



高等教育“十一五”规划教材

饭店质量管理

邱萍 李三山 编著



 科学出版社
www.sciencep.com

高等教育“十一五”规划教材

饭店质量管理

邱 萍 李三山 编著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书在全面、系统地阐述质量管理、服务及服务质量相关理论的基础上,着重介绍了饭店质量管理的基本理论;饭店质量管理体系的建立;饭店质量管理的方法;饭店质量管理实务;饭店质量管理的发展趋势等。侧重介绍了饭店质量管理的评价体系、第三方评价标准以及顾客关系管理等内容。在内容安排上不强调复杂的质量管理理论、方法和技术,而侧重于对这些质量管理理论、方法和技术的应用。

本书适合作为高职高专旅游管理和饭店管理类专业的教材,还可作为饭店行业培训和自学的教材,以及饭店经营管理人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

饭店质量管理/邱萍,李三山编著. —北京:科学出版社,2009
(高等教育“十一五”规划教材)

ISBN 978-7-03-025101-5

I. 饭… II. ①邱…②李… III. 饭店-企业管理:质量管理-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 (2009) 第 129665 号

责任编辑:沈力匀 / 责任校对:赵 燕
责任印制:吕春珉 / 封面设计:东方人华平面设计部

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新 蕾 印 刷 厂 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

2009 年 9 月第 一 版 开本:787×1092 1/16
2009 年 9 月第一次印刷 印张:13 1/2
印数:1—3 000 字数:344 000

定价:22.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换<海生>)

销售部电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138017 (VP04)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

序

人类社会已进入质量社会，质量概念与质量需求已深入人们的生活。当前，饭店业正面临着各种各样的挑战，但激烈的竞争、全球化发展和不断改进的质量技术等，时刻都在提醒着饭店经营管理者必须认真对待消费者对高品质服务日益增长的需要。因此，提高高品质的服务也成为饭店业最普遍和最紧迫的挑战之一。

饭店的服务质量是饭店各方面工作的综合反映，是企业形象内涵所在，决定着企业的成败，也是顾客是否认可饭店品牌的首要因素。对于饭店从业者或即将进入饭店工作的旅游院校的学生来说，饭店质量管理既是一门掌握专业知识的课程，它可使学生了解和掌握在饭店中如何做好各项工作，确保工作质量并最终保证产品质量，同时，这门课程还应当肩负起对从业人员的质量素质教育的任务。面对现代社会中触目惊心的质量问题，以及我们社会集约化发展的状况，我们有理由寄希望于我们未来的社会栋梁们比我们当今的一代更具备质量意识，更具有社会责任感。

在这里，我们很欣喜地看到由邱萍等编著的这本《饭店质量管理》的诞生。这本书立足于编者多年自身饭店培训及咨询中的实际体验和感受，在此基础上，搜集大量的文献资料。全书框架清晰、语言简洁。力求将复杂的饭店质量管理理论、技术和方法系统、清晰、简洁地介绍给读者。在系统阐述质量管理、服务及服务质量相关理论的基础上，侧重介绍了饭店质量管理的评价体系以及第三方评价标准，而顾客关系管理作为现代饭店质量管理的重心，也给予了着重介绍。因此，本书作为一本系统研究饭店质量管理的论著非常适合旅游管理、饭店管理类高职高专学生作为质量管理专业教材或素质教育教材使用，同时，也适合不同层次的饭店从业人员参考学习。

谷慧敏 教授、博士

北京第二外国语学院 旅游管理学院副院长

2009年3月

前 言

21 世纪是质量的世纪,质量是饭店的生命线。质量是饭店赢得顾客满意和忠诚的法宝。对于即将奔赴工作岗位的每一个饭店管理或相关专业的高职高专学生,都应当树立牢固的质量意识,了解饭店是如何获得良好的质量的。

饭店质量管理是一门综合了质量管理和饭店管理的课程。然而很长一段时间,在我国并没有一本面向高职高专学生的饭店质量管理教材。本书正是笔者在多年从事饭店质量管理教学的基础上诞生的。

