

LÜYOUXUE

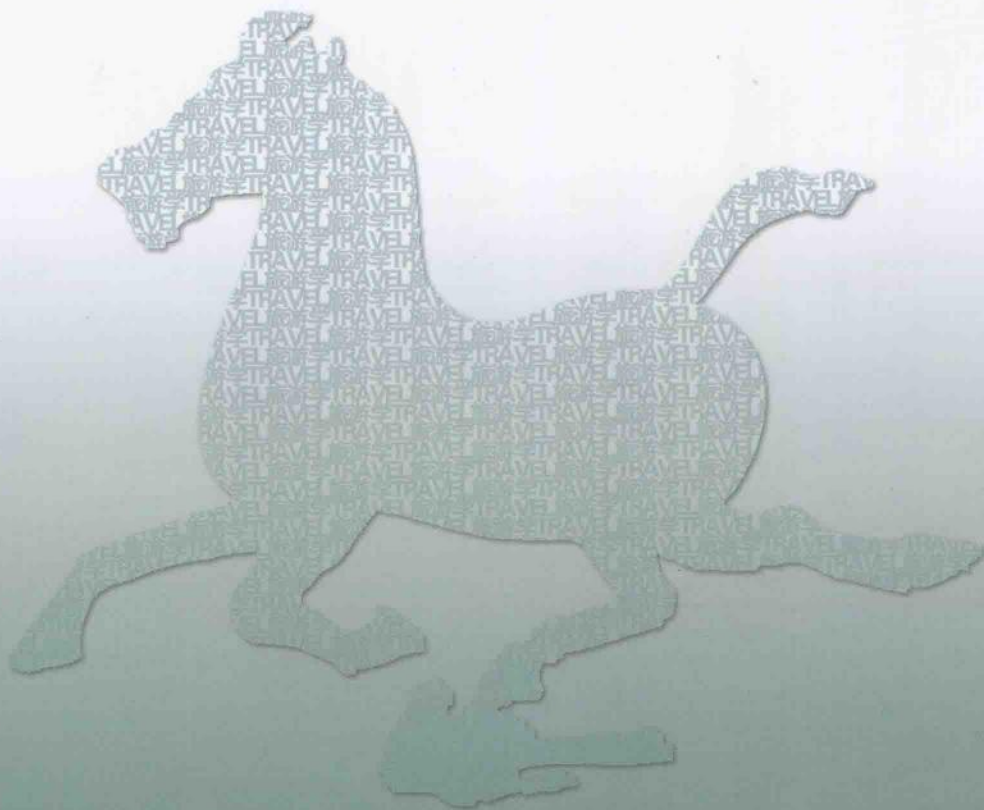
LÜYOUXUE

高等院校
旅游专业系列教材



饭店管理原理

仇学琴 罗明义 等 编著



南开大学出版社

高等院校旅游专业系列教材

饭店管理原理

仇学琴 罗明义等 编著

南开大学出版社
天津

图书在版编目(CIP)数据

饭店管理原理 / 仇学琴等编著. —天津:南开大学出版社, 2013. 8

高等院校旅游专业系列教材

ISBN 978-7-310-04264-7

I. ①饭… II. ①仇… III. ①饭店—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 182365 号

版权所有 侵权必究

南开大学出版社出版发行

出版人:孙克强

地址:天津市南开区卫津路 94 号 邮政编码:300071

营销部电话:(022)23508339 23500755

营销部传真:(022)23508542 邮购部电话:(022)23502200

*

天津泰宇印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

230×170 毫米 16 开本 21.25 印张 387 千字

定价:35.00 元

如遇图书印装质量问题,请与本社营销部联系调换,电话:(022)23507125

前 言

根据联合国世界旅游组织的数据,中国饭店市场规模到 2025 年将超过美国。随着我国饭店业的迅速发展,饭店业对饭店服务和管理人才的需求量越来越大,绝大多数旅游院校都开设了饭店管理专业。众多饭店管理方面的专家学者,从不同层次、不同侧面对我国的饭店管理问题进行了研究和总结,为饭店行业的繁荣和发展作出了贡献。但目前所出版的有关饭店管理概论的著作和教材大多关注于饭店业务的实践操作性描述,存在着“理论不系统”、“重实作而轻理论”的倾向,有的则是饭店各部门经营管理简介的整合。

