场所，我们今天就称之为饭店。显然它是人类旅行活动的产物，是现代旅游业的重要组成部分，在繁荣经济、提供就业、满足需求等方面发挥着越来越重要的作用。

1.1 饭店的定义及功能

1.1.1 饭店的定义

“饭店 (Hotel)” 一词源于法国，原指法国贵族在乡下招待宾客的别墅，后来的欧美饭店业沿用了这一词。在中国，饭店的称谓很多，如饭店、宾馆、大厦、山庄、度假村、旅社、招待所等。虽然不同的称谓体现了自身的不同特性，但基本的功能是一致的。在英语中，也有其他一些称谓具有与 Hotel 相同的功能，如 Inn, Guesthouse, Tourist, Resort, Tavern, Lodge, House 等，同样，不同的称谓也体现了自身的不同特点。

早期的饭店只是为离开自己惯常环境的人提供食宿服务的场所。随着社会经济的发展，饭店为客人提供的服务也不断丰富和完善，综合性和服务性越来越突出。因此，在市场经济条件下，我们可以对饭店作这样的定义：饭店是指以企业组织的形式向顾客提供住宿、饮食、娱乐、购物等综合性服务的场所。

根据上述定义，现代饭店具有以下特征：

(1) 经济性

从经济活动的角度分析，饭店是具备一定的生产要素、从事服务经营活动、以营利为目的、具有法人资格的经济组织。饭店必须在合理的产权制度下自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束。

(2) 服务性

饭店为顾客提供的核心产品是服务，这是由现代社会分工、社会的商品生产和商品交换所决定的。饭店作为服务性行业的典型代表，正是以服务的形式为社会提供劳动，参加社会的交换和分配，从而获得自己的经济利益。服务是饭店的社会职责，不提供服务，饭店就不能从社会得到经济利益，同时也失去了存在的社会意义。

(3) 综合性

饭店与一般企业不同。饭店向顾客提供的产品是多个产品的组合,这些产品既有有形产品,又有无形产品;既有一次性消费品,又有多次性、连续性消费品。综合性服务不仅表明了饭店在顾客服务中的综合性,而且也表明了饭店经营管理中的综合性。在饭店管理中提出“ $100-1=0$ ”,就是现代饭店综合性的一种反映。

小思考1—1

某酒店接待了共108人的国外旅游考察团,酒店在接待前就做了充分的准备和安排,客人入住时,入住登记、行李运送、房间安排、餐饮安排都有条不紊地进行。团队在入住第三天用完早餐后准备离店,在用早餐时,一位客人向服务员反映牛奶不太新鲜,服务员看了后不置可否,没有采取任何措施。团队由香港离境后,酒店向香港接待方结账,接待方以最后的早餐质量有问题而表示不满,在付款问题上产生了较大分歧。

这件事说明了什么?

1.1.2 饭店产品的特点

从不同的角度分析,饭店产品具有不同特点。例如从销售角度分析,饭店产品具有季节性和不可贮存性等特点。这里,我们从对从业人员的素质要求角度分析饭店产品的特点。认识这些特点,对整个饭店的经营管理都具有重大作用。

(1) 饭店产品是高气氛产品

一瓶葡萄酒,在超市的价格是30元,同样的葡萄酒在一般的餐馆价格是40元,而在五星级酒店,这瓶葡萄酒的价格可能达到80元。为什么会有这么大的差别呢?这里主要的原因在于顾客在不同地点消费葡萄酒所享受的氛围不同。显然,五星级酒店出售的气氛有:门厅迎接、灯光、墙纸、地毯、绿树花卉、喷泉、背景音乐、服务员的制服、微笑、酒店的名气等。这要求我们要注意一切能创造酒店气氛的细节。

(2) 饭店产品是高服务产品

我们会看到这样的现象:当客人来到酒店,门童要拉门问候,行李员要帮助提拿行李;客人住的房间,服务员要清洁地整理好每一处使用过的地方;餐厅服务员要为客人斟酒,报菜名,甚至为客人分汤分菜。在西方国家,人们都习惯于给服务员小费,实际上是宾客支付的自己享受到的“免除举手之劳”的费用,同时也是激励员工提供高情感服务的一种奖赏。这说明饭店产品是高服务产品,要向客人提供人情周到的服务。

