

旅游管理专业学生实践教材

旅游管理专业 学生实践指导书

——现代旅游企业员工培训手册

主 编◎陶玉山

副主编◎金 花 李茜燕



中国旅游出版社

旅游管理专业学生实践教材

旅游管理专业 学生实践指导书

——现代旅游企业员工培训手册

主 编◎陶玉山

副主编◎金 花 李茜燕

中国旅游出版社

责任编辑：付 蓉
装帧设计：中文天地
责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

旅游管理专业学生实践指导书/陶玉山, 金花, 李茜燕编著.
- 北京: 中国旅游出版社, 2009. 7
(现代旅游企业员工培训手册)
ISBN 978 - 7 - 5032 - 3809 - 3

I. 旅… II. ①陶…②金…③李… III. 旅游经济 - 经济管理
- 高等学校 - 教学参考资料 IV. F590

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 114231 号

书 名：旅游管理专业学生实践指导书
——现代旅游企业员工培训手册

主 编：陶玉山

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

发行部电话：010 - 85166507 85166517

排 版：北京中广文化传播中心

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2009 年 7 月第 1 版 2009 年 7 月第 1 次印刷

开 本：850 毫米 × 1168 毫米 1/32

印 张：12

印 数：1 - 5000 册

字 数：315 千

定 价：24.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3809 - 3

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

前 言

为贯彻落实教育部教高〔2007〕1 号和 2 号文件精神,加强实践环节和产、学、研密切合作,提高学生专业实习和毕业实习质量,推进教育教学与企业生产劳动实践密切结合,进一步提高学生的专业实践能力和社会适应能力而编写本书。

本书在编写时考虑到旅游管理专业的就业方向——在旅游饭店、宾馆、酒店;旅行社;景区景点及其他涉外企业工作所必备的旅游企业管理基础理论、基础知识和职业技能等业务内容。

在现代市场经济和旅游企业如宾馆、饭店、酒店、旅行社、旅游景区景点、涉外餐厅(馆)、旅游交通等的市场竞争日益激烈的条件下,旅游业的产品就是服务。谁能提供优质服务,谁就能兴旺发达;谁要提供劣质产品,谁就必然会被市场淘汰。因此,优质服务质量是旅游企业存在和发展的重要基础。旅游企业想提供优质服务,其员工除必须具有强烈的服务意识外,还必须掌握本企业、本部门、本环节、本岗位的服务质量标准,以及为达到质量标准而必须掌握的服务操作程序。

为使学生和员工真正掌握旅游企业经营管理的国际旅游业服务质量标准和操作程序,我们主要参考了由国家旅游局负责制定和编写的《中国旅游服务质量等级管理全书》。该书是在国家旅游局领导下,历经三年,由局内各有关司室、院校、国旅、中旅、青旅和北京、上海等 20 多个城市著名的饭店、宾馆、旅行社的众多专家、学者和有实践经验的工作者等人参加编写的。在编写时还参考和借鉴了国家一流酒店组织、国际假日旅馆公司等的相关经验,并经

过多次讨论和审定。《中国旅游服务质量等级管理全书》涉及整个旅游行业各类企业质量管理标准、服务操作程序以及为实现目标所采取的各种措施。

本书分为上、中、下篇,共二十二章。其中上篇为“旅游服务基础理论”,分为六章。中篇为“旅游优质服务质量标准”,分为八章。下篇为“旅游服务基础理论”,分为八章。

本书既可作为高校旅游管理专业实践教材,也可作为旅游饭店、宾馆、酒店、旅行社、旅游景区景点等涉外企业员工的培训教材。

副主编:吉林农大发展学院金花、陶金红、蔡丽梅,长春大学光华学院李茜燕、周博、王裕光、姜鸥、李春梅,苏州水连天国际会馆总经理崔伟国,浙江台州香溢大酒店客房部经理芦明等。

本书在“校企合作”办学和编写过程中得到了长春吉隆坡大酒店人力资源部经理张国庆、房务部总监姜玉清、餐饮部总监杨春林、管家部总监韦丽娜,长春名人酒店总经理助理张维公,香格里拉大饭店前厅部经理薛大陆,广东省东莞市旅游局培训中心李建平,东莞市国际旅行社主任孙鹤文,东莞龙泉国际大酒店总经理张振刚、人力资源部经理张转娣、招聘部经理曾伟,北京亚泰饭店总经理王永波,北京天龙源温泉家园人事部主管郑伟,长春卓展天天酒店人事培训部经理丁宁,长春华苑宾馆人力资源部经理刘宁,中国(香港)名人城市酒店管理集团人力资源部总监张津津,杭州名人浙江饭店常务副总经理方霞萍、人事部经理吴晓虹,南京名人城市酒店行政部总监徐建军、人力资源部经理王金玲、招聘部主任李霞,长春华天大酒店总经理傅景宏、人力资源部经理郑刚、培训中心主任刘丽玲、人事部招聘主管张烨等人的大力支持,在此深表谢意。

