

<<度假饭店的开发与管理>>

图书基本信息

书名：<<度假饭店的开发与管理>>

13位ISBN编号：9787503213687

10位ISBN编号：750321368X

出版时间：2003-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：Gee

页数：594

字数：696000

译者：向萍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<度假饭店的开发与管理>>

内容概要

目前，全世界有60多个国家引进了AH&LA教材，有1400多所大学、学院、职业技术学校将其作为教科书及教学辅助用书。

全球45个国家有120多个授权机构为饭店35个重要岗位颁发AH&LA系列教材，使读者能够从中见识从中见识到饭店工作的真正挑战，并能从中获得解决实际问题的方法和技巧的训练，它将帮助您全面了解国际现代化饭店的管理与动作实务，提高饭店经营和管理的专业水准。

<<度假饭店的开发与管理>>

作者简介

Chuck Y.Gee(朱卓仁)自1976年以来，一直担任夏威夷大学旅游学院院长，同时还在丹佛大学、俄勒冈州立大学、前科技与发展学院东西方研究中心任职。

朱卓仁先生获得诸多殊荣，包括：1972年获中国科学院（台湾）荣誉博士称号，1986年获亚太旅游理事会理事长奖，1987年获旅游组织学会NOAH奖，1988年入选美国旅游业协会旅游名人堂，1990年获亚太旅游理事会个人终生成就奖，1991年获亚太旅游理事会个人教育成就奖，1991年获丹佛大学公共服务荣誉博士称号。

在学术领域以外，朱卓仁先生还担任众多国际和国内组织，国际饭店集团、餐馆、俱乐部、航空公司和国家旅游组织等的顾问。

<<度假饭店的开发与管理>>

书籍目录

作者简介前言序学习教育学院课程的提示第一部分 导论1. 度假饭店的概念2. 度假饭店的历史第二部分 度假饭店的规划与开发3. 规划与开发中需要考虑的若干问题4. 规划和开发的过程5. 设施规划6. 主要的娱乐活动和设施第三部分 度假饭店的管理7. 人员组织和人际关系8. 前台管理9. 后台管理：餐饮、房务、洗衣部的运营10. 后台管理：饭店、场地、能源、财会及采购11. 安全、安保及风险管理第四部分 度假饭店的营销及财务管理12. 度假饭店的营销与销售促进13. 度假饭店投资管理14. 度假饭店：回顾与展望练习题答案

<<度假饭店的开发与管理>>

章节摘录

书摘 在度假旅游者看来,度假饭店是其最终的目的地。

因此,度假饭店必须具备客人需要的一整套令人感到舒适的设施、各类服务、产品及娱乐设施。如果度假饭店的自备设施和服务不齐全,就必须依赖所在接待地社区为其提供支持性的基础设施(即为服务于重要的地面设施而必须进行的地下和地面的开发建设)。

一个度假目的地的开发所涉及到的经济、社会和环境等方面的问题与城市发展中所遇到的问题大致相同。

对诸如度假地同所在接待地社区的关系、就业政策、资本投资、娱乐设施的开发、基础设施方面的要求、社会效果、土地使用及资源保护等种种问题,开发商及规划班子的其他人员都必须加以考虑。

此外,接待地社区也须通过其代表表明其观点,并让这些观点在开发规划中得到体现。

开发并非是只有新度假饭店才会经历的一次性的过程。

为了在竞争激烈的市场环境中保持活力,度假饭店经营者必须不断改善其接待设施,定期增加舒适宜人的新设施或吸引物,以吸引未来的市场。

文化价值标准、社会习俗及公众的口味是随时间推移而变化的。

一些在历史上曾盛极一时的度假饭店由于不能适应变化的市场,最终竟被湮没无闻,并被更新颖、规划得更好的度假饭店所取代。

因此,规划和开发必须是一个不断进行的过程,而度假饭店管理人员也必须对与具体开发有关的一些特殊问题有所了解。

“仁者见仁,智者见智”,这是人们在讨论有关度假饭店开发的问题时遇到的最棘手的问题之一。遗憾的是,对决策者来说,这些问题很少有明显正确或明显错误的选择,因而支持者和反对者都能各执一词来反对对方。

