



新概念教材

高职高专

旅游与饭店管理专业教材新系

Gaozhi Gaozhuan
Lüyou Yu Fandian Guanli Zhuanye
Jiaocai Xinxì

FANDIANGUANLI
Gailun

蒋丁新 主编

饭店管理概论

(第二版)

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

高职高专旅游与饭店

J007.12=2

新系

21 世纪新概念教材

饭店管理概论

(第2版)

蒋丁新 主编

东北财经大学出版社

大连

© 蒋丁新 2002

图书在版编目 (CIP) 数据

饭店管理概论 / 蒋丁新主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2002.3 (2003.6 重印)

21 世纪新概念教材·高职高专旅游与饭店管理专业教材新系
ISBN 7-81084-006-1

I. 饭… II. 蒋… III. 饭店-企业管理-高等学校-教材
IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 095695 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) 4710523

营销部: (0411) 4710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@vip.sina.com

沈阳市第二印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm 字数: 348 千字 印张: 15 1/2

印数: 26 001—31 000 册

2000 年 6 月第 1 版

2002 年 3 月第 2 版

2003 年 6 月第 4 次印刷

总策划: 许景行

组稿: 许景行

责任编辑: 王积薪

责任校对: 赵静

封面设计: 冀贵收

版式设计: 丁文杰

定价: 20.00 元

总

序

如今，中国的旅游管理教育已经走过了二十年的历程。二十年，对于人生而言，可说已经走近成熟了。然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能够孕育学科的胚芽。万幸的是，这二十年不同于历史进程中的一般二十年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩张，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快。所以，虽然仅仅只有二十年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业可以把中等职业教育作为起点，并有了高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，展示了旅游管理教育发展的历程和成果，同时也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题。其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就尤其显得突出了。

在我国改革开放后得以重建的高等教育体系中，向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的关系问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科与本科、研究生教育的层次和定位问题。二十多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所做出的定位努力没有得到应有的效果。相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

正是由于存在着这种带有普遍性的问题以及解决这种问题的动力，我国高等教育近年来的改革在这方面才有了比较大的突破：高等普通专科向高等职业教育转轨。这种转轨使高等职业教育在一定程度上提高了层次，引起了社会的重视，从而使高等职业教育成为高等教育体系中的重要类型。高等职业教育的登堂入室，创造了一种有效的社会氛围，也反过来促使普通专科教育不得不重新审视自己所一贯坚持的教育思想和教学模式，正视自己所面临的问题，并抓住历史的机

遇。换言之,普通专科改弦更张的内力和外力都已经具备了。这种转型,是一种全方位的转换,而不是局部的调整。它涉及到培养目标的重新定位、教学模式的重新选择和教学条件的有效变更。从培养目标上来看,高等职业教育将更加突出人才规格的专业技能性和岗位指向性;从教学模式上看,要着力体现专业设置的职业性、教学内容的实用性和教学过程的养成性;而从教学条件上看,则必须实现教学主体的双元化(即产业部门和教育部门的有效合作)、教师队伍的“双师身份”,并拥有完备的实训手段。只有在以上几个层面实现全面转型,高等职业教育才能培养出合格的人才。在这方面,德国的双元制教学模式、加拿大的以能力培养为中心的 CBE 教学模式、澳大利亚的 TAFE 职业教育模式以及国际劳工组织的 MES(职业技能模块组合)教学模式,都有值得我们借鉴的东西。