(3) 饭店产品是高职业化产品

小思考1—2

温州市区23家酒店联合宣布,从2007年元旦起,谢绝顾客自带酒水(酒和饮料)进店就餐。对此,温州市工商局、市消费者委员会表示此举损害了消费者合法权益,“劝导”它们尽快废止“谢绝自带酒水”的行规。但遗憾的是,早报记者昨天在温州市区暗访发现,该市大部分酒店还是坚决执行了该行规。业内人士认为,这意味着温州酒店业“谢绝(顾客)自带酒水”的要求已升级为“禁止(顾客)自带酒

水”的行业霸王条款。

你认为“谢绝(顾客)自带酒水”违法吗?是霸王条款吗?该怎样解决这个问题?

高职业化产品的含义是,每一项服务的每一个动作都是经过培训的、有规范的,这可避免服务产品一次定型容易出现的错误。例如,葡萄酒分为白葡萄酒和红葡萄酒两种。做白葡萄酒服务,先要将白葡萄酒的酒杯放在一支冰桶里,然后将一块服务手巾绕过瓶底从瓶的两侧对称裹起,向顾客显示商标,再打开瓶盖,将软木塞放在垫有餐巾的盘子里,送给主人闻一下,接着在主人的杯子里倒一点酒,等主人摇晃闻一下示意“好”后,再从主宾右侧开始斟酒,一般斟酒杯容量的三分之一。这都是职业化的要求。

(4) 饭店产品是质量不易稳定的产品

饭店产品质量的一半取决于服务员对宾客面对面的直接服务。由于服务员的情绪受各种因素的影响,波动性较大,因此,饭店产品的质量不易稳定。因此,喜来登饭店对服务员提出的口号是“首先把工作做好”。这也说明饭店建立详尽的质量标准的重要性。

1.1.3 饭店的功能

饭店的功能还随着经济社会的不断进步而相应发展,因此,可将饭店的功能分为传统功能和现代功能。

(1) 传统功能

饭店的传统功能是指饭店在出现之初就已具有的功能,主要是住宿、饮食和集会功能。

住宿功能是指饭店为客人提供一个安全、卫生的休息空间,主要满足客人的睡眠需要。饭店的星级或者档次不同,其舒适程度也不同。星级越高,住宿设施越豪华,舒适度越高。住宿功能是饭店最基本的功能,如果没有住宿功能,就不能叫做饭店。

饮食功能是指现代饭店向顾客提供饮食及相关服务的功能。星级饭店通常具有多种不同风味和消费层次的餐厅和酒吧,满足来自不同国家、地区,具有不同消费习惯的客人的需要,通过向客人提供多样的美食和饮品,令客人流连忘返。

集会功能是指饭店向社区开放,为社区的集会、文化交流和信息传播等活动提供场所和相关服务的功能。现代饭店的会议设施和服务业在不断完善和发展,吸引了多种会议在饭店举行,进一步发挥了饭店的集会功能。

(2) 现代功能

饭店的现代功能是随社会的变化和客人的需求逐渐建立和完善起来的。现代饭店都力图通过完善的设施和尽善尽美的服务来满足客人的需求,以期招徕更多的客人。饭店的现代功能主要有文化娱乐功能、商业服务功能、购物服务功能、交通旅行服务功能、引领时尚功能等。

文化娱乐功能是指饭店通过举办文化活动、提供康乐设施,满足客人对娱乐休闲和健康的需求。生活水平的提高使人们对文化、娱乐、康体、休闲的要求越来越高,而饭店作为旅游者度假观光、商务人士交往活动的场所,通过提供多样的、高级的文化娱乐活动,既满足了客人的需要,又拓宽了饭店的发展,同时这还是高星级饭店评

定的标准与要求。

商业服务功能主要是指饭店为客人的商务活动提供各种设施和服务的功能,如提供商业活动展览、写字间、互联网服务、商务文秘服务等,满足商务客人的多种业务活动需要。

购物服务功能是指饭店根据自身的特点和客源结构,组织一些旅游纪念品、高级消费品或者是一些普通消费品出售,来满足客人的需要。

交通旅行服务功能是指饭店不仅能为客人办理机票、车票、船票和接送站服务,还能为客人提供专车和旅游行程安排,免除客人的后顾之忧。

引领时尚功能,这主要是因为饭店完全是一个为人们提供各类消费服务的场所,同时也是社会名流经常出入的场所,因此,无论是饮食、家居、服饰,还是休闲、康乐,都走在时尚前沿。

