

2023年酒店的调查报告(大全10篇)

随着个人素质的提升，报告使用的频率越来越高，我们在写报告的时候要注意逻辑的合理性。优秀的报告都具备一些什么特点呢？又该怎么写呢？下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢！

酒店的调查报告篇一

调研目的：了解酒店的现状和酒店的评定标准，亲身体会酒店环境感受酒店氛围，了解酒店服务流水线。为酒店的设计提供必要的素材，制定一个功能完全的设计任务书，为将要进行的设计，设计一个符合规范的酒店。为了突破固有的模式，体现人文精神，同时具有时尚趣味，设计营造了一个现代的具有传统东方韵味的空间。

酒店设计是理性设计与感性设计的高度统一，它的第一个切入点就是为经济效益这一目标服务。这是个充满理性思维的过程。这一过程重点要考虑以下几个方面。

1、市场定位

对酒店所在城市、地区以及相邻建筑、所处的自然生态环境进行考察与分析，给酒店一个准确的定位，是至关重要的。因为不同档次、不同市场定位的酒店，在设计上是不同的。如度假酒店、商务酒店、会议酒店、旅游酒店等，它们都有各自不同的专业化设计。

2、功能划分

酒店的功能划分也需要较理性的思考。在设计之先，最好根据不同的市场定位、各种空间在整个酒店所占位置及面积、比例的不同，绘出一份流程示意图。功能划分既要满足客人食宿娱购行的各种行为，还要保证酒店管理方包括各个工种

作业的各种行为的顺利进行避免交叉作业。国内的酒店设计从建筑构造上开始惯用一套固定模式，尤其是标准客房，设计含量极低。因此，在这个阶段，怎样在满足功能需求之外，进行创新设计，是我们所追求的目标。

3、空间感

空间感是建筑体面的虚实围合给人的心理感受。最理想的状态应该是把酒店设计的建筑规划与室内空间融合为一体。这是理性与感性的完美结合。而目前我们所做的大部分设计都是在已有建筑构架之上进行的，因此我们提倡的所谓空间的互融性室内与室外空间的融合、室内空间的融合，也只能是在有前提的情况下进行的。

酒店一般都会出现大的共享空间。如何将室外的光、水、绿化引入室内，如何使建筑与室内空间的融合达到完美，如何打破原有的陈旧的空间利用模式，需要吸收以往的经验，但更需要创新。笔者认为，在空间互融性上，北京建国饭店的做法颇值一提。它错落的建筑本身就给人一种视觉上的美，而由大堂吧和后面的客房区所围合成的露天园林处理得更为成功。客人无论是在大堂吧还是在客房阳台上，都可以欣赏到变幻的四季景色，而客房区的客人还可以在半敞开的阳台上听到淙淙的流水声，呼吸带露水的空气。

另外一个比较好的例子是北京嘉里中心酒店一层。它的室外正对入口处有一处带灯光的水墙，从室内大堂望去，与室内环境连成一体。酒店的办公室亦是如此。由大堂进入，整面的落地玻璃迎面而来，玻璃前方是一个水流缓慢的静水池，而落地玻璃外面，是一处高大的带有储水池及植物的水墙动静处理相映成趣，既成室外一景，从室内看去，又与室内空间浑然天成。

4、风格

酒店设计的风格离不开它的市场定位，它受文化背景制约。

一个建筑、一个室内空间给人最直接的印象就是尺度感，北京紫禁城也好，罗马圆形广场也好，它们整体的尺度给人以宏伟之感。每个空间的每根椽子、每座雕塑、每个柱头的尺度都恰到好处，美到极致。

例如北方佳苑饭店的一层大堂高4m，整体的木作与石材、收口与做法都很利落。我们曾反复对比整个空间中各种材料、固定家具、可移动家具包括大堂副理台、圈椅、休息区的沙发、茶几等、盆栽绿色植物、饰品，甚至壁龛中的装饰物的尺度，以及各种尺度在整体空间中给人视觉上、心理上带来的各种感受。

