

GXJH 工学结合新思维高职高专财经类
“十二五”规划教材

总主编 钱伟荣 魏秀敏

JiuDian JingYing Yu GuanLi
酒店经营与管理

主 编 祁 欣
副主编 李 锦 钱亚妍



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材

酒店经营与管理

主 编 祁 欣

副主编 李 锦 钱亚妍

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店经营与管理 / 祁欣主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2010
工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材
ISBN 978-7-81134-848-4

I. ①酒… II. ①祁… III. ①饭店 - 企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 189181 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

酒店经营与管理

祁 欣 主 编

责任编辑: 姚德骥 高 卓

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 16 印张 369 千字

2010 年 10 月北京第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-848-4

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 25.00 元

出版说明

工学结合新思维高职高专财经类“十二五”规划教材是对外经济贸易大学出版社贯彻教育部教高〔2006〕16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》精神,联合天津对外经济贸易职业学院、天津职业大学、河北工业职业技术学院、北京工业职业技术学院、天津国土资源和房屋职业学院、天津海运职业学院等国家、省(直辖市)级示范性高等职业院校推出的一套面向高职高专层次、涵盖不同专业的立体化教材。本系列教材包括国际经贸、财会金融、工商管理、物流管理、电子商务、旅游与酒店管理六个专业。

根据教高〔2006〕16号文件关于“高等职业院校要积极与行业企业合作开发课程,根据技术领域和职业岗位(群)的任职要求,参照相关的职业资格标准,改革课程体系和教学内容,建立突出职业能力培养的课程标准,规范课程教学的基本要求,提高课程教学质量”的要求,本套教材以提高学生专业实际操作能力和就业能力为宗旨,采取情景模块、案例启发、任务驱动、项目引领、精讲解、重实训的编写方式,让学生在理论够用的基础上,在专业技能培养环节,特别是“教学做一体化”方面有所突破,“确保优质教材进课堂”。

根据国家职业教育的指导思想,目前我国高职高专教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位,其教材建设突出强调应用性和适用性,既要满足专业教育,又能适应就业导向的“双证书”(毕业证和技术等级证)的人才培养目标需要。根据教育部提出的高等职业教育“与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材”的要求,本套教材的作者不仅具有丰富的高等职业教育教学经验,而且具有企业第一线实践经历,主持或参加过多项应用技术研究。这是本套教材编写质量与高等职业特色的重要保证。

此外,本套教材配有教师用PPT文稿,方便教师教学参考。

愿本套教材的出版对“十二五”期间我国高等职业教育的创新发展和高职人才培养质量的稳步提升有所助益!

对外经济贸易大学出版社

2010年2月

前言

近年来,我国旅游业发展势不可挡,酒店从业人员的需求量也日益增多,对员工素质的要求也越来越高。为培养出更多掌握了酒店服务客户知识的实用性旅游服务人才,我们调研走访了大量的酒店就业的毕业生和酒店部门经理,从调研中我们得知高职高专旅游和酒店专业的学生已经成为旅游服务业从业大军中的主要力量,并成就了我们编写本教材的直接动因。为了使学生学习本书后能够达到实际工作的上岗水平,实现就业的零过渡,我们组织了具有丰富的实践与教学经验,并且在酒店从事过管理工作,具备实战经验的教师,参考与借鉴众多国内酒店业的成功经验,本着学以致用为目的编写了本教材。

本教材在编写过程中,紧密跟踪高职高专层次课程改革趋向,本着“项目导向、任务驱动、工学结合、能力培养”的原则,对本课程的教材建设进行了任务驱动模式的探索,打破传统教材按章节编排的体例,以酒店各业务部门所包括的主要岗位群的真实工作情境为依据来组织教学内容。每个工作情境又按真实的工作环节分为若干学习项目。为了让学生感受真实的工作现场,每个项目都以任务为导向,通过模拟完成具体的工作任务,让学生能够体验高星级酒店从业人员的职业要求,使学生养成良好的职业习惯,形成良好的职业素养,使教学效果最大化。

在本书的编写过程中,得到了多位从事酒店管理的一线专家和多为教授的帮助和支持,在此表示衷心感谢。本书由祁欣主编,并负责拟写提纲、对全书进行统稿、定稿。本书具体分工如下:项目一、三:天津对外经济贸易职业学院祁欣;项目二、七、八、九:天津对外经济贸易职业学院李锦;项目四、五:天津国土资源和房屋职业学院钱亚妍;项目六、十一:天津对外经济贸易职业学院柳礼奎;项目九:天津赛象酒店柴琳琳;项目十:青岛职业技术学院徐建国。

本书适用于旅游管理、酒店管理等专业二、三年制高职学生使用,还可供自学者及其他相关工作人员参考阅读。

由于时间仓促、个人认识水平和实际工作环境所限,在书中难免会存在疏漏和不妥之处,恳请各位专家和广大读者不吝赐教,以便作进一步修订使之日臻完善!