全书框架清晰。力求将复杂的饭店质量管理理论、技术和方法系统、清晰、简洁地介绍给读者。在系统阐述质量管理、服务及服务质量相关理论的基础上,按照饭店质量管理基本理论—质量管理体系的建立—饭店质量管理的方法—饭店质量管理实务—饭店质量管理的发展趋势这一主线展开。在质量管理体系建立中侧重介绍了饭店质量管理的评价体系以及第三方评价标准,而顾客关系管理作为现代饭店质量管理的重心,也给予了着重介绍。

本书在内容安排上力求结合高职高专教学特点,不过分强调复杂的质量管理理论、方法和技术,而侧重于对这些质量管理理论、方法和技术的实际应用。为帮助学生理解,每章都以“案例导入”开始,同时穿插富有启发性的,可帮助学生更深入理解的补充案例阅读资料,增强学生对所学内容的了解。每章结束有对该章内容的简明扼要地的总结,有利于学生更准确把握教学内容。“与工作任务相关的作业”将工作场景中可能遇到的质量问题展现给学生,引发思考。同时,在介绍质量管理专业内容之外,本书还力主培养学生的质量意识和素质,这也是现代人的最重要的基本素质。全书的主要内容和结构如下:

- (1) 饭店质量管理的基本概念、特点、研究对象与内容(本书的第一章)。
- (2) 饭店质量管理的基础理论,包括管理学基础理论、质量管理基础理论和服务质量管理基础理论(本书的第二章)。
- (3) 饭店质量管理体系,包括饭店质量体系的内涵、体系的构建,质量与其他管理工作的关系、全面质量管理(本书的第三章)。
- (4) 饭店质量管理评价体系,包括饭店质量的构成要素和评价要素、评价主体(本书的第四章)。
- (5) 饭店质量管理的第三方评价,包括星级评定、绿色饭店评定、ISO9001 质量管理体系认证、主题饭店评价,等等(本书的第五章)。
- (6) 饭店质量管理的方法,包括 5S 活动(五常法)、6 σ 方法、质量管理的七种工具(本书的第六章)。
- (7) 顾客关系管理,包括顾客价值、顾客满意和员工满意、顾客忠诚(本书的第七章)。
- (8) 饭店质量管理实务,分部门介绍饭店质量的管理工作(本书的第八章)。

(9) 饭店质量管理的发展趋势(本书的第九章)。

本书可作为高职高专旅游管理和饭店管理类专业学生教材使用,也可供饭店从业人员参考阅读。

全书共分九章,第一、四、五、八、九章由邱萍撰写,第二、三、六、七章由李三山撰写,全书统稿全部由邱萍完成。本书的编写历时四年,收集了大量的资料。由于最初的蓝本来自于授课讲义,其中某些资料的准确来源确实已经难以考证。在此,向这些案例及资料的原作者表示衷心的感谢。特别感谢华侨大学的郑向敏教授对本书的大力支持。

由于时间较紧,加之编者水平有限,错误和不妥之处在所难免,恳请读者指正。

目 录

第一章 饭店质量管理概述	1
第一节 饭店质量管理的相关概念	1
一、质量	1
二、饭店质量	3
第二节 质量管理的发展沿革	9
一、质量管理的产生	9
二、现代质量管理的发展阶段	10
三、质量管理史上最具影响力的人物及其主要观点	12
第三节 饭店质量管理的对象与内容	15
一、质量管理的研究对象	15
二、质量管理的研究内容	16
三、饭店质量管理的研究对象与内容	17
第二章 饭店质量管理基础	21
第一节 管理理论基础	21
一、科学管理理论	22
二、行为科学理论	23
三、现代管理理论	24
第二节 质量管理理论基础	25
一、质量管理的基本原理	26
二、饭店质量管理的基础工作	30
第三节 服务质量管理理论基础	34
一、顾客感知服务质量概念	35
二、服务质量的差距模型	36
三、服务质量的评价方法	37
第三章 饭店质量管理体系	41
第一节 饭店质量管理体系概述	42
一、饭店质量管理体系的内涵	42
二、建立饭店质量管理体系的意义	42
三、饭店质量管理体系的特性	43
四、饭店建立质量管理体系的步骤	43
第二节 饭店质量管理与其他管理工作的关系	47
一、饭店质量管理与领导	47