然而,比较发达国家的高等职业教育实践,我国的高等职业教育几年来并没有完全摆脱传统的学科教育模式的束缚,有的专业领域的高等职业教育与原来的普通专科教育相比,可谓换汤不换药。目前的旅游管理专业高等职业教育在很大程度上就是这样一种情况。中国在全国旅游管理专业实行高等职业教育是在全国职业教育工作会议召开后,与其他一些专业同时步入职业教育领域的。由于中国旅游管理专业的普通高等教育二十年来所追寻的教育模式也一直是学科教育的模式,由于人们对旅游管理高等职业教育的性质认识不清,由于整个社会还不能建立起对旅游高等职业教育的有效支持机制,由于转型后的普通专科院校在实施职业教育时缺乏相应的软件和硬件条件,甚至由于一部分高等职业教育机构的办学动机错位等原因,脱胎于这种背景的职业教育,就自然难以脱离学科教育的定式,难免出现教育的低效率状况。其结果是导致这样一种局面:当前的旅游管理专业的高等职业教育不过是由一些“新生的”或“转型的”教育机构承办的传统的学科教育的翻版。这种翻版在教师的知识背景、教学设计的结构安排、教材的选择和使用以及实验室建设等方面,都有所体现。这种教育模式的后果,不仅仅是教育资源的浪费和学生受教育机会的丧失,而且也是旅游产业发展机会的丧失。

解决这个问题,实际上是一个系统性的工程,非一朝一夕所能奏效。高等职业教育思想的改变,教师的培养,尤其是全社会的职业教育体制和机制的培育和完善,都需要一个过程。但是,这里也有可以马上做起的工作,那就是教材的建设。

教材是教育实施过程的重要载体之一。尽管教材建设也同样需要有成果的积累,但在一定情况下,教材建设的先进性、前瞻性和科学

性是可以实现的。尤其是第二次世界大战以后发达国家在旅游教育领域所积累的经验,比如职业教育和普通学科教育间的差别以及实现这种差别教育的制度性建设,在职业教育领域已经取得的多方面成果,在职业教育的人才规格、培养目标、教育特色等方面形成的认识,在教材建设中所探索出的先进经验,等等,这些都可以成为今天我国旅游职业高等教育发展的基本参照和经验宝库。东北财经大学出版社现在推出的这套旅游管理专业高职高专教材,正是在这种认识和思想主导下完成的一个大动作。这套教材的问世,其意义将不仅仅局限在高职教学过程本身,而且还会产生巨大的牵动和示范效应,将对旅游管理专业高职教育的健康发展产生积极的推动作用。

东北财经大学出版社推出的这套“高职高专旅游与饭店管理专业教材新系”,是在原“高等专科旅游管理专业系列教材”的基础上改版形成的。原专科教材由于定位准确、风格明显、作者队伍精干,已得到全国各大专院校的普遍认可。而为了适应蓬勃兴起的高等职业教育的需要,改版教材无论是在指导思想上还是在内容的组织上,又都做了彻底的调整。这套改版教材的编写,充分体现了全体编者对高等旅游职业教育规律和特征的认识,对旅游管理专业高等职业教育的规格、层次、教育对象的特点的把握,对职业教育与普通学科教育的区别的理解,以及对发达国家职业教育的借鉴。同时,这套教材也体现了我国高校教师在感受20世纪90年代世界范围内兴起的以满足旅游者个性化需求为导向的“新旅游”这一时代脉搏之后所做出的积极反应,从而使这套教材有了更超前的视野。这种独特而新颖的教材编写思路,最终还通过在教材形成建设上颇具匠心的处理而进一步得以体现,使这套教材成为一种能打破传统学科教学模式、适合高职教育的目标和学生特点,同时反映教材编写样式之世界潮流的全新的“换代型”教材。凡此种种,都足以说明这是一套对旅游高等职业教育有特殊奉献的高质量教材。坦率地说,这套教材的问世,应该是目前旅游管理专业高等职业教育领域的一件幸事。

本“新系”作为中国高等职业教育教材改革与创新的阶段性成果,不可避免地有其局限性,恳请广大专家、教师和读者们提出宝贵意见,以便通过修订,使之不断完善。

“高职高专旅游与饭店管理专业教材新系”

