



 新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

酒店前厅运转与管理

JIUDIAN QIANTING YUNZHUAN YU GUANLI

主编 项园园



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

酒店前厅运转与管理

主 编 项园园

高等教育出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店前厅运转与管理/项园园主编. —北京: 高等教育出版社, 2005.6

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

ISBN 7-04-016668-2

I. 酒... II. 项... 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 (2005) 第 065799 号

责任编辑 刘自挥 特约编辑 王真玲 封面设计 吴 昊 责任印制 潘文瑞

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街 1 号		021-56964871
邮政编码	100011	免费咨询	800-810-0598
总 机	010-82028899	网 址	http://www.hep.edu.cn
传 真	021-56965341		http://www.hep.com.cn
			http://www.hepsh.com

排版校对 南京展望文化发展有限公司

印 刷 江苏南洋印务集团

开 本	787×960 1/16	版 次	2005 年 7 月第 1 版
印 张	13.5	印 次	2005 年 7 月第 1 次
字 数	248 000	定 价	18.50 元

凡购买高等教育出版社图书, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

编 委 会

(按姓氏笔画排列)

主任委员:

李 刚 无锡商业职业技术学院党委书记 教授

副主任委员:

马元兴 无锡商业职业技术学院副院长

张立彬 黑龙江旅游职业技术学院副院长

赵恒伯 江西旅游商贸职业学院院长

曹少华 长沙商贸旅游职业技术学院院长

委员:

刘叶飙 九江学院旅游系主任

李贤政 浙江商业职业技术学院烹饪旅游系主任

吴 玲 江西旅游商贸职业学院旅游系党总支书记

张志宇 山西财贸职业技术学院旅游系主任

林增学 桂林旅游高等专科学校管理系主任

郭 胜 无锡商业职业技术学院旅游管理系主任

姜福金 青岛职业技术学院旅游学院院长

徐桥猛 无锡商业职业技术学院旅游管理系副主任

黄明亮 江西旅游商贸职业学院旅游系主任 教授

编写说明

21 世纪,旅游业进入蓬勃发展时期,根据世界旅游组织的预测,2020 年我国将成为世界最大的旅游目的地和第四大旅游客源国。旅游业表现出的科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源得到充分发挥等显著特征以及旅游业强劲增长的势头,已经成为我国国民经济新的增长点和许多地区国民经济的支柱产业。

我国旅游教育事业和我国改革开放同步。二十多年来,旅游教育事业的发展迅猛,到 2002 年末,全国高、中等旅游院校有约 113 所,在校学生达到 41.7 万人,形成了以中等职业教育为起点,并有高职高专教育、普通本科教育和研究生教育与各类型人才培养相结合的多层次、多渠道教育体系,为我国旅游业的发展作出了重要的贡献。党的十六大确定的全面建设小康社会的目标和加入 WTO 后旅游业发展的新形势,对旅游教育提出了新的要求。研究和解决旅游业发展过程中的现实问题,从而为旅游业的持续健康发展贡献力量,是各类旅游教育院校义不容辞的重要任务。

旅游学科是一门新兴学科,教材建设是旅游教育的主要任务,是旅游教学管理和旅游专业建设的重要环节,也是保证旅游学科教学质量的重要途径。全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会在全国高职高专旅游服务类院校的专业建设,取得了可喜的成绩。本套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材就是全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会的成果之一。

本套规划教材包括三个专业共 27 本,分别是,旅游管理专业 11 本:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《中国旅游景观》、《导游实务》、《模拟导游》、《旅游营销》、《导游情景英语》、《旅游信息管理技术》、《旅行社经营管理》、《旅游服务心理学》、《中国旅游地理》。酒店管理专业 9 本:《现代酒店管理》、《酒店营销学》、《康乐服务与管理》、《现代酒吧服务与管理》、《酒店前厅运转与管理》、《餐饮服务与管理》、《客房服务与管理》、《餐饮企业经营管理》、《酒店英语会话》。烹饪工艺专业 7 本:《中餐烹调工艺》、《西餐烹调工艺》、《烹饪原科学》、《面点制作工艺》、《烹饪营养学》、《烹饪卫生与安全》、《食品雕刻与冷拼工艺》。我们计划用两年左右的时间完成全套教材的编写出版工作。