陶玉山

2009年6月18日

目 录

CONTENTS

上篇 旅游服务基础理论

第一章 旅游服务概述	2
第一节 旅游服务概述	2
第二节 旅游服务的基本宗旨、原则和要求	8
第二章 旅游服务质量管理	14
第一节 旅游服务质量概述	14
第二节 旅游服务质量管理的产生和发展	19
第三节 旅游服务质量管理	21
第四节 旅游服务质量管理原则和要求	26
第三章 标准化、程序化、制度化服务质量管理	30
第一节 标准化服务质量管理	30
第二节 程序化服务质量管理	31
第三节 制度化服务质量管理	32
第四章 旅游服务全面质量管理	34
第一节 服务人员素质管理	34
第二节 劳务产品质量管理	36
第三节 服务环境质量管理	37
第四节 设施设备质量管理	39
第五节 实物产品质量管理	40

第六节	服务用品质量管理	42
第七节	原始记录质量管理	43
第八节	质量信息及其计量管理	45
第九节	服务质量管理控制	46
第五章	旅游服务质量等级通用标准	49
第一节	饭店服务质量等级通用标准	49
第二节	旅行社服务质量等级通用标准	57
第三节	游览参观点服务质量等级通用标准	64
第六章	旅游企业等级标准	66
第一节	优质服务企业标准	66
第二节	良好服务企业标准	67
第三节	合格服务企业标准	69

中篇 旅游优质服务质量标准

第七章	前厅优质服务质量标准	72
第一节	大堂副理服务质量标准	72
第二节	柜台预订和接待服务质量标准	75
第三节	问询、留言、行李、邮件服务质量标准	80
第四节	电话总机服务质量标准	83
第五节	商务中心服务质量标准	85
第六节	宾客结账、贵重物品保管服务质量标准	87
第八章	客房优质服务质量标准	90
第一节	客房设备与用品质量标准	90
第二节	客房安全与卫生服务质量标准	93
第三节	宾客住店服务质量标准	97
第四节	特殊情况处理服务质量标准	101
第五节	宾客退房离店服务质量标准	104

第九章 洗衣房优质服务质量标准	105
第一节 洗衣房配置和设备用品质量标准	105
第二节 客衣送洗、洗涤及纠纷处理	106
第三节 棉织品洗送和洗涤及其更新服务质量标准	108
第十章 餐饮优质服务质量标准	111
第一节 餐厅配备、设备与用品质量标准	111
第二节 餐厅环境与卫生服务质量标准	114
第三节 餐厅菜单饮食产品种类及质量标准	116
第四节 餐厅摆台质量标准	119
第五节 中、西餐零点服务质量标准	121
第六节 中西餐宴会服务质量标准	123
第七节 团队用餐服务质量标准	127
第八节 自助餐厅服务质量标准	128
第九节 咖啡厅、酒吧服务质量标准	129
第十节 自助餐宴会、冷餐会和鸡尾酒会服务质量标准	135
第十一节 食品展销服务质量标准	138
第十二节 客房送餐服务质量标准	139
第十三节 厨房环境与设备质量标准	141
第十四节 厨房食品原料采购、储藏与生产服务质量标准	143
第十五节 特殊情况处理服务质量标准	145
第十六节 餐厅收银服务质量标准	147
第十一章 康乐优质服务质量标准	148
第一节 健身俱乐部(中心)服务质量标准	148
第二节 洗浴中心服务质量标准	153
第三节 夜总会服务质量标准	156
第十二章 商品优质服务质量标准	162
第一节 商场配置与设备服务质量标准	162
第二节 商场环境与卫生服务质量标准	164