编写委员会

第2版前言

中国饭店以饱满的热情走进了 21 世纪。回眸历程,清晰的脚印叙写了硕果成果和道道坎坷。审视今天,我国的饭店业已体满羽丰,正欲振翅飞跃。展望未来,新世纪的饭店将以新的理念和形象走在时代的行列中。在这种形势下,总结过去以揭示饭店的运行规律,描述饭店管理的结构框架和理论体系;探索未来,在更广阔的领域和更深层面上发展饭店管理的理论和实践,这是时代赋予我们的责任。为此,在东北财经大学出版社的倡导和组织下,我们在 2000 年编写了本教材。现根据新的形势和教学要求,我们对本教材作了重新的修订,充实了教材的内容,使之能更适合教学的需要。

《饭店管理概论》是供旅游院校大专层次学生使用的专业基础课教材。本教材是以饭店业务运行的逻辑演进为线索安排各章内容的。由于饭店在新世纪发生了很多的变化,有了极大的创新,在设备设施、产品构成、空间结构、服务构成、经营理念、管理、服务、意识观念等方面都产生了很多的新事物,提出了很多新课题。充分考虑到这些新情况,本教材在饭店管理学科体系的大框架中,尽量增加了有关的新内容。并把国内外在饭店管理方面研究的新成果摄其精华而充实在内。本教材的内容主要包括:对饭店这一实体内涵和外延的介绍,对饭店运行规律的描述,提出饭店管理的基础理论;并按饭店管理的逻辑思维,对设备设施管理、组织管理、服务质量管理、人力资源管理、市场营销、公共关系、物资管理等进行阐述,本教材的编写还依据饭店管理学科体系的构成和旅游专业教学大纲,对教材内容安排取舍。重点在饭店的整体管理,饭店管理的一般理论、各专业业务管理无法包容的管理内容。至于各专业业务部门的管理这里均不论及。

本教材的特点是:第一,突出了内容的系统性。饭店是一个特殊的行业,饭店管理是一个独特的学科体系。饭店管理课程应把学科的系统知识传授给学生。本教材遵循已成型的饭店管理学科体系,在内容安排上既有重点又有系统性。所谓系统性是依循饭店业务运行和经营管理的逻辑演进突出主线,并使之枝繁叶茂。本教材描述了饭店的概貌,业务规律,阐述了饭店的人力资源、市场营销、公共关系,并把其他教材鲜有涉及的 CIS 设计、物资管理、组织模式等充实到教材中去,力求教材的系统性。第二,强化了理论阐述。旅游高等院校的

教学应该给学生以系统的良好的专业理论知识。在这方面我们作了这样的处理：本教材以管理学原理作为教材的理论基础，对管理学的基础理论作了简要的阐述。另一方面，我们经过多年努力，对旅游专业的理论研究已取得了一定的成果，本教材把这些成果有选择地进行取舍和提炼，形成理论主干。同时，本教材在力所能及的情况下，尽量把国内外对饭店管理的最新理论吸收在内，使教材具有新鲜感和时代感。社会的发展迫使饭店面临新形势的挑战，面临许多新的课题。例如，产权和体制问题、资本运行、市场变化和市场营销，新时代饭店的内涵，对象的个性化特点，习以为常的反常问题，环保问题等等。新的问题被解决，新的规律被揭示，也就会产生新的理论。因此，教材中加强了基础理论部分，加强了专业理论部分。与同类教材相比，增加了饭店的社会学理论，具有中国特色饭店管理的理论、饭店市场营销新理论，绿色饭店理论，饭店在新时代组织模式理论，CIS理论等。这些理论在以前的同类教材中较少论及。第三，密切联系实际。饭店管理是一门实践性很强的学科。饭店管理理论直接来源于实践，又要为实践服务。教材各章的演绎都紧扣着饭店的实际运行，紧紧地围绕着饭店的运行规律而展开。本教材既有理论阐述，又有着很强的对饭店管理的可操作性。本教材的作用者既是高校教师，又都活跃在我国星级饭店管理的第一线，都以饭店为对象进行着科研活动。这些特殊条件使本教材具有切合实际实事求是的鲜明特点。第四，具有中国特色。本教材在写作过程中有一个非常明确的宗旨，即突出中国式的旅游饭店和中国式的饭店管理。教材把饭店放在中国的社会、国情、文化、历史阶段的大背景中，使其具有浓郁的中国特色。