充分体现职业技术学院培养目标和办学特色是这套教材的重要指导思想。为了把握这一指导思想,编者的选择以位于职业院校教学一线的、富有教学经验的双师型专任教师为主,教材的内容遵循理论与实践相结合原则、实用性原则、针对性原则,大

胆引入最新旅游管理的科研成果和成功的实践经验,使这套教材具有时代特色和职业教育的气息。这是一种尝试,同时,我们坚信这是我国旅游服务高等职业教学的发展方向。

这套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材是旅游高等职业教育工作者的大胆的教学改革实践,不可避免地存在许多问题,我们真诚请求专家、学者、广大教师和学生提出宝贵的意见,我们将认真收集意见,修改完善,使这套教材成为旅游服务类高等职业教育的“品牌”教材。

新世纪高职高专旅游服务类专业
规划教材编写委员会
2004年3月

前 言

前厅服务与管理是高等职业院校酒店管理专业的必修课程,因为前厅是整个酒店业务活动的起点,是在酒店各部门之间起着联络、协调、分配等作用的综合性职能部门。酒店业是中国改革开放后与国际接轨最早、国际化程度最高的行业之一。作为旅游业三大支柱之首,中国现代酒店业 20 多年来取得了长足的发展。目前我国的酒店业竞争激烈,而酒店要在竞争中胜出,只有加强管理,进一步完善各个部门的服务,在这种管理理念下,前厅部门的职能进一步细分、扩大,原来的一些教材将前厅与客房的服务与管理合并在一起的写法已经不能充分地体现前厅部门一些新服务的独立性与重要性,正是在这种背景下,我们新编了《酒店前厅运转与管理》这本教材。

在编写过程中,我们从实际出发,以酒店企业前厅部门为依托,从实际企业运作中吸取相关的实际内容,以科学严谨的态度,遵照国家标准、行业标准的要求,编写本书,使本书具有实用性、科学性和可操作性。本书特点如下:

一是侧重理论指导下的管理实务与运作。编者参观走访了酒店企业,把成功企业的前厅运转程序、管理制度、服务内容和规程适当引用到教材中,使教学 and 实际工作紧密结合,具有较好的实用性。

二是注重知识的应用性和可操作性。本教材注重突出高职高专教材的特征,着眼于前厅部门岗位群的诸多最新的现实需要,吸取了国内外前厅运转与管理的最新知识和技术,使学生得以掌握实用性强的新知识。

三是本书深入浅出,难易适度,学术性与普及性兼顾,理论性与应用性并重,知识性、科学性、实用性、创造性相结合,借以提高学生的专业技能和整体素质。每章后还专门安排了实训案例,让学生进行实践操作训练。

项园园任本书主编,编写了第二、七章,并对全书进行统稿、定稿。其他参加的人员及其分工如下:徐溢艳(无锡商业职业技术学院)编写了第一章;董静(浙江工商职

业技术学院)编写了第三章;熊铭贵(江西旅游商贸职业学院)编写了第四章;冯静(江西旅游商贸职业学院)编写了第五章;左剑(江西旅游商贸职业学院)编写了第六章。本书在编写过程中,得到了浙江商业职业技术学院旅游管理教研室各位同仁的大力支持,在此向他们表示衷心的感谢。

本书除参考了国内外有关论著,还得到了许多业内人士的帮助,在此一并表示感谢。

同时由于时间仓促,书中难免存在不足之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2005年6月

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话：(010)82028899 转 6897 (010)82086060

传 真：(010)82086060

E - mail : dd@hep. com. cn

通信地址：北京市西城区德外大街4号

高等教育出版社法律事务部

邮 编：100011

购书请拨打读者服务部电话：(010)64054588

目 录

绪论	1
第一章 酒店前厅概述	6
第一节 前厅基础知识	6
第二节 前厅部的组织机构和岗位职责	9
第三节 前厅的布局和环境	16
第四节 前厅人员素质要求	25
案例分析:情人节的礼物	31
实训案例	34
第二章 客房预订	35
第一节 客房预订服务概述	35
第二节 客房预订的分类和程序	41
第三节 客房预订的管理	50
案例分析:超额预订失败以后	55
实训案例	57
第三章 前厅接待	58
第一节 前厅接待概述	58
第二节 宾客入住程序	60
第三节 前厅接待的其他服务内容	72
第四节 涉外登记管理	81
案例分析:712 房的访客	87
实训案例	89