二、饭店质量管理与战略规划	48
三、饭店质量管理与人力资源管理	49
第三节 全面质量管理	51
一、全面质量管理概述	51
二、全面质量管理的基本特点	52
三、全面质量管理的基本工作方法	53
第四章 饭店质量评价体系	63
第一节 饭店质量评价概述	63
一、饭店质量的构成要素	64
二、饭店质量评价的要素	69
三、饭店质量评价的范围	70
四、饭店质量评价要达到的效果	71
第二节 饭店质量评价体系	72
一、饭店质量评价体系的构成要素	72
二、饭店质量的三评价	73
三、饭店质量评价体系的评价指标	81
第五章 饭店质量第三方评价	84
第一节 饭店星级评定	85
一、饭店星级评定制度概述	85
二、星级标准对于饭店管理的意义	85
三、星级评定制度的主要内容	86
第二节 ISO9001 质量管理认证体系的认证	88
一、质量认证简介	88
二、ISO9001 质量管理认证体系简介	90
三、运用 ISO 质量管理认证体系思想进行质量管理	94
四、星级标准和 ISO9000 质量管理认证体系族标准的区别	97
第三节 其他第三方评价	97
一、ISO14000 环境质量管理认证体系族标准	97
二、绿色饭店	98
三、主题旅游饭店	101
四、美国马尔克姆·波多里奇国家质量奖	101
第六章 饭店质量管理方法	105
第一节 5S 活动和五常法	106
一、5S 活动的基本思想及其起源	106
二、5S 活动的内涵和实施办法	106

三、“五常法”及其在我国餐饮行业的具体应用	107
第二节 6 σ 方法	112
一、6 σ 方法的思想及起源	112
二、用6 σ 方法进行饭店质量管理	113
第三节 质量管理的七种工具	114
一、调查表	114
二、排列图	114
三、因果图（鱼骨图）	116
四、分层法	117
五、直方图	119
六、散布图	120
七、控制图	121
第七章 饭店客户关系管理	124
第一节 饭店客户关系管理概述	125
一、客户关系管理内涵	125
二、客户关系管理对于饭店经营管理的重要意义	127
三、客户关系管理系统	129
四、服务利润链：员工满意、顾客价值、顾客满意、顾客忠诚的关系	131
第二节 顾客价值	132
一、顾客价值的内涵	132
二、顾客价值的构成要素	133
第三节 顾客满意	135
一、顾客满意和顾客满意度	135
二、顾客满意对于饭店经营管理的意义	136
三、顾客满意度调查	137
四、提高顾客满意度的途径	140
第四节 顾客忠诚	142
一、顾客忠诚内涵	142
二、顾客忠诚对于饭店经营管理的意义	143
三、顾客忠诚与顾客满意的关系	144
四、提高饭店顾客忠诚度的途径	146
第五节 员工满意	147
一、员工满意的重要意义	147
二、员工满意度调查及其影响因素	148
三、提升员工满意度的途径	150

第八章 饭店质量管理实务	158
第一节 前厅部质量控制与管理	159
一、前厅部质量控制与管理的内容	159
二、前厅服务的质量控制	163
第二节 客房部质量控制与管理	165
一、客房部质量控制与管理的内容	165
二、客房服务的质量控制	169
第三节 餐饮部质量控制与管理	169
一、餐饮产品质量控制	169
二、餐饮服务的质量控制与管理	176
第四节 康乐部质量控制与管理	180
一、康乐产品质量控制与管理	180
二、康乐服务的质量控制	183
第九章 饭店质量管理的发展趋势	187
第一节 饭店质量文化与质量战略	188
一、质量文化	188
二、质量战略	191
第二节 饭店质量管理中的新趋势	194
一、从全面质量管理到全面质量创新	194
二、现代信息技术革新对质量管理的影响	195
三、全面质量管理的可持续发展	196
第三节 饭店服务质量管理创新	201
一、服务质量管理中的主题活动	201
二、服务质量管理中服务方式创新	202
三、服务质量管理中制度创新	203
主要参考文献	206