当人们就开发效益进行争论时,任何一方都能引用权威人士的话来证明自己是正确的。

就像本章“生活方式变化”一节中所描述的那样,人们经常发现不同的研究者使用相同的资料却得出相反的结论。

人们就好像是用两双眼睛在看度假饭店开发中必须考虑的问题。

第一双眼睛是投资者的眼睛,他为开发项目带来了必要的资金。

投资者普遍关心的是财务投资 and 市场需求等问题。

但有关度假饭店开发的决策并不单纯是投资者和开发商的决策。

度假饭店开发可能会对整个社区产生重大的影响——社会、经济、物质或环境的影响——所有这些影响往往会互为因果。

而且,既然开发的许多成本是由社区承担的,所以,必须让社区的意见在决策过程中得到考虑。

虽然有人可能认为我们的结论是主观臆断,但我们仍要试图说明各种行动方案可能导致的成本和效益。

在我们所做的介绍中,不言而喻的是,决策者必须仔细权衡各类开发方案的成本和效益,从而选择那些收益高于成本的方案。

投资方面的考虑 赚取利润并使企业能够长期生存,是任何公司的管理层压倒一切的目标。

由于有了这样的导向,管理方自然会重点考虑与投资决策相关的经济问题。

然而,不要忘了各项经济决策(诸如招徕多大数量和什么类型的游客、开发规模、建设速度、在哪些服务设施中投资多少以及土地利用密度等等)会对目的地地区产生社会和环境方面的影响,这些影响又会反过来对度假饭店吸引游客的能力产生影响。

经济、社会及环境问题之间独特而广泛的相互联系,部分是由于度假饭店(旅游)产品的特殊销售方法所导致的。

旅游业基本上是一个“出口”行业,也就是说,该行业的产品和服务被出售给来自外地的人,外来的金钱则被用来交换获取那些产品和服务。

但不同于其他出口产品的是,对旅游产品(服务和商品)的需求必须强烈到足以吸引消费者旅行到生产地(度假地)来购买这一产品。

<<度假饭店的开发与管理>>

任何一种商业活动都可能激起产地社区某些居民的不满情绪。在大多数出口行业中,这种不满情绪不会殃及消费者,也不会影响他们购买产品的决定。而在旅游业中,这种不满以及接踵而来的反社会行为有时是直接针对游客的。因此,这种在接待地社区产生的社会影响(同样,还有环境影响)对度假饭店产品可售性的影响比起其他产品来说要大得多。