本书在重视饭店管理实践性的同时,尤其强调对饭店管理理论体系的建立。本书沿用了罗明义、仇学琴以前编著的《旅游饭店经营管理》的理论框架,并在此基础上有所创新、发展,有利于提高饭店管理人员的理论素养和创造性思维能力,也能为高校和科研院所的专家、学者进行研究提供参考。

本书由云南大学仇学琴(撰写第一章、第六章)、罗明义(撰写第二章、第四章)、毛剑梅(撰写第五章、第八章)、邓小海(撰写第十一章)、云南民族大学陈燕(撰写第九章、第十章、第十三章)、云南广播电视大学杨丽娥(撰写第七章、第十二章)、中国地质大学杨睿宁(撰写第三章)共同编著。

本书在编著过程中参考了国内外有关专家的著作、论文,援引了一些观点和资料,特此致意,并将有关参考文献附录书后,以便于读者查阅。

编 者

2012 年 12 月 13 日

目 录

前 言	(1)
第一章 饭店概述	(1)
第一节 饭店的含义和作用	(1)
第二节 饭店的特点及分类	(3)
第三节 饭店业的发展历史	(8)
第四节 饭店业的未来发展趋势	(16)
第二章 饭店经营管理概述	(20)
第一节 现代管理理论的演进	(20)
第二节 饭店经营管理的特征和内容	(25)
第三节 饭店经营管理的职能和方法	(30)
第三章 饭店分级与绿色饭店	(36)
第一节 饭店分级的内容和方法	(36)
第二节 国外饭店分级的内容和标准	(40)
第三节 我国饭店的分级及标准	(47)
第四节 绿色饭店	(63)
第四章 饭店经营战略管理	(70)
第一节 饭店经营思想和战略	(70)
第二节 饭店经营分析和预测	(77)
第三节 饭店经营决策	(92)

第五章 饭店经营计划管理	(100)
第一节 饭店计划管理的重要性	(100)
第二节 饭店计划类型及指标	(103)
第三节 饭店计划编制与管理	(108)
第四节 饭店经营计划管理方法	(113)
第六章 饭店组织管理	(119)
第一节 饭店组织管理理论	(119)
第二节 饭店的正式组织	(123)
第三节 饭店的管理体制	(129)
第四节 饭店的非正式组织	(134)
第七章 饭店经营业务管理	(138)
第一节 饭店前厅管理	(138)
第二节 饭店客房管理	(147)
第三节 饭店餐饮管理	(156)
第四节 饭店康乐管理	(165)
第八章 饭店营销管理	(171)
第一节 饭店营销管理概述	(171)
第二节 饭店产品与价格策略	(176)
第三节 饭店营销渠道策略	(181)
第四节 饭店促销策略	(185)
第九章 饭店人力资源管理	(191)
第一节 饭店人力资源管理概述	(191)
第二节 饭店员工招聘与培训	(201)
第三节 饭店员工绩效考评与薪酬管理	(210)
第四节 饭店员工激励	(215)
第十章 饭店财务管理	(220)
第一节 饭店财务管理概述	(220)

第二节	饭店资金管理	(224)
第三节	饭店成本费用管理	(235)
第四节	饭店营业收入和利润管理	(241)
第五节	饭店财务分析	(244)
第十一章	饭店经营控制管理	(252)
第一节	饭店经营控制系统	(252)
第二节	饭店经营控制的内容和形式	(257)
第三节	饭店经营控制的过程和方法	(262)
第四节	饭店内部控制	(268)
第十二章	饭店信息与安全管理	(276)
第一节	饭店信息管理概述	(276)
第二节	饭店管理信息系统	(282)
第三节	饭店安全管理概述	(292)
第十三章	饭店工程设备管理	(304)
第一节	饭店工程设备管理概述	(305)
第二节	饭店工程部的任务和组织机构	(310)
第三节	饭店工程设备管理的基本环节	(314)
参考文献		(330)

第一章 饭店概述

饭店业与旅行社、旅游交通一起被称为旅游业的三大支柱,是旅游供给的基本构成因素,为旅游业经营活动必不可少的物质条件。饭店是旅游者在旅游目的地开展一切活动的基地,是旅游者的“家外之家”。饭店是创造旅游收入,尤其是外汇收入的重要部门。各地旅游业资料表明,饭店业的收入往往可占旅游业总收入的一半以上。因此,饭店业的发展水平标志着接待地区、接待国家旅游业的发展水平。