2、灯光

灯光设计是一个很大的专业范畴。

重点照明、间接照明、主光源、次光源、可调性光源、冷暖光等在酒店不同的空间设计中各有其不同的应用。

3、色彩

使人耳目一新。

4、配饰

配饰涵盖的范围较广，各种装饰面、雕塑、植物、插花、陶瓷等装饰物都在配饰的范畴之中。配饰的设计也应包括在酒店设计中，由设计师整体设计或选定，它是一种软性设计，许多配饰的选用体现的是一种人文主义。例如，改造后的北京君悦酒店，客房中的装饰画是以苏州园林为主题的黑白照片，以文化主题作为贯穿整个设计的要素，大大提高了酒店的文化档次，给客人以深刻印象。

设计是一种来源于生活，但又高于生活的创作活动，它会对人们的各种社会行为起到一定的规范引导作用，酒店设计亦是如此。我们一直在提倡“绿色设计”、“环保设计”、“节能设计”、“人性化设计”，作为专业化的酒店设计师，要做的就是如何把它们渗透到酒店设计中。设计师必须对生活有深刻的理解，对一些细节有细致入微的观察，并把这些感受都融于酒店各个空间的细节设计中去。

1. 前厅

a.有与接待能力相适应的前厅。内装修美观别致。

b.总服务台有中英文标志，分区段设置接待、问讯、结账。

d.在非经营区设客人休息场所；

e.门厅及主要公共区域有残疾人出入坡道，配备轮椅。有残疾人专用卫生间或厕位，能为残疾人提供特殊服务。

2. 客房

c.有卫生间，装有抽水马桶、梳妆台（配备面盆、梳妆镜）、浴缸并带淋浴喷头（有单独淋浴间的可不带淋浴喷头），配有浴帘、晾衣绳。采取有效的防滑措施。卫生间采用较高级建筑材料装修地面、墙面，色调柔和，目的物照明度良好。有良好的排风系统或排风器□110/220v电源插座。

d.有彩色电视机、音响设备，并有闭路电视演播系统。

3. 餐厅及酒吧

4. 公共区域

a.提供回车线或停车场；

b.3层（含）以上的楼房有足够的客用电梯；

c.有男女分设的公共卫生间；

d.有小商场，出售旅行日常用品、旅游纪念品、工艺品等商品。

酒店的调查报告篇二

（一）人才流失严重

我国一般企业的人员流动率在5%~10%之间，旅游饭店业最适合的流动率在8%左右，然而中国旅游协会人才培训开发中心对全国二至三星级的酒店进行的一项调查显示，旅游饭店人员流动率达到了23.95%，部分酒店人才流失率竟达到了45%以上。

当前，每个饭店在经营管理过程中，都必须面对员工流失问题。而员工流失率偏高，又是各饭店普遍存在的一个现象。同时，员工流失率偏高也给饭店带来了负面影响，其负面影响集中表现在：员工的流失给饭店带来成本损失；员工的流失影响饭店的服务质量；员工的流失使饭店业务受损；员工的流失会极大地影响士气。以下是酒店人才流失原因分析：

1、旅游本身固有的特性

从旅游行业发展来看，一方面旅游业是一种劳动密集型的服务性行业，人才引入的门槛较低，不需要较高的学历和较强的专业知识，决定了旅游业的从业人员素质参差不齐，人员的低准入和复杂性在一定程度上决定了旅游业的工作氛围，行业内跳槽思想变得正常和随意化；另一方面旅游行业发展本身的波动性和脆弱性影响，季节性的人员流动，淡旺季的差别及突发事件对旅游业的影响，也导致了整个旅游行业的员工需求弹性较大，一些酒店根据淡旺季的员工需求来安排

长期工和固定工的人数，而让其他员工停薪留职甚至“去职”，这种变动无疑让员工增加了不安全和不稳定感，对有志于从事旅游业的人来说也是一个很大的打击。再者，旅游行业是属于年轻人的行业，开放性强、工作节奏快、接触面广，对年龄也有一定的要求，年龄大的员工就会感到力不从心。所以，其人员流动率高于其他行业也是显而易见的。

