



饭店管理概论

马勇 主编

清华版·高等院校
旅游与饭店管理专业规划教材



清华大学出版社

10111



清华版·高等院校
旅游与饭店管理专业规划教材

内容简介

本书以饭店管理概论为切入点，系统介绍了饭店业的发展历史、现状、分类、经营特点、组织结构、人力资源管理、市场营销、财务管理、质量管理、安全管理、环境保护等方面的知识。本书可作为高等院校旅游与饭店管理专业及相关专业的教材，也可供从事饭店管理工作的从业人员参考。

饭店管理

概论



马勇主编

周霄副主编

清华大学出版社 北京 地址：北京清华大学学研大厦A座 邮编：100084

http://www.tup.com.cn 电话：(010) 62770175

发行部电话：(010) 62786544 邮购部电话：(010) 62786544

印刷：北京印刷厂

封面设计：李燕

版式设计：李燕

印数：10000册

发行：清华大学出版社

开本：182×260 印张：22.25 字数：287千字

版次：2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

书号：ISBN 7-302-13482-9 / F·1294

定价：32.00元

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是教育部旅游管理专业教育教学改革项目配套教材之一。本书结合国内外最新研究成果,全面论述了现代饭店管理的基础理论、原理与方法。全书总共分为十四章,包括饭店管理概述、饭店管理理念和方法、饭店组织管理、饭店业务管理、饭店市场营销管理、饭店人力资源管理、饭店顾客关系管理、饭店投资管理、饭店设备管理、饭店服务质量管理、饭店安全与危机管理、饭店信息系统管理、饭店品牌战略管理以及饭店集团化管理等。

本书既可作为高等院校饭店管理专业师生的教材,也可作为饭店中高级管理人才的培训用书,还可以作为大中专院校旅游管理专业教师和学生的参考读本以及高等职业教育、自学考试人员的辅导资料。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理概论/马勇主编;周霄副主编. —北京:清华大学出版社,2006.8

(清华版·高等院校旅游与饭店管理专业规划教材)

ISBN 7-302-13452-9

I. 饭… II. ①马… ②周… 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(2006)第081300号

出版者:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

社总机:010-62770175 客户服务:010-62776969

组稿编辑:温洁

文稿编辑:张彦青

排版人员:房书萍

印装者:清华大学印刷厂

发行者:新华书店总店北京发行所

开本:185×260 印张:25.25 字数:597千字

版次:2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

书号:ISBN 7-302-13452-9/F·1594

印数:1~4000

定 价:35.00元

内 容 简 介

本书是教育部旅游管理专业教育教学改革项目配套教材之一。本书结合国内外最新研究成果,全面论述了现代饭店管理的基础理论、原理与方法。全书总共分为十四章,包括饭店管理概述、饭店管理理念和方法、饭店组织管理、饭店业务管理、饭店市场营销管理、饭店人力资源管理、饭店顾客关系管理、饭店投资管理、饭店设备管理、饭店服务质量管理、饭店安全与危机管理、饭店信息系统管理、饭店品牌战略管理以及饭店集团化管理等。

本书既可作为高等院校饭店管理专业师生的教材,也可作为饭店中高级管理人才的培训用书,还可以作为大中专院校旅游管理专业教师和学生的参考读本以及高等职业教育、自学考试人员的辅导资料。



清华大学出版社

[http //www.tup.com.cn](http://www.tup.com.cn)

地址：北京市海淀区双清路学研大厦A座5-7层

邮编：100084

客服电话：010-62776969

邮购电话：62786544

传真：010-62775445

试读结束 需要全本请在线购买：www.tup.com.cn





教育部面向21世纪
旅游管理专业教育教学改革工程项目配套教材
清华版·高等院校旅游与饭店管理专业规划教材

编 委 会

总主编 马 勇 田 里

副总主编 郑向敏 罗兹柏 高 峻

主编委员 (按姓氏笔画排序)

马 波 马 勇 王 琳 王远水
王远坤 田 里 叶 红 叶晓辉
龙京红 吕宛青 刘 纯 刘大可
刘爱服 牟 红 冯冬明 朱承强
肖 星 李 丽 李 昕 李 晴
李亚利 李肇荣 杜文才 陈福义
陈绍友 张文建 张德成 杨 敏
杨振之 郑向敏 郑耀星 赵 丽
赵 毅 罗兹柏 罗有贤 修月楨
高 峻 徐启明 曹华盛 韩玉灵
魏 卫

