

CANLUQIYEJINGYING

餐旅

# 企业经营

主编 董倩卿

东北财经大学出版社

部编

中等专业学校教材

UNIVERSITY

97  
57719  
239  
2

X0172116

国内贸易部部编中等专业学校教材

# 餐旅企业经营

主 编 李绮霞



3 0078 7754 5



东北财经大学出版社

C

554275

# 图书在版编目(CIP)数据

餐旅企业经营/李绮霞主编.-大连:东北财经大学出版社,  
1997.3  
国内贸易部部编中等专业学校教材  
ISBN 7-81044-189-2

I. 餐… I. 李… III. ①旅馆-企业管理-专业学校-教材  
②饭食业-企业管理-专业学校-教材 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 01510 号

国内贸易部部编中等专业学校教材

## 餐旅企业经营

Canlu Qiye Jingying

|                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1997 年 3 月第 1 版   | 主 编:李绮霞           |
| 1997 年 3 月第 1 次印刷 | 责任编辑:许景行          |
|                   | 责任校对:刘铁兰          |
|                   | 出 版:东北财经大学出版社     |
|                   | 地 址:大连·黑石礁        |
|                   | 邮政编码:116025       |
|                   | 发 行:新华书店          |
|                   | 排 版:大连市华阳印刷厂      |
|                   | 印 刷:大连海事大学印刷厂     |
|                   | 开 本:787×1092 1/32 |
|                   | 印 张:8 %           |
|                   | 字 数:181 000       |
|                   | 印 数:1—8 000       |

ISBN 7-81044-189-2/F·904

定价:11.00 元

## 编 审 说 明

为适应建立社会主义市场经济新体制的要求,我部于1994年颁发了财经管理类5个专业和理工类7个专业教学计划。1996年初印发了以上12个专业的教学大纲。《餐旅企业经营》一书是根据新编餐旅管理专业教学计划和教学大纲的要求,结合我国科技进步和财税、金融等体制改革的情况重新编写的。经审定,现予印发。本书是国内贸易部系统中等专业学校必用教材,也可供职业中专、职工中专、电视中专等选用,还可以作为业务岗位培训和广大企业职工自学读物。

本书由广东省商业学校高级讲师李绮霞主编。参加编写的有:李绮霞(第一、二、七章);浙江省商业学校讲师冯文昌(第三章);福建省粮食学校讲师何紫夏(第四、八章);上海市商业学校讲师黄性瑞(第五、六章)。全书由广东省商业学校高级讲师廖献恺主审。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者不吝赐教,以便于修订,使之日臻完善。

国内贸易部教育司

1996年10月

---

## 目 录

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 第一章 餐旅企业经营概述.....         | (1)   |
| 第一节 餐旅企业概述.....           | (1)   |
| 第二节 餐旅企业的经营要素和经营职能.....   | (9)   |
| 第三节 餐旅企业的经营思想 .....       | (15)  |
| 第二章 餐旅企业经营环境 .....        | (24)  |
| 第一节 餐旅企业经营环境的含义 .....     | (24)  |
| 第二节 餐旅企业经营环境的分析 .....     | (26)  |
| 第三章 餐旅企业的宾客消费需求及其研究 ..... | (42)  |
| 第一节 餐旅企业的消费者需求 .....      | (42)  |
| 第二节 餐旅企业的宾客消费研究 .....     | (52)  |
| 第四章 餐旅企业的目标市场营销 .....     | (63)  |
| 第一节 餐旅企业的市场细分 .....       | (63)  |
| 第二节 餐旅企业的目标市场及其经营策略 ..... | (70)  |
| 第三节 餐旅企业的市场定位 .....       | (79)  |
| 第五章 餐旅企业的市场调查和市场预测 .....  | (89)  |
| 第一节 餐旅企业的市场调查 .....       | (89)  |
| 第二节 餐旅企业的市场预测.....        | (113) |
| 第六章 餐旅企业的经营决策和经营计划.....   | (139) |
| 第一节 餐旅企业的经营决策.....        | (139) |
| 第二节 餐旅企业的经营计划.....        | (165) |
| 第七章 餐旅企业的市场营销因素组合策略.....  | (187) |