2、人们的观念问题

传统择业观念的影响体现在两方面，很多人认为饭店工作没有地位，受传统思想观念的影响，一些员工认为自己所从事的服务工作低人一等，因而，一旦有机会，他们就会想方设法地到其他行业中工作。我国旅游饭店业自20世纪80年代初才迅猛发，长期以来在政治、社会、经济生活中不受重视，加之酒店的服务性特点，服务人员不受尊重甚至遭到歧视。同时，传统的职业观点要求工作要具有稳定性，而旅游饭店的客源具季节性，不能为就业者提供长期性、稳定性的工作，造成了很多劳动力不愿涉足饭店业。另外，在我国饭店行业中普遍流行着这么一种观点：干饭店工作是吃青春饭的行业。在这种观念的支配下，饭店员工，尤其是那些年龄较大的员工，很难安心工作，跳槽也就成为他们经常考虑的问题之一。

3、寻求更优的工作环境

饭店员工，尤其是身处第一线的服务人员，工作量大，工作辛苦，有时还要遭受少数客人的有意刁难甚至是人格侮辱；在有些饭店里，出于管理者自身素质不高或管理方法欠妥，致使员工感觉没得到应有关心和尊重；有些饭店，特别是老国有饭店，存在着内部人员关系过于复杂、人际关系过于紧张的问题，一些员工因无法忍受这种压抑的工作环境而跳槽。

酒店有一个说法不眠不休不打样，它每年365天、每周7天、每天24小时都在营业，酒店最繁忙的时候是在周末和公共假期。前台工作人员需要倒班，工作时间不稳定，工作几年后

职员就感到不适应，往往会选择一个“朝九晚五”的单位，对于在酒店工作的年轻男女而言，这肯定不是他们最喜欢的生活方式，就像其他人一样，他们也想在这个时候外出聚会而不是埋首工作。

酒店业对员工的要求比较高，一般来说需要形象气质佳、外语水平好的人，有些人工作几年后能力达不到要求不得不离开，而具备这样的能力和素质的员工，又往往跳槽到其他行业的跨国公司去工作了。今天我们年轻的毕业生有更多的就业选择，虽然酒店业在中国上升得很快，但比较而言它仍然占经济领域中相对较小的部分。酒店业需要与其他行业激烈竞争这些年轻的人才，一般而言年轻人在找工作时注重安稳性、声望和正常工作时间。

4、寻求更高的报酬

在我国饭店业中，不同规模、档次与经济类型的饭店之间及饭店与其它行业间的报酬差距是客观存在的。一些外资高档饭店员工的收入水平普遍要大大超过国内饭店、高新技术行业的工资水平又大大高于饭店业。许多员工把饭店支付给自己的报酬的高低作为衡量自身价值的标尺。由此，导致一些员工在寻找到能够提供更高报酬的企业后，就有可能选择跳槽。

5、寻求更好的发展机会

报酬是在人们选择职业时比较注重的一个因素，但它并不是人们做出最终决策的惟一依据。事实也表明，有些人为了能得到更多的发展机会，他们宁可暂时放弃较高的报酬。反之，若得不到很好的发展机会，即便是能在这家饭店拿到比同行们更高的收入，他们也会跳槽到那些能给他更广阔的发展空间的饭店或其企业去工作。

6、多数旅游饭店缺乏有效的激励机制

旅游酒店中薪酬的高低、薪酬结构和薪酬分配的合理程度成为影响员工离职的主要因素。由于饭店的微利经营，不可能对每一个员工都提供高薪酬，但应在公平、激励原则的指导下，制定合理的薪酬结构和福利政策，并可以考虑给予员工至少是核心员工带薪休假的权利，并对做出较大贡献的员工，给予奖励，充分体现优秀员工的价值，并扩大其榜样示范作用。对于优秀的、具有核心地位的员工来说薪酬固然重要，但他们更关心的是自我发展前景和潜力。

7、缺乏良好的企业文化，员工没有忠诚感

年轻的雇员，特别是有才能的雇员，因其跳槽倾向而闻名，他们都愿意向最高的出价者出售自己的技能，并对任何雇主都缺乏忠诚感。劳动力成本以几何级数上升，同时生产率呈代数级增长，这对任何成长中的经济都是一个危险的趋势。劳动力密集的酒店业尤其难以承受。