第一节 饭店的含义和作用

饭店是伴随着人类旅行活动的开展而出现的。它最初的基本功能是为在旅途中的人们提供过夜住宿服务。随着人类社会的发展和经济的发达,在现代社会中,饭店已发展成为具有向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、商务等诸多功能的综合性服务企业,并形成拥有各种不同等级、类型、规模、经营方式的众多饭店组成的饭店业。同时,饭店也成为一个城市、地区乃至一个国家的市政建设、社会公共设施中必不可少的组成部分,是当地对外交往、社会交际活动的中心。饭店业的发展为当地社会的政治、经济、文化等方面的发展带来重要影响,刺激和促进当地社会的对外交往、经济发展和文化交流,提高社会的文明程度。

一、饭店的含义

饭店(Hotel)一词源于法语,原意是指法国贵族在乡下招待贵宾的别墅。后来,英美国家沿用这一名称来指所有商业性的住宿设施。在中文里表示住宿设施的名词有很多,例如旅馆、宾馆和饭店等。我国国家旅游局将现代宾馆统称为饭店(Tourist Hotel)。

国外一些权威词典曾经对饭店下过如下定义。

《科利尔百科全书》这样定义饭店:饭店一般地说是为公众提供住宿、膳食和

服务的建筑与机构。

《大不列颠百科全书》这样定义饭店:饭店是在商业性的基础上向公众提供住宿,也往往提供膳食的建筑物。

《美利坚百科全书》这样定义饭店:饭店是装备完好的公共住宿设施,它一般都提供膳食、酒类与饮料以及其他服务。

《牛津英语图解大词典》这样定义饭店:饭店是提供住宿、膳食等收费的住所。

从上述的定义可以看出,饭店一般都具备以下几个条件:

(1)它是由建筑物及装备完好的设施组成的接待场所;

(2)它必须提供住宿、餐饮及其他服务;

(3)它的服务对象是公众,主要是外地旅游者,同时也包括本地居民。既包括某些其他特殊身份或阶层的人,也包括广大的普通消费者;

(4)它是商业性的服务企业,以营利为目的,所以其使用者一定要支付一定的费用。

我国国家旅游局在《旅游饭店星级的划分与评定》中对饭店是这样定义的:能够以间(套)夜为时间单位出租,并配有相应服务的住宿设施,按不同习惯它也可能被称为宾馆、酒店、旅馆、旅社、宾舍、度假村、俱乐部、大厦、中心等。

饭店是一个以提供服务为主的综合性服务企业。饭店的产品是由满足客人物质享受的各类设施、物品等有形产品和满足客人精神享受的服务所形成的无形产品所组成。以物质形式出现的有形产品是饭店产品的基础,而体现为无形产品的服务是一种直接提供客人享受的活动。

二、饭店的作用

(一)饭店是旅游者进行旅游活动的基地

旅游者在旅游活动过程中,通常都包括食、住、行、游、购、娱等基本活动。其中,食和住是最基本、最重要的内容。饭店不仅为旅游者提供最基本的住宿、餐饮服务,而且还尽可能为旅游者提供交通、娱乐、商务、电信、金融汇兑等各项服务。因此,旅游者在目的地的一切旅游活动,基本上是以饭店为基地而进行的,因而人们称饭店是旅游者的“家外之家”,是旅游者进行旅游活动的基地。

(二)饭店业是创造旅游收入(尤其是外汇收入)的重要行业

由于饭店是旅游者进行旅游活动的基地,因而也是创造旅游收入的重要源泉。据国内外的统计资料表明,饭店业的收入一般要占到旅游总收入的一半以上。尤其是对于国外旅游者来讲,其在饭店住宿、餐饮、娱乐和购物等方面,可以直接使用外币支付,以减少汇兑的困难。这样,饭店业就成为重要的创汇行业,