---

|     |                           |       |
|-----|---------------------------|-------|
| 第一节 | 市场营销因素组合策略概述·····         | (187) |
| 第二节 | 餐旅企业的产品策略·····            | (190) |
| 第三节 | 餐旅企业的定价策略·····            | (207) |
| 第四节 | 餐旅企业的销售渠道策略·····          | (218) |
| 第五节 | 餐旅企业的促销策略·····            | (224) |
| 第八章 | 餐旅企业经营的分析和评价·····         | (235) |
| 第一节 | 餐旅企业经营分析·····             | (235) |
| 第二节 | 餐旅企业经营评价·····             | (239) |
| 第三节 | 餐旅企业经营分析与评价的基本方法<br>····· | (254) |

---

## 第一章 餐旅企业经营概述

### 第一节 餐旅企业概述

#### 一、餐旅企业的概念和基本特征

##### (一)餐旅企业的概念

餐旅企业是从事住宿、饮食等综合性服务的经济实体,是自主经营、自负盈亏的生产者和经营者,是具有一定权利和义务的法人。餐旅企业的具体称呼多种多样,如酒店、饭店、宾馆等。无论叫法如何,实为一词,都是指投宿设施,其基本内容是居住和饮食两个方面。随着餐旅业的不断发展,企业的活动内容越来越丰富。作为现代餐旅企业的概念应该是:以设备完善的建筑物为凭借,通过客房、餐饮等向旅客提供服务,并经政府注册批准的以营利为目的的社会经济组织。

##### (二)餐旅企业的基本特征

作为现代企业的餐旅企业,必须具备如下一些基本特征:

第一,现代餐旅企业是生活设施完善,且经政府批准的经营性企业。

第二,现代餐旅企业要拥有一定数量的客房,这些客房是由各种规格的房间按合理的比例组成的,而且具有相应的服

务配套设施。

第三,现代餐旅企业具有能提供有特色的美味佳肴的各类餐厅。

第四,现代餐旅企业除了向顾客提供住宿和餐饮外,还提供购物、健身、娱乐、邮电、通讯、银行、交通等综合服务项目,且这些服务项目和措施具有日益向多功能发展的趋势。

## 二、餐旅企业的基本功能和作用

### (一)餐旅企业的基本功能

从餐旅企业的概念与基本特征可以看到,餐旅企业实际上是一个食宿地,它的基本功能从古至今都是为顾客提供住宿和饮食。这种基本功能,无论是古代客栈时期还是发展到今天的现代酒店、宾馆,其食与宿的基本功能都没有改变,只是随着社会的发展,人们的需求有了深刻的变化,餐旅企业食与宿的基本功能得到了延伸,使其成为一个具有综合性功能的场所,即除了满足顾客的食宿需求外,还满足了他们在购物、商务、娱乐等方面的需求。

### (二)餐旅企业的作用

餐旅企业作为接待顾客,为顾客提供多种服务的场所,它的发展对一个国家的国民经济来说,有着重要的促进作用。具体表现在以下几个方面:

1. 餐旅企业的发展,有利于扩大国际间、地区间的交往与合作

对于一个国家、一个城市来说,餐旅企业的发展水平犹如一个“窗口”,它可以反映当地的经济发展水平及社会文明程度。餐旅企业的设施完善与否,设备水平的高低和服务质量的优劣,不仅影响着顾客的需求,同时还影响着顾客对一个国

家或一个城市的总体形象的评判。如果一个地方餐旅企业的发展水平能获得顾客的好评,就说明该地的经济发展水平及社会文明程度都比较高,这就给人们的交往与合作提供了良好的条件。从我国的情况看,自从改革开放以来,餐旅企业与其他各行各业一样,得到了迅速的发展,为进出我国的国外企业家、商人、旅游者的活动创造了良好的条件,促使了我国与国外的交往与合作,从而促进了我国经济的发展。

2. 餐旅企业的发展,可增加国民经济的收入,特别是外汇收入

一个国家的外汇收入,有很大一部分来源于旅游业。据世界旅游组织公布的统计数字,1995年旅游收入最多的是美国、法国、意大利和西班牙,收入均超过250亿美元。旅游业增长最快的是中国,旅游收入达82.5亿美元。可见,发展旅游业历来被认为是吸引外国游客,争取外汇收入的一条有效的途径。而餐旅企业是发展旅游业的物质基础,也是旅游业的重要组成部分。所以,发展餐旅业,可促使旅游业的兴旺发达,从而有利于增加外汇收入。