服务示范功能,这是因为饭店业是与国际接轨最早的行业,服务规范性比较高,也是服务业中的龙头产业,饭店的服务理念和方式受到许多相关服务型行业如电信业、零售业、银行业、医院等的学习和效仿。

1.2 饭店的类型与等级

1.2.1 饭店的分类

对饭店进行分类主要有两个方面的作用:一是便于投资者根据饭店类型来选择投资方向,做出投资决策;二是便于经营者做好饭店市场定位,选择主要目标市场,确定饭店管理的经营方向。

饭店的分类没有统一的标准,根据分析问题的不同角度,现代饭店的分类见表1—1。

1.2.2 饭店的等级

世界上饭店种类繁多,为了推销和方便客人的选择,各国都根据饭店的硬件设施状况和软件服务水平,将饭店划分为不同的等级。虽然目前国际上没有正式规定饭店等级的划分标准,但有些标准是被公众认定的,如清洁程度、设施水平、家具品质、饭店规模、豪华程度、服务质量、管理水平等,所以划分等级还是比较统一的。

(1) 国际上通行的等级划分标准

目前国际上对饭店的等级划分用得比较多的是五星等级划分标准,即从一星至五星。服务和设施越好,星级越高。

一星级饭店:设备极简单,具备食宿两个基本功能,能满足客人最简单的旅行需要,提供基本的服务。一般标准间面积为 $12\text{m}^2 \sim 14\text{m}^2$,块料地板,一般墙面;卫生间有浴盆或淋浴,供热水6小时以上;设有餐厅、酒吧。属于经济等级,符合经济能力较差的旅游者。

二星级饭店:设施一般,除具备客房、餐厅外,还设有购物、邮电、美容等综合服务设施,服务质量好。一般标准间面积为 $14\text{m}^2 \sim 16\text{m}^2$,有空调或窗式空调,一般墙面,有地毯或局部床边地毯,有彩电、电话;卫生间面积为 $3\text{m}^2 \sim 3.5\text{m}^2$,有138cm的浴盆、淋浴头、抽水马桶,全天供应热水,有中西餐供应。

三星级饭店:设备齐全,有会议室、游艺厅、酒吧、咖啡厅、美容等综合服务设

施,标准间面积为 $16\text{m}^2 \sim 20\text{m}^2$,卫生间面积为 $3.5\text{m}^2 \sim 5\text{m}^2$,有152cm浴盆、中央空调、墙面装饰、上等地毯。三星级饭店目前最受观光旅游者欢迎。

表1—1

饭店分类表

分类依据	饭店类型	主要特点
按接待对象	商业饭店	以商务散客为主,档次较高,服务设施较齐全,建在商业区
	旅游观光饭店	以接待观光旅游者为主,标准房多,档次差别大,建在景区和城市的都有
	公寓型饭店	以家居式套房为主,客人居住时间较长,自助服务,建在城市
	汽车旅馆	建在高速公路旁或城市近郊区,档次一般,主要为开车旅行者服务,强调自助服务
	度假型饭店	以接待度假旅游者为主,建在风景和环境较好的地区,休闲娱乐设施比较齐全
	国宾型饭店	建在城市风景好的地段,主要为国宾和高级领导服务,档次高
按投资主体	独资饭店	包括国有独资和外商独资饭店。一般规模比较大,类型多样
	有限公司饭店	股东以出资额为限承担有限责任,不公开发行股票和募集股份
	股份公司饭店	募集或发行股票,股东享有与持股份额比例相同的权利和义务
按豪华程度	高级豪华饭店	设施豪华,服务齐全,价格高,服务高层次消费者
	经济型饭店	提供基本的食宿服务,简洁卫生,价格适宜,服务大众消费者
	廉价饭店	仅提供能够满足睡眠需要的床位,价格低廉,舒适性差
按规模大小	大型饭店	客房数在600间以上
	中型饭店	客房数在300~600间之间
	小型饭店	客房数小于300间

