

FANDIAN GUANLI
GAILUN

职业教育饭店服务与管理专业系列教材

饭店管理概论

主 编 杨 慧
副主编 赖启航 李 东



电子科技大学出版社

职业教育饭店服务与管理专业系列教材

饭店管理概论



FANDIAN GUANLI
GAILUN

主 编 杨 慧
副主编 赖启航 李 东



电子科技大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论 / 杨慧主编. — 成都: 电子科技大学出版

社, 2009.1

(职业教育饭店服务与管理专业系列教材)

ISBN 978-7-81114-873-2

I. 饭… II. 杨… III. 饭店—企业管理—职业教育—教材 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 175719 号

内 容 提 要

本书是中、高等职业学校的旅游管理与饭店管理基础课教材, 基于提高学生对饭店管理的了解, 熟悉饭店管理而编写。在具体章节内容的编排上, 考虑到职业教育的特点, 并没有过多地阐述深奥理论, 而是侧重于讲解实际工作流程、管理和服务中的应用, 目的是使学生在掌握基本工作流程和服务技能的同时, 开阔知识面, 提高专业素养。

本书可作为普通高等院校、高等教育自学考试、成人高等教育旅游及饭店管理专业的必读教材, 也可作为饭店从业人员的培训教材, 或供旅游管理及饭店管理人员参考。

职业教育饭店服务与管理专业系列教材

饭店管理概论

主编 杨 慧 副主编 赖启航 李 东

出版: 电子科技大学出版社 (成都市一环路东一段 159 号电子信息产业大厦 邮编: 610051)

策划编辑: 谢应成

责任编辑: 周 岚

主 页: www.uestcp.com.cn

电子邮箱: uestcp@uestcp.com.cn

发 行: 新华书店经销

印 刷: 四川南方印务有限公司

成品尺寸: 185mm×260mm 印张 12 字数 292 千字

版 次: 2009 年 1 月第一版

印 次: 2009 年 1 月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-81114-873-2

定 价: 20.80 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 本社发行部电话: 028-83202463; 本社邮购电话: 028-83208003。
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。
- ◆ 课件下载在我社主页“下载专区”。



前 言

目前,作为旅游业的支柱产业之一的饭店业已经进入了一个崭新的发展时期,在促进社会进步、区域发展和提高人民生活水平等方面都有着积极的作用。

饭店企业的经营已经进入一个数字化的时代,但是,由于旅游饭店的管理人员,在知识结构、能力水平、管理水平等方面与迅猛发展的旅游业还有一定的差距,需要得到提高。

作为旅游中等职业院校饭店管理专业的一门专业主干课程,饭店管理是一门综合实践性较强的学科,与营销学、旅游经济学、餐饮管理、前厅客房管理等课程有着相当紧密的联系。

本教材的编写突出了专业化、标准化和实用性的特点,内容包括了饭店客房部运行的整个流程及管理要点、管理方法,有较强的实用性和操作性。

在具体章节内容的编排上,考虑到中职教育的特点,并没有过多地阐述深奥理论,而是侧重于介绍实际工作流程、管理和服务的应用,目的是使学生在掌握基本工作流程和服务技能的同时,开阔知识面,提高专业素养。适用于饭店管理及相近专业的高职生,也可供饭店在岗人员自学、培训及参加自学考试时参考。

杨慧负责第一章、第二章、第三章的编写,赖启航负责第五章、第六章、第七章、第八章的编写,李东负责第九章、第十章、第十一章、第十二章的编写。龙云飞负责第四章的编写。杨慧确定大纲、全书的统筹安排以及修改、总纂,龙云飞协助修订。

在本书的编写过程中参考了大量的饭店管理相关论著与资料,并有所引用,由于选材广泛,书中没有一一注明出处,希望得到原作者的支持与谅解,在此编者谨向这些资料的作者致以衷心的感谢。

由于编者水平有限,成书仓促,书中难免有不妥或疏漏之处,敬请广大读者给予批评指正。

编 者

2008年11月





目 录

第一章 概 述	1
第一节 饭店的定义和特点	1
一、饭店的定义	1
二、饭店的特点	2
第二节 饭店的分类与等级	4
一、饭店的分类	4
二、饭店的等级	6
第三节 饭店管理的内涵	12
一、饭店管理的概念	12
二、饭店经营与管理的关系	12
三、饭店管理的内容	13
案例剖析	14
课后习题	16
 第二章 饭店业的发展	 18
第一节 世界饭店业的产生和发展	18
一、古代客栈时期	18
二、大饭店时期	19
三、商业饭店时期	19
四、现代饭店时期	20
第二节 中国饭店业的产生与发展	21
一、中国早期住宿设施	21
二、近代饭店的兴起与发展	22
三、行政事业阶段	22
四、现代饭店阶段	23