第一章

饭店质量管理概述



学习目标

- (1) 深刻理解质量概念，掌握饭店质量的内涵、特点。
- (2) 了解质量管理的历史沿革。
- (3) 熟悉饭店质量管理研究的对象和内容。



案例导入

不加蒜的蒜泥白肉

有位顾客到餐厅用餐，点了份蒜泥白肉，他叫过服务员吩咐道：“蒜泥白肉不要加蒜。”服务员一愣，不过仍然点点头复述道：“蒜泥白肉不加蒜”，同时认真地记录下来。点菜单送到后厨，厨师一看乐了：“哪里有蒜泥白肉不加蒜的？！”厨师没有理会，仍然按标准做法完成了这道菜。

当这道“标准的”蒜泥白肉送到顾客面前时，顾客生气了……



必备的理论知识

饭店管理概论

第一节 饭店质量管理的相关概念

一、质量

(一) 质量概念

现实生活中，几乎每个人都可以很准确地使用“质量”这一概念，但如果问到什么是质量，人们的回答则不尽相同。

质量管理专家克劳士比(P.B.Crosby)从生产者的角度出发,将质量的定义为产品符合规定要求的程度;朱兰博士(J.M.Juran)从用户的使用角度出发,将质量定义为产品的“适用性”(fitness for use);国际标准化组织颁布的ISO9000:2000《质量管理体系——术语》中,从适用性和符合性两个方面,把质量定义为:一组固有特性满足要求的程度。其中“固有特性”指在某事或某物中本来就有的特征,“要求”包括三层含义:明示的;通常隐含的;必须履行的。

ISO9000:2000 认证质量管理体系认证标准对于质量的定义无疑是非常准确的,朱兰、克劳士比等质量管理大师也从不同的角度阐述了质量的内涵。作为饭店质量管理中最为基本的概念,我们认为质量的定义首先应当是准确的,但同时也还应该是使人容易理解的,因此在这里我们将质量定义为:质量是产品、服务或工作的特性满足要求的程度。例如:一件衣服的质量指的是这件衣服的颜色、面料、款式、做工等特性满足要求的程度。这里的“要求”同样包括三层含义:明示的;通常隐含的;必须履行的。

充分理解这一定义应当从以下几个角度进行思考:

(1) 不仅产品和服务有质量要求,我们所做的任何一项工作都有质量要求。质量管理起源于人们对于实物产品的要求,随着人们物质、精神生活的提高,对质量的要求已不仅限于实物产品的质量。不仅实物产品、服务有质量的要求,而且不直接产生任何最终产品或服务的中间过程——任何一种工作,也有质量的问题。质量问题是一个深入到我们工作的每一个环节,深入到我们的一言一行中的问题,我们的任何工作都应当有一个质量的保证。

(2) 质量是与顾客要求密切相关的概念。质量的定义不是“好”或“不好”。“好”或“不好”很难有一个统一的标准,饭店及其员工以为的“好”未必是顾客心目中的“好”。因此,质量是与顾客要求紧密联系的概念,只有满足顾客需求,才是“好”的产品、服务或工作。

(3) “要求”可以是明示的,通常隐含的或必须履行的。“明示的要求”往往由顾客明确提出,例如,客人提出明确的入住要求:入住单间或标准间;“通常隐含的要求”是指那些无须顾客提出,饭店也应该满足的要求,例如,顾客入住饭店后的安全问题;对于国家法律法规的遵守则是每家饭店都“必须履行的要求”。例如,2003年发生在珠海某酒店的日本客人买春案就是酒店违反了我国国家法律法规,没有满足必须履行的要求,从而出现的严重的酒店质量问题。