丛 书 序

进入21世纪以来,随着中国社会经济的飞跃发展,综合国力的不断增强,国民生活水平的显著提高,中国旅游业迅速发展起来,并且保持着持续发展的活力。根据世界旅游组织的预测,2020年中国将成为世界第一大旅游目的地国,并成为世界主要旅游客源国之一。在21世纪的起始阶段,中国旅游业的发展将本着“大力发展入境游,积极发展国内游,规范发展出境游”的方针,逐步发展成为出入境旅游并举的旅游客源输出大国和旅游目的地大国。

中国能够快速发展成为全球最主要的旅游市场之一,首先需要大量优秀的专业人才做支撑。旅游产业的发展运行需要管理、策划、营销、服务等多方面和多层次的专业人才体系来支撑,涉及面包括了从旅游资源的规划与开发到旅游产品的策划与设计,从旅游活动的组织创意到旅游线路的营销推介,从旅游企业的管理运营到旅游项目的筹划运作以及到各种旅游服务的实际提供与操作等等;同时,随着现代旅游产业发展呈现出的多元化、国际化趋势,旅游节庆、旅游会展、旅游地产、旅游电子商务等新型旅游产业迅速发展起来,对现代旅游从业人员提出了新的要求,也是对当前旅游管理专业的高等教育提出了新的挑战。

当前,我国旅游管理专业教学建设已有了一定的发展基础,在中国步入“十一五”新的发展时期,中国旅游专业人才的培养需要一套具有新理念、新思维、高水平的精品教材,以培养出一批符合未来中国旅游产业发展需求的合格人才。为此,清华大学出版社策划组织了国内一流旅游院校中的部分院系著名专家教授和学科带头人参与编写了这套能够适应中国旅游业发展需要的高等院校系列教材。本套教材是教育部面向21世纪旅游管理专业教育教学改革工程项目的系列配套教材,由清华大学出版社组织出版。本套教材的宗旨是进一步完善全国旅游管理专业的高等教学体系,总结中国旅游产业发展的理论成果和实践经验,推进中国旅游管理专业的理论发展和学科建设,并希望有助于提高中国现代旅游从业人员的专业素养和理论功底。

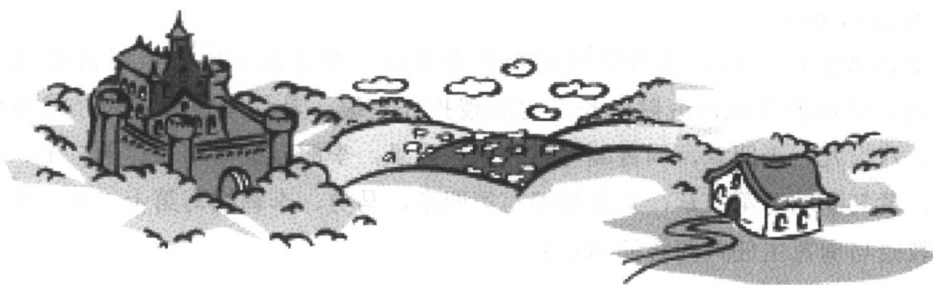
在编制本套教材的过程中,我们力求系统地、完整地 and 准确地介绍旅游管理专业的基本理论和知识,并体现资料全、观点新和体系完整的特色,尽可能地将当前

国内外旅游产业发展的前沿理论和热点、焦点问题收纳进来。本套教材既可作为全国高等院校旅游管理专业教育教学的专业教材，也可作为旅游企业专业人才培养的参考用书。本套教材由教育部工商管理教学委员会委员马勇教授和田里教授担任总主编，由华侨大学郑向敏教授、重庆师范大学罗兹伯教授和上海师范大学高峻教授担任副总主编。

本套系列教材将于2006年秋季陆续出版发行，其中刘纯教授的《现代饭店督导管理》、郑向敏教授的《现代饭店经营管理》已评为教育部国家级“十一五”规划教材。在教材的编制过程中，清华大学出版社特别邀请了全国旅游教育界和企业界的知名教授和专家学者进行了严格的审定，借此机会对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者表示衷心的感谢。