旅游饭店的企业文化是这个饭店特有的传统和风尚，良好的企业文化建设就是要促使员工共同遵循一样的价值观、信念态度、经营哲学和行为准则，从而形成强大的凝聚力和协同力。解决这个问题的关键是树立“以人为本”的意识，尊重人才，培养人才，形成团结互助，互相认同的企业文化。目前饭店中真正具有凝聚力、号召力企业文化的相当少，当人才自身的价值理念和企业文化相冲突时，他们必然会选择跳槽，从而加速了人才流失。

8、其他方面的原因

一些员工出于工作以外的个人方面的原因也可能做出跳槽的决定。例如，有些女性员工在结婚之后为了更好地照顾家庭，他们可能放弃现在的工作；饭店工作比较辛苦，有些人会因为身体方面的原因而退出饭店行业。

（二）中高层管理人才竞争激烈

近几年，我国旅游饭店业发展迅速，大部分酒店都面临人才缺乏的困境，培养人才不如猎取人才观念促使人才竞争的重心转移到那些具有十分丰富工作经验和管理经验的中、高层管理人员以及具有良好业绩的营销人员群体。

酒店业呈现了集团化、规模化的发展趋势，人才需求也呈现逐年增长的趋势。

（一）星级酒店的用工特点

酒店业目前供应和需求均较大的主要集中在低端服务人员，从业人员主要来源于中等职业技术学校。这部分人进入酒店后主要担任前厅和客房服务人员，但要成为高级管理人员，存在一定难度。

目前星级酒店紧缺的专业人才主要有三类：

第一类是宾馆酒店总经理、各部门经理等中高层管理人才；

第二类是技能级别较高的餐厨、服务等技能型人才；

第三类是具备较强“补位”意识的服务型人才，这类人要能弥补酒店各个部门之间的服务空白点。

按照酒店部门来分析，酒店业目前在餐饮部、销售部、客房部三大部门用人需求比较大。酒店业内人士介绍，餐饮部是企业对外的部门，用人需求最为旺盛。从基础服务人员到餐厅经理都有需求。销售部紧缺的是营销管理人才，需要有若干年的行业经验，并且熟悉酒店特色和产品，熟悉酒店客房、餐厅、前台等各岗位工作特点，有很强的人际沟通能力。此外，随着各类进口保洁工具价格的攀升，如今酒店越来越重视客房部的工作，优秀的客房管理者首先要熟悉各类进口保洁工具，能进行工具性能维护和维修，此外还将承担下属员工的技能培训工作。

宾馆酒店一般都采用“三班倒”工作制，员工在生理和心理上要不断适应。如上班时间不能休息，中午吃饭一般也只有半个小时，而且必须轮换就餐等。

（二）酒店中高级管理人才特点

调查发现，认为经理人必须具有“相关工作经验”的占76.08%，10.88%的酒店认为，事业心和责任感是一个合格的酒店经理人必备的条件，而11.04%的酒店认为酒店经理人必须有“艰苦创业的精神”，只有2%的酒店认为经理人的“学历”是最重要的。

在酒店经理人必须具备的素质方面，不同的酒店显然有不同的要求。调查显示25.11%的酒店要求经理人具备“团队协作精神”，20.82%的酒店则要求经理人有“开拓精神”，而要求经理人必须“善于协调”和“善于沟通”的分别占14.58%和12.50%，14.58%的酒店认为经理人最重要的素质是“勤勉敬业”，10.41%的酒店则比较看重经理人是否“诚实守信”。

因此，在酒店管理这个特殊行业里，最重要的素质其实说起来很简单：“发自内心的热爱”，以前有人看不起服务业，不愿意在酒店这种“伺候人”的行业里做，最根本的一点就是对职业没有认同；酒店经营管理人才还要具备一项素质，即处理人际关系的高超本领，因为酒店业做的是“人”的生意，比起其他行业更需要频繁地与人打交道，如果性格不适合与人沟通，就比较难在这一行立足；酒店职业经理人需不断升华自身职业素养，衡量成熟的职业经理人能力的最高标准是对旅游市场的正确决策和把握，既要熟悉旅游市场动态，在把握发展趋势、确立市场定位等决策层面上具备判断力，又要精通业务，懂管理，能进行实际操作。