编者

2010年6月

目 录

项目一 酒店管理概论	1
任务 1.1 初识现代酒店	1
任务 1.2 区分酒店	3
任务 1.3 认识酒店管理	9
任务 1.4 了解现代酒店集团	14
项目二 酒店组织管理	23
任务 2.1 组织结构设计	23
任务 2.2 认识组织管理制度	31
项目三 酒店营销管理	39
任务 3.1 认识酒店营销管理活动	39
任务 3.2 掌握现代酒店营销的规则	41
任务 3.3 酒店市场调研与市场分析	43
任务 3.4 酒店营销战略计划的制定	45
任务 3.5 酒店营销创新	47
项目四 酒店前厅服务管理	53
任务 4.1 前厅工作环境认知	53
任务 4.2 预定	58
任务 4.3 入住登记	65
任务 4.4 前厅收银	72
项目五 酒店客房服务管理	83
任务 5.1 客房工作环境认知	83
任务 5.2 客房服务	88
任务 5.3 客房清洁服务	92
项目六 酒店餐饮服务管理	103
任务 6.1 走进餐饮业	103
任务 6.2 菜单设计与管理	105

2 酒店经营与管理

任务 6.3	餐饮原料管理	109
任务 6.4	厨房生产管理	114
任务 6.5	餐厅服务与管理	118
任务 6.6	宴会管理	123

项目七 酒店服务质量管理 131

任务 7.1	认识酒店服务质量	132
任务 7.2	酒店服务质量管理环节	135
任务 7.3	酒店服务质量管理方法	138
任务 7.4	了解酒店服务质量衡量标准与评价体系	143
任务 7.5	服务补救——处理顾客投诉	146

项目八 酒店公共关系 153

任务 8.1	认识酒店公共关系	153
任务 8.2	酒店企业 CIS	163

项目九 酒店人力资源的开发与管理 169

任务 9.1	认识人力资源开发	169
任务 9.2	招聘酒店员工	172
任务 9.3	酒店员工的培训	175
任务 9.4	酒店员工激励	179

项目十 酒店设备物资管理 183

任务 10.1	认识酒店设备和设备管理	183
任务 10.2	酒店物资管理	187

项目十一 酒店安全管理 199

任务 11.1	认识酒店安全管理	199
任务 11.2	酒店前厅部安全管理	203
任务 11.3	酒店客房安全管理	210
任务 11.4	酒店餐饮安全管理	214
任务 11.5	管理酒店危机	218

附录 225

参考文献 248

项目一 酒店管理概论

工作任务目标

通过本章的学习,要求学生:掌握现代酒店、酒店资源的定义、概念;了解酒店的种类、等级、功能与星级酒店的审批与管理;掌握现代酒店管理的特点与管理的内容;了解现代酒店集团的优势、联合形式、结构关系等概况。

任务 1.1 初识现代酒店

(一) 认识现代酒店

现代酒店,是指向各类旅游者提供食、宿、行、娱、购等综合性服务,具有涉外性质的商业性的公共场所。

在现代酒店概念中,特别强调综合性服务、涉外性质、商业性和公共场所四个子概念。

1. 综合性服务

酒店综合性服务的概念表明现代酒店与一般企业不同,酒店所提供的产品是多种产品的组合,这些产品既有有形产品,又有无形产品;既有一次性消费产品,又有多次性、连续性消费产品。综合性服务的概念不仅表明了酒店产品形式的综合性,而且表明了酒店产品在产、供、销方面的综合性;不仅表明了酒店在对客人服务中的综合性,而且也表明了酒店经营管理中的综合性。在酒店的服务管理中经常提到的“ $100 - 1 = 0$ ”和“ $100 - 1 < 0$ ”,就是现代酒店综合性服务概念的一种反映。现代酒店中的综合性服务概念使酒店的管理困难化。

2. 涉外性质

涉外性质的概念表明了现代酒店不仅要接待各类国内旅游者,而且要接待各类国际旅游者。酒店的服务管理人员不仅要懂得酒店所在地政府的方针、政策,而且要了解熟悉国际惯例、风俗习惯以及国与国之间交流往来的政策;不仅要提供符合本国、本地区旅游者所需要的酒店产品,而且要提供满足各类国际旅游者的服务与管理。现代酒店中的涉外性质概念使酒店的经营管理趋于复杂化。

3. 商业性

商业性的概念表明了现代酒店是一个经济实体,是一个必须要产生经济效益才能生存的企业,它要求酒店的经营管理必须要符合市场的规律,必须迎合市场的需求和满足市场的需要;要以顾客、市场为导向,要做到“宾至如归”;要考虑酒店产品的产、