第三节 饭店业的发展趋势.....	23
一、饭店产品的转变.....	23
二、饭店管理手段的发展.....	24
三、饭店服务理念的转变.....	24
四、饭店的绿色化发展.....	24
五、饭店的集团化发展.....	28
案例剖析.....	30
课后习题.....	34
第三章 饭店计划管理	36
第一节 饭店计划管理概要.....	36
一、饭店计划的定义.....	36
二、饭店计划管理的意义.....	37
三、饭店计划的分类.....	37
第二节 饭店计划指标体系.....	38
一、饭店经济指标.....	39
二、服务质量指标.....	40
第三节 饭店计划的编制.....	41
一、饭店计划的编制程序.....	41
二、饭店计划制定的注意事项.....	42
三、饭店计划的执行与控制.....	42
第四节 饭店目标管理.....	43
一、饭店目标管理的涵义.....	43
二、饭店目标管理的特点.....	44
三、饭店目标管理的实施步骤.....	44
四、饭店目标管理的优劣分析.....	45
案例剖析.....	47
课后习题.....	48



第四章 饭店决策管理	50
第一节 饭店决策的含义与类型	50
一、饭店决策的含义	50
二、饭店决策的类型	51
第二节 饭店决策的程序	54
一、饭店决策的步骤	54
二、饭店决策的原则	55
三、饭店决策的方法	56
第三节 饭店战略管理	57
一、饭店战略管理的含义	57
二、饭店战略管理的特征	57
三、饭店战略管理的作用	58
四、饭店战略管理的建设与实施	59
五、饭店战略确定的方法 — SWOT分析法	61
案例剖析	62
课后习题	64
第五章 饭店组织管理	66
第一节 饭店组织管理概述	66
第二节 饭店组织机构的设置	67
一、饭店组织机构的设置依据	67
二、饭店组织的设置原则	67
三、饭店组织机构的设置	70
四、饭店组织的类型	72
第三节 饭店组织管理	76
一、饭店组织管理的内容	76
二、饭店组织管理制度	80
案例剖析	81
课后习题	83



第六章 饭店服务管理	85
第一节 饭店服务管理概述	85
一、饭店服务的含义	85
二、饭店服务的模式	86
第二节 饭店服务质量管理	87
一、饭店服务质量的含义	87
二、饭店服务质量的特点	88
三、饭店服务质量的组成	89
四、饭店服务质量的管理办法	90
案例剖析	93
课后习题	95
第七章 饭店管理者	97
第一节 饭店管理者的素质	97
一、管理者的素质	97
二、饭店管理者的素质	97
第二节 饭店管理者的能力	101
一、观察力和注意力	101
二、言语表达能力	101
三、公关能力	101
四、果断的决策能力	102
五、良好的组织能力	102
六、较强的学习能力	102
第三节 饭店管理者的意识	103
一、创新意识	103
二、品牌意识	104
三、市场意识	105
四、人本意识	106
五、服务意识	107
六、质量意识	107
七、系统意识	108





八、人才意识	108
九、资本运营意识	110
十、知本意识	110
十一、危机意识	111
案例剖析	112
课后习题	113
第八章 饭店人力资源的管理	115
第一节 饭店人力资源管理概述	115
一、饭店人力资源管理的概念及特征	115
二、饭店人力资源管理的基本业务流程	116
三、饭店人力资源管理的原则	123
四、饭店人力资源管理的意义	125
第二节 饭店人力资源管理的基本内容	125
一、饭店人力资源规划	125
二、饭店工作分析	126
三、饭店人力资源招聘与录用	127
四、饭店人力资源开发	128
五、饭店员工绩效考核	128
六、饭店安全与保障	129
七、饭店劳企关系	129
案例剖析	130
课后习题	131
第九章 饭店营销管理	133
第一节 饭店营销的基本环节	133
一、市场调研	133
二、市场细分	136
三、目标市场	137
四、市场定位	139