在为国家创汇中发挥着重要的作用。

(三) 饭店业能为社会提供大量的就业机会

饭店业是以提供服务为主的行业,是一种劳动密集型行业。随着饭店业的发展,必然为社会提供大量的就业岗位,吸纳大量的劳动力。据国外有关研究表明,近几年来,在每年新增的劳动就业人口中,每 25 个人中就有 1 人就职于饭店业。同时,饭店业还带动相关行业的发展,如通信、水电、旅游用品、旅游商品等,从而又间接地提供了大量的就业机会。

(四) 饭店业的发展状况标志着旅游业发展的规模和水平

饭店业是旅游业的支柱,因而饭店业发展的规模和水平,也就反映着一个国家或地区旅游业的发展状况和水平。通常,若一个国家或地区旅游业发达,则其饭店业也发达;而饭店业越发达,则旅游业也就发展越快。近几年,东亚地区旅游业发展迅速,与其饭店业发展也是密切相关的。据最近几年最佳饭店的评选看,世界上最佳饭店前十名中,有一半集中在东亚地区。因此,通过考察饭店的发展,就可以了解旅游业的发展状况和水平。

(五) 饭店业的发展还反映了国民经济的发展状况

饭店业还是一个国家国民经济发展状况和水平的综合反映。因为现代旅游业是一个国际化的经济产业,饭店业则成为一国对外开放的“前沿”。饭店业越发达,则对外开放度越强,从而有利于促进一国对外的国际交流,扩大对外的影响。另外,富有特色的饭店本身就是具有吸引力的旅游景观。因而伴随着饭店设施的不断完善,饭店的建筑风格、服务质量、环境氛围,不仅影响着旅游者的旅游活动,而且反映了一个国家、一个地区的经济发展及社会文明的程度和水平。

第二节 饭店的特点及分类

一、饭店经营服务的特点

饭店作为以旅游服务为中心,通过借助有形设施而出售无形服务产品的经济单位,其服务设施和服务质量构成了饭店的生命线。倘若没有完备、齐全的饭店服务设施,没有高水平、高质量的服务,就不能形成合格的、有效满足旅游者和公众需要的饭店产品,也就无法吸引大量的旅游者光临。由于饭店产品既不同于一般的工农业生产的物质产品,也不同于其他的服务性产品,因而就必须很好地把握饭店产品的经营服务特点。

(一) 饭店服务的无形性

从表面看,饭店所出售的似乎是客房、食品等有形产品,但实质上饭店所出售的产品是一种非量化的、无形的服务,即依托于客房、食品之上的服务产品。换句话说,顾客所购买的并非是“房间”,而是依托“房间”所提供的服务效用——安全、舒适和清洁的住宿环境和条件。同样,餐饮也并非单纯向顾客提供食品,而是包含着餐饮的方便、气氛、环境和其特殊的需求。由于饭店服务的无形性,因此饭店的经营管理人员应很好地把握消费者的心理与行为,从而采取有效的营销方法和策略,吸引顾客,树立饭店的声誉和形象,使饭店在竞争中立于不败之地。

(二) 饭店服务的不可分性

一般工农业产品的生产、销售和消费过程是分离的和继起的过程,生产者和消费者不直接接触,而饭店服务产品的生产、销售和消费过程则是同时进行的,并且是不可分离的。也就是说,饭店服务产品不可能先生产出来,再通过销售渠道送往外地出售和消费。相反,饭店服务产品是边生产、边消费,生产与消费同时进行。由于饭店服务的不可分性,要求饭店不仅要有一个良好的服务环境和条件,以吸引顾客光临,同时还要提供高质量的服务,以满足宾客的消费需求。

(三) 饭店服务的不可贮存性

饭店不可能像工厂、商店那样把销售的产品贮存起来,以满足将来的需求,当天不能出售的客房就意味着失去了这一天的客房收入,并且永远也不能得到补偿。同样,顾客也不可能在他需要饭店服务产品时而等待着以后再提供给他。因此,饭店服务产品是在顾客需要时,以合适的价格出售给他。由于饭店服务的不可贮存性,要求饭店的管理人员必须克服由此带来的被动和局限的困难,提高经营的灵活性,采用科学的管理方法、协调淡旺季矛盾,充分利用固定的饭店设施和接待能力,更好地满足顾客的需求。