2 酒店经营与管理

供、销,不断改进产品的质量,提高市场竞争力;要遵循经济规律,搞好经济核算,控制成本,提供利润;要面对市场,敢于竞争、善于竞争。现代酒店的商业性概念使酒店的经营管理具有风险性。

4. 公共场所

公共场所的概念反映了现代酒店是一个生活、文化科技交流、社交活动的中心,是一个除了“衣冠不整者”以外任何人都可以进去的公共区域。这个概念要求酒店的管理人员要具有安全保卫的意识,既要保护酒店财产的安全,又要保护客人的生命、财产安全;既要维护客人的各种利益,又要维护酒店的利益。这个概念要求酒店的经营管理者要充分认识和理解客人的需求,既要满足住店客人的需求,又要满足各种进入酒店非住店客人的需求;既要让住店客人感到酒店的安全和温馨,又要保证酒店作为公共场所的形象和作为生活、科技文化交流、社交中心的功能。现代酒店中的公共场所概念使酒店的经营管理复杂化。

(二) 现代酒店应具备的条件

现代酒店是在古代“亭驿”、“客舍”和“客栈”的基础上,随着人类的进步和社会经济、科学文化技术、交通、通信的发达而发展起来的。现代社会经济的发展,带来世界旅游业的兴旺,酒店业也随之迅速发展起来,而且越来越豪华,越来越现代化。用现代眼光来看,旅游酒店都应该是现代化的酒店。

现代化的酒店应具备下列条件:

1. 是一座现代化的,设备完善的高级建筑物;
2. 除提供舒适的住宿条件外,还必须有各式餐厅,提供高级餐饮服务;
3. 具有完善的娱乐设施、健身设施和其他服务设施;
4. 在住宿、餐饮、娱乐等方面具有多方面、高水准的服务。

(三) 酒店的地位和作用

随着社会的发展、交通的便利,人们经常有机会外出旅游、探亲、度假,或外出进行文化交流、经商等活动,酒店就为这些旅行者提供了住宿、餐饮、娱乐的方便。随着世界旅游业的发展和国际交往的增多,酒店业在国民经济中的地位日趋重要,它对促进国民经济发展有着重要的作用。

1. 酒店是旅游业的重要支柱之一

酒店是旅游业发展的物质基础,为旅游者提供在旅游活动中的食、住、娱乐场所。除此之外,现代酒店还为人们提供了保健、社交、会议、消遣与购物的场所。它以一种特殊的商品形式,吸引人们用较多的货币去享受在家庭和其他地方享受不到的服务和设施。酒店一般以提供各种优质服务来获得盈利,这就促进了旅游业的发展,并直接促进了国民经济的发展。

2. 酒店是国家外汇收入的重要来源之一

现代酒店是一种不出口的商品外贸经营方式,它的创汇率可以与商品出口创汇媲美。在我国,高级酒店主要的接待对象是外国客人、华侨、港澳同胞、台胞和外籍华人,这些客人在酒店内的消费所支付的费用都以外汇结算。因此,酒店是创造外汇收入的重要场

所。同时,酒店也是国家对外政策的直接执行者,是体现国家形象的一个窗口。

3. 促进相关行业共同发展

酒店是一个综合性的服务行业,它的发展势必促进社会上其他行业的发展,如建筑业、装修业、轻工业和电气行业、食品加工业等行业的发展,对活跃国民经济起到了极大的促进作用。

4. 为社会创造直接和间接的就业机会

酒店需要管理人员和服务人员,按我国目前酒店的人员配备状况,平均每间客房约配备1.5~2人,若新建一座300间客房的酒店,将创造450~600个直接就业机会。同时,其他行业为酒店提供设备、家具、食品、装修等商品也需要大量的人力,这就提供了间接的就业机会。

5. 酒店是文化交流、科学技术交流、社交活动的中心

酒店的客人来自世界各地,有各界人士,通过他们的来访促进了文化艺术、科学技术的交流。同时,现代酒店中设施设备的引进,现代管理技术的运用,也促进了科学技术的交流。除此之外,酒店提供的娱乐场所也促进了社交活动的发展。

任务1.2 区分酒店

(一) 酒店的种类

世界上酒店的种类繁多,酒店的模式也越来越多样化、特色化。为了满足各类旅客的需要和满足酒店赢利的需要,出现了各具特色的酒店。酒店的分类一般是根据酒店的用途、规模大小、特点、经营方式等不同情况来分类。划分在同一类别的酒店虽有其相同的共性,但也有许多不同的个性。

1. 按用途分类

(1) 商业酒店。这类酒店以接待暂住客人(经商客人)为主,一般建立在商业中心(市区内),除了提供给客人舒适的住宿、饮食起居和娱乐条件外,还必须有经商所必需的长途直拨电话、电传、网络等现代化通信设施以及打字、复印、文秘及录像、投影等特殊服务项目。高级的酒店还应有24小时送餐服务、24小时洗衣服务。