欢迎全国旅游高等院校师生和旅游专业人士的选用，并提出宝贵意见，以利于今后本套系列教材的修订与完善。

编委会
2006年7月



前 言

随着经济的发展和人们生活水平的不断提高,旅游逐渐成为现代社会人们重要的生活方式和社会经济活动之一。饭店作为人们旅游活动中不可或缺的一环,随着旅游业的发展也获得了长足的发展,且全球化趋势越来越明显。我国饭店业近年来虽然也获得了飞速的发展,但是由于起步较晚,与国外的饭店集团相比较,在经营理念、管理水平以及服务质量上都还有着一定的差距。自中国加入 WTO 以后,全球各大饭店集团纷纷进入中国市场,在强势的竞争对手面前,我国的饭店企业在面临发展机遇的同时,也在接受严峻的挑战。要提高我国饭店业的国际竞争水平,必须加强对饭店管理专业人才的教育和培训,因此人才的培养是我国饭店业发展制胜的关键。

本书正是本着提高我国饭店业从业人员的素质,全面提升我国饭店管理专业人才的学历和理论水平的初衷而编写的。在写作过程中作者参考了大量的国内外相关资料,并吸收了国内外学者的相关研究成果。全书总共分为十四章,包括饭店管理概述、饭店管理理念和方法、饭店组织管理、饭店业务管理、饭店市场营销管理、饭店人力资源管理、饭店顾客关系管理、饭店投资管理、饭店设备管理、饭店服务质量管理、饭店安全与危机管理、饭店信息系统管理、饭店品牌战略管理以及饭店集团化管理等。在内容体系上不但尽可能地涵盖饭店管理活动的各个方面内容,同时又结合当前全球饭店业发展的特点,进行了一定的创新,对饭店业的集团化、饭店投资等当前饭店企业管理方面的热点也进行了论述;此外,本书还针对饭店业经历的“非典”、海啸等危机事件,对饭店如何应对危机,实施危机管理进行了一定的探讨。在每章的开头,本书均向读者介绍了本章的学习目标以及核心概念,以帮助读者学习和掌握每一章的学习内容。本书既可作为高等院校饭店管理专业师生的教材,也可作为饭店中高级管理人才的培训教材,或作为大中专院校旅游管理专业教师和师生的参考读本以及高等职业教育、自学考试人员的辅导资料。

另外，本书配有电子课件，以适应多媒体教学的需要。下载地址：

www.tup.com.cn。

本书由教育部工商管理教学指导委员会委员、商务部中国会展经济研究会副会长、湖北大学旅游发展研究院院长马勇教授担任主编。具体写作分工为：马勇编写第一、五、八、九、十四章，周霄编写第六章、附录，李丽霞编写第三、七、十、十一、十三章，黄其新编写第二章，刘名俭编写第四章，马勇、李莉编写第十二章。全书最后由马勇教授与周霄主任共同统稿和定稿。

本书在编写过程中参考和引用了国内外的一些相关文献和资料，在此，谨向这些文献资料的作者致以诚挚的谢意。由于时间紧迫，能力所限，本书中的缺点和错误之处在所难免，欢迎各位读者批评和指正，以便我们能不断完善。

马 勇 周 霄

2006年5月于武汉



目 录

第一章 饭店管理概述 1	二、顾客满意理念..... 38
第一节 饭店管理的概念体系 2	三、超值服务理念..... 40
一、饭店概况..... 2	第三节 饭店管理的科学方法 41
二、饭店管理界说..... 6	一、效益管理方法..... 41
第二节 饭店管理的基础理论 12	二、任务管理方法..... 44
一、古典管理理论阶段(20 世纪初 到 20 世纪 30 年代)..... 13	三、系统管理方法..... 45
二、现代管理理论阶段 (20 世纪 30 年代到 60 年代)..... 14	四、人本管理方法..... 46
三、现代管理理论的再思考阶段 (20 世纪 60 年代中后期 到 90 年代初)..... 17	五、目标管理方法..... 48
四、全球化和知识经济时代的管理 变革阶段(20 世纪 90 年代以后)..... 19	第三章 饭店组织管理 53
第三节 饭店管理的核心职能 20	第一节 饭店组织管理概述 54
一、计划职能..... 20	一、饭店组织的特性..... 54
二、组织职能..... 22	二、饭店组织管理内容..... 55
三、控制职能..... 23	三、饭店组织的原则..... 58
四、领导职能..... 25	第二节 饭店组织结构 60
五、创新职能..... 26	一、饭店组织结构类型..... 60
第二章 饭店管理理念与方法 29	二、饭店组织部门构成..... 63
第一节 饭店管理的基本意识 30	第三节 饭店组织制度管理 67
一、竞争意识..... 30	一、饭店组织管理制度的类型..... 67
二、服务意识..... 31	二、饭店组织制度管理的功能..... 68
三、创新意识..... 35	三、饭店主要的组织管理制度..... 70
第二节 饭店管理的核心理念 37	四、饭店非正式组织的管理..... 72
一、顾客关系理念..... 37	第四章 饭店业务管理 75
	第一节 饭店管理的业务构成 76
	一、饭店的业务决策..... 76
	二、饭店部门的业务构成..... 78
	第二节 饭店业务运行与管理 82
	一、饭店前厅业务管理..... 82
	二、饭店客房业务管理..... 88