(四) 饭店服务的重复性

有许多人认为从事饭店服务是新鲜和刺激的,因为每天都会接触新的客人,迎接新的挑战,处于新的气氛之中。实际上,饭店的大多数服务是标准化的、重复的。例如,前台的服务人员每天可能面临若干顾客询问他同一个问题,一遍遍地重复同样的工作;餐厅服务员每天也是机械地重复着点菜、上菜、盯桌、结账等工作。这种重复性的工作,往往使服务人员易于疲劳,使服务人员的情绪容易发生波动,从而引起服务质量的不稳定性和经营管理中的困难。

(五) 饭店服务的劳动密集性

饭店业是一种劳动密集性的行业,因为许多服务工作是无法实现机械化、自动化的。通常,物质产品(有形产品)的质量,可以通过制造的自动化和标准化来

保证和不断提高,而饭店服务的质量则取决于服务人员与顾客之间的沟通和合作。因此,不仅饭店之间提供的服务存在着质量和水平的差异,即使是同一饭店甚至同一员工在不同时间、不同场合、不同服务对象中提供的服务也会有质量和水平的差异。这就要求饭店必须重视员工培训,不断提高员工的文化修养、业务素质和专业技能,努力克服饭店服务中的差异性,切实保证服务质量和水平的不断提高。

二、饭店的分类

饭店业是由各种不同的饭店所组成的行业,而不同饭店是针对不同的消费者设计的。因此,研究各种不同饭店的类型和特色,有利于加强对饭店的经营管理,提高饭店的经营服务水平和效率,满足不同层次、不同要求的消费者的需求。

(一)按饭店经营特色分类

按饭店经营特色分类是传统的分类方法,一般把饭店分为商务饭店、度假饭店、公寓饭店、会议饭店和汽车饭店等五种类型。

1. 商务饭店。商务饭店是指为从事商贸活动的旅游者提供住宿、餐饮及商务活动条件的饭店。这类饭店大多数位于城市中心或商业区,客人以商务旅游者为主,住宿时间一般为3~5天。为了适应商务旅游者的需要,商务饭店不仅要求设施富丽堂皇,设备先进、完备;而且要求服务水平高,服务质量好,特别是在商务活动的条件方面,要很好地满足商务旅游者的要求。

2. 度假饭店。度假饭店主要以接待休闲、度假及游乐的旅游者为主,其大多数位于海滨、温泉、森林、湖岸等地,即要求设在自然环境优美、诱人,气候适宜的地区。由于度假饭店的主题是为人们提供休闲、度假胜地,因而度假饭店还应因地制宜地开设各种娱乐项目、体育项目及拥有康乐设施等,并提供热情、周到、敏捷的服务,以吸引更多的旅游者入住。

3. 公寓饭店。公寓饭店主要为旅游者提供长住或经常性居住的服务。这类饭店多采取公寓式布局,配有完善的生活设施及各种服务设施项目。由于公寓饭店一般费用较低,价格合理,管理简便,因而对于学习、进修以及其他需较长时间住宿的旅游者来讲,是最合适的对象。

4. 会议饭店。会议饭店主要是为开展各种展销会、大型博览会、国际会议、经贸洽谈会等提供会议室、住宿及餐饮等综合服务的饭店。这类饭店不仅要求舒适方便,而且要有各种类型、规格的会议室、展览厅、陈列室、演讲厅及贸易洽谈室等,以方便开展各种各样的商贸活动、学术交流和举办展览会等。

5. 汽车饭店。汽车饭店主要是适应陆地交通发展而出现的旅游住宿设施,其通常设在城市边缘和公路干线旁边,一般都有停车场、住宿和餐饮,能满足过

往旅行者的基本需求。目前,随着家庭旅游者增多,汽车饭店的经营项目不断增多,服务水平也不断改善和提高。

(二)按饭店的地理位置分类

按地理位置分类是饭店分类的另一重要方法,其对于界定消费者市场,确定经营服务对象具有重要意义。其一般将饭店分为中心城市饭店、城郊饭店、风景区饭店、公路饭店、机场饭店等。