四星级饭店:除了具有三星级饭店应该具有的所有设施外,还要求高级和高雅,标准间面积在 20m^2 以上,卫生间面积在 $5\text{m}^2 \sim 6\text{m}^2$,健身娱乐设施齐全,有大型宴会厅。

五星级饭店:是最高级饭店,设施不但要齐全,而且要豪华,标准间面积在 26m^2 以上,卫生间面积在 10m^2 以上,健身娱乐设施还有网球场、游泳池、桑拿室、日光浴室等,有多套国际线路电视。

(2) 国际上饭店等级划分的差异

虽然国际上有通用的五星等级饭店的基本标准,但是各个国家还是有差异的,比如美国汽车协会采用五粒钻石方法,将饭店划分为一般、好、佳、优秀及突出五个等级;日本将饭店划分为高级饭店、简易饭店和国民宿舍三大等级。

目前我国采取与国际接轨的五星等级制。我国于1988年和1997年两次颁布了旅游涉外饭店星级评定标准,在1997年颁布的新的评定规则中,对三星级到五星级饭

店的设施、设备和服务的评定标准进行了调整,增加了一些自由选择的项目。2004年以前,我国星级饭店的划分与评定主要以《中华人民共和国国家标准·旅游涉外饭店星级的划分与评定·GB/T14308—1997》为标准。2001年,我国又开始对1997年的标准进行修改,修改后的新标准《饭店星级的划分与评定》已于2004年7月1日正式实施。与1997年制定的标准相比,现在实施的新标准最大的变化是对四星级以下饭店的餐饮服务要求适当简化,但对四星级以上的饭店在前厅、客房和餐厅等核心区域强化了要求,增加了整体舒适度等内容。同时在新的评定标准中,还增设了预备星级和“白金五星级”。“白金五星级”对饭店的条件要求很高,除了必须具备两年五星级饭店资格,地处城市中心商务区或繁华地带,外观造型独具一格,内部功能、布局与装修装饰与所在地历史、文化、自然环境相结合等7项必备条件外,还必须具备6项参评“硬”条件中的5项。一至五星级饭店的星级牌是长城和镀金五角星,“白金五星级”用的是白金色五角星。开业不足一年的饭店可以申请预备星级,有效期为一年。新标准还将“一年复核一次”改为“五年后须重新评定”,打破了星级终身制。除此之外,“旅游饭店”取代了“旅游涉外饭店”。评定中还增加了饭店品牌、总经理资质、环境保护等内容,增加了允许度假村、海边浴场、民俗饭店等特色突出或极具个性的饭店可以直接向国家旅游局饭店星级评定机构申请星级的规定。

1.2.3 中国饭店的星级评定

(1) 星级评定的责任分工

旅游饭店星级评定工作由全国旅游饭店星级评定机构统筹负责,其责任是制定星级评定的实施办法和检查细则,授权并督导省级以下旅游饭店星级评定机构开展星级评定工作,组织五星级饭店的评定与复核工作,保有对旅游饭店星级评定机构所评定饭店星级的否决权。

省级旅游饭店星级评定机构按照全国旅游饭店星级评定机构的授权和督导,组织本地区旅游饭店星级评定与复核工作,保有对本地区星级旅游饭店星级评定机构所评定饭店星级的否决权,并承担推荐五星级饭店的责任,同时负责将本地区所评星级饭店的批复和评定检查资料上报全国旅游饭店星级饭店评定机构备案。

其他地市或行政区域的旅游饭店星级评定机构按照全国旅游饭店星级评定机构的授权和所在省级旅游饭店星级评定机构的督导,实施本地旅游饭店星级评定与复核工作,保有对本地区以下旅游饭店星级评定机构所评饭店星级的否决权,并承担推荐高一级星级饭店的责任,同时,负责将本地区所评星级饭店的批复和评定复核资料逐级上报给全国旅游饭店星级评定机构备案。

(2) 星级的申请

申请星级的饭店,均须执行《旅游统计调查制度》,承诺向全国旅游饭店星级评定机构提供不涉及本饭店商业机密的经营管理数据的义务。旅游饭店申请星级,应向相应评定权限的旅游饭店星级评定机构递交星级申请材料,申请四星级以上饭店,应按属地原则逐级递交申请材料。申请材料包括饭店星级申请报告、自查自评情况说明及其他必要的文字和图片资料。