第三节	商品花色品种、商品陈列服务质量标准	165
第四节	柜台销售与收款结账服务质量标准	166
第五节	售后服务质量标准	168
第十三章	旅行社优质服务质量标准	170
第一节	对外联络、宣传招徕服务质量标准	170
第二节	对外销售、洽谈合同服务质量标准	172
第三节	散客销售、接待安排服务质量标准	173
第四节	团队交接、行李交运和宾客安全服务质量标准	175
第五节	带客游览、购物、观看文娱节目服务质量标准	178
第六节	宾客投诉及宾客特殊情况处理服务质量标准	180
第七节	送宾客离站服务质量标准	182
第十四章	游览参观点优质服务质量标准	183
第一节	游览参观点保护和环境管理服务质量标准	183
第二节	游览参观点标牌和售票及接待服务质量管理标准	184
第三节	参观点停车场、摊点、商店管理服务质量标准	186
第四节	游览参观点安全、卫生和厕所管理服务质量标准	187
第五节	宾客投诉及特殊情况处理服务质量标准	189

下篇 旅游优质服务程序

第十五章	前厅优质服务程序	192
第一节	门厅迎送宾客服务程序	192
第二节	宾客行李服务程序	193
第三节	宾客入住登记服务程序	199
第四节	商务中心服务程序	206
第五节	电话总机服务程序	212
第六节	委托代办服务程序	216
第七节	问讯、留言、邮件服务程序	220

第十六章 客房优质服务程序	229
第一节 新客入住服务程序	229
第二节 VIP 贵宾入住接待服务程序	232
第三节 住店宾客服务程序	234
第四节 客房卫生服务程序	236
第五节 卫生间服务程序	244
第六节 客房酒吧服务程序	246
第七节 楼层服务程序	247
第八节 晚间整理服务程序	251
第九节 公共卫生清洁服务程序	254
第十节 特别服务程序	259
第十一节 宾客离店服务程序	261
第十七章 洗衣房优质服务程序	264
第一节 客衣收取、洗涤和发放程序	264
第二节 棉织品洗涤、交换和更新服务程序	267
第三节 工作服洗涤服务程序	270
第四节 布草房及制服房服务程序	271
第十八章 餐饮优质服务程序	273
第一节 餐厅环境与设备维护标准	273
第二节 餐厅和食品卫生服务程序	275
第三节 菜单设计程序	278
第四节 餐厅铺台服务程序	280
第五节 迎宾领位服务程序	282
第六节 客人订餐服务程序	283
第七节 团队用餐服务程序	284
第八节 中餐零点服务程序	285
第九节 自助餐服务程序	288
第十节 西餐服务程序	289
第十一节 咖啡厅服务程序	292

第十九章 康乐优质服务程序	295
第一节 健身俱乐部(中心)服务程序	295
第二节 洗浴中心服务程序	302
第三节 夜总会服务程序	313
第二十章 商品部优质服务程序	321
第一节 商场环境和卫生服务程序	321
第二节 橱窗设计服务程序	325
第三节 柜台上货和商品陈列服务程序	326
第四节 接待顾客和柜台售货服务程序	328
第五节 商品包装和结账服务程序	331
第六节 售后服务程序	333
第二十一章 旅行社优质服务程序	335
第一节 对外联络和宣传招徕服务程序	335
第二节 对外销售和洽谈合同服务程序	337
第三节 散客组织和接待安排服务程序	338
第四节 团队交接和交运行李服务程序	340
第五节 带客游览、购物和观看节目服务程序	343
第六节 特殊情况处理服务程序	345
第七节 送客离站服务程序	350
第八节 客人安全服务程序	351
第二十二章 游览参观点服务程序	355
第一节 全陪导游服务程序	355
第二节 地方导游服务程序	359
第三节 景区、景点导游服务程序	374

上篇

旅游服务基础理论

第一章 旅游服务概述

第一节 旅游服务概述

一、旅游服务的概念

旅游服务是以一定的物质资料为凭借,为满足旅游者食、住、行、游、购、娱等各种消费活动需要所提供的服务。旅游服务是社会服务领域的一个分支,是人类旅游活动的产物。它随旅游业的发展而发展,是发展旅游业的生命。

旅游服务是商品经济性质的服务,服务劳动的经营者和提供者把旅游服务当做商品来经营,同旅游消费者进行商品交换。人类最初的旅游活动是旅游者个人为经商、贸易、考察游历或从事其他活动而外出旅行。与此同时,提供交通、住宿、饮食等服务劳动的经营者或提供者便同旅游者个人产生了商品、货币关系。所以,旅游服务从一开始就是商品经济性质的服务。旅游服务已成为包揽为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等各种消费需求的综合性强、横断面宽的主要服务行业。旅游服务的商品经济性质也在深度和广度上更加充分地表现出来。

二、旅游服务的基本要素

旅游服务的基本要素主要包括四个方面:

1. 劳动者。是旅游服务劳动的主体。他们在服务过程中运用物质资料来创造使用价值,满足客人的消费需求,但是,他们运用物质资料为的是创造使用价值,大多不创造新的实物产品,物质资料仅仅是服务劳动的物质凭借,是服务产品的生产能力。他们是

以劳动的直接形式(即活动本身)为主来满足客人的消费需求,这些活动的使用价值,就是旅游服务质量。因此,在旅游服务劳动中,劳动者成为运用物质资料、提高服务质量的首要因素。

2. 劳动资料。是旅游服务劳动的物质凭借。它们主要表现为服务设施、设备、用品和劳动工具等。人们只有凭借这些劳动资料才能提供优质服务。劳动资料在旅游服务劳动中的作用主要表现在四个方面:一是维持企业服务产品的生产能力。飞机、火车、轮船、汽车、客房的设施、设备和消耗用品,餐厅的桌椅和服务用品等,都是劳动资料。它们是旅游企业服务产品生产能力的体现,没有这些劳动资料,就没有旅游服务产品的生产能力,也就无法从事旅游服务劳动;二是体现企业提供的服务的等级规格。各种类型的旅游企业,其等级规格的高低,主要是由设施、设备和服务用品的档次和质量来决定的。服务设施、设备和用品的档次越高、越舒适、越豪华,企业的等级规格就越高。因此,保证设施、设备和服务用品同企业的等级规格相适应,使其始终处于完好状态,就成为保持企业等级规格、提供优质服务的主要条件;三是企业职工劳动的凭借。旅游服务不能在真空中进行。企业的设施、设备和用品,在尚未提供服务时,它反映企业的服务能力。客人一经到来,企业职工就利用这些设施、设备和服务用品,按照客人的要求提供服务;四是客人消费的物质对象。客人介入服务劳动过程中,有的劳动资料成为客人消费的物质凭借,如飞机座位、火车车厢、饭店基础设施和装饰设备等;有的成为客人的消费对象,如企业空调、冰箱、电视、餐茶用品、客房消耗用品等。

3. 消费者。是旅游服务劳动的享受者和支配者。他们在服务过程中既是企业的服务对象,又指挥和支配服务人员的劳动。在旅游服务劳动中,劳动者既要按照企业的要求运用物质资料来提供服务,又要在客人的支配下从事具体劳动,他们必须同时接受来自两个方面的要求:一是如旅游汽车服务。客人到来前,司机和车辆处于待命状态,客人到达后,司机要按照客人指定的地点或线路

行驶和停留。二是饮食服务。客人到来时,厨房和餐厅只维持着服务能力,客人点菜或提出要求后,厨师和服务员就按照客人的要求烹制食品和提供具体服务。各种旅游服务劳动都是如此。因此,消费者介入旅游服务劳动中以后,就要求服务劳动的经营者和提供者必须尊重客人的要求,接受客人的支配,按照客人的具体需求提供恰当的服务。

4. 劳动对象。是旅游服务劳动的作用对象和劳动力的指向物。旅游服务劳动和生产物质产品的劳动不同。生产物质产品的劳动,其劳动对象只有劳动资料,而没有其他旅游服务劳动,因消费者介入其中,其劳动对象就变得多样化。主要包括三个方面:一是企业的设施、设备和各种物质用品,劳动者运用这些劳动资料为客人提供服务。如设施设备的维修保养、客用消耗用品的组织供应等;二是客人指定或提供的特定物质资料。劳动者根据客人的要求,对这些特定的物质资料进行加工或处理,使其符合客人的要求而提供服务。如客衣服务、客人物品的修理服务、行李服务、客人照片冲洗服务等;三是消费者本身,即服务对象。从本质上说,旅游服务劳动的提供者运用设施、设备和各种物质用品和客人指定或提供的特定物质资料所进行的劳动,都是为旅游消费者服务的,所以,消费者本身也是服务劳动的对象。除此之外,客人还可以将自己的身体作为劳动对象,如理发服务、美容服务、按摩服务等。

三、旅游服务的种类

旅游服务的种类可按三种分类方法进行分类。

1. 按旅游活动的进程可分为六种:一是旅游交通服务。包括民航、火车、游船、旅游汽车服务等;二是游览参观服务。主要表现为旅行社的线路安排、导游接站、参观讲解和游览参观等所提供的服务;三是客人住宿服务。包括与客人住宿有关的预订、接待、行李、客房等各种服务;四是客人饮食服务。包括饮食安排、产品生产、餐厅销售、品尝风味等各种类型的餐厅服务;五是旅客购物服务。主要表现为各种旅游商店、商场所提供的商品销售服务;六是