第二节 饭店营销的基本策略	139
一、饭店传统营销策略	139
二、饭店新型营销组合策略	142
第三节 饭店营销创新	145
一、网络营销	145
二、分时营销	147
三、主题营销	147
四、绿色营销	149
案例剖析	150
课后习题	152
第十章 饭店安全管理	153
第一节 饭店安全管理概述	153
一、饭店安全管理的内涵	153
二、饭店安全管理的内容	154
三、影响饭店安全的因素	155
第二节 饭店安全管理体	156
一、饭店安全管理组织	156
二、安全管理设施建设	158
三、饭店安全管理制度	160
案例剖析	161
课后习题	162
第十一章 饭店控制管理	163
第一节 饭店控制管理概述	163
一、饭店控制管理的含义	163
二、饭店控制管理的目的	163
第二节 饭店控制的步骤和类型	164
一、控制的步骤	164





二、控制管理的类型	165
第三节 饭店服务质量控制	166
一、饭店服务质量的含义	166
二、饭店服务质量控制的运作	166
 案例剖析	168
课后习题	169
 第十二章 饭店法律关系	170
第一节 饭店法律关系概述	170
一、饭店法的内涵与调整对象	170
二、饭店法的产生和发展	170
三、饭店法的基本内容	171
四、饭店法律关系	171
第二节 饭店与宾客之间的权利义务	172
一、饭店与旅客之间权利与义务的产生和终止	172
二、饭店与旅客之间的权利和义务	172
第三节 饭店与其他方面的权利义务关系	176
一、饭店与旅行社之间的权利义务	176
二、饭店与物资供应部门之间的权利义务	176
三、饭店与行政主管部门之间的权利义务	176
四、饭店与员工之间的权利义务关系	177
 案例剖析	177
课后习题	178





第一章 概 述

本章说明

旅游业是以旅游资源为凭借、旅游服务设施为条件,向旅游者提供一系列旅游服务的行业,饭店是旅游供给的最基本的构成要素,是旅游业经营活动必不可少的物质条件,它作为旅游业重要服务设施之一,与旅行社、旅游交通一起被称为旅游业的三大支柱。

饭店不仅在旅游业中起着举足轻重的作用,在整个国民经济中也占据着越来越重要的地位:第一,可以创造旅游收入,尤其是外汇收入的重要组成部分;第二,是创造社会就业的重要途径,一方面其自身可吸引大量劳动力,尤其是女性劳动力,另一方面,兴建饭店设施也可提供大量就业机会;第三,饭店业的发展水平标志着接待地旅游业的发展水平,也反映了一个国家经济发展水平及其社会文明程度;第四,饭店设施完善与否、设备水平的高低和服务质量的优劣,影响着旅游者对一个城市、一个地区乃至对一个国家的总的形象评价。

要管理饭店,首先就要认识饭店,在理解饭店的概念、特点及其分类的基础上,认识饭店的运行规律。本章对饭店及饭店的一些基本概念进行阐述说明,是本书的开篇。

第一节

饭店的定义和特点

一、饭店的定义

大约在1760年左右,“饭店”一词出现在英国伦敦,英语 hotel 是将法语词汇 hotel garni 英语化得来的,原指法国贵族在乡下接待宾客的别墅,用来表示“配备家具的大厦”,后来国际饭店业沿用了这一名称。饭店的称谓很多,我国就有宾馆、饭店、度假村、山庄等称呼,在英语里饭店的名称有 hotel、inn、guesthouse、resort 等。在中国国家旅游局制定的《旅游饭店星级标准的划分与评定 GB/T14308—2003》中使用“饭店”一词来概括以上称谓,因此我们把“饭店”作为标准概念予以使用。

饭店是以某一特定的建筑物为依托, 凭借其有形的产品和无形的服务等, 来满足宾客住宿、饮食、娱乐等多方面需求, 以换取利润的经济实体。

由此可以看出, 要成为饭店, 必须具备相应的条件:

第一, 饭店必须具备一定的房屋建筑、设备设施和相关的物资物品。这是饭店提供各种产品和服务的依托, 是饭店的首要条件。

第二, 宾客来到饭店进行消费, 是要求其能够满足他们各方面的需要, 如住宿、餐饮、娱乐等, 所以, 饭店必须具备分工明确的各组织部门, 各部门各司其职。

第三, 饭店必须有经过培训的、符合饭店行业要求的从业人员, 不经培训不能上岗, 这是饭店的最基本要求。

第四, 经营理念和行规。饭店管理活动必须有一个根本的原则, 一个根本的核心思想, 这一核心思想就是饭店的经营理念。一套明确的、始终如一的、精确的经营理念, 可以在饭店中发挥极大的效能, 诸如宾客是上帝、宾至如归等都是饭店企业常用的经营理念。行规是针对整个饭店业而言的, 是法规之外的, 为了指导和规范各饭店个体及全行业的活动的一种共识, 如宾客需要在第二天中午 12 点之前退房就是一项行规。