(3) 星级的评定规则

①受理。接到饭店星级申请后,相应评定机构在核实申请材料的基础上,于14

天内做出受理与否的答复。对申请四星级以上的饭店,其所在地旅游饭店星级评定机构在逐级递交或转交申请材料时,应提交递交报告或转交报告。

②检查。受理申请或接到推荐报告后,相应的评定机构应在一个月内以明察或暗访的方式安排评定检查。检查合格与否,检查员均应提交检查报告,对检查未予通过的饭店,相应的评定机构应加强指导,待接到饭店整改完成并要求重新检查的报告后,于一个月内再次安排评定检查。对于申请四星级以上饭店,检查分为初检和终检。初检由有相应评定权限的旅游饭店星级评定机构组织,委派检查员以暗访或明查的形式实施检查,并将检查结果和整改意见记录在案,供终检时对照使用。初检合格后方可安排终检。终检由有相应评定权限的旅游饭店星级评定机构组织,委派检查员对照初检结果和整改意见进行全面检查。终检合格后方可提交评审。

③评审。接到检查报告后的一个月内,旅游饭店星级评定机构应根据检查员意见对申请星级的饭店进行评审。评审的主要内容有:审定申请资格,核实申请报告,认定本标准的达标情况,查验违章及事故、投诉的处理情况等。

④批复。对于评审通过的饭店,旅游饭店星级评定机构应给予评定星级的批复,并授予相应星级的标志和证书。对于经评审认定达不到标准的饭店,旅游饭店星级评定机构不予批复。

(4) 星级的复核与处理

星级复核是星级评定工作的重要补充,目的是督促已取得星级的饭店持续达标。复核按照旅游饭店星级评定标准及附录 A、附录 B、附录 C 进行,每年一次。复核工作在饭店自查自纠并报告其结果的基础上通过明察或暗访进行,对严重降低标准和达不到标准的,按以下办法处理:

①按情节轻重签发警告通知书、通报批评、降低或取消星级的处理,并在相应范围内公布处理结果;

②凡在一年内接到警告通知书三次以上或通报批评两次以上的饭店,降低或取消星级,并向社会公布;

③被降低或取消星级的饭店,一年内不予恢复或重新评定星级;

④取得星级的饭店如发生重大事故,造成恶劣影响,其所在地旅游饭店星级评定机构应立即反映情况或在职权范围内做出降低或取消星级的处理。

凡经旅游饭店星级评定机构提升或降低、取消星级的饭店,应立即将原星级标志和证书还予旅游饭店星级评定机构,由旅游饭店星级评定机构做出更换或没收处理。

1.3 饭店业的发展与饭店集团

1.3.1 世界饭店业的发展

从世界范围来看,饭店业的发展大致经历了客棧时期、大饭店时期、商业饭店时期和现代饭店时期。不同时期的划分代表了饭店业的繁荣与发展历程。

(1) 客棧时期

客棧时期大约在 12 世纪至 18 世纪,正值中世纪城市兴起和商业性往来初现,乡间和路边的客棧随之增多,是饭店最初的兴旺时期。刚开始出现的客棧只是家庭住宅的组成部分,规模小,设备简陋。到了 15 世纪,有些客棧不仅有 20~30 间客房,甚

至还有酒窖、餐厅和厨房了。到了18世纪,英国等地的客栈除了为过往旅客提供食宿,还为人们提供交流、聚会的场所。在中世纪初期,人们居住在相对隔绝的村镇,沿途又多盗匪出没,旅行的商人不得不结成商队,其他旅行者往往也结伴而行。所以当时的客人最需要的是一个又保护、较为安全的住宿地,对饭店的服务项目并无特殊要求。中世纪的宗教朝圣、宗教战争在一段时间内也推动了客栈的发展。后来城市间出现了公共马车系统,旅游者数量开始稳步增加,每隔10~15公里的车站旁就有客栈。