本章的“社会影响”一节将对此做进一步阐述。

市场可行性 从逻辑上讲,度假饭店的开发过程应肇始于对市场力量的估量。

开发应该反映需求的发展。

如果不以市场为导向,开发就是不负责任地在拿投资者的资金冒险。

开发商和管理方应弄清市场需要的是什么,并据此来设计度假饭店产品以迎合这些需要。

市场可行性研究是这一过程的第一步。

市场研究 试图界定潜在市场并预测其规模。

对于管理方面言,关键在于如何阐释这些资料并利用它来满足自己的经营需要。

最重要的信息并不一定是市场的潜在总量,而是对于市场特征的界定。

商店及服务设施 度假饭店的商店也许是饭店自有的,也许是出租给他人的,这要视管理层对商店的潜在盈利能力的估计而定。

盈利最丰的商店多半是销售价格远远高于成本的商品,比如服装和运动用品。

而盈利最少的则一般是那些为个人提供服务的商店,如美发店。

度假饭店之所以开设商店,是因为购物已成为许多美国人的头号娱乐活动。

坐落在度假飞地内的商店,大多数只出售那些售价远远高于成本的商品(夜礼服、名牌时装、珠宝首饰、瓷器、运动用品、高质量纪念品之类)。

而坐落在偏远地区的饭店,由于当地的社区设施不是唾手可得,因而必须开设商店以满足客人的绝大部分需要或全部需要。

下述类型的商店属一般所需之列,度假饭店或者只需其中一家,或者需要其中若干家。

- 杂货店:所供货物主要包括一些便利物品,包括个人日用及洗漱用品、无医生处方也可合法出售的药、照相机附件、糖果、香烟、小食品等。

- 书店:所供货物主要是畅销书和其他的流行小说、杂志等。

可与杂货店合并经营。

- 礼品店:所供商品包括纪念品和饭店内使用的商品,如客人用毛巾、烟灰缸冰桶、充填而成的造型动物、遮阳帽,以及类似物品、商品上面都有度假饭店的店名和店徽。

此外,根据度假饭店的规模和顾客的消费习惯,商店还可以出售奢侈品(高级香水、美味食品、精美瓷器、银器及玻璃器皿等)。

- 服装店:主要供应运动服装。

如果度假饭店面向家庭市场,那么还可能出售儿童服装。

一些声望较高的度假饭店为提升客人的购物感受,已开始越来越多地出售名牌时装。

- 体育用品店:出售该度假饭店特色娱乐活动所需的体育用具及附件——如网球拍、高尔夫球棍、潜水用呼吸器材、钓鱼竿、相机、双筒望远镜、滑水板、滑雪板等。

- 其他商店:许多大型度假饭店还设有理发店、美容厅及花店等。

文娱活动 高质量的文娱活动,无论采取什么形式,都可以将利用不足的空间转变成利润中心,塑造或重塑度假饭店的形象,增强度假饭店的竞争力,甚至提高其客房出租率。

在今后的年月里,度假饭店经营者在文娱活动安排方面将面临更大的挑战,因为当今这几代旅行者通过频繁的旅行和电视,已经获得了比其父辈更丰富的见闻和经历,因而极易对那些“千篇一律”的事物表示厌倦,在选择被动参与或主动参与文娱活动及其他消遣时也变得更加挑剔。

夜总会 在大多数度假饭店,夜总会是与餐厅或鸡尾酒吧设施结合在一起的。

然而,除非饭店坐落在较大的社区附近,可能有当地人惠顾,否则,夜总会一般是无钱可赚的,因为文娱演出的费用非常高。

经营夜总会绝非易事,因为这需要许多专业知识,如关于演出合同、演职员来源、演职员代理机构等

<<度假饭店的开发与管理>>

的知识，以及同演职人员的代理人和各种工会打交道的能力等。

如果夜总会提供有乐队现场伴奏的舞会，那么管理人员必须熟知各个伴奏乐队的声誉、可靠性和综合包价，还要了解关于演出最新的首创音乐作品的版权法规等。

现在有一些为饭店、度假饭店和其他客户提供演出服务的独立代理机构。

但是这样的代理机构通常只有成熟的度假地才有。

出于下面提及的原因，度假饭店可能会发现与这些机构建立稳固的联系颇有好处，因为：
· 演出代理机构常常能够为度假饭店提供高质量的演出活动，而价格却低于饭店经营者通过其他渠道获得的价格；
· 代理人与众多演职员打交道，代理大量节目，因此能够提供多样化的节目，遇到紧急情况时，还能提供救场的替身；
· 代理机构可以为管理层节约寻找和筛选演职员的大量时间；
· 代理人有时可以提供关于灯光、音响和舞台布置方面的咨询。

