

论提高旅游饭店服务质量*

程海花

(西北师范大学旅游学院,甘肃兰州 730000)

摘要: 本文阐述了旅游饭店业要在旅游市场上占得一席之地,就必须提高旅游饭店业的服务质量,建立一个高效的服务体系,以顾客为导向,在注重员工培训的基础上更要注重员工激励。

关键词: 服务质量; 旅游饭店; 服务体系; 员工激励

中图分类号: F590 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-6921(2008)01-0066-01

随着社会经济的不断发展,人民生活水平的提高,全世界人口的变化和旅游者心理的变化,以及不断变化着的旅游经济和旅游者的旅游消费模式,给我国饭店和旅游业既带来了“挑战”,也带来了“机遇”。为了在旅游市场上占得一席之地,旅游饭店业的竞争日趋激烈,形式也多种多样,内容涉及方方面面,但都与服务质量有关。

1 服务质量越来越成为旅游饭店业竞争的法宝

在旅游业内,一个显著的变化就是消费者越来越强调“高质量的服务”。只有“高质量的服务”,才能使旅游者在众多的旅游饭店企业中选中某家企业。为了追求高质量的服务,饭店旅游业的竞争越来越激烈。著名的美国饭店业的创始人斯戴勒先生曾经说过:“一个饭店它只出售一样东西,那就是服务,提供优质服务的饭店是成功的饭店,而提供劣质服务的饭店是失败的饭店”他的观点就很好地反映了市场营销中“产品挂帅”的理念,如果你有顾客需要的产品,顾客自然会来敲你的门,而你也可以毫无困难地满足顾客的需求。在今天竞争激烈的环境中,酒店想要发展,最重要的事是:质量、质量和质量。

2 旅游饭店要提供与众不同的“特殊化服务”

在饭店和旅游业内,有两种类型的服务质量。一种是标准化的服务,而另一种就是“特殊化服务”,这类“特殊化服务”包括对客人的针对性服务、超值服务、亲情服务、细微化服务。我们关注的是在前一种服务质量的基础上,更好的实现后一种服务,因为它可以影响到顾客的满意程度。客人们只有相信他们所得到的利益比他们所牺牲的东西多时才会觉得“物有所值”。所以,提高服务质量的关键所在就是如何让客人们觉得他们得到了最大的利益。这就是旅游饭店所追求的高品质服务。美国的一些连锁酒店,早就意识到干净而安全的客房及简便快速的入住、离店手续是客人选择酒店时最注重的东西。他们还明白,大多数的客人都是驾车而来,住上一晚后,第二天一大早就启程,所以他们为客人提供了干净而安全的客房,外加免费的欧洲大陆早餐,这顿

设在酒店大堂吧的早餐使客人们第二天一早就可启程而无需在早餐上花费太多的时间。通过这样做,酒店就为客人们创造了价值。其实,在这一类型的酒店中,大多数的酒店都以这样或类似的服务作为自己的“拳头产品”。一家酒店若想使自己的产品与众不同,就必须做到人无我有、人有我特、人特我精,如果在客人的眼中,酒店的服务与众不同,就可以给酒店增添许多有形和无形的价值。

3 建立高效的服务体系,以实现高品质的服务质量

一家饭店为了提供与众不同的产品与服务并保证顾客最大限度的物有所值,就必须有一种能够满足乃至超出顾客期望的服务体系,只有这样,服务体系才能满足客人的需求。在酒店和旅游业内,使客人物有所值可以分以下四个步骤去做:①认清哪些是可以带给顾客最大价值的市场环节;②认清在这些环节里可以提供给顾客哪些价值;③建立起可以向顾客提供比别的竞争者更好的服务体系;④倾听顾客意见,随时修改服务体系。

在 Ritz-Cariton 饭店,员工们接受培训,学习如何倾听客人的意见、偏好、喜欢和不喜欢的东西以及客人的习惯都被一一记录下来,一起收入客人的客史档案。然后饭店根据这些信息,在客人今后住店时,向他们提供更为“个性化”的服务。不仅如此,这些信息还将输入一个“服务数据银行”,让所有 Ritz-Cariton 的饭店分享。比如说,如果一个客人最喜欢的报纸是《华盛顿邮报》,那么只要他住进酒店,就会惊喜地发现随早餐而来的还有一份《华盛顿邮报》。这是因为他的这一读报爱好已被记录在案。当他意外地从酒店得到这份报纸时,他就会觉得住在这家酒店“物有所值”。让收集来的客人信息供所有的连锁酒店使用以改进酒店的服务,这就是对服务体系进行重新的调整。

建立一个高效的体系需要酒店的经营和管理者彻底改变管理模式,他们不仅需要了解变化,而且要学会适应这种变化。在任何一个酒店和旅游组织里,要想建立一套优质的服务体系,没有以服务为导向的组织文化是行不通的。一个组织(下转第74页)

