

陈文生酒店管理系列

陈文生著

酒店入职9节课

9



福建人民出版社

陈文生著

酒店入职9节课

9



福建人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店入职 9 节课/陈文生著. —福州: 福建人民出版社, 2005. 6

ISBN 7-211-05017-9

I. 酒... II. 陈... III. 饭店—商业服务 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 042669 号

酒店入职 9 节课

JIUDIAN RUZHI 9 JIE KE

作 者: 陈文生

责任编辑: 刘进社

出版发行: 福建人民出版社 **电 话:** 0591-87533169 (发行部)

网 址: <http://www.fjpph.com> **电子邮箱:** 211@fjpph.com

地 址: 福州市东水路 76 号 **邮政编码:** 350001

印 刷: 福建省金盾彩色印刷有限公司

地 址: 福州市鼓楼区江厝路 5 号 **邮政编码:** 350013

开 本: 787 毫米×945 毫米 1/16

印 张: 12

插 页: 2

字 数: 158 千字

版 次: 2005 年 6 月第 1 版 **2005 年 6 月第 1 次印刷**

印 数: 1—5000

书 号: ISBN 7-211-05017-9/G·3210

定 价: 15.00 元

本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请直接向承印厂调换。

版权所有, 翻印必究

课前的话

酒店由硬件和软件构成。经常有人说,我国酒店较之发达国家的酒店,似乎在软件方面差了一大截,也就是说,在酒店服务质量、管理水平和员工素质等方面还有待提高。

酒店是劳动密集型企业,酒店软件的优劣,说到底还是取决于人员素质的高低,而人员素质的提高则有赖于经常性的培训。

由于工作关系,我经常深入酒店接受咨询或做酒店员工培训工作。在与酒店人员的接触中,我深深感到不论是管理者还是操作者,虽然从事酒店工作多年,对个人岗位要求尚能应付,然而对酒店整体认识却存在这样那样的不足。比如对酒店工作性质、特点认识不清;对酒店人员应具有的意识、态度掌握有限;对酒店组织结构尤其是组织关系原则把握模糊;对不同星级酒店必备的设施、条件不甚清楚;对自身岗位职责或相关岗位工作并非完全明确;对酒店各项服务、各部门业务以及处理常见问题的基本环节或关键细节也不一定都了解完整等等。这些自然都会影响到他们自身工作的质量和与相关岗位合作的协调程度。我发现,产生这一问题的原因在于酒店对零星应聘入职人员的培训只是针对本岗位所需的专业内容,而忽略了酒店基本知识的学习。这种入职必备知识知之甚少的情况在普通酒店中更是常见。只要求新入职员工“简装”上阵,能应付现有工作就行的想法,不但普通员工有,即使管理者也存在。

我还发现,相当一部分中、高层管理者未必都是科班出身,也未必都是从基层做上来的。他们中不少人是从其他行业转入酒店业

的，因工作繁忙无法系统地学习酒店知识，对于本岗位有直接关系的培训还算重视，而对酒店整体必备知识的学习就不重视了。

基于以上原因，我写了这本供酒店员工入职阅读的书。本书内容简明扼要、通俗易懂，不需花太多时间就能大体掌握酒店员工必备的基本知识。该书既可作为新员工进入酒店职场的培训教材，也可作为老员工乃至管理人员学习酒店知识的补充读物。