1. 中心城市饭店。中心城市饭店一般位于城市中心或商业区,地理位置优势适宜于发展以商务饭店为主的饭店。

2. 城郊饭店。城郊饭店是指位于城市郊区或交通方便之处的饭店,如车站、码头、交叉路口等。城郊饭店主要以经济型饭店、汽车饭店为主。

3. 风景区饭店。风景区饭店一般是指位于风景区、海滨、林地、湖岸的饭店,其特点与度假饭店相同,主要以度假饭店为主。

4. 公路饭店。公路饭店主要指为适应汽车旅游需要而设置的各种经济、方便、舒适的饭店,因位于公路沿线而得名,主要以汽车饭店为主。

5. 机场饭店。机场饭店是为乘坐飞机的乘客提供住宿、餐饮及各种服务的饭店,其通常位于机场附近,以方便乘客。

(三)按饭店客房价格分类

按照饭店客房价格或饭店建筑费用分类,一般可将饭店分为经济饭店、中价饭店和豪华饭店三大类。

1. 经济饭店。经济饭店主要是指饭店建设成本低,从而以较低客房价格出售饭店产品和服务的饭店。

经济饭店的建筑造价,一般每个标准间大约在2万~3万美元,标准总面积约为25平方米。若按建筑费用定价,平均房价低于30美元。

2. 中价饭店。中价饭店介于经济饭店与豪华饭店之间,每个标准间的建筑造价大约在4万~6万美元,标准间总面积约为36平方米,平均房价在60美元~80美元。

3. 豪华饭店。豪华饭店一般建筑设施造价很高,每个标准间的建筑费用约在8万~10万美元,建筑面积每个标准间约为47平方米,房间内设施高档、布置豪华,饭店内都配有较完善的综合设施,如餐饮、娱乐、健身、购物等等。平均每个标准间的房价在120美元~150美元。有的豪华套房高达数千美元。

(四)按饭店规模分类

按照饭店规模大小,可将饭店划分为大型饭店、中型饭店和小型饭店三类。

1. 大型饭店。大型饭店,一般是指饭店拥有500间以上标准客房,并且饭店设施和服务项目较齐全,设施比较豪华。通常大型饭店都是豪华级饭店,但随着

世界旅游业的快速发展,许多中价饭店也不断扩大规模而成为大型饭店。

2. 中型饭店。中型饭店,一般是指拥有 300~500 间标准客房的饭店。这类饭店设施齐备、精良,服务项目齐全,价格适中合理,是一般旅游者较喜欢选择的饭店。

3. 小型饭店。小型饭店,通常指拥有标准客房数在 300 间以下的饭店。这类饭店设施和服务基本满足饭店的标准和要求,一般价格较为便宜,多为经济型饭店。

(五)按饭店经营方式分类

按照饭店的经营方式,可将饭店划分为独立经营饭店、集团经营饭店、联合经营饭店三大类。

1. 独立经营饭店。独立经营饭店,是指由投资者独立经营的单个饭店企业。在实际经营中,绝大多数中小型饭店都属于独立经营饭店。独立经营饭店管理简单、协调容易,但市场竞争力弱。

2. 集团经营饭店。集团经营饭店,是指由饭店集团以各种不同方式经营的饭店。一是由集团总公司直接经营的所属饭店;二是由集团公司按合同进行管理的联号饭店;三是由集团公司授权特许经营的饭店。集团经营饭店的优点是可以利用名牌饭店信誉,占领市场,争取客源;缺点是要受集团公司不同程度的控制。

3. 联合经营饭店。联合经营饭店,是指由许多单个饭店企业联合起来的饭店,以对抗集团经营饭店的竞争。联合经营饭店在保持各饭店产权独立、自主经营基础上,实行统一订房系统、质量标准和公认的标志,并进行联合宣传、促销和互送客源。

(六)按星级评定制度分类

按照星级评定制度,可将饭店划分为一星级、二星级、三星级、四星级及五星级。

1. 一星级饭店。其建筑设施结构良好,环境适宜;有一个供宾客使用的大厅或起居室的公共房间,并至少有 10 个以上的房间等。

2. 二星级饭店。二星级饭店是比较好的、舒适的饭店。除具有一星级饭店所规定的各项标准和要求外,三层以上的楼面应配有电梯,部分客房配有直拨外线电话,饭店服务能达到一定的质量和水平,并且要明显优于一星级饭店的水平。

3. 三星级饭店。三星级饭店应该是很好的、很舒适的饭店。除了具有二星级饭店所规定的标准外,还应有装饰漂亮的大厅,拥有部分单独套房。饭店规范性服务项目齐全、服务质量和管理水平较二星级饭店有较大的提高。