本教材是专为旅游院校大专生写作的，它既可作为本科生、岗位培训班学员的辅助教材，也可作为饭店管理者实际工作的参考书。

本次再版，应出版社之约，对部分内容作了修订。特别是增加了对学生练习和思维训练的内容。对每章的重点都作了提示。修订后的版本对学生更好地掌握本课程内容将有更大的帮助。

本教材由浙江大学旅游学院蒋丁新主编，浙江大学陈天来老师编写第九章；浙江大学黄浏英老师编写第6、7、8章；杭州师范学院旅游系杨富荣老师编写第2、4、5章；蒋丁新老师编写第1、3章，全书由蒋丁新老师统稿。

编写时间仓促，书中疏漏之处，敬请读者指正。

编者

2001年12月于杭州西子湖畔

目

录

第 1 章 中国旅游饭店和饭店管理	1
☐ 学习目标	1
1.1 中国饭店	2
1.2 饭店广泛的社会性	14
1.3 中国的饭店管理	23
☐ 典型案例	29
☐ 本章小结	29
☐ 关键概念	30
☐ 课堂讨论题	30
☐ 复习思考题	30
☐ 实训题	30
☐ 自测题	30
第 2 章 饭店管理基础理论	31
☐ 学习目标	31
2.1 饭店管理概述	32
2.2 饭店管理职能	38
2.3 饭店管理的理论基础	46
☐ 典型案例	56
☐ 本章小结	57
☐ 关键概念	57
☐ 课堂讨论题	58
☐ 复习思考题	58
☐ 实训题	58
☐ 自测题	58
第 3 章 饭店组织管理	60
☐ 学习目标	60
3.1 组织原则和组织结构	61
3.2 组织管理的内容和组织制度	68
☐ 典型案例	78
☐ 本章小结	79
☐ 关键概念	79
☐ 课堂讨论题	79

☐	复习思考题	79
☐	实训题	79
☐	自测题	79
第 4 章	饭店服务质量管理	80
☐	学习目标	80
4.1	饭店服务质量概述	81
4.2	饭店服务质量管理	87
☐	典型案例	98
☐	本章小结	99
☐	关键概念	99
☐	课堂讨论题	99
☐	复习思考题	99
☐	实训题	99
☐	自测题	100
第 5 章	饭店人力资源管理	101
☐	学习目标	101
5.1	饭店人力资源管理概述	102
5.2	饭店人力资源的开发	106
5.3	饭店人力资源的利用	113
5.4	饭店员工激励	117
☐	典型案例	121
☐	本章小结	122
☐	关键概念	123
☐	课堂讨论题	123
☐	复习思考题	123
☐	实训题	123
☐	自测题	123
第 6 章	饭店公共关系	125
☐	学习目标	125
6.1	饭店公共关系概述	126
6.2	饭店公共关系活动领域分析	130
6.3	饭店企业 CIS	143
☐	本章小结	149
☐	关键概念	149
☐	课堂讨论题	149
☐	复习思考题	150

☐	补充阅读材料	150
第 7 章	饭店营销管理	151
☐	学习目标	151
7.1	饭店营销活动概述	152
7.2	饭店营销组合策略	157
7.3	饭店最新营销理念和营销技巧	165
☐	本章小结	175
☐	关键概念	176
☐	课堂讨论题	176
☐	复习思考题	176
☐	补充阅读材料	176
第 8 章	饭店物资管理	177
☐	学习目标	177
8.1	饭店物资管理概述	178
8.2	饭店物资定额管理	182
8.3	饭店物资采购管理	187
8.4	饭店物资验收管理	193
8.5	饭店物资仓储管理	196
8.6	饭店物资发放管理	199
☐	本章小结	203
☐	关键概念	203
☐	课堂讨论题	203
☐	复习思考题	203
☐	补充阅读材料	203
第 9 章	饭店设备管理	204
☐	学习目标	204
9.1	饭店设备和设备管理	205
9.2	设备资产管理	208
9.3	设备的使用和维护	213
9.4	设备的维修	216
9.5	能源管理	219
☐	典型案例	222
☐	本章小结	224
☐	关键概念	224
☐	课堂讨论题	224
☐	复习思考题	225