(2) 旅游酒店。这类酒店以接待暂住的旅游者为主。一般建在旅游点附近,为了使旅游者在精神上和物质上获得满足,酒店除了要有高级的吃、住设施外,还要能提供客人娱乐、保健、购物等服务设施。

(3) 住宅(公寓、别墅)式酒店。此类酒店主要是为长住客人服务。除提供商业酒店的一般设施外,这类酒店的客房一般采用家庭式结构,并提供厨房设备、办公设备及小孩游戏的设施,使住客能充分享受家庭之乐。长住客人与酒店之间一般都签订租约。同时,住宅式酒店也有相当一部分房间接待暂住客人(旅游和商业酒店同样也有一部分长住客人)。

(4) 度假酒店。这类酒店主要接待旅游度假者,通常坐落在风景名胜地区(如海滨、著名山庄、温泉附近)。地理环境是建立度假酒店的一个重要因素。度假酒店是一个度假中心,专门提供给客人娱乐和享受,它一般要有沙滩、游泳池、滑雪场、溜冰

4 酒店经营与管理

场、高尔夫球场和运动场,甚至跑马场等娱乐设施。度假酒店的客源受季节影响较大。

2. 按特点分类

(1) 机场酒店。设立在机场附近,便于接待乘机客人。多数入住客人是由于某种原因而短期停留。如飞机故障、气候变化、飞机不能按时起飞,或客人只是转机,不想进城等造成必须在机场滞留而住店。机场酒店的设施与商业酒店大致一样。

(2) 公路酒店或汽车酒店。多数坐落于主要公路旁或岔路口,向住店客人提供食宿和停车场,其设施与商业酒店大致一样,所接待的客人多数是利用汽车旅行的游客。这类酒店在公路发达的西方国家较为普遍。

(3) 选择性酒店。这种酒店有特别的意义,酒店对住店客人有特别的选择和规定,有的只接待男客,有的只接待女客,有的因宗教或种族不同而选择住客,如日本的儿童旅馆,美国马丁·诺尔顿开办的老人旅馆,德国柏林库夫斯特专为残疾人开设的“世界旅馆”等。

(4) 火车酒店、摩托车酒店。这种酒店是以交通工具或其位置来命名的。

3. 按经营方式或拥有权分类

(1) 全民所有制酒店。生产资料归国家所有。

(2) 集体所有制酒店。属于公有制企业,但生产资料和它的产品归有关劳动集体所有。

(3) 合资酒店。由两个或两个以上的投资者合作兴建并联合经营的酒店。投资双方可以是全民所有制之间,也可以是全民与集体,全民与外资或集体与外资等。

(4) 独资酒店。多指外国(或华侨)投资者在我国境内开设的独资酒店。

(5) 个体酒店。由个人投资经营,目前我国酒店中尚属极少数,且规模较小。

4. 按规模大小分类

酒店的大小没有明确的规定,一般是以酒店的房间数、占地面积、酒店的销售数额和纯利润的多少为标准来衡量酒店的规模,其中主要是房间数。目前国际上通行的划分标准有以下三种:

(1) 小型酒店,客房数小于300间(有的划分为200间以下);

(2) 中型酒店,客房数在300~600间(有的划分为200~700间);

(3) 大型酒店,客房数大于600间(有的划分为700间以上)。

以规模大小分类是比较客观的分类法,因为它有利于酒店之间进行比较。

(二) 酒店的等级

世界上酒店种类繁多,为推销和方便旅客选择酒店,各国政府或旅游业的团体机构都要根据酒店的软硬件条件,将酒店划分为不同的等级。

酒店等级的确定主要是依据酒店的位置、设施的配备情况、服务水准的高低来划分。虽然目前国际上在划分酒店等级上还没有正式的规定,但有些标准已被公众所认定,因此在划分等级上比较统一,如清洁程度、设施水平、家具品质、酒店规模、豪华程度、服务质量、管理水平等。

1. 国际上通用的等级划分标准

目前在国际上比较通用的是五星等级划分标准,即一星至五星。星级越高,设施和

服务越好。

一星酒店：设备简单，具备食宿两个基本功能，能满足客人最简单的旅行需要，提供基本的服务。一般标准间面积为 $12 \sim 14\text{m}^2$ ，块料地板，一般墙面；卫生间有浴盆或淋浴，供热水 6 小时以上；设有餐厅、酒吧。属于经济型等级，符合经济能力较差的客人需要。

二星酒店：设施一般，除具备客房餐厅外，还设有购物、邮电、美容等综合服务设施，服务质量好。一般标准间面积为 $14 \sim 16\text{m}^2$ ，有空调或窗式空调，一般墙面，地毯或局部床边地毯，有彩电、电话；卫生间面积为 $3 \sim 3.5\text{m}^2$ ，有 138cm 的浴盆，淋浴头，抽水马桶，全天供应热水；有中西餐供应，设有餐厅、咖啡室或酒吧，有 $1 \sim 3$ 间小宴会厅、陪同人员餐厅。属于一般旅行等级，所接待旅游者的经济能力为中下等。