三、饭店餐饮业务管理	93	二、工作分析	138
第三节 饭店业务督导与控制	99	三、员工招聘	141
一、现场管理的作用	100	四、员工培训	143
二、现场管理的主要形式	101	五、绩效考评	146
第五章 饭店市场营销管理	105	六、薪酬管理	148
第一节 饭店市场营销管理概述	106	七、沟通与激励	150
一、饭店市场营销管理的概念	106	八、劳动关系	152
二、饭店市场营销管理的特征	106	第三节 饭店职业经理人的能力培养 ...	153
三、饭店市场营销管理的		一、饭店职业经理人能力培养	
主要内容	107	的重要意义	154
四、饭店市场营销管理的		二、饭店职业经理人价值诉求	155
基本要求	110	三、饭店职业经理人能力模型	
五、饭店市场营销管理的		的构建	156
系统构成	111	第七章 饭店顾客关系管理	159
第二节 饭店市场营销管理理念	111	第一节 饭店顾客关系管理概述	160
一、市场营销观念的发展	112	一、饭店顾客关系管理的概念	160
二、饭店市场营销管理的		二、饭店 CRM 的导入背景	162
主要营销理念	114	三、饭店 CRM 的实施意义	163
第三节 饭店市场营销战略管理	121	第二节 饭店顾客关系管理系统	
一、形象制胜战略	121	的构建	165
二、竞争优势战略	124	一、饭店 CRM 系统理论模块	
三、品牌支撑战略	125	的构建	165
四、网络营销战略	126	二、饭店 CRM 系统技术模块	
五、营销组合战略	128	的构建	167
第六章 饭店人力资源管理	131	第三节 饭店顾客关系管理的实施	
第一节 饭店人力资源管理概述	132	流程与策略	169
一、饭店人力资源管理的		一、饭店 CRM 的实施流程	169
内涵与特点	132	二、饭店 CRM 的基本策略	171
二、饭店人力资源管理定位	133	第四节 饭店顾客关系管理的	
三、饭店人力资源管理的目标	135	实施保障体系	175
第二节 饭店人力资源管理内容体系 ...	136	一、信息技术保障	175
一、人力资源规划	136	二、人员团队保障	177
		三、管理组织保障	177