☐ 实训题	225
☐ 自测题	225
☐ 补充阅读材料	225
自测题参考答案	226
主要参考书目	231

第 1 章

1

中国旅游饭店和饭店管理

☐ 学习目标

1.1 中国饭店

1.2 饭店广泛的社会性

1.3 中国的饭店管理

☐ 典型案例

☐ 本章小结

☐ 关键概念

☐ 课堂讨论题

☐ 复习思考题

☐ 实训题

☐ 自测题

学习目标

认识中国旅游饭店是一类特殊的企业，它有着存在的客观性和其业务特点。了解旅游饭店在我国形成，其业务特点和内涵。了解饭店的社会性及对饭店的管理，掌握饭店的框架概念及相关的内容。

本章是全书的开篇,也是全书的基础。一个学科区别于其他学科是由于它的特性。本章要引导学生进入饭店这个大门,对饭店有一个大概的了解,进而熟悉饭店的特性和运行规律,然后弄清中国饭店管理的一些基本形式,为学习以后各章提供了台阶和道路。

20世纪80年代初,改革开放的春风把清新带给了混沌的中国大地。在这春雨润物的特殊年代和特定的环境中催发了一类特殊的企业——中国饭店。饭店的特殊性在于它不是生产实物产品的生产性企业,而是具有接待对象规定性的经营性企业。经过20年的发展,中国饭店越建越多,规模越来越大,投资越来越高,饭店越建越豪华。然而,在世纪初,审视自身,中国饭店清楚地看到,提高管理水平,提高企业自身的素质以争取较好的效益已是不容忽视的大问题。管理好饭店,先要对饭店有一个真正的认识,要了解中国饭店产生的特殊性,了解它的内涵,认识饭店的业务特点,以便从深层次认识饭店业务的运行规律,从而提出饭店管理的理念和方法。本章为开篇,大部分内容属最新题材,而它也就成为全书的基础。

1.1

中国饭店

中国饭店(以下简称饭店)在我国是一个特定的概念,它既区别于国外的饭店概念,又区别于国内的一般旅馆饭店。作为一类特殊的企业,我们要对饭店的内涵和外延作一个界定,进而讨论它的特殊性和规律性。而对一个事物的认识和理解,根本的是把握它的内涵和特性。为了把握饭店的内涵和特性,我们由表及里地先对饭店有个总体认识。过去对饭店的意义和研究多注重于其形态,注重于其运作的过程。本节则在研讨饭店的形态及其运作过程的同时,研讨饭店的内涵及其运行规律,对饭店作深层次的剖析。

1.1.1 中国饭店的含义

1. 饭店的概念

中国饭店是指能够接待境外宾客,为他们的旅行提供住宿、饮食、购物、娱乐和其他服务的综合性、服务性的企业。

中国饭店是历史的产物,饭店和国内旅馆饭店的根本区别是它接待对象的涉外性,即按国家规定在我国只有饭店才能接待境外宾客,而一般的旅馆饭店是不能接待境外宾客的。因为要接待境外宾客,饭店的企业素质水平就不能局限在我国生产力水平上,而应该以国际饭店市场的水平作为自己的起点,因而饭店在企业理念、意识观念、档次等级、设备设施、管理水平、服务等方面都应高于国内的社会饭店。中国饭店也不同于国外饭店的概念。国际市场上通称的饭店主要是指那些设立在旅游度假区,为旅游宾客服务的饭店。因为在度假区,这些饭店大都随着旅游季节的变化而有淡旺季。这些饭店主要是接待游客,客源比较单一。因此,饭店的选址、规模、建筑、结构布局、功能、服务项目等都适合旅游度假的需要。这些饭店的档次也偏于中低档。这与我国饭店的观念恰恰相反,在中国,饭店往往成为高档次、高水准、高消费的象征。饭店也就形成了一个特殊的行业。