与代理人打交道的主要不利因素在于，这些人的推销意识很浓，往往将每个节目都描述得天花乱坠。

正因如此，有些度假饭店宁愿只与一两家信得过的代理机构合作。

现场音乐 尽管现场音乐演奏成本高昂，但在许多度假饭店却一直兴盛不衰。

全美各主要城市的大饭店正在以这种形式的文娱演出吸引着大量的顾客。

交响乐队或者通俗乐队被请来演奏音乐，曲目从舞厅常见的华尔兹、狐步、探戈舞曲到大型爵士乐队时期的乐曲，品种繁多。

那些拥有稳定的顾客群和舞厅设施的大度假饭店认为，在饭店的其他文娱活动中也可以增设下午舞会和现场乐队。

迪斯科 20世纪70年代盛极一时的迪斯科并非新生事物。

就其目前的形式而言，它是在20世纪40年代末、50年代初，随着高保真录音臻于完善，以及立体声音响系统的商业化发展而出现的。

20世纪60年代期间，闪烁的灯光、馥郁的香气、轰鸣的音响以及变幻的色彩被添加到音乐上，以制造一种令人兴奋的、几近于醉生梦死的效果。

这种舞厅或设在夜总会里，或与餐厅结合起来，极受人们的喜爱，以至于仅仅几年的时间，就从欧洲传遍整个美国，并传到东南亚的大部分地区。

“迪斯科”一词是从法语翻译过来的，其字面意思是唱片库。

对于度假饭店来说，迪斯科比起现场文娱演出和乐队伴舞来有几点优越性。

后者的不足之处是：费用高昂，难得有一流的演出人员，同时还要受制于行业 and 职业工会团体的限制性规定。

而迪斯科恰恰避免了这些不足。

现场文娱演出可能一周要耗费数千美元，而相比之下，迪斯科的运作却相当便宜。

其成本包括唱片、音乐许可证和音乐主持人的费用，不过区区可数的几百美元而已。

迪斯科设施有简有繁。

简者有安装在可移动的舞池中的简单系统；繁者则配有计算机控制的复杂的幻灯映像，灯光喷泉和人造雨景，连续闪烁的灯光，装有镜子的墙壁和天花板，经过处理能吸收黑光的壁板和天花板，复杂精密的音响系统，以及其他种种巧妙的机关装置。

舞池一般用栏杆圈围起来，既能保护客人，又能使客人在跳舞时不离开舞池。

除了酒吧设施外，快餐柜台不但极受18岁-24岁年龄段青年人的喜爱，同时还受到年龄稍大的富裕阶层市场的欢迎。

在迪斯科舞厅，对人群的控制和影响通常是由一位技艺娴熟的音乐主持人来进行的。

各个舞厅的情调各不相同，从循规蹈矩到稀奇古怪，完全取决于舞厅的地理位置及市场的品位。

近年来，随着音乐和录像的结合，迪斯科舞厅得以提供一种近似于现场演出的文娱产品，但价格却低得多。

今天的迪斯科更接近于其最初的理念，即提供多种多样、多才多艺的音乐。

.....

<<度假饭店的开发与管理>>

媒体关注与评论

序《度假饭店的开发与管理》第二版对原有版本作了更新和补充，进一步反映了全球经济和度假饭店业的变化。

新版本重点论述了度假饭店开发、管理和经营的独特之处，其主要目的在于：让读者了解度假饭店这一令人兴奋的领域，了解度假饭店管理的原理；为管理者和经营者提供新的思想和洞察力，以帮助他们进行决策；让开发者和投资者熟悉规划度假饭店所涉及的社会、经济和环境问题。

读者会发现，度假饭店管理这一职业需要的不仅仅是了解关于饭店客房、高尔夫球场和资产负债表的工作知识，更需要具有优雅高效地与客人、员工、高尔夫球专业人员、会计及其他人员打交道的能力，从而更进一步认识到度假饭店业是一个不断变化的行业。

在日复一日的工作中，灵活性是一种优秀的素质。

饭店业不断变化的特性证明了出版这一新版本确有必要。

度假所具有的日益重要的意义，以及度假次数更多、持续时间更短的趋势，提示非度假饭店的管理者在其经营的饭店中沿用度假饭店的理念。

朱卓仁先生奉献的这本教科书内容全面、富有价值、实践性强、适用性广，是业内人士不可缺少的必读书目。

希望学习饭店管理的学生注意这一信息：度假饭店业令人激动，充满挑战，要求很高。

倘若你的目标是找一份8点上班5点下班、作息时间规律的常规工作，那么，你现在就应该考虑改变学习的方向了。

如果你所寻找的就是充满挑战的岁月，看上去不可逾越的障碍，长长的工作时间，与来自世界各个层面、各个角落的有意思的人打交道，那么，欢迎来到度假饭店的世界。

在这个世界中，最重要的产品就是美好的回忆。

我们需要你。

詹姆斯·C·迈尔斯
副总裁—总经理

殖民威廉斯堡饭店集团有限公司
弗吉尼亚，威廉斯堡

<<度假饭店的开发与管理>>

编辑推荐

随着经济全球化和信息化进程的加快，以及我国加入世界贸易组织，旅游企业面临的竞争和压力将越来越大。

国际竞争国内化、国内竞争国际化已成为必然；旅游企业的竞争就是企业经营管理人员素质的竞争已经成为全行业的共识。

职业化教育与培训，已成为中国旅游饭店业在新世纪发展的最紧迫的问题。

<<度假饭店的开发与管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>