四、合理规划保障.....	179	九、健身娱乐设备系统.....	218
五、企业文化保障.....	179	第三节 饭店设备系统管理.....	219
六、专业化管理保障.....	179	一、设备的选择与购置.....	219
第八章 饭店投资管理	181	二、设备的使用与维护.....	220
第一节 饭店投资管理概述.....	182	三、设备的更新与改造.....	225
一、饭店投资管理的概念体系.....	182	四、设备的资产管理.....	226
二、饭店投资定位原则.....	185	第十章 饭店服务质量管理	227
三、饭店投资的功能体系.....	187	第一节 饭店服务质量概述.....	228
第二节 饭店投资理念.....	189	一、饭店服务质量的涵义.....	228
一、饭店投资理念的构成要素.....	189	二、饭店服务质量的特点.....	229
二、饭店主要的投资理念.....	191	三、饭店服务质量的内容.....	230
第三节 饭店投资的盈利模式和		第二节 饭店服务质量管理体系.....	234
投资策略.....	194	一、饭店服务质量管理的原则.....	234
一、饭店投资盈利模式.....	194	二、饭店服务质量管理的客体.....	236
二、饭店投资策略.....	200	三、饭店服务质量管理过程.....	238
第九章 饭店设备管理	205	第三节 饭店全面质量管理.....	239
第一节 饭店设备管理概述.....	206	一、饭店全面质量管理的内容.....	240
一、饭店设备管理概念.....	206	二、饭店服务质量管理与	
二、饭店设备管理的意义		ISO9000 族质量标准.....	241
与任务.....	206	三、饭店全面质量管理方法.....	244
三、饭店设备管理的主体		四、提高饭店服务质量的有效途径.....	248
与岗位.....	207	第十一章 饭店安全与危机管理	251
四、饭店设备管理的内容.....	210	第一节 饭店安全管理概述.....	252
第二节 饭店设备分类.....	211	一、饭店安全的定义和内涵.....	252
一、饭店供配电系统.....	211	二、饭店安全的特点.....	253
二、空调制冷系统.....	212	三、饭店安全的重要性.....	254
三、锅炉供热系统.....	213	第二节 饭店安全管理的内容体系.....	255
四、饭店给排水系统.....	214	一、饭店安全的范畴.....	255
五、消防报警系统.....	214	二、饭店安全组织.....	257
六、电梯设备系统.....	215	三、饭店安全管理制度.....	260
七、厨房设备系统.....	216		
八、音像与通信系统.....	217		



四、发生火灾时组织自救		三、饭店信息系统运行的	
操作制度	260	安全管理	301
第三节 饭店危机管理	263	四、饭店信息系统的安全维护	302
一、对饭店危机的认识	263	第十三章 饭店品牌战略管理	305
二、饭店危机管理的		第一节 饭店品牌发展回顾及释义	306
系统机制分析	266	一、品牌的起源与发展回顾	306
三、饭店危机的战略防控对策	271	二、饭店品牌及其构成	308
第十二章 饭店信息系统管理	277	三、饭店品牌的功能	311
第一节 饭店信息系统管理概述	278	第二节 饭店品牌战略体系	313
一、饭店信息的概念、		一、品牌总体战略	314
属性和分类	278	二、品牌发展阶段战略	317
二、饭店信息系统的概念、		三、品牌发展支撑战略	318
特征和功能	280	第三节 饭店品牌塑造	319
三、饭店信息系统管理的内容	282	一、饭店品牌定位	319
四、饭店信息系统管理的意义	283	二、饭店品牌设计	322
第二节 饭店管理信息系统的运用	284	三、饭店品牌推广	324
一、饭店管理信息系统的概念	284	第四节 饭店品牌竞争战略	327
二、饭店管理信息系统的特征	285	一、饭店品牌的竞争优势	328
三、饭店管理信息系统的结构	286	二、饭店品牌扩张战略	329
四、饭店管理信息系统的		三、饭店品牌维护战略	332
功能分析	287	第十四章 饭店集团化管理	335
第三节 饭店信息系统的开发管理	289	第一节 饭店集团化发展历程	
一、饭店信息系统开发的特点	289	与路径	336
二、饭店信息系统开发的		一、饭店集团发展历程	336
一般步骤	290	二、饭店集团发展驱动力	339
三、饭店信息系统开发的		三、饭店集团形成的路径	341
总体规划	291	第二节 国内外饭店集团发展状况	343
四、饭店信息系统开发的方法	295	一、国内外饭店集团发展现状	343
第四节 饭店信息系统的安全管理	298	二、饭店集团经营模式分析	349
一、饭店信息系统安全的概念	299	第三节 中国饭店集团化发展	
二、饭店信息系统安全的影响		模式创新	351
因素分析	299		





一、世界著名饭店集团国际化 发展特征	351	附录 《旅游饭店星级的划分 与评定》	362
二、我国饭店集团发展条件 分析与障碍.....	354	主要参考文献	383
三、我国饭店集团发展模式 创新	358		



第一章 饭店管理概述

【学习目标】

1. 了解饭店和饭店管理的基本概念和内涵
2. 熟悉饭店管理的形式和框架体系
3. 熟悉和掌握饭店管理的基础理论
4. 熟悉和掌握饭店管理的核心职能

【关键词】

饭店 Hotel

职能 Function

饭店管理 Hotel Management

基础理论 Foundational Theory