3. 餐旅企业的发展,可以成为提供社会就业的重要途径

一个国家,如何安排好人员就业,历来都被视为国家之大事。餐旅业是劳动密集型的综合性服务行业,大多采用手工操作为客人提供服务。因此,这一行业能大量安排劳动者就业。

4. 餐旅企业是工农业产品的重要消费场所

餐旅企业的存在,需要消耗大量的物资设备,如大批量地使用家具用品,每天需要大量的食品、煤气、水电,每天用于接送客人的交通工具等等,这些物品都是来自社会各行业各部

门。可见,餐旅业的发展为这些部门提供了巨大的消费市场,从而为各行各业的发展创造了极有利的条件。

### 三、餐旅企业的类型和等级

#### (一)餐旅企业的类型

##### 1. 按照企业规模大小划分

企业规模大小没有一个统一的划分标准。目前较通行的办法就是根据企业房间数量的多少来划分,这可分为三种类型:

- (1)小型企业。客房在 300 间以下。
- (2)中型企业。客房在 300~600 间之间。
- (3)大型企业。客房在 600 间以上。

##### 2. 按照企业经营性质和顾客特点来划分

(1)商务性餐旅企业。这类企业是以来往经商的顾客为主要服务对象的企业。其多数设在大城市的商业中心或交通枢纽地。企业内的食宿条件较好,有较齐全的商务服务设施,一般设有宴会厅、会议厅、银行和现代化的通讯设备。客人在店内不仅能食宿、娱乐,而且还能从事贸易洽谈、展销会、订货会、招待会等商务活动。

(2)度假性餐旅企业。这类企业是专为前来度假的旅客提供食宿、疗养和其他服务的,大部分设在海滨、温泉和风景区附近,主要是为了满足游客离开嘈杂的繁华都市,直接接触大自然的需要。企业内除了设有较完善的生活设施外,还有文化娱乐和疗养健康设施。度假性餐旅企业具有季节性强的特点。

(3)长住性餐旅企业。这类企业的主要服务对象是一些长住性商务办事机构的工作人员及其家属。一般来说,企业

租给顾客的是房间而不是床位。企业既提供一般服务,也提供家庭生活服务,这些房间大多采用家庭式结构套房来布置,设有家庭生活的家具和各类电气设备。一些大的房间可供一个家庭使用,小房间也可供一个人长期使用。

(4)公务性餐旅企业。这类企业是为进行各种公务旅行、参加会议、访问等的客人提供住宿、饮食和其他服务的。其中大多设在政治、经济、文化或商业中心所在的大城市,企业内的设施不仅舒适,而且有大小规格不一的会议厅、谈判厅、演讲厅、展览厅等,以满足顾客在店内从事各种公务活动的需要。

(5)机场餐旅企业。这类企业主要是供一些大型航空公司的机组人员和乘客使用,一般设在机场附近,因为客人为了赶乘第二天的飞机,往往提前住进附近的某个餐旅企业。所以这类企业内所住的大多数是只住一至两天就匆匆而走的过境客。

3. 就我国而言,还可以按照企业建筑投资的来源划分

(1)国家投资的餐旅企业。这类企业是由国家投资兴建的,其生产资料属国家所有,由政府有关部门管辖。

(2)各种集资的餐旅企业。这类企业是由国家、地方、部门、企业、集体等集资合作兴建的,归两个或两个以上的单位所有。

(3)集体投资的餐旅企业。这类企业是由城市街道、乡镇企业投资兴建的,归集体单位所有。

(4)私人投资的餐旅企业。这类企业是由国内或国外私人出资兴建的,称私营企业。

(5)中外合资的餐旅企业。这类企业是由国家和外商共

同投资兴建的。中外双方按出资比例分配利润或亏损,共同经营,共同承担风险。

(6)中外合作的餐旅企业。这类企业是由我方提供土地、劳动力等,外方提供资金、设备、技术、材料等,由双方合作兴建的。双方按协议进行利润分配和承担风险。

目前,我国的高级餐旅企业多为国家投资或中外合资形式。

## (二)餐旅企业的等级

餐旅企业的等级是针对企业的豪华程度、设备设施水平、服务范围和服务质量而言的。对于顾客来说,企业的等级可以使他们了解其设施及服务情况,以便有目的地选择适合自己要求的企业。对于企业来说,主要是便于掌握客源市场,并根据本企业的等级,明确服务标准。