中国饭店诞生于20世纪80年代,饭店的诞生有其特定的历史背景。80年代初,在党

的十一届三中全会“拨乱反正”方针指导下,全国的工作重心转移到了经济建设上来,进而提出了“改革开放”的基本国策。对外开放使得封闭的中国终于向世界开启了大门,神秘的中国向世界撩开了面纱。于是,抱着各种目的的世界各国人士纷纷来到中国。面对如潮般涌进我国的境外宾客,我国原有的饭店接待设施已无法满足他们的旅居需求,接待设施成了一大问题。为了解决这一问题,我国各地把一批原专供内部接待的政府高级招待所略加修葺就用于接待境外宾客,但此类饭店无论是数量还是质量都远远不能满足境外宾客的需要,因此,各地开始着手建设一批档次较高、设施较全的饭店用于接待境外宾客。这两类饭店在接待理念、服务、设备设施、价格等方面都明显地区别于国内的社会饭店,当时约定俗成地称这些饭店为饭店。之所以称其为饭店,是因为当时入境的宾客大部分是以旅游者的身份出现的。由此沿袭,在国家确定饭店星级标准时,也正式定名这类饭店为旅游涉外饭店。由于饭店接待对象的特殊性,其在硬件设施、软件服务等方面也有特定的标准,饭店的特殊性形成了它自身特有的运行规律,我们要研究饭店的特殊性和规律,从而提出对饭店管理的理论和方法。

2. 饭店的内涵

对饭店的概念及其历史成因有了基本的了解后,我们就应进入饭店,对饭店概念的内涵作一个深化式的观察和分析,从而加深对饭店概念的理解。

中国饭店首先是一个饭店,尽管它可以有各种称谓,如宾馆、度假村、山庄、大厦、客舍、迎宾馆等等,但它和其他饭店一样其基本功能总是服务于旅居者的住、食及其他的综合服务,这就是饭店的共性。

饭店的共性主要表现为:第一,饭店都必须以房屋建筑和设备设施为依托向宾客提供旅居中的服务。第二,饭店都必须具有住宿、餐饮、其他综合服务 etc 旅居使用功能,就住宿功能来讲又必须配备有睡眠、休息、梳洗、卫生间、开水供应等各种配套功能。第三,饭店都提供劳务服务。劳务服务是由专职服务员提供的,它是饭店功能的必要组成部分。第四,饭店提供的旅居条件必须是安全的、卫生的。从安全上讲,饭店必须保证宾客的生命和财产的安全,保证宾客心理上的安全感。从卫生上讲,饭店应按国家及地方政府对饭店的卫生要求认真实施。第五,饭店都需要客源,因此饭店都需要通过自己的营销手段和客源渠道组织吸引客源。由此,也就形成饭店的市场。面对自身的市场,开拓自身的市场是每个饭店共同面临的课题。第六,“宾至如归”是饭店的共同经营理念。饭店是为旅居服务的,饭店提供的服务力图使宾客找到自己和饭店在情感上和生活上的融合点,找到一种如家那样的方便和感受,这种氛围是每个饭店都在努力营造的,“宾至如归”也就成了饭店的共同口号。

饭店又不同于一般社会饭店,根本的区别在于饭店的涉外性,即能够接待境外宾客。我国把接待旅居宾客的饭店区分为涉外饭店和社会饭店,是从我国的生产力水平出发,根据国民的生活水平与入境宾客要求的一般水平相差异而确定的。进入我国的境外宾客不管是官方邀请宾客、社会名流,还是有较高消费能力的旅行者,他们的生活水平已达到了相当的水准。他们到我国来旅行,要求旅居生活水准达到相似于他们日常的生活水准,这就需要有一批能接待这类境外宾客的饭店。而我国大量的社会饭店是适应我国国内旅行者低消费需要的,因而国内的社会饭店在设备设施、管理、服务、价格等方面都处在低水平