旅游娱乐服务。包括饭店宾馆的综合服务设施,各种文娱、体育、健身娱乐和为满足客人夜生活需要所提供的各种服务。上述各种服务构成食、住、行、游、购、娱等旅游服务过程的六大要素,这些服务在客人旅游活动的进程中是交替进行的。提供这些服务的行业、部门和企业大多开展多种经营,可以同时提供多种服务。这是由旅游者在旅游活动进程中消费需求的多样性决定的。

2. 按旅游服务的表现形式可分为三种:一是运动形式的服务。以活动本身为消费对象,只提供使用价值,没有实物产品转让;二是实物形式的服务。对物质资料进行加工或处理,创造出实物产品,又通过活劳动消耗提供给客人消费;三是附着形式的服务。客人指定,提供劳动对象或以自己的身体作为劳动对象,服务劳动的结果附着在客人指定、提供的劳动对象上或形成客人的感受,满足客人的消费需求。

3. 按从事旅游服务的程度可分为两种:一是专营旅游服务。专门或直接经营旅游业务的企业所提供的旅游服务,包括旅行社、饭店宾馆、旅游汽车公司、游船服务公司等企业提供的服务;二是兼营旅游服务。即同时为旅游者和国内居民提供服务的企业或单位所提供的旅游服务,主要表现为涉外餐馆、旅游商店、游览参观点、各种娱乐企业等所提供的服务。

四、旅游服务的基本特点

旅游服务的基本特点除具有一般服务劳动的共同特点外,还有其自身的特点:

1. 涉及范围的广泛性。现代旅游业是一种综合性强、横断面宽的服务行业。旅游服务涉及旅游活动的全过程。旅游者准备外出旅行,需要旅游宣传、广告、咨询等服务;参加团队旅游,需要旅游批发商、中间商、零售商提供服务;旅行生活开始,需要飞机、火车、轮船等提供交通服务;到达目的地,需要海关检查、导游接站、饭店食宿等服务;在目的地的旅行游览,又需要旅游汽车、游览参观点、导游讲解、购买商品、品尝风味、娱乐消遣等一系列服务;直

到旅游活动结束,旅游者一刻也离不开旅游服务。提供这些旅游服务的经营单位包括民航、铁道、水运、汽车、旅行社、饭店宾馆、涉外餐馆、旅游商店和园林、宗教、文化、艺术、体育、娱乐场等各行各业,它们分属国民经济各部门,其涉及范围十分广泛。从一个国家、一个地区旅游服务质量管理来看,只有加强行业管理,搞好宏观协调,统一制定不同类型的旅游服务质量等级标准,保持各部门、各行业旅游服务之间的衔接和协调,才能适应旅游者多层次的消费需求,维护旅游经营者和旅游消费者的合法权益。

2. 服务过程的关联性。现代旅游是以客人的旅游活动过程为主线提供服务的。旅游者在旅游活动的不同阶段和不同环节所需要的各种服务互相联系,互相依存,互为条件。旅行社提供客源组织和游览参观服务,旅游交通提供客运服务、饭店宾馆提供食宿服务,旅游商店、涉外餐馆和各种游览参观点提供配套服务。从一个国家、一个地区旅游服务质量的要求来看,它们是一个整体,任何一个环节发生中断或出现严重质量问题,都会影响整个旅游服务的形象和声誉。即使是一家具体的旅游服务企业,其服务劳动过程也是互相关联的。如饭店宾馆前厅提供客源组织和接待服务,客房提供住宿服务,餐厅提供饮食服务,商品部和各种综合服务设施提供配套服务,工程、安全、财务等部门提供后勤保障服务,它们也是互相依存、互相联系、互为条件的。因此,无论是一个国家、一个地区或一家企业,其服务过程的组织,都必须注重整体效果,强调各个阶段、各个环节的服务之间的互相联系,旅游服务质量等级标准的制定和检查评定,也必须从整体效果出发,强调服务质量综合效果。

3. 服务方式的多样性。现代旅游者从外出旅游到旅游活动结束,其消费需求形式多样,纷繁复杂,必然带来服务方式的多样性。不仅食、住、行、游、购、娱等各种服务方式不同,就是同一要素的具体服务劳动也不一样。如同样是“行”,飞机、轮船、火车和汽车的服务方式各不相同;同样是“游”,文化旅游、观光旅游、考古旅游、