### 1. 餐旅企业等级的概念

餐旅企业等级是对企业设施条件和服务质量等综合体现的总体评价。通常是由政府有关部门来制定各个等级的标准,原则上是既考虑“硬件”即物资设备等,也考虑“软件”即服务质量等。世界上各个国家餐旅企业等级的划分标准和方法不尽相同,但基本上是分五个等级。目前,世界通行的确定餐旅企业等级的标准是采用星级制标准体系。

### 2. 星级制的内容及其基本要求

采用星级制标准体系来确定餐旅企业等级就是将餐旅企业划分为五个等级,用五角星表示,即:用一颗星表示一星级,用二颗星表示二星级,用三颗星表示三星级,用四颗星表示四星级,用五颗星表示五星级。星越多,等级越高,质量越好。

我国国家旅游局于1988年颁发了《中华人民共和国评定

旅游涉外饭店星级的规定》(以下简称《规定》)和《中华人民共和国旅游涉外饭店星级标准》(以下简称《标准》),1989—1990 年对全国所有涉外餐旅企业进行了星级评定,评出了广州中国大酒店、白天鹅宾馆、花园酒店和上海静安希尔顿大酒店等几家五星级企业,及一批三星、四星级企业。1993 年国家旅游局在原《规定》和《标准》基础上修改制定了《旅游涉外饭店星级的划分及评定》标准,对星级企业提出了新的要求。近几年来,被评定的星级企业已越来越多。有关资料表明:到 1996 年初为止,我国的星级餐旅企业已达到 1747 家,其中五星级企业 39 家,四星级企业 107 家,三星级企业 522 家,二星级企业 839 家。在各星级标准中,大致有如下规定:

(1)一星级餐旅企业。一星级餐旅企业规模较小,其设备较为简单。一般只具备食宿两个方面的功能,提供最基本的服务,也有一些公共设施,如公共电话、公共卫生间及小卖部等,能满足顾客最简单的旅行要求。一星级企业的客房价格较低,服务对象主要是经济能力较低的顾客。

(2)二星级餐旅企业。二星级餐旅企业规模较小,其设备一般。除了具备食宿方面的基本设施外,还设有小卖部、公共卫生间、公用电话、美容和邮电等综合服务设施。在一部分客房内应有空调、地毯、电话、电视机等设备,并能提供较好的服务。二星级企业收费不高,很受中低档消费水平的顾客所欢迎。

(3)三星级餐旅企业。三星级餐旅企业规模一般,设备较齐备。除了提供食宿以外,还设有商场、会议厅、宴会厅、舞厅、酒吧、美容室、健身房等综合服务设施。客房内面积较大,全部客房内都有空调、电话、电视机等设施,所有的用具用品

齐全,且服务水准高。三星级企业收费较高,主要服务对象是中档以上消费水平的顾客。

(4)四星级餐旅企业。四星级餐旅企业的规模比较大,设备齐全、豪华,综合服务设施完善。企业内有多个豪华餐厅,能提供高质量的各式餐饮品。所有客房内不仅有空调、闭路电视、中央音响设备和高档的用具和用品,还有较高艺术水准的摆设和装潢。此外,还有多项服务设施,如会议厅、商务中心、舞厅、美容院、健身房、游泳池等。四星级企业属豪华型企业,收费标准高,主要服务对象是高档次消费水平的顾客。

(5)五星级餐旅企业。五星级餐旅企业是高等级的企业,其设备齐全、豪华,具有现代化的气派。企业内有多个豪华的中西餐厅,能提供高质量的各种风味的餐饮品,所有客房装修都是高标准的,并配备最高等级的“总统套房”。五星级企业的建筑规模大,环境优雅,一般都有室内花园、音乐喷泉等装饰。企业内的服务设施很完善,有较大规模的会议厅、宴会厅、舞厅,还有美容室、按摩室、桑拿浴室、游泳池、各类球场、健身房等,服务项目十分齐全,服务质量也是最佳的。五星级企业的造价高,日常管理费用开支大,故收费十分昂贵。主要服务对象是社会名流、政府高级官员、大公司经理及经济实力很强的顾客。