4. 四星级饭店。四星级饭店是非常舒适的饭店。除具有三星级饭店的标准和要求外,有部分套房达到豪华标准,标准间客房宽大、设施高档豪华,各种电器设施均属高质量产品;具有高水平的接待服务和优秀的服务人员,高水平的饭店管理和良好的饭店形象。

5. 五星级饭店。五星级饭店大多数属于豪华型饭店,除具有四星级饭店的标准外,还拥有豪华的大厅、接待室和阅览室,拥有高级的公用房间,包括各种类型的会议室;有较多套房,且客房宽大、装饰豪华漂亮。有一流的服务人员和高质量的服务,高水平的饭店经营和管理等。

第三节 饭店业的发展历史

一、国外饭店业的发展历史

人类的旅游活动在古代就已存在,但那时还没有商业性的食宿设施存在,因而旅游者往往投宿于当地人家,而当地人家也把免费接待投宿的旅游者作为一种荣耀和习惯。之后,由于货币的出现,促进了贸易和商业活动的发展,使商业活动的范围不断扩大、延伸,甚至超越国界,于是出现了以通商为目的的远程商队。随着商队的出现和发展,开始出现了以牟利为目的的接待机构,于是被称为世界古老行业的饭店业就逐渐形成。根据国外对饭店业发展历史的研究,一般把饭店业的发展划分为客栈时期、大饭店时期、商业饭店时期、现代饭店时期四个发展阶段。

(一) 客栈时期

客栈时期大约是从 11 世纪到 18 世纪之间的时期,其中以 15 世纪至 18 世纪客栈较为盛行,并以英国和法国的客栈最为发达,而且许多客栈所在地成为当地的社会、政治与商业活动的中心,有些演变成后来的大城市。

客栈,英国称为 Inn,美国称为 Tavern,一般是指位于乡间或路边的、主要供过往客人寄宿的小客店,是现代饭店产生的雏形。早期的客栈,从设施上看,规模小、设备简陋,一般是一幢大房子内设几间房间和床铺,旅客往往挤在一起睡;从服务上看,客栈仅提供过往旅客吃饭和睡觉的地点,并且价格也十分低廉;从经营上看,客栈都是单家独户经营,客人住宿的房舍往往就是家庭住宅的一部分,也无需专门的客栈管理人员。到 15 世纪以后,随着商业和贸易活动的兴旺和发展,人们对客栈的需求增加,对客栈的服务要求也有所提高,于是客栈的规

模开始扩大。有的客栈已发展到拥有 30~40 间客房,同时客栈的设施也有所改善,备有专门的厨房、餐厅和酒窖;有带壁炉的宴会厅和舞厅;客栈的环境条件也有很大改善,有供客人休憩的花园草坪等;并且开始雇用专门的服务人员和管理人员,初步具备了现代饭店的雏形。

(二)大饭店时期

大饭店时期是从 18 世纪末到 19 世纪末。18 世纪后半期,随着工业革命的到来,西欧、北美等一些国家相继进入工业化国家,并形成了群众性的消费社会。于是,适应现代工业化发展和经济贸易发展的需要,饭店业的发展从客栈过渡到大饭店时期。

早在 18 世纪后期,美国的饭店业就有了较快的发展。以 1794 年在美国纽约建成的第一座饭店——都市饭店为标志进入了大饭店时期。都市饭店拥有 73 个房间,在当时可算是一个巨型企业,并且很快成为当时仅有 30 万人口的纽约市的社交中心。紧接着波士顿、费城、巴尔的摩等城市也不甘落后,很快建设和开办了类似的大饭店。1829 年,在波士顿落成了一座现代化的大饭店——特来门饭店(Tremont),其拥有 170 套客房,是美国有史以来建筑最大、造价最昂贵的大楼。该饭店设有前厅,负责登记入住宾客。为不愿受干扰的宾客开设了单人和双人房间,并加上门锁;免费提供脸盆、水壶和肥皂等;专门设置了一个拥有 200 个餐位的餐厅,并首次提供法式菜肴;对服务人员进行专门训练以提供礼貌、周到的服务,等等。特来门饭店的这些做法,开创了现代饭店业的先河,推动了美国乃至欧洲饭店业的蓬勃发展。之后相继出现了许多有名的饭店,如纽约的阿斯特饭店,芝加哥的太平洋饭店和希尔曼饭店,圣路易的普朗特斯饭店,奥马哈的帕克斯顿饭店,旧金山的宫殿饭店等,使美国饭店业在世界饭店业的发展历史中占有重要的地位。