(二) 由质量概念引出的思考

准确地把握并深刻理解质量这一概念是我们做好饭店质量管理工作的开始。事实上,深刻理解质量这一概念后,我们已经可以对如何做好饭店质量管理工作有一个初步的思考。

由于质量是一个涉及产品、服务或工作的特性与顾客要求相关的概念,因此,一个好的质量应当从顾客要求和提供产品、服务或工作的特性这两个方面来思考。

首先从“要求”方面来说,我们应当做到:

(1) 了解顾客的真正要求。顾客的要求是明示的或是潜在的,要满足顾客就要充分

体会、尤其要注意把握顾客的潜在需求。

(2) 顾客要求千差万别, 因此我们需要通过饭店定位(包括星级定位)选择饭店服务的顾客群体, 满足某一类顾客的需求。

(3) 对顾客需要进行管理。例如, 购买引导、实事求是的广告宣传等。

其次, 从我们所提供的服务的“特性”的角度来看, 我们需要:

(1) 提供标准化服务满足大量的重复性要求。顾客的要求尽管千差万别, 但其中大多数的要求是重复出现的, 例如, 几乎每个客人都会要求服务的快捷、要求入住客房的整洁, 等等。对这些大量重复性要求, 可以通过经验总结, 得出满足这类要求的程序、方法, 将其标准化。用标准化的服务去满足客人的重复性要求。

(2) 提供个性化服务满足个性化要求。对客人个性化要求的满足, 很难找出统一的、固定的模式, 需要服务人员创新性地为顾客提供服务。

由此, 我们可以深刻理解以下问题: 为什么饭店要设立许多的行为标准? 为什么员工要做好服务就应当遵守这些服务标准? 为什么提供优秀的服务仅执行这些标准是不够的? 以及为什么优质服务=标准化服务+个性服务?



案例 1-1

标准化确保服务品质

饭店服务品质一直是衡量饭店管理水平的标准。中国饭店业协会于 2007 年开展“饭店品质年”活动, 以此引导饭店注重服务品质, 加强经营管理, 倡导饭店之间良性竞争, 提高饭店行业的社会声誉。但是, 如何能确保饭店服务品质, 已经摆在众多饭店经理的面前。到过国外的人都说, 国外许多酒店的硬件还不如我们国内的。诚然, 随着中国酒店业的快速发展, 酒店硬件的豪华程度不断攀升。但有一个突出的现象, 绝大多数国内管理的酒店都会受软件质量不稳定的困扰, 尽管这些酒店都会设立质检部或配备专职的质检员来负责质量管理。杭州有一家成立不到一年的酒店管理公司, 发展极快, 至今已输出管理了近 10 家高星级酒店, 而公司的董事长确说: “输出管理的步伐必须放慢甚至暂停, 当务之急需要健全标准化, 统一 CI。没有标准化, 发展速度越快, 牌子也就砸掉了。”说的极是, 标准化程度不高的现象, 不仅影响了酒店服务的品质, 而且制约了酒店品牌化、集团化、规模化的发展。

二、饭店质量

饭店属于服务行业, 要理解饭店质量, 必须首先理解服务、饭店服务以及饭店服务质量。服务以及饭店服务的特征决定了饭店质量的特点。

(一) 服务的含义及其特征

有关服务概念的研究首先是从经济学领域开始的, 最早可追溯到 18 世纪的亚当·斯密时代。不过, 由于服务产业包罗万象, 很难界定其范围大小。各专家学者从不同的领

域和角度对服务给出了不同的定义。其中美国学者菲利浦·科特勒 1983 年对服务的定义具有较强的权威性,并被普遍接受。该定义为:“服务是一方能向另一方提供的,基本上属于无形的,并不产生任何影响所有权的一种活动或好处。服务的产生可能和物质的产生相关,也可能不相关。”服务的概念和内涵可以从服务所具有的特征来进一步理解。