第四章 前厅服务	90
第一节 礼宾服务	90
第二节 行李服务	97
第三节 前厅问讯服务	103
第四节 前厅结账服务	116
第五节 大堂副理服务	129
案例分析:行李箱上的小标签不见了	132
实训案例	134
第五章 总机与商务中心	135
第一节 总机服务	135
第二节 商务中心服务	144
案例分析:客人来电感谢	152
实训案例	154
第六章 前厅销售与经营统计分析	155
第一节 前厅销售	155
第二节 前厅的客房价格管理	161
第三节 前厅经营统计分析	168
第四节 客史档案管理	177
案例分析:区分时段的弹性客房价格	181
实训案例	183
第七章 前厅沟通与协调	184
第一节 前厅沟通与协调概述	184
第二节 前厅部与各部门的沟通与协调	187
第三节 前厅的对客关系	191
第四节 宾客投诉处理	195
案例分析:妥善处理客人投诉,客人转怒为喜	202
实训案例	204

绪 论

现代酒店(Hotel)是以大厦和其他建筑物为凭借,为公众提供膳食住宿及其他相关设施与服务的综合性企业,是旅游者在旅游地食宿、消遣、购物、举行各种商务及社交活动的重要场所。

一、酒店服务的概念

酒店服务是酒店作为一个生产性企业,向宾客提供一种具有特殊使用价值的劳务产品。它是综合性的概念,包括服务设施、服务项目、服务形式、服务程序以及服务人员所提供的各种劳务,是有形的设施设备和无形服务的结合,以满足宾客不同时间、空间的各种个体需求。

因此,总的来说酒店服务是酒店为了满足宾客需求,凭借其设施设备,依据不同的服务形式和程序向宾客提供的具有特殊使用价值的劳务性产品。

二、酒店服务的性质和特点

(一) 酒店服务的性质

酒店作为企业生产和销售的产品是酒店有形设施 and 无形服务的结合。从形式上看,它往往表现为宾客在一定时间、空间内,以约定的价格取得对酒店设施的使用权,从而完成酒店产品(包括客房、餐饮、娱乐等)的价值实现。但从本质上讲,宾客的消费活动并未改变酒店设施设备的所有权的归属,而只是“参与”了酒店产品的生产。因此,酒店服务是酒店生产者以租借酒店设施的形式,对酒店消费者进行所有权的转让。

(二) 酒店服务的特点

与其他实物产品比较,酒店服务具有其自身的特点:

1. 综合性

现代化的酒店是一个具有丰富内涵的庞大系统,包括各项服务设施和服务项目,通过训练有素的酒店员工以不同的服务形式和服务程序为宾客提供服务,是“硬件”和“软件”的有机结合。随着时代的发展、社会的进步,人们对酒店服务的需求也日趋复杂和细致。这就要求酒店服务的生产者能提供“适销对路”的产品,以达到物质性产品 and 精神性产品的完美结合。

2. 生产和消费的同一性

一般性的实物产品,其价值的实现通常需要经过三个相对独立的系统,即生产领域、流通领域和消费领域。而酒店服务产品的生产和制造则不同,它的生产过程、销售过程、消费过程同时或几乎同时发生,是在作为宾客的酒店消费者的直接参与下完成的。反映到每一次具体的服务活动上,当作为酒店服务者为宾客进行每一次服务的同时,也是宾客享受、体会该项服务效用的时刻。因此,作为服务产品的提供者更有必要与宾客进行良好的交流和沟通,以帮助其实现该项服务产品的价值。

3. 不可贮存性

酒店服务产品的生产和消费的同一性,决定了其价值的不可贮存性。酒店服务作为一个独立的整体而言,是由一次次具体的不同内容的服务过程所构成的,而每一次服务过程只有一次的使用性,如宾客进店,为其拉门,微笑问候;客人用餐,热情引座,介绍菜肴等。这种服务活动一结束,使用价值便随之消失,不能贮存下来。特别是客房产品,只有 24 小时的使用寿命,当天不出租就无法实现其使用价值,被酒店行家们称之为“高度易腐产品”。