现在全国各地每月甚至每天都有新酒店开业，并且档次高，星级高，再加上高薪酬的一些国外酒店集团也在不断进入中国，这就从客观上为旅游专业毕业的大学生提供了就业条件，

可就业状况却不容乐观。

（一）毕业生在饭店工作现状

目前，我们在饭店工作的毕业生中，绝大多数都在三星级以上的旅游饭店工作。

1、从工作的岗位来看，既有业务部门，也有职能部门。在业务部门工作的主要是一线的服务员。譬如：前厅接待员、行李员、中餐服务员、西餐服务员、客房服务员、销售代表等，在职能部门工作的主要是从事一些基本的工作。譬如：人力资源部文员、部门经理秘书、人力资源部培训员等。以上只是毕业生刚入职时的工作岗位，如果能够坚持继续在饭店工作的，基本职位上都有所提升。在走访过程中，有个别毕业生已经做到了某四星级饭店的销售部经理，还有做到大堂副理等等。

2、从工作持续时间来看，绝大多数毕业生在一家饭店的工作时间都很短。也就是说，大学生员工的流动率很高。当然，这期间不乏有饭店自身的原因，但作为大学生本人也有一定的责任。

3、从饭店招聘情况来看，近几年大专毕业生比较受青睐。作为饭店行业，本身的员工流动率就很高，而招聘来的学旅游的本科生，很少有在饭店工作时间长的。作为饭店方认为，并不是不给这些高学历的大学生提升的机会，而是有许多大学生不愿意从一线的服务员做起，刚进入饭店就想做管理岗位，但其实这是不现实的想法。所以导致了饭店不愿意招聘学历较高的大学生，等把人培养的差不多了，人却辞职了。这样对于饭店而言则是较大的损失。

（二）毕业生酒店流失率较高

旅游专业毕业的学生，中专生和高职高专学生比较能够尽快

适应企业要求，动手实践能力强，较受企业的青睐。而从高校毕业的本科生，在校学习的多理论知识，而没有接受良好的技能培训，进入工作后需要较长时间适应，加上大多数学生对就业岗位和待遇期望值较高，使得自身和企业需求方存在严重分歧，以此导致就业率低、人才流失现象严重。再者，旅游人才的成长历程也决定了跳槽相对多的现象。旅游专业本身的特殊性决定了旅游专业的学生一般性格外向、思路开阔，总想涉猎最能体现自身价值的领域或岗位，这种性格和思想的好动性，决定了他们为寻求人生体验而跳槽。特别是在星级酒店工作过的年轻人，受市场经济利益的驱动，他们要生存、要发展，理所当然要它跳槽。

据调查，我校旅游英语专业的01届毕业生，到酒店中第一年的流失率竟高达50%，在其后的两年中，流失率为80%，只有少数几个人仍留在饭店工作。对沈阳市10家酒店的调查表明，近3年来，酒店招聘大学生168名，到目前已流失111名，流失率为66.1%，其中进酒店不到1年流失的大学生有81名，占流失人数的73%，有个别酒店连续3年新招聘的大学生几乎无一例外地在1年内流失。

中国旅游饭店协会调查数据的分析：大部分旅游饭店专业的毕业生不选择旅游饭店就业或转行的原因是：41.8%的院校选择了旅游业的薪酬水平缺乏吸引力，25.4%的院校选择了旅游业的职业发展缺乏吸引力，23.9%的院校选择了旅游业的社会地位缺乏吸引力，仅有3%的院校选择了户口等政策性因素。当然，酒店客观方面的原因也是造成的大学生流动的原因之一。

一是酒店对人才规划缺乏长远观念，对所需大学生员工岗位缺少正确的设计和分析。有些酒店尽管每年通过各种招聘会招进了一些大学生，但对大学生员工没有明确的培养与使用目标，抱着一种“使用了再看”的想法。其结果是，要么因“人才高消费”，进来的大学生员工发挥不出应有的作用；要么因使用不当造成“招进来，留不住”。

二是酒店对大学生的培训和开发不足，“只使用，不培养”的现象比比皆是，所以对于刚刚毕业，没有什么实践经验的学生来说，酒店方对其缺乏应有的重视，使之较难在酒店立足，更谈不上有所发展，因此许多大学生纷纷选择跳槽。

三是酒店的人事管理制度僵化。酒店仍然遵循大学生与职高生在同一起跑线上的做法，提升制度也并不倾向大学生，使他们产生心理上的不平衡。加上目前酒店业已渐入成熟阶段，且现有的中层管理人员年龄较轻，因此大学生提升机会就相对减少，于是缺乏对未来的信心而选择跳槽。