1. 服务的无形性

无形性是服务的最主要特征。其包括两层含义:首先,服务及组成服务的很多要素具有无形的性质,让人不能触摸或无法凭肉眼看见。其次,不仅服务本身是无形的,甚至享受服务获得的利益也可能很难觉察到或仅能抽象的表达出享受服务的感受。例如,对电话接线生的服务,人们只能感觉她声音是否甜美,话语是否热情,回答是否到位,但却无法用任何工具进行测量。服务的无形性使消费者很难直接确定所消费的服务的好坏,只能从服务消费过程中的感受来评价和判断服务的价值。但服务的无形性并不“完全”,很多服务需要有关人员利用实物。随着企业服务水平的日益提高,很多消费品和产业用品是与附加的顾客服务一块出售的。

2. 服务的生产和消费的不可分离性

服务的生产和消费具有不可分离性是指服务的生产和消费是同时进行的,服务人员在提供服务的同时,也是顾客消费服务的过程,两者在时间上是不可分离的。由于服务生产与消费的不可分离性,消费者对服务质量的评价只能在消费者的过程和活动中通过自己的体验和感受进行评价。因而生产过程也就是消费的过程,顾客只有并且必须加入服务过程才能最终消费到服务,也就是说,顾客在某种程度上参与了服务的生产过程。这在餐饮业中特别明显。

3. 服务的不可储存性

服务的无形性、服务的生产与消费同一性必然带来服务的不可储存性。服务不可能像有形产品那样被储存起来,顾客也不能一次购买较多数量的服务带回去。尽管饭店当日客房的房间、餐厅的餐位等没有在当日销售并不一定会增加饭店总成本(而仅表现为服务机会的丧失),但会使得单个顾客的消费成本增加,而顾客的消费价格则不可能由于顾客数量的减少而提高。当客房和餐厅的销售低于盈亏平衡点时,饭店服务营业额低于服务成本。因此,饭店须研究如何充分利用企业资源(包括人员、设备等)提高工作效率,增加饭店收益。

4. 服务的差异性

服务的差异性是指服务的构成成分及其质量水平经常变化,很难统一界定。一方面,由于服务提供人员自身因素的影响,在同样的环境下,即使由同一服务人员在不同时间提供的服务也可能有不同的质量水平;另一方面,由于顾客在教育文化背景、消费经历、兴趣爱好等方面差异的客观存在,不同顾客对服务消费的感受和评价就会不同,即使由同一顾客在不同时间消费,相同质量的服务也可能会有不同的消费感受。因此,服务差异性的存在是必然的。

5. 服务的交易不发生所有权的转让

在大多数服务的生产和消费过程中,不涉及任何东西的所有权转移。服务是无形的,是不可储存的,服务在交易完成以后就消失了,顾客并没有“实质性”地拥有服务。例如,顾客购买与消费饭店客房产品时,他们只拥有在某一规定时间内使用饭店客房设施设备的权力,并没有拥有这些设施设备的所有权。游客在参观游览时,游客只拥有导游服务的感受,而没有拥有任何东西的所有权。

从上面五种特征分析中可以看出,无形性是服务的最基本特征,其他特征都是从这一特征中派生出来的。事实上,正是因为服务的无形性,它才不可分离,而不可储存性、差异性和所有权不可转移在很大程度上是由无形性和不可分离性两大特征决定的。

(二) 饭店服务的特征

饭店服务是饭店提供的有形实物产品和无形服务活动所构成的集合体,是饭店服务人员借助设施设备和各种有形实物而提供的活劳动。饭店服务具有以下特征。

1. 饭店服务的供给特征

从供给方面来看,饭店服务具有以下几个特征:

(1) 服务价值的易消失性。饭店服务价值是由物化劳动价值(饭店设备设施等有形物质价值)、活劳动价值(服务员工的服务价值)和无形价值(饭店品牌、声誉、口碑等无形资产的价值)等组成。物化劳动价值和活劳动价值既不能储存,也很难搬运,其价值具有极强的易消失性。饭店服务价值的易消失性要求饭店经营者必须尽力把服务产品销售给宾客,并努力使他们满意,以提高他们的回头率。