第五, 饭店是以赢利为目的的企业, 具有商业性, 在法律上具有“法人”地位, 由饭店的总经理负责执行其管理权限。其经营必须经过工商企业登记和其他相关的报批程序, 要取得营业执照和经营所需的其他各种合格证照, 必须要在法律允许的范围内本着“自主经营、自负盈亏、自我发展和自我约束”的原则进行经营。

二、饭店的特点

饭店是一种特殊的企业, 它出售的产品可以概括为“空间”和“服务”, 这就决定了饭店业与其他行业相比较具有特殊的特点。

(一) 饭店产品的无形性

饭店产品是一种无形产品, 这是饭店最本质的特点。

饭店大部分生产的都是非物质化的、非数量的、看不见、摸不着的服务, 我们无法向宾客描述和展示生产的全过程, 宾客在事前也无法知道产品质量如何。宾客购买饭店产品, 只能就地消费, 当他离开饭店时是不会带走任何实物产品, 带走的只能是一种对饭店产品的体验。宾客在购买实物产品时, 可以亲身体验到该产品的性能、质量, 但对饭店产品, 最多给宾客展示的是饭店的硬件设施, 而饭店产品的核心部分——服务, 只能在宾客购买之后才知道。饭店的硬件设施是饭店产品的物质载体, 服务才是其本质。

宾客选择饭店, 一般根据的是自己对该饭店的感觉及其对饭店声誉了解的情况。这就决定了饭店在经营中一定要注重出声誉、创牌子和立形象, 饭店的经营者一定要比其他行业的经营者更加懂得宾客心理, 才能提供令宾客满意的产品, 如为了满足宾客希望得到很好的休息的心理, 就需要为宾客提供一张舒适的床, 一个安静卫生的环境, 并保证其休息期间不受任何人的打扰。

(二) 饭店产品的不可移动性

饭店的空间是不可移动的, 这就决定了饭店产品的不可移动性, 也决定了饭店产品的销售必须把宾客请进来, 在既定的空间范围内进行消费。所以饭店在经营时必须充分考虑





饭店的空间因素,如饭店的选址和定位、规模和面积等,并在饭店设计和建造前就根据市场定位来确定服务对象和接待能力。然而,饭店空间虽然是不可移动的,其内部结构却可进行调整,以满足不同需要,所以在饭店设计之初就必须考虑饭店空间结构以及饭店空间合理布局问题。

(三) 饭店产品的不可储存性

饭店的产品不能够像实物产品一样仓储,具有不可储存性。饭店要实现其收益,就要尽量避免空间的闲置,通过各种营销手段将饭店产品进行出售,如在销售不畅的情况下将客房进行折价销售,就是为了避免其因为空间闲置而造成的利益损失。

一般而言,实物产品的生产、交换、消费在时间和地点上是相分离的,而饭店产品的生产、交换、消费在时间上几乎是同时或者相隔时间很短,在地点上则是由宾客占据饭店空间就地消费。饭店产品即产即销,中间不存在储存、运输等环节,具有生产与销售同时的特点。

(四) 饭店业务的综合协调性

饭店要满足宾客多种多样的需求,需要其内部各个部门相互配合来完成,饭店销售的是整体产品,而不是某一项单独的产品或服务,其内部具有相当的关联性。饭店管理者应抓好各部门的业务组织工作,加强各部门之间的合作与协调,同时提高饭店内部的信息网络和管理网络的工作效率。宾客在进入饭店到离开饭店的这段时间内,除了前台部门诸如前厅、客房、餐饮等部门为其提供服务外,后台部分如工程部、绿化部等部门亦间接地为其提供服务。

(五) 饭店产品的差异性

虽然饭店提供给每一位宾客的产品和服务都是一致的,但是,对于不同的宾客,由于其生活背景不同,看重的部分不同,所以其感受到的相同的产品和服务是具有差异性的。对于同一位宾客而言,由于其所处的时间、环境和心态不同,所以对同一种产品和服务也可能会有不同的感受。