陈文生

2005年4月于福州

目 录

第一课 酒店概述

1. 酒店的概念、性质和知识构成	2
2. 酒店的分类和等级	4
3. 酒店组织	12
4. 现代酒店集团	20

第二课 酒店的特点

1. 酒店产品特点	26
2. 酒店经营特点	29
3. 酒店管理特点	31
4. 酒店的发展趋势	33

第三课 酒店行业意识

1. 宾客意识	39
2. 服务意识	41
3. 产品质量意识	48
4. 员工从业意识	55

第四课 酒店礼貌规范

1. 礼貌	60
2. 酒店员工的礼貌用语	61
3. 酒店员工的仪容仪表	64
4. 酒店员工的行为举止	66

第五课 酒店员工守则与奖惩条例

1. 员工守则	73
2. 奖惩条例	79

第六课 酒店各部门组织概况

1. 业务部门	85
2. 职能部门	91
3. 辅助部门	94

第七课 基层员工素质要求与岗位职责

1. 前台部门员工素质要求与岗位职责	100
2. 后台部门员工素质要求与岗位职责	112

第八课 前台部门主要服务工作流程

1. 前厅部主要服务工作流程	124
2. 客房部主要服务工作流程	130
3. 餐饮部主要服务工作流程	137
4. 康乐部主要服务工作流程	148

第九课 常见问题处理规则

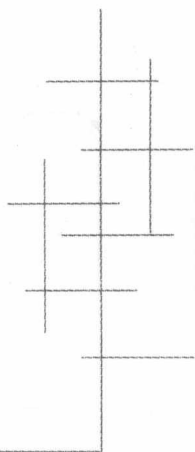
1. 公共常见问题处理	155
2. 前厅部常见问题处理	166
3. 客房部常见问题处理	170
4. 餐饮部常见问题处理	174

附录 1 餐厅宴会座次图.....	178
附录 2 餐台席面摆台图.....	180
附录 3 主要国家或地区直拨电话代码及时差.....	183
附录 4 中外主要节日英汉对照	185

▪ 第 1 课 ▪

本课主要讲解酒店的概念、性质；介绍酒店知识，让从事酒店的工作人员了解酒店有哪些类型和等级；阐述酒店作为一个经济组织，其机构设置、组织结构和如何处理上、下、左、右关系的原则；简要地介绍目前国际上酒店集团化的基本情况。

酒店概述



1. 酒店的概念、性质和知识构成

一、酒店的概念

酒店在我国有多种称谓,如宾馆、旅馆、饭店,有的酒店为反映其特点,又称大厦、山庄、别墅、会馆或度假村,有的甚至还保留过去政府为接待而设的招待所名称等等。这里既有传统的称呼,也有不同地域习惯的称呼,如北方多称饭店,而南方多叫酒店。酒店的英文 HOTEL 一词源于法语,意为贵族在乡下招待宾客的别墅,后来欧美的酒店业就沿用了这一名称。别墅是指人们的“第二个家”,我们常说酒店是客人的家外之“家”,应给客人以宾至如归之感,可见 HOTEL 一词作为酒店称呼是何等的贴切。

酒店的简单定义是指为旅客提供住宿、饮食的场所。由于时代的进步,现代酒店的功能较早期酒店大大增多,因而现代酒店除了满足旅客住宿、饮食的基本需要外,还提供娱乐、购物、交通、游览、健身、美容、通讯、金融、商务、会议等各种设施和服务,使旅客更觉方便、周到、舒适,旅客几乎所有的生活需要在酒店都可以得到满足,所以酒店又有“城中之城”之称。早期酒店本是为出门旅客所建,故将之作为旅游业支柱之一,而现代的酒店不仅能满足出门旅客的多种需要,同时也能为当地消费者提供多种服务。可以说,现代酒店是指向宾客提供吃、住、行、游、购、娱以及商务、会议、健身、美容、通讯、金融和委托代办等综合性服务的企业。

二、酒店的性质

酒店从本质上说是属于以服务性为特征的第三产业中的一个行

业。酒店与其他产业一样也提供产品，这种产品由生产直接进入消费，这种产品就是“服务”。服务是无形产品，尽管酒店为客人提供服务也要借助于有形的物质产品，但主要的产品内容仍是服务。酒店的服务内容不是单一的，而是带有很强的综合性，涉及人们生活所需的方方面面。也正由于这一特点，所以酒店有别于“酒楼”、“娱乐城”、“休闲会所”和“夜总会”等只提供单一服务的企业。

酒店的服务既然是能满足人们所需的产品，因而也成了有价值的消费品。酒店有投入，也要有产出，也要产生应有的经济效益，因而酒店又是一个企业。

简言之，酒店是一个综合性服务的企业。具体地说酒店的性质可归纳为三点：第一，酒店提供的主要产品是服务；第二，酒店提供的服务具有很强的综合性；第三，酒店是一个经济实体，其最终目的是通过为客人提供服务而获取经济效益。了解这三点对初入酒店工作的人员提高认识大有裨益。