三星酒店：设备齐全，除提供优良的食宿外，还有会议室、游艺厅、酒吧、咖啡厅、美容室等综合服务设施。标准间面积为 $16 \sim 20\text{m}^2$ ，上等地毯、墙面，有消防装置，全空调（中央空调），房内设彩电、电话、音响、唤醒器；卫生间面积为 $3.5 \sim 5\text{m}^2$ ， 152cm 浴盆，配套抽水马桶，排气装置，有梳妆台的脸盆，全天供应热水；设有中西餐厅和内部餐厅、酒吧、咖啡厅等。属于中等经济水平旅游者的等级，目前最受旅游者的欢迎。因此，此类酒店数量最多。

四星酒店：设备豪华，各种服务齐全，设施完善，服务质量优秀，店内环境高雅。标准间面积在 20m^2 以上，高级地毯和各种豪华设施，卫生间面积在 $5 \sim 6\text{m}^2$ 以上， 168cm 以上浴盆，低噪音马桶、紧急呼唤器、红外线取暖器等设备；设有中西餐厅、多个小宴会厅、咖啡厅、酒吧及内部餐厅等，有较齐全的健身娱乐设施和服务项目。顾客可以在此得到物质、精神的高级享受。属于上层旅游者和公务旅行者的等级。

五星（或四星超豪华）酒店：酒店的最高等级。设备十分豪华，服务设施十分齐全，服务质量高。标准间设施华贵、高雅，各种设施齐全。整个酒店可以说是一个亲切快意的小社会。设有各种各样的餐厅和会议厅，有游泳池、网球场、桑拿、日光浴室等大型健身娱乐场地。标准间面积为 26m^2 ，卫生间面积为 10m^2 。五星酒店的整个标准可以用两个字——“突出”来概括。它的标准是给每位客人留下如此印象：“在此停留是一件值得记忆的事”。五星酒店的客源主要是政府高级官员、社会名流、上层管理人员、高级技术人员、著名学者等。

2. 国际上酒店等级划分的差异

酒店等级的划分因国家不同而有所不同。欧洲的酒店设三个等级；瑞士酒店协会采用五星等级制；美国汽车协会采用五粒钻石等级制度，将酒店划分为一般、好、佳、优及突出等级；罗马尼亚将酒店分为特级、一级、二级、三级四个等级；日本将酒店分为高级、简易酒店和国民宿舍三大级。

我国早期酒店等级划分是按照酒店标准房间的净面积、装饰、设备等条件划分为五级，及特级酒店，相当于国际的五星级标准；一级酒店，相当于国际的四星级标准；二级酒店，相当于国际的三星级标准；三级酒店，相当于国际的二星级标准；四级酒店，相当于国际的一星级标准。

目前我国采用与国际接轨的五星等级制。我国于 1988 年和 1997 年两次颁布了旅游

涉外酒店星级评定标准,在1997年颁布的新的评定规则中,对三星级、四星级、五星级酒店的设施设备和服务的评定标准进行了调整,增加了一些自由选择的项目。2004年以前,我国酒店星级的划分与评定主要以《中华人民共和国国家标准·旅游涉外酒店星级的划分与评定·GB/T 14308—1997》为标准。

2001年,我国又开始对1997年的标准进行修改,修改后的新标准《酒店星级的划分与评定》已于2004年7月1日正式实施。与1997年制定的标准相比,现在实施的新标准最大的变化是对四星级以下酒店的餐饮服务要求适当简化,但对四星级以上酒店在前厅、客房和餐厅等核心区域强化了要求,增加了整体舒适度等内容。同时,在新的评定标准中,除以往已有的一至五个星级之外,还增设了“预备星级”和“白金五星级”。“白金五星级”对酒店的条件要求较高,除必须具有两年以上五星级资格,地处城市中心商务区或繁华地带,外观造型独具一格,内部功能布局与装修装饰与所在地历史、文化、自然环境相结合等7个必备条件外,还须具备6项参评“硬”条件中的至少5项,如有符合国际标准的高级西餐厅、有高雅的独立封闭式酒吧、国际认知度极高、平均每间可供出租客房收入连续3年居于所在地五星级酒店前列等。酒店等级用星的数量和颜色来区别,一至五星级的酒店铜牌上以镀金五角星为符号,而获得“白金五星”级别的酒店,其标牌上缀有的五颗星将选用白金色,开业不足一年的酒店可以申请预备星级,有效期为一年,其等级与星级相同。新标准还将原来的“一年复核一次”改为“五年后须重新评定”,从真正意义上打破了酒店星级的终身制,并以1999年1月1日为界,此前已评定星级的酒店将面临复核整改。经过重新评定的酒店,将用全国星评委颁发的星级评定标志牌替换掉原来国家旅游局颁发的评定标志牌。除此之外,用“旅游酒店”取代了以往的“旅游涉外酒店”;评定标准中还增加了酒店品牌、总经理资质、环境保护等内容;增加了允许度假村、海边浴场、民俗酒店等特色突出或极具个性的酒店可直接向国家旅游酒店星级评定机构申请星级的规定。实施的新标准增加了更多的自由选择项目,各酒店可以根据自己的特色和侧重进行选择,以保证酒店具有更多的个性和特色。