上,无法满足境外宾客的需要,由此产生了适应国际旅游市场需要又区别于国内社会饭店的饭店。饭店要能够接待境外宾客,自身需要具备相应的条件,达到一定的标准。为此,国家技术监督局制定颁布了属“中华人民共和国国家标准”的《旅游涉外饭店星级的划分及评定》,明确规定了各个等级和类别的饭店的标准。也就是说,饭店要成为饭店,必须要达到国家规定的标准,也就是要上星级。旅游涉外饭店也常被称为星级饭店。

随着我国人民生活水平的不断提高,饭店的市场也在发生着根本性的变化,饭店的总体市场正在从以接待境外宾客为主到以接待国内宾客为主。国内市场上已形成了一个很大的有能力在饭店消费的客源群。在这种情况下,饭店的涉外性仍是它的基本特征,但已不是“老外和侨胞的专利场所”。显然,在进入21世纪后,饭店只是我国高档饭店的代名词。饭店的意义在于表示这一类饭店的档次和等级已达到国家规定的星级标准。

饭店是高档次饭店,它要达到国家的星级标准,就必须具备星级标准所规定的基本功能。饭店的基本功能是根据宾客的旅居要求而提出来的。其基本功能主要有:供宾客停车的停车场,供宾客集散进出的大堂(包括总服务台、行李服务、商务中心、大堂酒吧等),供宾客垂直上下的电梯,供宾客住宿的各式客房(包括卫生间、空调、热水等),供宾客餐饮用的餐厅、咖啡厅、酒吧(包括厨房),供宾客娱乐的娱乐休闲场所,供宾客健身的康乐健身设施,供宾客购物的商场,供宾客满足其他需要的各种设施等,许多饭店还有供宾客旅游需要的旅行社或旅游服务。为了保证宾客的旅居生活,饭店还设置后台部门为前台和宾客服务。饭店后台的基本功能主要是供电、供冷暖、供水。为此饭店相应的设置变配电间、锅炉房、冷冻机房、水池及水泵房。通常饭店还设置洗衣房为宾客洗涤衣物和洗涤饭店里所用的棉织品。星级饭店因功能较多,要满足宾客多方面的需求,因而设置的功能空间和设备设施也较多,人们常常戏称饭店是“家外之家”。

饭店是一个企业。饭店的性质不管是国有企业、合资企业、合作企业、股份制企业、还是独资(外资、内资)企业,都应按国家的有关法律法规成立,按国家的相关法律法规运行。

饭店作为一个企业,要取得法人资格。法人资格是指法律赋予饭店独立参与生产经营活动,享受权利、承担义务的主体资格。饭店依法取得法人资格和取得法律地位的必备条件为:第一,饭店所从事的活动应当是社会所需要的,具有良好的社会效益,能为社会所接受。第二,饭店应有自己的名称和固定的经营场所,营业设施齐备,并均通过政府部门检验许可。第三,有健全的组织机构和职能人员,其中必须有法人资格的法定代表人。第四,有与经营规模和经营范围相适应的可独立支配的财产。第五,其经营范围必须符合法律规定,即是法律和政策所允许的。第六,饭店作为特种行业,必须符合国家对特种行业的各项规定。第七,符合报批程序,取得经营所需的各种合格证照,取得法人资格。

饭店作为一个企业,应拥有自身的企业产权,产权是法定主体对其财产所拥有的占有权、使用权、收益权和处置权。饭店的投资者拥有饭店资产的所有权,即原始产权。饭店的经营者拥有法人财产权。原始产权所表明的是财产的终极归属权,而法人财产权包括以下意义:第一,饭店对资产拥有占有权,即对资产的实际占有和控制。饭店应对资产的完整性负责,防止资产的流失,并保证资产的保值增值,保证资产能充分地投入到经营中去。第二,饭店对财产有使用权。饭店法人独立承担财产责任和经营风险,以法人资产自