三、酒店的知识构成

在许多人眼里，酒店工作无非就是为客人端茶送菜、抹桌折被之类。其实，酒店工作远不是这么简单。如何为客人提供全面的、满意的服务，如何使各项服务有条不紊地进行，如何使你的酒店成为客人的首选去处，如何使客人成为你的回头客而且还能吸引更多潜在的客人，如何在一定的投入下使得服务产品质量不下降而又能取得更多的利润，要做到这些就不是一件容易的事，必须学习酒店经营管理知识。那么，酒店知识究竟包括哪些内容呢？归其大类，一般说来有四大方面：

一是酒店的基本知识，也是入门知识。上至总经理，下至普通员工都必须了解这方面的知识。这方面的知识既有酒店的一般常识，也有向酒店从业人员灌输必要的思想意识。意识决定一个人的言行，没有正确的酒店意识，就很难做好酒店工作。

二是服务知识，即直接对客服务的知识，其操作性较强。服务人员固然必须学习这方面知识，那么管理人员是否也要学习呢？应当说，管理人员不但要学习，还要不断研究它。一般认为管理人员主要是管人、管财、管物等等，但最终目的还是为了能够出高质量产品——服务，很难想像不知如何服务的人会管好服务，所以说要想成为一个优秀的管理人才，不能不了解这一方面的知识。

三是管理知识。管理知识具体说还分为管理基本原理和各有关部门的专业管理知识。管理基本原理是各类管理人员所必须掌握的，各类管理人员在精通本部门管理知识的同时，也要对其他部门专业的管理知识有所了解，这不但有利于眼前工作的协调配合，也能为将来轮岗工作、成熟自己并向更高一个层次发展打下基础。

四是营销知识。“营销”一词有别于“经营”、“销售”。营销知识告诉人们如何选择目标市场（即主要客源类型），如何开发和生产适销对路的产品以及如何运用其他各种策略，将本酒店产品推销出去。这一知识固然是高层经营管理者、营销工作者所必须掌握的，然而其他人员是否就可以不要了解呢？答案是否定的。其他人员同样必须要有营销理念，因为酒店产品从生产到最后推销出去要靠全体员工的共同努力。服务员本身就是现场推销员，管理者事实上也是经营者。生产过程也是客人的消费过程，同时也是员工促销过程。做好本职工作，保证出品质量，是间接促销；产品的设计与推出，营业中的介绍和推广，是直接促销。可见，每位员工都有促销的机会和责任，员工是否有正确的营销理念，其经营效果将大不一样。

2. 酒店的分类和等级

一、酒店的分类

可以从多种角度来划分酒店类型，但比较有意义的还是以其接待

的某种主要消费对象（即主要客源市场）来划分。接待的主要对象不同，决定了其经营性质也不一样，那么在硬件、软件等要求上也有所区别，特别是在设施安排、设备配置、服务项目的设定以及人员安排等方面就有比较大的差异。另外，若按酒店拥有的客房房间数或床位数划分类型，对经营管理也有一定的用处。

（一）按酒店经营性质分

1. 商务类，包括了商务型和商住型。

商务型和商住型酒店一般位于商业发达的城市中心。它们的客人一般都是商务性的旅游者，即做生意的客人。住商务型酒店的客人每次住宿时间相对较短，这样的客人地位较高，所以消费能力也比较强，这是因为他们商务性交往活动多。而住商住型酒店的客人多为公司、企业派往异地的一般工作人员，虽然也有较多的商务往来活动，但消费档次一般不高，只不过住店的时间较长，有的甚至长期包下某一房间作为外地公司驻在本地的联络点。

不论是商务型还是商住型酒店都需要配备比较强的通讯设施和具有商务文秘的能力以及企业商务活动场所，还要求服务人员服务技能高超，并懂得国际交往的礼仪、礼节和礼貌。比较高级的商务型酒店不但有种类齐全的商务房，而且还有商务楼层，客人可以直接在商务楼层办理入住、退房、预定等手续，可以在一个楼层内与客户洽谈、请客吃饭。商务楼层还可以满足客人文秘服务的需要，甚至可以提供商务秘书、贴身管家等高级服务人员。因此，商务楼层又有“店中之店”之称。