就同一种产品和服务而言,不同饭店所提供的是不同的,需要突出其各自饭店自身的特色,而同一家饭店所提供的同一种产品和服务同样具有质量、水平等的差异,这是因为在提供同一种产品和服务的不同服务人员之间具有差异性;对于同一名员工而言,由于其时间、地点、心情等方面的原因,其所提供的产品和服务亦有差异。

因此,对饭店而言,要提供标准化服务,就必须制定相关的质量规程,对员工进行培训,树立员工是饭店最宝贵的财富这一理念,坚持以人为本。

(六) 饭店行业的双重密集性

饭店是资金及人员双重密集型行业。与其他行业相比,饭店业是典型的资金密集型行业,仅低于民航业和石化业,是高资金投入、追求高回报的行业。尽管饭店资产价值有多种计算方法,但是,一般而言,国际上建造一间饭店客房通常需要投资 15 000~30 000 美元不等,全球饭店业的资产总价值应在 100 万亿美元以上,是典型的资产密集型行业。

全球饭店业的就业人数可达到全球旅游业总员工人数的 5% 以上,尤其可以解决大量的女性劳动力,是典型的人员密集型行业,而且,饭店经营管理的专业化程度极强,使饭



店企业所有权与经营权分离得较为彻底,形成了比较成熟的饭店职业人才市场。

第二节

饭店的分类与等级

一、饭店的分类

饭店业和其他行业一样,其产品和服务要有明确的推销对象和目标市场。如果目标明确,定位准确,对经营将是十分有利的,它可以避免制定推销计划的盲目性,减少广告宣传费用,也可以使宾客在选择住宿地点时,根据自己的实际需要,找到自己明确的对象。另外,饭店经营者要不断分析市场动态,制定经营策略,就需要运用饭店行业各种统计资料,与同类饭店进行比较。

根据不同的划分标准可以将饭店划分为不同的种类。

(一) 根据饭店特色及其主要客源市场进行划分

1. 商务型饭店

商务型饭店是指主要为从事商贸活动的宾客提供住宿、餐饮及商务服务的饭店。这类饭店大多数位于城市中心或商业区,客人以商务旅行者为主,住宿时间相对较长。为了适应商务宾客的需要,商务型饭店不仅要求设施富丽堂皇,而且要求服务水平高、服务质量好。这里设施设备先进完善,特别是商务所需的必须一应俱全,如国际直拨电话、传真、互联网、洽谈室、会议室、商务中心、秘书服务等,要能够很好地满足商务宾客的要求。这类饭店的利润非常高,但是宾客对其要求也是最高的,要求饭店员工具有高超的服务技能,熟悉各种礼节,至少掌握一门外语。

2. 休闲度假型饭店

休闲度假型饭店主要以接待休闲、度假及娱乐的旅游者为主,大多数位于海滨、山区、温泉、海岛、森林、湖岸等自然环境优美、气候宜人的地区,开辟有各种娱乐体育项目,如开设滑雪、骑马、狩猎、垂钓、划船、潜水、冲浪、高尔夫球、网球等活动来吸引游客。这些活动的质量往往是一个度假型饭店成功的关键。

3. 会议展览型饭店

此类饭店主要是为各种展销会、大型博览会、国际会议、经贸洽谈会等提供会议展览场所、住宿及餐饮等综合服务的饭店。会议型饭店一般都设在都市和政治、经济中心或交通方便的游览胜地,不仅要求舒适方便,而且要有各种类型、规格的会议室、展览厅、陈列室、演讲厅及洽谈室等,必须配备会议设施设备,如投影仪、影像设备、扩音设备、通信设备、视听设备等,接待国际会议的饭店还要求具备同声传译装置。这样才能较为方便地开展各种各样的商贸活动、学术交流和展览会等。会议饭店一般都配备工作人员帮助会议组织者协调和组织会议各项事务,要求饭店具有高效率的专业接待人员。





（二）根据饭店规模划分

按照规模对饭店进行划分，主要是按照饭店所拥有的客房数量对其进行划分，可以将饭店划分为大型饭店、中型饭店和小型饭店，但是在具体进行划分时，国际上盛行两种标准，需要根据实际状况进行选择。