主经营,自负盈亏,独立核算,上缴利税。饭店要对资产进行充分而合理地使用,通过使用产生效益。第三,饭店资产的收益权。饭店占有资产并进行资产经营后,目的是为了产生效益,法人对资产经营的效益负责。一方面法人应保证投资者也即原始产权的投资回报,保证原始产权的收益权,当然原始产权的收益可以采取多种形式。另一方面,法人也享受从财产的使用中获得的各种利益。第四,对财产的处置权。饭店拥有对资产的处置权,如使用形式、资产折旧、资产的更新改造、资产的追加投资等等。第五,饭店对业务自主经营。饭店的,自主经营主要体现在:其一,自主决定经营决策。饭店在投资者对资产做出总的决策的前提下,对自身经营的方向、内容、方式、策略、产品、价格、市场等自主决定经营决策,并组织实施计划。其二,根据决策,自主进行资产物质形式的配置和组合,形成有市场竞争力的资源组合,在市场及有关因素变化的情况下调整或重新配置资源组合。其三,饭店具有组织和人事自主权。饭店自主决定机构设置、岗位设置、组织形式,自主决定人员的招聘招工及任免使用,自主决定人员编制。其四,饭店自行确定分配制度。根据国家法规和饭店的实际情况,饭店有权自行确定本饭店的分配体系及工资、奖金、福利等分配形式和方法。此外,饭店还要有一个适应市场经济需要,充满经营活力的管理体制和经营机制,为争取良好效益创造必要条件。

饭店是一个企业,其经营的结果是为了取得良好的效益。饭店企业作为一个经济组织,一方面,要取得良好的经济效益,同时,也要取得良好的社会效益。饭店良好的经济效益是以饭店在经营过程中的经营收入抵补经营支出后所取得的经营利润为目标。为此目标,饭店一方面要生产合格优质的名牌产品,更多的销售产品,也即要开拓市场,组织客源,提高饭店的利用率,在产品销售后取得理想的经营收入。另一方面,饭店应在经营中实行严格的经济核算,以较少的支出取得预期的目标。

1.1.2 饭店的业务特点

饭店犹如一个舞台,搭了台就要唱戏,饭店这出戏就由管理者来导演,由全体员工来演出。演好一台戏,要有好的剧本,好的导演,好的演员。演好一台戏根本的是要吃透剧本,理解剧情;管理好一个饭店也要吃透饭店管理的内涵,理解饭店运行的规律。

1. 饭店产品的无形性

饭店在其经营过程中生产和销售的产品,我们通常称其为饭店产品或饭店服务产品。饭店产品是饭店在经营过程中为旅居者在饭店旅居期间提供的使用价值的总和。饭店产品是由饭店生产的。饭店利用后台设施提供宾客旅居所需的各种环境条件,利用前台设施提供宾客旅居直接需要的使用价值,还通过服务员的服务劳动向宾客提供劳务服务。由饭店职工追加劳动而形成的旅居生活物质性的使用价值和由服务员劳动提供的旅居劳务性使用价值,都是饭店自身生产的,它是一种生产品。饭店跟商业服务不一样。商业经营是实行商品流转,商品从生产单位到消费者是以商业企业为过渡的。饭店产品不存在着流转,饭店产品是生产品,不同于一般的实物产品。如果消费者购买了实物产品,当他离开商店时,他就带走了一个实物产品,而如果消费者购买了饭店产品,当他离开饭店时,他并没有带走一个实物产品,饭店产品被消费者在饭店就地消费了。实物产品的生产、交换、消费在时间和地点上都是分离的,而饭店产品的生产、交换、消费在时间上几乎是同时的或