有些商住型酒店客房除了拥有商务型客房设施（如办公桌、档案柜、传真电话、互联网接口等）外，自身还是公寓式套房。

由于住商务类酒店客人交往朋友多，活动也多，所以这一类酒店的康乐设施自然必不可少。可以说商务类酒店的经营项目较多，接待水平要求也比较高。

2. 会议类，包括会议型和会展型。

会议型酒店以接待会议为主，自然以规格高、齐全的会议厅房为主要特点。不同档次的会议型酒店其硬件要求有一定差距。会议型酒店一般都在交通便利的城市。不过曾有一段时期，旅游风景区观光度假型酒店为了增加客源，也往往增添一些会议设施，使其也具有了会议型酒店的特点。

会展型酒店除了便于召开会议之外，其最为突出的特点是拥有比较大面积的展厅，便于商品展销、文物艺术品展览或开展其他大型活动。

会议类酒店客人的消费能力一般不是很强（除非少数高级会议），如餐饮标准不高而且品种相对简单，其他活动场所也较少。不过，服务人员要有比较好的应付“突击性”任务的“爆发力”。

3. 观光类，包括观光型和过境型。

观光型酒店多建于旅游风景名胜地附近（一般不允许在景区内建店，主要考虑到保护生态环境），客房标准间（一间房两张单人床）所占比例较大，便于接待旅游团队。

过境型酒店多建于机场、车站、码头附近。之所以将之归于观光类酒店，主要是过境的客人多为观光旅游者，入住目的多是为了取道中转地转乘飞机、火车、轮船等。由于这类客人逗留时间短，因而过境型酒店与观光型酒店一样，客房设施、设备相对简单，且不太豪华，其他配套设施也较少，多数拥有一般的娱乐和购物设施。

4. 度假类，包括度假型和公寓型。

之所以把度假型与公寓型酒店归为一类，主要是因为它们的客房内一般均设置小厨房、书房、起居室等，为较长期居住者自己动手烹调提供方便以及满足其他室内活动的需要。当然，度假型和公寓型酒店还是有许多不同之处，比如度假型酒店一般位于海滨、山地和温泉地带而远离闹市，而公寓型酒店多建于市内或市郊。客人居住目的也有所区别，度假型酒店客人多半为了休闲、避暑，公寓型酒店客人多是朋友聚会或因工作需要长期租用。不过，它们还有一个共同点是

此类酒店公共休闲、康体设施相对充足，环境幽雅。这里还要特别指出的是，一些度假型酒店中往往还建有分幢的独立公寓式别墅以供客人选择。

近年来，公寓型酒店有增多趋势，这主要是随着人们生活水平的提高，举家旅游者增多，所以公寓型酒店附带的生活设施尽可能齐全和平民化，最好还有儿童活动场所和康乐服务以及医疗服务设施等。

5. 休养类，包括休养型和疗养型。

休养类和度假类酒店还不完全相同，前者更注重康体保健的内容。不论是休养型还是疗养型，其医护设施设备都比较健全，只不过疗养型有更多的医护人员和更好的医疗水平，而休养型相对说康体设施更充分一些。随着人们对健康的重视和余暇时间的增多，这类酒店也在不断涌现。

6. 休闲类，包括休闲型和娱乐型。

随着人们对生活质量提高的追求，远地而来的客人以及当地居民入住此类酒店的都有。显然，进入这种类型酒店的客人主要目的是放松、娱乐、调节身心健康。休闲类酒店多在城市，或市中心或市郊，其休闲娱乐设施相当齐全。国外有的博彩业酒店实际上也属此类。