(三) 星级酒店的审批和管理

1. 星级评定的责任分工

旅游酒店星级评定工作由全国旅游酒店星级评定机构统筹负责,其责任是制定星级评定工作的实施办法和检查细则,授权并督导省级以下旅游酒店星级评定机构开展星级评定工作,组织实施五星级酒店的评定与复核工作,保有对各级旅游酒店星级评定机构所评定酒店星级的否决权。

省、自治区、直辖市旅游酒店星级评定机构按照全国旅游酒店星级评定机构的授权和督导,组织本地区旅游酒店星级评定与复核工作,保有对本地区下级旅游酒店星级评定机构所评酒店星级的否决权,并承担推荐五星级酒店的责任。同时,负责将本地区所评星级酒店的批复和评定检查资料上报全国旅游酒店星级评定机构备案。

其他城市或行政区域旅游酒店星级评定机构按照全国旅游酒店星级评定机构的授权和所在地区省级旅游酒店星级评定机构的督导,实施本地区旅游酒店星级评定与复核工作,保有对本地区下级旅游酒店星级评定机构所评酒店星级的否决权,并承担推荐较高

星级酒店的责任。同时,负责将本地区所评星级酒店的批复和评定检查资料逐级上报全国旅游酒店星级评定机构备案。

2. 星级的申请

申请星级的酒店,均须执行《旅游统计调查制度》,承诺履行向全国旅游酒店星级评定机构提供不涉及本酒店商业机密的经营管理数据的义务。

旅游酒店申请星级,应向相应评定权限的旅游酒店星级评定机构递交星级申请材料;申请四星级以上的酒店,应按属地原则逐级递交申请材料。申请材料包括:酒店星级申请报告、自查自评情况说明及其他必要的文字和图片资料。

3. 星级的评定规程

(1) 受理。接到酒店星级申请后,相应评定权限的旅游酒店星级评定机构应在核实申请材料的基础上,于14天内做出受理与否的答复,对申请四星级以上酒店,其所在地旅游酒店星级评定机构在逐级递交或转交申请材料时应提交推荐报告或转交报告。

(2) 检查。受理申请或接到推荐报告后,相应评定权限的旅游酒店星级评定机构应在一个月内以明查和暗访的方式安排评定检查。检查合格与否,检查员均应提交检查报告,对检查未予通过的酒店,相应星级评定机构应加强指导,待接到酒店整改完成并要求重新检查的报告后,于一个月内再次安排评定检查。对申请四星级以上的酒店,检查分为初检和终检。

初检由相应评定权限的旅游酒店星级评定机构组织,委派检查员以暗访或明查的形式实施检查,并将检查结果及整改意见记录在案,供终检时对照使用;初检合格,方可安排终检。终检由相应评定权限的旅游酒店星级评定机构组织,委派检查员对照初检结果及整改意见进行全面检查;终检合格,方可提交评审。

(3) 评审。接到检查报告后的一个月内,旅游酒店星级评定机构应根据检查员意见对申请星级的酒店进行评审。评审的主要内容有:审定申请资格,核实申请报告,认定本标准的达标情况,查验违规及事故、投诉的处理情况等。

(4) 批复。对于评审通过的酒店,旅游酒店星级评定机构应给予评定星级的批复,并授予相应星级的标志和证书。对于经评审认定达不到标准的酒店,旅游酒店星级评定机构不予批复。

4. 星级的复核及处理

星级复核是星级评定工作的重要补充部分,其目的是督促已取得星级的酒店持续达标,其责任划分完全依照星级评定的责任分工。

对已经评定星级的酒店,旅游酒店星级评定机构应按照星评标准及附录A、附录B和附录C进行复核,每年一次。

复核工作应在酒店对照星级标准自查自纠、并将自查结果报告旅游酒店星级评定机构的基础上,由旅游酒店星级评定机构以明查或暗访的形式安排抽查验收。旅游酒店星级评定机构应于本地区复核工作结束后进行认真总结,并逐级上报复核结果。

5. 对严重降低或复核认定达不到本标准相应星级的酒店,按以下办法处理:

(1) 旅游酒店星级评定机构根据情节轻重给予签发警告通知书、通报批评、降低或取消星级的处理,并在相应范围内公布处理结果;