(2) 服务质量的不稳定性。尽管国家有饭店星级评定标准,各地行业管理部门也都出台相应的质量管理条例,饭店也有严格的服务规章制度,要求服务人员在操作时按标准和规程运作。但成文的规范、标准和程序很难统一和约束知识、经历、性格、脾气和能力等不尽相同的员工的行为,再加上理念、认识、沟通、评价等方面存在的差异,使饭店服务质量必然存在不稳定性,而且这种不稳定性还会随着个性化服务、柔性服务的出现和发展而增加。因此,服务质量的管理、评价和控制等始终是饭店经营管理的核心任务。

(3) 服务的综合性与多样性。饭店服务产品是由饭店各部门、各岗位的员工为宾客提供的一系列服务组成的,是具有整体性和多样性的综合服务产品。服务产品的综合性要求处于服务环节中的每一个员工的服务必须完整与合格,其整体质量与每一个环节的服务质量密切相关。缺少某一环节的服务,或某一环节服务出了差错,都不能算是一个完整的饭店服务产品。一个形象的比喻是,饭店服务好比是一根链条,每一个员工、每一接点好比链条上的环,链条能否发挥正常乃至超常功能,取决于它所有的环是否环环相扣。饭店作为旅游业的一个重要组成部分,旅游活动的六要素则决定了饭店服务产品的多样性,而且这种多样性还会随着消费水平的提高和个性化需求的发展而发展。

(4) 服务内涵的科技、人文、生态一体性。随着时代的发展进步,饭店服务融入了越来越多的知识含量,饭店服务的知识性和学术性日益增强,科学技术已成为饭店发展

和扩张的直接推动力,高新技术以前所未有的速度和广度应用于现代饭店服务业。高科技服务、电脑化服务、智力服务已成为饭店服务的新的组成部分。另外,从饭店服务的内涵和本质来看,饭店不仅是歇息的场所,还是出门在外旅游者的精神家园,饭店服务在满足消费者基本的生理需求的同时,还为消费者提供了心灵休憩的空间。近年来,随着全球范围的生态环保浪潮的高涨,绿色需求、绿色消费、绿色产品也进入了饭店服务的范畴,科技、人文、生态在饭店服务中汇聚为一体,并逐渐成为饭店服务内涵的重要组成部分和主流发展趋势。

2. 饭店服务的需求特征

从需求方面来看,饭店服务具有以下几个特征:

(1) 功能性。饭店服务的功能性是指饭店所提供的服务产品应具备能满足消费群体的共性需求和消费个体的个性需求的功能;所提供的服务项目应具备能满足宾客的生理需求与心理需求的功能;所提供的服务方式应具备能满足市场的需要和符合时代的要求的功能。

(2) 价值性。饭店服务的价值性是指饭店所提供的服务必须是针对消费者的需要并能让消费者接受和物有所值。饭店服务的价值性具体体现在饭店提供的服务项目、服务方式和服务价值上。

(3) 安全性。饭店服务的安全性是指饭店提供的服务必须能满足和保障消费者在饭店内的人身、财产、隐私、信息等方面的安全需求,使消费者在接受饭店服务时有心理的安全感。

(4) 时间性。饭店服务的时间性是指饭店提供的服务必须是及时、准时、省时,能在第一时间内满足宾客的各种服务需求。饭店服务的时间性既包括服务项目设置与服务方式提供的及时、准时,也包括服务操作与服务管理的省时、高效。

(5) 舒适性与愉悦性。饭店的舒适性与愉悦性是指饭店提供的服务项目必须方便、舒适,体现在设施齐全、功能完善、设备完好、服务周到、环境优美等方面;提供服务的方式应该是热情诚恳、亲切友好、细致体贴,能使宾客在接受服务是得到心理上的放松、精神上的满足与心情上的愉悦。