7. 主题类，包括主题型和特色型。

主题型酒店多以体现某种文化为特征。特色型酒店大多体现某种建筑风格、内容特色或专业特点。事实上，前面述及的各类酒店也可以形成某种主题或特色，以在同类酒店中更显特别和突出，以招待顾客或加深客人对其印象或以此提高知名度等。国外主题型和特色型酒店日趋增多，花样百出，较之我国酒店“格式”的千篇一律，真有耳目一新之感，有的甚至为了满足某些人的某种生理、心理需要而建。此外，因经营方式、服务方式、管理方式上的一些“怪招”而成为特色型酒店的也不乏其例。

这里需要特别指出的是,有的酒店为了多元化经营,在市场定位上往往采取以接待某类客人为主,以某类客人为辅,又以某类客人为补的做法。也就是说,不少酒店在确定酒店某种类型基础上,又往往兼有其他一些类型的特征。换言之,即主要设施针对目标市场需求,同时又附设一些满足其他类型客人需要的设施。

(二) 按酒店拥有房间数的规模划分

1. 小型酒店——少于 150 间;
2. 中小型酒店——150 间至 300 间;
3. 中型酒店——300 间至 600 间;
4. 大型酒店——600 间以上。

筹建一家酒店,其规模大小主要取决于当地客源量和同类酒店的数量以及投资者的实力等。随着一个地方酒店数量的增加,在房间数出现供过于求的情况下,更多趋向于建立中小型酒店。经验表明,一家酒店能够产生较好的规模效益,客房数最好不低于 200 间,这是因为小型与中小型酒店的固定成本没有太大差别。

二、酒店的等级

当今酒店为数众多,经济发达地区的酒店更是如雨后春笋般出现。为了适应多种类型和不同消费水平客人的需求,让客人了解酒店的设施、服务及档次,同时为了使各酒店之间有所比较和竞争,促进服务水准的提高,国际上从上一世纪中期开始,根据酒店的建筑、装修、设施设备、服务项目、服务质量、管理水平的高低等因素,订出各种不同的等级。尽管各国划分等级的方法各异,但大部分国家和地区采取以星(☆)多少来划分其高低水准。我国颁布最新的评星版本是 2003 年版,从 2003 年 12 月 1 日起实施,这次星级划分较以往不同的是在原有由低到高的一至五星基础上又增加了一个“白金五星”。白金五星为最高星级,此类酒店为数不多,条件要求极高。接下来由高到低的星级位次是五星级、四星级、三星级、二星级、一星级。星

数越多,意味着档次越高。当然,也有的酒店虽然未评星级,但一般都有某种档次的目标。

我国星级标准首次发布于1993年,又于1997年作了修订,自2003年12月开始又实施新的标准(GB/T 14308—2003)。这次新标准中突出了两个特点:一是划分条件中选择项目增多,不同类型酒店可以根据自身主要目标市场要求选择更具经营需要的服务设施和内容;二是突出了提高管理专业化的要求,比如提出了管理制度建设的要求。

由于酒店星级的划分与评定文本内容繁杂,也没有必要要求入职员工了解过于详细,因此,这里只就主要内容的明显差异部分加以说明。在低星级酒店的条件要求介绍过的,在高星级酒店的条件要求介绍中予以省略。

一星级(☆)——经济型

酒店内有公共信息图形符号(即供客人辨识场所的图示),符合GB/T10001.1和GB/T10001.2规定。有适应当地气候的采暖、制冷设备,通风良好。设施设备维护良好、整洁、卫生、有效。各种指示用和服务用文字至少用规范的中英文同时表示,服务员能用英语提供服务。

前厅:18小时以上有工作人员在岗,提供接待、问询、结账和留言服务;提供服务项目宣传品、客房价目表、旅游交通图、交通时刻表;提供小件行李寄存。

客房:至少有15间(套)可供出租的客房,门锁为暗锁;有防盗装置;显著位置张贴应急疏散图及相关说明;至少75%的客房有卫生间;有恭桶、洗脸盆、淋浴或浴缸(配有浴帘)设备;24小时供应冷水,16小时供应热水;有服务指南;客房每天全面整理一次,隔日或应客人要求更换床上用品,做到每客必换。

餐饮:能提供早餐,厨房用具保持卫生。

公共区域:有男女分设的公共卫生间,有公用电话,有应急照