4. 质量的不确定性

酒店服务的好坏不能单纯地用一种或几种机械或物理指标参数来衡量,它受人为的因素影响较大。同样的服务过程和服务内容,不同的客人得出的消费评价往往大相径庭,其质量完全取决于客人对该项服务实质性的体验和感受。而客人又因其有着不同的身份、职业、文化程度以及个人主观偏好等,又有着不同的需要和动机,因而对一次服务的质量判定难以明确地保持一致。另一方面,客人在酒店内同时会接受几种不同的服务,其相互关联度较大,任何一次服务的失败都会影响到其他服务的质量,进而影响到该客人对整个酒店服务的评价。这就是通常所谓的酒店产品“ $100 - 1 = 0$ ”的公式。因此,酒店经营管理者应该有针对性地提供服务产品,在规范化服务中体现出有针对性的个性化服务内涵,从而在不确定的动态变化中把握服务产品质量。

5. 对员工素质的依赖性

酒店服务是酒店员工凭借设施设备向宾客提供的劳务活动。一方面,现代化的酒店配备了种类庞杂的先进设施,如何有效地运转和保养维护需要一定的知识技能。另一方面,根据服务自身的一次性和不确定性,也需要酒店服务员高度重视每一位宾客和每一次服务过程,以便使服务“一步到位,一锤定音”。这两方面都需要酒店拥有一支素质高,技能熟练的员工队伍。

酒店服务的上述特点,表明了酒店服务是一种低投入、高风险的企业产品,如何有效地把握其需求特点,为广大消费者提供乐于接受的服务产品,在宾客心目中建立良好的酒店声誉和形象,是酒店经营管理者首要关心的大事。

三、酒店服务质量

(一) 酒店服务质量的观念和界定

酒店服务质量是指酒店所提供的服务产品在使用价值上满足宾客和社会需要的程度。酒店产品由各种设施设备和物品的使用价值、实物产品的使用价值和劳务服务的使用价值所组成。从本质上讲酒店服务质量是产品的使用价值满足宾客需求的程度。适合和满足宾客需求的程度越高,则服务质量就越好;反之,服务质量就越差。一般地讲,关于服务质量的观念有两种界定:一种是广义上的服务质量,包括酒店产品三种要素的总和。本书涉及的服务质量即指的是广义的服务质量。另一种是狭义的服务质量,即指的是酒店劳务服务的质量,也即我们通常所指的服务质量的概念。

(二) 酒店服务质量的构成

1. 设施设备质量

酒店的设施设备是酒店赖以生存和发展的基础,是酒店向宾客提供服务的有形载体,也是酒店服务质量的重要内容。具体分为:

(1) 服务项目的数量和质量。包括客房种类、餐厅数量、会议室、商场、娱乐设施等,作为一项综合性的服务企业,酒店服务项目数量的设置和质量的打造,是塑造酒店自身形象、提高企业声誉的前提。

(2) 设施设备的舒适度。这是影响酒店服务质量的重要因素。它包括两个方面:一方面取决于设施设备的配置,使其和酒店的等级和客源需求相匹配,尽可能为宾客提供舒适、美好的心理体验;另一方面取决于设施设备的维修保养和日常管理,确保其正常状态是提高运行质量的有效手段。

2. 菜食产品质量

菜食产品是酒店唯一生产的实物产品,也是服务质量的一个重要组成部分。菜食是一种民族文化的反映,也是现代文化、时代精神的一种反映。旅游者的旅游目的之一就是探求异地异族的文化,所以在现代旅游中菜食占有很重要的位置。人们常说“食比住更重要”,因为旅游者随着空间的转移,住的变化不会很大,但食却千变万化,比较和竞争也很明显,故而酒店对菜食质量的管理就十分重要。它主要包括:

(1) 菜食产品的生产质量。菜食产品是直接供客人享用的,主要取决于其色、香、味、形、器五个要素的质量和厨师的烹饪水准。因而只有加强菜食产品生产过程的组织,做到配料、投料标准化,制作烹调精细化,色、香、味、形、器艺术化,卫生要求规范化,才能从根本上提高菜食产品质量。

(2) 菜食特色性和多样性。我国地大物博,历史悠久,创造了一大批富有民族特

色的菜食产品,构成了我国独特的饮食文化。其次,随着社会的进步,菜食已从单纯地满足人们营养需要转变为满足不同消费层次、不同文化背景、不同用餐形式的需要。二者互为统一,不可偏废。