(三) 饭店质量的内涵、特点

1. 饭店质量与饭店服务质量

与饭店质量最密切相关的一个概念就是饭店服务质量,这两个概念的使用在业界和学术界都没有严格地区别开来。

1982年,格罗鲁斯(Christian Gronroos)从顾客感知角度提出顾客感知服务质量概念,将服务质量定义为:服务质量是消费者的预期服务质量和感知服务质量之间存在差异的方面以及差异的程度。预期服务质量和感知服务质量之间的差距越小,说明服务质量越好,顾客就越满意。该概念提出后为人们所普遍接受。同样,饭店服务质量的界定也需要考虑顾客对饭店服务的预期以及对饭店服务的感知之间的差距,即预期被满足的程度。在此基础上,对饭店服务质量的观念界定,目前仍存在两种不同的观点:

(1) 认为饭店服务质量只局限于饭店软体服务的质量, 由服务项目、服务效率、服务态度、礼仪礼貌、操作技能、清洁卫生、环境气氛等构成。这是狭义的饭店服务质量概念。

(2) 认为饭店服务质量由硬件设备质量、软件服务质量构成。这是广义的饭店服务质量概念。

上述广义的服务质量概念的内容正是我们要探讨的饭店质量的内涵。本书中除非特别说明, 饭店服务质量均指狭义的定义, 而饭店质量则指广义的饭店服务质量。

从质量概念引申过来, 饭店质量或者说广义的饭店服务质量可定义为: 饭店所提供的服务产品的特性满足要求的程度。这里的要求同样包含三层含义: 明示的; 通常隐含的; 必须履行的。不同的服务具有不同的质量特性, 不同的质量特性分别满足宾客不同的需求。同一种服务, 由于质量特性方面的差异, 其适应性, 即满足宾客需要的程度也不尽相同。因此, 饭店服务的这些自然属性能否满足宾客的物质和精神上的需要, 以及满足的程度如何, 就是衡量饭店质量优劣的主要标志。

此外, 考虑到广义的饭店服务质量的构成, 饭店质量还可以定义为“以饭店设备、设施等有形产品为基础和依托, 由饭店员工所提供的活劳动而形成的无形产品所带来的, 让客人在饭店中获得物质和精神需要的满足程度”。

2. 饭店质量的特点

饭店服务所需要的人与人、面对面、随时随地提供服务的特点以及饭店质量特殊的构成内容使其质量内涵与其他企业有着极大的差异性。为了更好地实施对饭店质量管理, 饭店管理者必须正确认识与掌握饭店质量的特点。

1) 质量构成的综合性

饭店质量构成复杂, 除从提供给客人服务的角度分为设施设备质量、环境质量、用品质量、实物产品质量和劳务活动质量外, 也可以从质量的形成过程来看饭店质量, 这时饭店质量包括设计阶段的设计质量、建设阶段的建设质量、开业准备阶段的准备质量和营业阶段的饭店质量。一般来讲, 饭店服务的每一过程、每一环节都有若干内容和影响因素, 各种内容和因素又互相联系、互相制约, 因此, 要提高饭店质量, 必须实行全员控制, 全过程控制和全方位控制。

饭店质量构成的综合性的特点要求饭店管理者树立系统的观念, 把饭店质量管理作为一项系统工程来抓, 多方搜集饭店质量信息, 分析影响质量的各种因素, 特别是可控因素, 还要顾及饭店其他部门或其他服务环节, 更好地读到员工严格遵守各种服务或操作规程, 从而提高饭店的整体质量。正如人们平时所说的“木桶理论”, 一只由长短不一的木条拼装而成的木桶, 它的盛水量取决于最短的那根木条的长度。由此饭店质量应该有自己的强项和特色, 但不能有明显的弱项和不足, 否则就要影响饭店质量的整体水平。

2) 质量呈现的一次性

虽然饭店质量构成是综合性的, 但就提供过程而言, 是由一次一次的具体服务来完成的。每一次劳动所提供的使用价值, 如微笑问好、介绍菜点等, 就是一次具体的服务