以往，我们认为拥有 600 间以上客房的饭店为大型饭店，拥有 300~600 间客房的饭店为中型饭店，拥有客房数量在 300 间以下的饭店被称为小型饭店。目前较为适用的根据饭店的规模大小进行划分的方式，在原有划分基础上降低了对饭店客房间数的要求，能够更好地适应市场需求，即 25 间客房以下是小饭店，25~100 间客房是中型饭店，100~300 间客房是较大型饭店，300 间以上客房的是大饭店。

1. 大型饭店

大型饭店的服务项目比较齐全，设施比较豪华，通常是高收入者的首选。

2. 中型饭店

中型饭店的设施齐备、精良，服务项目齐全，价格适中合理，是一般旅游者较喜欢选择的饭店。

3. 小型饭店

小型饭店的设施和服务能满足宾客的基本需求，一般价格较为便宜，多为经济型饭店。

（三）根据饭店计价方式分类

1. 欧式计价饭店

这是指饭店客房价格仅包括房租费用的一种计价方式，不包括食品、饮料等的费用，饭店宾客有其他消费项目的时候，需要额外计费。这种计价方式是世界上大多数饭店的选择。

2. 美式计价饭店

这是指客房价格不仅包括房租费用、还包括一日三餐的费用。这种计价方式大多数应用于地处偏远的农家乐、度假村等。

3. 修正美式计价饭店

这是指客房价格包括房租费用、早餐以及一顿正餐（午餐或晚餐）的费用，更方便宾客自由安排活动。

4. 欧陆式计价饭店

这是指客房价格包括房租费用及一份简单的欧陆式早餐的费用。采用这种计价方式的饭店通常没有餐厅，其宾客的早餐的提供也常常选择外包的方式进行。

5. 百慕大式计价饭店

这是指客房价格包括房租费用及美式早餐的费用。

（四）按其他标准进行划分

按照饭店的地理位置划分，可分为机场饭店、公路饭店、城市中心饭店、风景区饭店



等。

按照营业时间进行划分,可分为全年营业饭店和季节营业饭店等。

按照饭店的建筑投资划分,可分为豪华级饭店、中等级饭店和普通级饭店。

二、饭店的等级

随着世界饭店业的快速发展,各国按照饭店的建筑、设施设备、清洁卫生、服务质量等标准,将饭店划分为不同的等级,即单体饭店所能达到的水准和级别。饭店的等级会按照不同的标识在饭店的显著位置上表示出来,一目了然。

(一) 饭店分级的目的

1. 便于客人选择,保障宾客自身利益

饭店的等级实际上是对饭店设施及其服务质量的一种鉴定和保障,对饭店进行等级划分,可以使宾客对饭店有所了解,可根据自身情况进行选择,得到相应的服务,保障自身利益。

2. 便于行业管理和监督

饭店企业的服务水平和管理水平代表着其所在地的形象,对饭店进行等级划分是一种有效的饭店行业管理手段,可以对其进行很好的控制和监督,促进饭店业健康发展。

3. 有助于饭店自身的发展

饭店的等级划分有助于饭店认清自身情况,明确其市场定位,并对其目标客源市场进行有针对性的宣传促销,展示企业形象。同时,也有利于同行之间的比较和平等、公平的竞争,便于吸取先进经验,不断完善自身设施和服务质量,提高管理水平,维护饭店声誉。

4. 有助于增强饭店内部凝聚力,提升竞争力

通过对饭店的等级划分与评定,动员全饭店员工积极参与,增强其工作责任感,激发员工的工作热情,并可通过饭店等级划分与评定,增强饭店员工的荣誉感和自豪感,从而增强饭店内部凝聚力,提升其竞争力,促进其更好的发展。

(二) 饭店等级的划分方法

饭店划分等级的做法在世界上已经较为普遍,但是由于各个国家和地区的社会文化背景不同,不同国家和地区所采用的分级制度也各不相同,用以表示级别的标志和名称也不一致。主要有以下几种标识的方法:

1. 星级制

星级制是指把饭店根据一定的标准进行等级划分,不同的等级分别用不同的星号★来表示,一般而言,星号越多,表示饭店的等级越高。这种星级划分制在世界上采用得非常普遍,如法国使用1~5星级,摩纳哥将饭店划分为四星豪华级、四星C级、三星级、二星级、一星级。中国所采用的也是五星级划分制。

2. 字母表示法

就是将饭店的等级用英文字母进行表示。此种方法在世界上亦有许多国家所采用,如