(2) 大饭店时期

大约在19世纪至20世纪,饭店业的发展进入了大饭店时期,又被称为豪华饭店时期。西方产业革命的新技术和新发明迅速被饭店采用,铁路的出现又使旅游者大量增加,这都为饭店的发展带来了机会。这一时期饭店呈现规模大、设施豪华、服务项目多的显著特征。19世纪初在德国诞生了巴登别墅式第一座豪华饭店,随后欧洲各国大兴土木,争相建造豪华饭店,巴黎大饭店、卢浮宫大饭店、凯撒大饭店都是当时著名的饭店。而最具代表性的是1829年在波士顿落成的特里蒙特饭店(Tremont House)。饭店第一次在房间里设计了盥洗室,第一次设计了前厅并把钥匙交给客人,第一次设门厅服务员,第一次使用菜单,第一次对员工进行培训。大饭店时期的饭店不仅设施豪华,而且在经营管理上也有巨大创新,其中的杰出代表就是凯撒·里兹(Caesar Ritz),他不仅创办了一家非常豪华的饭店,而且提出了“客人永远是对的”经营格言。

(3) 商业饭店时期

饭店业发展进入20世纪初直到20世纪中叶,是各国饭店发展最活跃的时期。20世纪初,商业旅行急剧增加,对廉价而又舒适的食宿设施需求也随之增加,而当时的豪华饭店价格太高,客栈又过于简陋,既不卫生也不舒适。美国的斯塔特勒(E. M. Statler)最早意识到了这一市场空隙,建成了斯塔特勒饭店,提出了“提供普通民众能付的起费用的世界第一流服务”的经营口号,在饭店最早提供私人浴室、更大的客房、客房服务、室内无线电和预订服务。直到今天,国际产业标准中许多基本的可用设施和运作控制系统都是斯塔特勒的创举,如自来水、电话、门边的电灯开关、管道竖井、球形门锁等。他还提出了饭店经营成功的根本要素是“地点、地点、地点”,并最早采取了联号饭店的经营形式。由于受经济危机和战争的影响,这一时期的饭店都经历了一些起伏。

(4) 现代饭店时期

这一时期是从20世纪50年代至今。第二次世界大战以后,经济复苏使旅游需求增加,饭店数量相应增加,而且出现了新的特点。首先是先进科技被饭店广泛采用,如室内给排水、中央空调、电梯、现代通讯和网络等。其次是饭店联号规模不断扩大,经营集团化,饭店管理公司出现,合同管理、特许经营在饭店发展中起到了重要作用。再次就是饭店的市场细分更加明显,不同消费层次旅游者都会找到适合自己的饭店。

1.3.2 中国饭店业的发展

与世界饭店业的发展相比,中国饭店业的发展阶段没有那么完整,因为中国没有

完成产业革命这一历史阶段,所以中国的饭店业几乎没有经历大饭店时期和商业饭店时期,在改革开放以后很快就进入了现代饭店时期。而改革开放后发展起来的饭店几乎又成了改革开放的形象代表,并使饭店业成为中国与国际接轨最早的行业。

中国两千多年的封建社会,使得客栈时期在中国饭店发展历史上占据了最长的时间,最早可追溯到春秋战国时期。由于朝代的变化,其名称也有变化,有驿站、驿舍、邮亭、铺舍等。直到清末民初,中国的饭店才开始从古代的住宿设施中脱离,与西方的商业饭店接轨。

近代中国的饭店有三种类型。第一种是外国人在沿海城市和大城市建立的饭店,如天津的利顺德大饭店;第二种是民族资本家投资兴建的饭店,多数为中西式饭店;第三种是在铁路沿线兴建的各种招商客栈,沿袭民间客店的经营方式。

新中国成立后,建设了一批高级宾馆、饭店,主要用于接待友好人士和外国专家,是行政单位性质。1978年党的十一届三中全会后,对外开放使大量外国人进入中国,相应的涉外星级饭店以合资或独资的形式大量涌现,中国的饭店进入了产业发展阶段,成为国家和地方经济的一部分。从数量上分析,1980年至今,中国旅游星级饭店一直呈逐步增长的发展趋势,而从质的发展角度分析,中国旅游饭店经历了几个阶段。

第一阶段是1984年推出北京建国饭店管理模式。北京建国饭店开业后获得了良好的经济效益,在经营理念、企业制度、内部管理、经营方式、服务规范等各方面都开创了一代新风。因此在1984年国家旅游局经国务院批准做出决定,先在全国50家饭店,后来在102家饭店中开展了“学建国”活动。这个活动包含了若干政策性因素,主要有企业的奖金可以浮动,给员工提供一顿工作餐等。这些现在看来非常普通的政策在当时却是突破性的,使刚刚起步的旅游饭店比较迅速地完成了从招待所向企业的转变。