(2) 凡在一年内接到警告通知书三次以上或通报批评两次以上的酒店, 旅游酒店星级评定机构应降低或取消其星级, 并向社会公布;

(3) 被降低或取消星级的酒店, 自降低或取消星级之日起一年内, 不予恢复或重新评定星级; 一年后, 方可重新申请星级;

(4) 已取得星级的酒店如发生重大事故, 造成恶劣影响, 其所在地旅游酒店星级评定机构应立即反映情况或在权限范围内做出降低或取消星级的处理。

酒店接到警告通知书、通报批评、降低星级的通知后, 必须认真整改并在规定期限内将整改情况报告处理机构。

旅游酒店星级评定机构对星级酒店进行处理的责任分工依照星级评定的责任分工办理。全国旅游酒店星级评定机构保留对各星级酒店的直接处理权。

凡经旅游酒店星级评定机构提升或降低、取消星级的酒店, 应立即将原星级标志和证书交还授予机构, 由旅游酒店星级评定机构做出更换或没收的处理。

(四) 酒店的功能

酒店的功能有一个逐步发展的过程, 它的产生和发展均以客人的需求为基础, 按照它出现时间的久远, 可将酒店的功能分为酒店的传统功能和酒店的现代功能。

1. 酒店的传统功能

酒店的传统功能是指酒店出现之初就已具有的功能, 主要包括住宿功能、饮食功能和集会功能。

(1) 住宿功能。住宿功能是指酒店向客人提供舒适方便、安全卫生的居住和休息空间的功能, 现代酒店按照其星级的不同, 向客人提供不同标准和等级的设施与服务。酒店的星级越高, 其提供的设施越豪华、服务越完善。

(2) 饮食功能。饮食功能是指现代酒店向游客提供饮食及相关服务的功能。星级酒店通常具有多种不同风味和消费层次的餐厅和酒吧, 适应来自不同国家、地区, 具有不同消费习惯的客人的需要, 通过向客人提供多样性的美食和饮品, 使客人流连忘返。

(3) 集会功能。集会功能也是酒店传统功能中的一种, 现代酒店通过这种功能向所在社区开放, 为社区的集会、文化交流和信息传播等活动提供场所和相关服务。现代酒店的会议设施和会议服务功能也在不断地完善和发展, 满足着不同层次客人的需要。比如现代酒店的远程会议服务系统, 能将远在天涯的两个会议场所连接起来, 进行近在咫尺的交流, 极大地方便了外出的商务客人。

2. 酒店的现代功能

酒店的现代功能是随着社会的变化和客人的需要逐渐建立和完善起来的。现代酒店都力图通过完善的设施和尽善尽美的服务来满足客人的需求, 以期招徕更多的客人。酒店的现代功能可以归结为以下四种, 即: 文化娱乐功能、商业服务功能、购物服务功能以及交通服务功能。

(1) 文化娱乐功能。文化娱乐功能是现代酒店通过举办文化活动、提供康体设施, 以服务于客人的休闲和康体需求为目的酒店功能。随着生活水平的发展, 人们对文化、娱乐、康体、休闲的要求越来越高, 而现代酒店作为人们文化交流、社交活动的高级场所, 通过对多样的、高级服务项目的提供, 既可以满足客人的需要, 又可以拓宽酒店的

发展渠道。同时,这也是高星级酒店的一个评定标准与要求。

(2) 商业服务功能。商业服务功能主要是指酒店为客人的商务活动提供各种设施和服务的功能,它包括为客人的商业活动提供展览厅、写字间等操作场所,为客人提供程控电话、传真、上网工具等现代化的通信设施设备,让客人能够随时与外界进行沟通和了解。能够及时收发信息,这对于商务客人来说是至关重要的。当今的时代是个信息时代,酒店是否有这些通信设备是衡量其现代化的一个重要指标。

(3) 购物服务功能。购物服务功能也是现代酒店的一个常见功能,酒店可以根据自身的特点和客源结构,组织一些适应来客需要的旅游纪念品、高级消耗品,甚至可以是普通生活用品,主要是能够与主要住店客人的喜好相符。

(4) 交通服务功能。现代酒店通常被要求能够为客人提供市内交通工具,能够为旅客提供火车票、飞机票等交通客票的预订服务,以免除客人的后顾之忧。在现实生活中,许多高星级的酒店通常都拥有自己的专用车队。

客人的需求在变,现代酒店的功能与要求也在逐渐地延伸。一家好的酒店应该想客人之所想,尽量为客人提供一些个性化的服务。当然,现代酒店在设置这些功能与服务的时候,应该与所在社区进行功能的对接,互相补充,以降低酒店的经营成本。