* 收稿日期:2007-10-16

作者简介:程海花(1970-),内蒙古包头财经学校,职称:讲师。研究方向:旅游酒店,西北师范大学旅游学院2006级在职研究生。

较高的要求, 成员还应具备优秀的专业知识。要提升我国会计师事务所的团队精神, 必须从核心资源即注册会计师着手。我国的会计师事务所应加强行业人才培养, ① 扩大会计师事务所的规模, 增加拥有注册会计师的数量; 合理安排注册会计师的年龄结构, 加大年轻人的比重; 提高注册会计师队伍中高学历的比重; 建立一支在数量和质量上都能够满足国际资本市场发展战略和现代企业制度需要的执业队伍, 以适应行业国际化发展需要; ② 当前应以国际化为人才培养的导向和目标, 吸收营销、计算机等方面的专业人才, 如通过中国注册会计师协会和国际会计学院牵头组织的人才培训、后续教育培训、实施战略联盟和集中资源共同培养、出国进修、加盟国际会计公司学习、建立健全会计师事务所人才引进机制等, 为我国会计师事务所的国际化发展做好人才储备。2005 年以来我国着力实施会计领军人才战略, 着重使高层领导具备会计国际化思维能力, 一批注册会计师首先成为储备人才、大型会计师事务所合伙人国外进修等都为本土会计师事务所国际化人才培养提供了难得的契机。现代企业的竞争就是团队间的竞争, 就是团队协作能力的竞争。精诚合作的团队精神是企业成功的保证。

6 结语

新经济时代给我国的注册会计师行业带来了新的机遇, 也带来了新的挑战。企业的核心竞争力不是单纯某一个方面的能力。企业在战略定位、管理、科学技术、企业文化、所在环境等方面的能力是互相关联、相互影响的, 任何一种能力的欠缺都会最终导致企业在竞争中陷入弱势。我国的会计师事务所只有打造出以优秀的诚信文化为基础、知名的品牌为体现、用创新来维持、精诚合作的团队精神为依托的持久的核心竞争力。只有具备这样的核心竞争力, 我国的会计师事务所才能适应我国市场经济的需

(上接第 66 页) 的文化是该组织价值观、信条、理想和外在在仪式的一种积淀。而以顾客为导向, 服务顾客为核心的组织文化的形成对于优质服务至关重要。

4 实现高品质的服务, 员工激励至关重要

饭店的服务是由饭店全体员工提供的, 因此饭店要对员工进行培训, 包括职业道德培训、服务礼仪培训、服务技能的培训等等, 但管理者不能忘记员工激励也很重要。根据内部营销的概念, 员工的内在市场是激励他们注重服务顾客最好的动力。所谓内部营销, 是用一种市场营销的手段来管理公司员工的方法。对于管理者而言, 员工本身就是一种目的市场, 可以用激励, 最后使他们最快速地对顾客的需求做出回应。

一般而言, 员工喜欢在有趣、激动人心的环境下工作。沃尔特·迪斯尼公司就深谙此道, 还将其妥善地加以利用。在公司里, 员工们拥有自己的室内娱乐设施、餐厅和图书馆。迪斯尼向员工们传达了这

样信息: ① 公司关心你们每个人; ② 你们的健康和幸福对公司很重要; ③ 公司希望看到你们个人的成长和发展; ④ 公司希望你们愉快而放松。这些看似简单的信息, 使迪斯尼公司许多年来在酒店和旅游业中一直独树一帜, 因为他们知道自己的位置, 他们明白最终的目的。

[参考文献]

- [1] 周海炜. 核心竞争力: 知识管理战略与实践 [M]. 南京: 东南大学出版社.
- [2] 王金凤, 白言壮. 追求企业卓越: 核心竞争力打造方略 [M]. 北京: 中国经济出版社, 2003.
- [3] 黄继刚. 核心竞争力的动态管理 [M]. 北京: 经济管理出版社, 2004—02.
- [4] 卢福财. 核心竞争力与企业创新 [M]. 北京: 经济管理出版社, 2002—12.
- [5] 李慧波. 团队精神: 企业真正的核心竞争力 [M]. 北京: 新华出版社, 2004—11.
- [6] 郑永忠, 章彰著. 安然之死 [M]. 北京: 中信出版社, 2002—05.
- [7] 周三多等. 管理学 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2005—02.
- [8] 漆江娜, 陈慧霖, 张阳. 事务所规模、品牌、价格与审计质量——国际“四大”中国审计市场收费与质量研究 [J]. 审计研究, 2004, (3).
- [9] 孙铮著. 新经济的挑战与机遇——中国注册会计师业务前景之展望 [J]. 审计研究, 2001, (1).
- [10] 胡玉明. 21 世纪管理会计主题的转变——从企业价值增值到企业核心能力培植 [J]. 外国经济与管理, 2001, (1).
- [11] 涂蓬芳. 会计师事务所如何打造核心竞争力 [J]. 中国注册会计师, 2006, (6).
- [12] 隋波著. 创新——企业核心竞争力的决定因素 [J]. 企业天地, 2006, (2).
- [13] 宋献中, 角雪岭. 我国注册会计师行业走向国际发展战略研究 [J]. 会计之友, 2006, (3).

样信息: ① 公司关心你们每个人; ② 你们的健康和幸福对公司很重要; ③ 公司希望看到你们个人的成长和发展; ④ 公司希望你们愉快而放松。这些看似简单的信息, 使迪斯尼公司许多年来在酒店和旅游业中一直独树一帜, 因为他们知道自己的位置, 他们明白最终的目的。

总而言之, 如今的饭店、旅游业已变得越来越复杂和多变, 竞争也愈加的激烈。因此, 只有先进的管理思想、优质的服务质量才是饭店业得以生存和发展的重中之重。我深信, 中国的饭店业今后一定能提高服务质量, 并会因此而大大赢利。

[参考文献]

- [1] 何建民. 现代饭店营销实务 [M]. 大连: 辽宁科学技术出版社, 1999.
- [2] 蒋新. 饭店管理概论 [M]. 大连: 东北财经大学出版社, 2005.
- [3] 马开梁. 餐饮管理与实务 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2003.