3. 劳务质量

劳务质量是酒店服务质量的本质表现和主体,它是服务质量的核心内容。具体包括:

(1) 服务态度。服务态度是提高服务质量的基础。在服务实践中,良好的服务态度表现为主动、热情、耐心、周到。

(2) 服务技巧。服务技巧是提高服务质量的技术保证。它取决于服务人员自身的知识水平和专业技术的掌握程度。具体表现为按一定的操作方法和作业技能对宾客进行灵活适当地运用,以取得最佳的服务效果。

(3) 服务效率。服务效率表现为服务上能够满足客人需要的能力。没有效率的服务绝对不会是优质服务。因此,时间定量成为衡量服务质量的主要标准之一。如退房结账 30 分钟,宴会摆台 5 分钟等。它不仅是服务质量的组成部分,还涉及店风和酒店的精神面貌,因而酒店对此十分重视。

(4) 礼节礼貌。礼节礼貌是提高服务质量的重要条件,它是以一定的礼仪形式向宾客表示尊重、谦虚、欢迎、友好等的一种方式。礼节礼貌反映了一个酒店的精神文明和文化修养,体现了酒店员工对宾客的基本态度。

(5) 清洁卫生。酒店的清洁卫生体现了酒店的管理水平,也是服务质量的重要内容。酒店的清洁卫生工作主要有:酒店各部门各项项目的清洁卫生标准,食品饮料卫生、用品卫生、个人卫生等。

4. 安全状况

安全状况也是酒店服务质量的关键性问题,宾客旅居在外安全第一。不管酒店各方面工作做得多好,安全出了问题将前功尽弃。因而,安全状况也是酒店服务质量的一个重要组成部分,可分为三方面内容:

(1) 环境——心理安全。宾客外出旅行,旅居在酒店常会有一种在陌生地的不安全感。酒店在环境上要制造一种安全的气氛,给宾客以心理上的安全感。

(2) 防火防盗。“火”、“盗”是酒店之大忌。酒店要采取一切可能采取的措施,舍得投资,按消防和治安要求做好防火防盗工作。此项工作始于酒店设计建设阶段,在酒店的日常管理中更是重中之重,要做到万无一失。

(3) 侵犯骚扰事件的防止。宾客既不能受到外来的侵犯和骚扰,也不能受到内部的骚扰。如不敲门进房、半夜催账等。

5. 环境氛围

酒店的环境氛围是由酒店的装饰、环境卫生、服务设施的布局、服务人员的精神

面貌等构成。良好的服务环境能够给宾客提供舒适、方便的食宿条件,给人以美的感受。对良好的服务环境的要求是:整洁、美观、有序和安全。

服务质量是由酒店的各项服务要素构成。其中,设施设备、菜食产品是基础,环境氛围是补充,劳务质量是最终的表现形式,是适合和满足宾客需要的最后体现。因此,服务质量被称为“酒店的生命”。

酒店前厅概述

学习目的和要求

- 了解前厅部的含义
- 了解前厅部在酒店中的地位、作用及任务
- 了解不同规模酒店的前厅部组织机构类型
- 掌握前厅部主要管理岗位的职责
- 掌握前厅的布局和功能
- 掌握前厅的环境和卫生要求
- 掌握前厅人员的素质要求和前厅服务的技能技巧

第一节 前厅基础知识

一、前厅部的概念

前厅部(Front Office)是整个酒店业务活动的中心,其标志性的部门是总服务台(Front Desk),通常位于酒店大堂最显著的位置,因而称为前厅部。

前厅部是自始至终为客人服务的中心,是客人与酒店联络的纽带。前厅部通过开展预定客房业务,首先与潜在的宾客接触,接着是接待抵店客人,办理登记手续,使宾客顺利入住,为宾客提供各项前厅服务(如:礼宾服务、行李服务、问讯服务、委托代办服务等),为客人管理客账,直至送别客人离店。前厅部还为住店宾客建立客史档案,为宾客的再次光临做好准备。前厅部的这些工作带有全局性,整个工作贯穿于宾客与酒店接触及交往的全过程。

前厅部既担负着销售酒店最主要的产品——客房的事务,又负责联系和协调酒店各部门对宾客的服务工作。它在酒店业务活动进行的过程中不断收集、处理、传递信息,为酒店管理机构做出经营管理决策提供可靠的依据。因此,前厅部是酒店管理