在美国饭店业迅速发展的同时,欧洲国家的饭店业也不甘示弱,18 世纪末各国相继建成了一些豪华的大饭店。如 1874 年在柏林建成的恺撒大饭店,1876 年开业的法兰克福大饭店,1880 年建成的巴黎大饭店,1885 年建成的罗浮宫大饭店,1889 年开业的伦敦萨伏依饭店等,都是一些建筑规模宏大、设施豪华、装饰讲究、服务一流的饭店,许多饭店成为建筑艺术上的珍品。由于这些饭店都设置了单独的私人房间,配备了各种娱乐厅、餐厅、阅览室,附设了带游廊的花园、喷泉等,从而吸引了许多王室、贵族、官宦、巨富和社会名流前往住宿和娱乐。

(三)商业饭店时期

商业饭店时期大约从 20 世纪初期到 40 年代末,约五十年的发展时期。这一阶段是饭店业发展的重要阶段,其从各方面奠定了现代饭店业的基础,使饭店业发展成为一个重要的行业。

19 世纪末是大饭店兴盛的时期,西方国家许多大城市中都出现了许多专门为王室、贵族、巨富和名流服务的大饭店。与此同时,在一些城镇和乡村还存在着一些设备简陋、服务有限的客栈。随着这些国家经济的发展,经商旅游者大量增加,这些人已不满足客栈所提供的条件和服务,但又没有资格住进那些豪华的大饭店。于是,针对这种社会需求状况,美国一个名叫斯塔特勒(Eusworth M. Statler, 1863—1928)的饭店业主,以自己多年从事饭店业的经验和对市场需求的了解,设计了为一般公众所能承受价格之内的商业性饭店,从而开创了商业饭店的事业。

同大饭店和客栈相比较,商业性饭店的服务对象主要是公众和从事商业活动的旅游者,因而其设施与服务摒弃追求豪华与奢侈的做法,讲求舒适、方便、清洁、安全和适用,并考虑到顾客的需求和承受能力,收费合理。同时,斯塔特勒还亲自制定了《斯塔特勒服务守则》,注意服务水平的提高,讲究经营艺术等,从而开创了现代饭店的先河。

之后,一批著名的饭店业主受斯塔特勒的启发,根据他提出的原则而创立了一批世界有名的饭店集团,如希尔顿(Hilton)、假日饭店(Holiday Inn)、喜来登(Sheraton),等等,使商业饭店有了较大的发展。

汽车饭店是随着汽车工业的发展而产生的。1925 年,在美国加利福尼亚州出现了一家叫“迈尔斯顿”的饭店。据说就是这家饭店最早正式使用了“汽车饭店”(Motel)这个名称。四年后,迈尔斯顿汽车饭店倒闭了,但更多的汽车饭店却在美国各地涌现。

纵观这一阶段商业饭店的发展,有以下几个突出的特点:一是确定了饭店为公众和旅游者服务的基调,使饭店业的发展与经济发展和人们生活水平提高相适应;二是促进了饭店业管理和服务的标准化和规范化,形成了行业规范和相应的管理机构,如饭店管理协会等;三是逐步实现了饭店的现代化经营和管理,促使所有者与经营者相分离,促进了饭店经营管理者阶层的产生和发展;四是出现了专门培养饭店经营管理人才的学校(院),如康奈尔饭店学院、柏林的饭店管理学院等。上述这些,不仅为现代饭店业打下坚实的基础,而且为饭店业成为一个重要的行业部门创造了必备的条件。

(四)现代饭店时期

从 20 世纪 50 年代开始到现在,饭店业进入了现代新型饭店发展时期。第二次世界大战结束后,随着世界范围内的经济复苏和繁荣,随着人口的迅速增长,特别是现代科学技术的进步,交通条件大为改善,为外出旅游创造了条件;劳动生产率显著提高,又增加了人们的可支配收入,于是外出旅游和享受饭店服务的需求迅速扩大,从而相应推动了现代饭店业的大发展。纵观这一时期饭店业