任务 1.3 认识酒店管理

酒店的经营管理是以管理学为基础,综合运用多种学科知识研究酒店业务特点和经营管理特点的一门独特的学科,有其自己的特点与研究内容。

(一) 酒店经营管理的特点

酒店经营管理是指酒店的管理人员为了达到酒店的目标而有意识、有计划地进行各种经济活动的总称。这些活动包括对酒店的经营目标、方针、策略的决策和正确的执行既定的方针、策略,以保证酒店经营目标的实现。现代酒店的经营管理有着不同于其他企业经营管理的独有特点。

1. 现代酒店经营的特点

酒店业是以服务业为中心的接待业。酒店产品与一般物质产品不同,有其特殊性和特殊市场,这些特殊性就促使酒店经营具有它自己的特点。

(1) 酒店产品特点。酒店产品有以下五个特点。

① 酒店产品是组合产品。对顾客而言,酒店产品仅是一段住宿经历,这段住宿经历是个组合产品,由以下两个部分构成:

物质产品,顾客所消耗的食品、饮料及所接触到的设施、设备;

无形形态产品,顾客感觉上的享受和心理上的感受。前者是由酒店设施的“硬件”传递出来,顾客可通过视、听、触、嗅觉感受到;后者通过酒店的“软件”传递出来,指顾客在心理上感受到的地位感、舒适度、享受程度等。

② 酒店产品没有储存性。酒店的客房和餐厅的座位一天或一餐租不出去,它的价值就永远失去,它不像其他产品可以储存。

酒店的需求波动比较大,每年有淡季和旺季,每周有高峰和清闲日,餐饮部每天有

繁忙的时间段和空闲的时间段。这就要求管理人员采取一系列经营手段,如举行特殊的接待活动,采取灵活的价格策略,招徕淡季市场,使酒店产品的供应与市场需求量趋于平衡,提高酒店设施的利用率,使酒店的产品得以最大限度的销售。

③ 酒店产品无转移性。酒店产品的非实体(无形)的现场消费决定了酒店产品的不可转移性,它不能从一个地方转移到另一个地方,必须就地出售,顾客只能到酒店消费。因此,管理者在经营中应努力提高酒店形象,吸引顾客前来消费并保持有较多回头客。

④ 产品所有权的相对稳定性。酒店产品中的许多产品,如客房产品、康乐产品、服务产品等,不像其他商品那样,一旦商品交换实现,所有权就发生转移,酒店并不出卖商品的所有权,客人买到的仅是一段期间、某一阶段的住宿权利、享受权利和被服务的权利。酒店产品的使用价值就是为顾客提供一定期限的住宿环境,提供一段时间的物质享受和精神享受,房租和客人所付出的费用则是酒店出售产品的使用价值而回收的交换价值。因此,客人在购买酒店产品时只能在限定的时间内进行消费,重复消费是不可能的。

⑤ 酒店产品无法进行售前质量检查,其生产过程大多和顾客直接见面。酒店服务员在提供服务的同时客人就在进行消费,服务员在提供服务时的举止、行为都将影响到所提供产品的质量。因此,强调酒店服务操作的规范与标准,保证每一个产品(即每一次服务、每一次操作)都是合格的产品,对酒店而言,显得极其重要。

(2) 酒店需求特点。酒店需求具有以下两个特点。

① 酒店的需求是派生的需求。一般说来,人们不是为住酒店而来某地,而是要到某地游览、办理公事或开会等才附带产生对酒店的需求。因而酒店的选址是十分重要的,要选择能产生合适客源的地点。另外,酒店建造后的营销工作要和所在地的营销结合起来,酒店的宣传推销要结合推销所在地的吸引之处,这个吸引之处正是把客人带到酒店来的诱因。在很大程度上,酒店经营成功与否取决于目的地营销的成功。

② 酒店的需求是非基本需求。人们只有在衣、食、住、行等基本需求满足后才会去旅游度假。公务旅游也是非基本需求,企业经费紧张就会减少出差费用,用通信来代替出差。因而酒店的需求容易受各种因素影响,如社会政治因素、人们对旅游爱好的思潮、气候、经济收入、价格等的影响。

(3) 酒店经营的特点。酒店经营有5个与其他企业不同的特点。

① 不稳定的销售量。酒店每年的销售量会随季节的变化而变化,季节性的变化对各个酒店来说,其变化程度是不相同的。旅游酒店在旅游旺季的销售量可能是淡季的好几倍。从酒店每周的销量来看,有的酒店早茶销量较高,有的酒店则是午餐、晚宴销量大。

② 高比例的固定成本。酒店的固定成本一般比较高,而且各部门之间的成本比例也不同。客房部的固定成本最高,但在销售中变动成本却比较低,餐饮部门所占固定成本与其他企业比较,也显得较高。

③ 酒店产品是家外之家。现代酒店的经营就是为顾客提供一个家外之家。这个家外之家,每年365天、每周7天、每天24小时都要为顾客负责。管理人员每天都要做