由于四星级与五星级的餐旅企业都属高等级的企业,要求也很高,所以在全部星级企业中所占的比例非常小。

## 第二节 餐旅企业的经营要素和经营职能

### 一、餐旅企业经营的概念

#### (一)经营的概念

经营一词,有广义和狭义之解。在我国古代就有经营一说,它含有规划创业、筹划营谋、经度营造、周旋往来、开拓发展、艺术构思等方面的意思。因此,从广义上讲,经营是泛指人们对经营办理的事业及其活动过程的运筹谋划。从这个意义上讲,经营并不是经济学的专有名词。到了近代,经营一词与商品经济的关系越来越密切,其含义也不断丰富,使其逐渐成为经济学方面的术语,这可理解为经营的狭义之解,即经营是指经济活动的主体,对自己所从事的经济事业及其活动过程的运筹谋划。这种运筹谋划指的是企业通过对内部条件的优化和外部环境的利用,按照商品经济的要求,以最少的劳动耗费,获取最佳经济效益的全部经济活动过程。这种解释的经营,具有两个明显的特点:

其一是:它与商品经营相联系。因为在商品经济条件下,生产出来的商品,存在着能否交换的问题。要使产品能够交换,生产者或经营者就必须对自己生产活动和购销活动进行运筹谋划,以使自己的活动目标与社会需求之间达到平衡统一。

其二是:它与谋取经济效益相联系。因为在商品货币经济条件下,人们从事经济活动,都必须进行运筹谋划,寻求经营条件、经营环境和经营目标之间的统一,以使自己所从事的经济活动,能够取得最大的经济效益。

## (二)餐旅企业经营的概念

餐旅企业经营,是指餐旅企业为取得经济效益的一系列经济活动的运筹谋划,是餐旅企业通过对所拥有的人、财、物等各类经营要素的优化组合,以最少的劳动耗费获取最佳的经济效益的全部经济活动过程。

## (三)餐旅企业经营与管理的关系

在餐旅企业的业务活动中,经营与管理往往是结合在一起的,所以,许多人认为经营就是管理,管理就是经营。其实,按我国的思维习惯,经营与管理不是同一个概念,它们是餐旅企业经济活动中的两个方面,具有两种不同性质的职能。餐旅企业管理是指在一定的生产方式条件下,遵循客观经济规律的要求,依照一定的原则、程序和方法,对企业的经济活动过程进行有效的计划、组织、指挥、监督和协调,以保证餐旅企业经营活动的顺利进行。经营与管理,在餐旅企业的业务中既相互联系,又相互区别。

### 1. 管理产生于经营之中,又相对独立

在早期产生的饮食店、旅店等,其经营活动都是以个体或家庭为单位来进行的。由于规模小,经营活动较简单,故凭经营者的知识、经验、能力可以有效地组织其经营活动,根本不需要专门的管理。在那时,经营与管理浑然一体,所有者、经营者、管理者三位一体,没有明显的区别。随着经营规模的不断扩大,分工协作关系的进一步深化、管理的工作量剧增,内容也越来越复杂,所有者已无法既驾驭经营,又驾驭管理。于是,管理便逐渐从经营中分离出来,成为一种专门的职能。由此可见,没有经营就不需要管理,有什么样的经营,就必然有什么样的管理与之相适应。同时,管理从经营中分化出来之

后,就成为不同于经营的一种专门的职能,有其相对的独立性,有其自己运动的规律性。

## 2. 管理既为经营服务,又驾驭经营

餐旅企业管理从经营中分离出来的目的就是为了更好地经营,帮助经营活动从可能性变为现实性。因此,餐旅企业管理一旦成为一种专门的职能,就必须以企业经营为中心内容,进行有效的管理活动。为了保证企业所有的经营活动都集中到实现经营目标的轨道上来,使整个企业像钟表一样连续不断、有节奏、有规律地正确运转,就需要有计划、组织、指挥、控制和协调的职能,以协调各环节、各部门的关系,解决矛盾,把经营的各种要素和条件按照一定的方式和比例有机地结合起来,按照一定的顺序投入经营活动过程,为经营获得良好的效果提供保证。所以说,管理为经营服务。

管理驾驭经营是指管理把经营活动过程及其要素作为施加作用的对象,通过制定经营方向、目标、决策以及具体措施,运用各种管理方法、手段来推动经营活动。

## 二、餐旅企业的经营要素

餐旅企业经营要素是指餐旅企业开展经营活动所必须具备的各种内部条件的总和。没有合格的要素或缺少适量的要素,企业就无法开展经营活动。一般来说,餐旅企业的经营要素包括人员要素、资金要素、物资设备要素和管理要素等几个方面。

### (一)人员要素

餐旅企业人员要素是指在餐旅企业工作,对餐旅业务具有专门知识、专门技能和思想品质素养符合企业等级结构要求的人,包括由总经理到基层服务员的全体人员。在企业的