第二阶段是1987年贯彻行业星级标准工作。1987年,国家旅游局根据形势发展的需要,请世界旅游组织的专家按照国际上的一般惯例,结合中国实际制定了饭店星级标准。星级标准执行之后,全行业从根本上上了一个台阶。

第三阶段是1993年,星级标准经过5年的贯彻之后正式升为国家标准,使星级标准在更高层次上发挥效力。经过10余年的全面宣传和贯彻,星级标准在1997年和2003年两次修订,与经济社会的发展相适应。

1.3.3 饭店集团

饭店业发展进入现代饭店时期以后,呈现的一个显著特点就是集团化经营。现代饭店集团,又称连锁饭店或联号饭店,是指饭店集团公司在本国或世界各地直接或间接地控制两家以上饭店,这些饭店使用统一的店名、统一的经营方式、统一的服务标准和规范,联合经营,形成系统。

(1) 饭店集团的产生

饭店集团这种企业组织形式首先出现在美国。1907年,美国的里兹公司(Ritz)将特许经营权出售给其他饭店,使其可以以里兹公司的名义从事经营活动,由此出现了世界上第一家饭店联号。

但饭店集团的发展还是在第二次世界大战后。第二次世界大战后,经济复苏和繁

荣, 饭店成了一些大财团的投资项目。在企业组织上, 跨国公司成为垄断组织的重要形式, 而且饭店业内部激烈的竞争引发了联合、吞并, 这几方面的因素促使了饭店集团的发展。目前, 世界上已有数百家具有世界影响的著名饭店连锁集团, 其中, 美国饭店集团几乎占据前十位, 由此可见美国饭店业在全世界是最发达的, 集团经营管理占有绝对优势。

小资料1—1 2003年、2004年世界十大饭店集团排名 (见表1—2)

表1—2

2003年、2004年世界十大饭店集团排名

2003年 排名	2004年 排名	饭店集团名称	国 家	饭店总数	客房总数	客房较 上年增减 (%)
2	1	洲际饭店 (Inter Continental)	英国	3 520	536 318	4.0
1	2	圣达特 (Cendant)	美国	6 403	518 435	-3.3
3	3	万豪 (Marriott)	美国	2 656	479 882	5.7
4	4	雅高 (Accor)	法国	3 894	453 403	2.9
5	5	精品国际 (Choice)	美国	4 810	388 618	4.0
6	6	希尔顿饭店公司 (Hilton Hotels Corp., HHC)	美国	2 161	349 965	4.0
7	7	最佳西方 (Best Western)	美国	4 110	310 245	0.4
8	8	喜达屋 (Starwood)	美国	738	229 247	1.0
9	9	卡尔森 (Calson)	美国	881	147 624	4.0
10	10	希尔顿国际公司 (Hilton International, HI)	英国	412	99 364	-1.1

资料来源 <http://space.live.com/>。

(2) 饭店集团的优势

饭店行业是集中度非常高的行业, 在世界范围内, 200家最大的饭店集团垄断了饭店市场或者说主导了市场。集团化经营的优势使国际性的跨国饭店集团在国际竞争中处于十分有利的地位, 优势明显。

①市场优势

首先, 饭店集团通常有较好的知名度和美誉度, 对游客的投宿选择会产生重大影响。声誉对于以出售无形产品——服务为主的饭店来说尤为重要。例如, 欧美客人如果来到中国, 他们对希尔顿、喜来登、雅高等集团的饭店就会有信任感和安全感, 自然会选择这些饭店下榻。其次, 饭店集团通常拥有先进的客源预订网络和信息中心, 分布在世界范围内的集团内饭店相互推荐客源, 有效地控制了客源, 及时获取客源情况、市场需求、经营趋势等信息。再次, 饭店集团拥有宣传推销优势, 集团有更大的可能和实力组织世界范围内的宣传推销活动。

②资金优势

一般来说饭店集团资金实力雄厚, 不动产资本庞大, 资信良好, 能够比较方便地