四是薪资水平的高低是大学生就业所考虑的重要因素之一。刚刚从学校出来的大学生，都希望能凭自己所学的知识获得比较可观的经济收入，但是酒店业由于其行业的特殊性，其工作时间较长，节假日的休息时间少，工作的轻松自由程度不高且薪金待遇相对其他行业水平偏低。这也是留不住大学毕业生的主要原因。

五是酒店决策层，人力资源等部门用人观念陈旧，把员工看作是一种成本而不是资源或无形资产，只重视员工的工作成绩，忽略了员工的个人感受。特别是对于刚刚踏上社会的大学生，缺乏社会经验，心理和感情上可能会比较脆弱，如果酒店管理者对之再不关心不重视，他们感受不到个人存在的价值，会因缺乏成就感和归宿感，而流动。

（三）酒店对旅游专业学生的期望

1、既懂管理，又会操作

旅游饭店企业要求旅游高职教育加厚基础课程，重视实践操作，使学生达到文理兼容、专业知识宽、应用能力和适应能力强的要求。饭店希望学生在掌握一定的专业理论知识、管理知识，为今后进入管理层打下理论基础的同时，还必须具备精良的专业操作技能和社会实践能力，成为既懂管理，又

会操作的复合型人才。

2、具有良好的沟通协调能力

旅游行业是一个综合性强的行业，是人与大自然、人与人之间实现情感交流的行业。面对日益成熟的旅游消费者，饭店必须创新原有的标准化服务模式，逐步进入个性化服务的时代。要向客人提供更加优质的服务，就必须加强饭店各部门之间的协作，加强员工与员工之间，员工与领导之间，饭店与客人之间的交流，必须要求饭店从业人员具有良好的沟通协调能力。

3、持有“双证”

所谓“双证”，就是学生在毕业前取得旅游高职大专学历证的同时，还须取得该专业的职业资格证书。学历证代表的是综合文化素质，职业资格证书代表从事某工作的专业能力，两者在学生就业中都十分重要。在劳动部规定的90个必须“持职业资格证书就业的工种”中，饭店行业的“前厅服务员”、“客房服务员”、“餐厅服务员”、“调酒师”等就在其列。重庆教育学院旅游系就要求其毕业生必须具有“双证”

（“毕业证+导游证”或“毕业证+前厅服务员、客房服务员资格证”）。实践证明，“双证”学生受到了饭店的欢迎。

4、要有吃苦耐劳的精神，尽量放低姿态

跳槽是旅游饭店存在的普遍性问题。旅游从业人员流动的原因很多。目前，部分高职大专生频繁“跳槽”，主要是没有“从基层干起”的思想。实际上，不管你是多么高级的人才，要有从服务员、从基层做起的思想准备。酒店管理人员需要知识，但更注重经历。要做好高层酒店管理者，必须要有基层管理员、服务员的经验，能够从基础做起，脚踏实地，否则，就很难在酒店有长足发展。

5、较高外语口语水平

有许多毕业生在面试时听不懂考官的意思，还有人不能用外语流利的表达自己的观点，导致未被录用。对于一些高星级饭店，面试的后几关都会有外语面试，个别的还有外方的高级管理人员参与。所以外语的口语水平不仅决定着是否会被录用，而且在工作当中也是不可缺少的。

（一）酒店人才所需的知识结构

调查结果表明，酒店企业普遍认为，前厅管理与服务、客房管理与服务、餐饮管理与服务、康乐管理与服务、食品营养与卫生方面的知识、酒店市场营销、酒店财务管理等方面的知识、酒店心理学、酒店公关礼仪和现代酒店管理与操作实务等方面的知识、酒店服务职业道德等专业基础知识和专业课程非常重要。在酒店业发展的过程中，酒店企业对人才的需求也呈现多样化的趋势，规范化服务和个性化服务提供的最佳结合也成为酒店消费者的要求。

（二）酒店人才所需的能力结构

酒店企业一致认为，酒店专业的学生的能力要求着重体现在：酒店服务技能、酒店的职业礼仪、职业道德、语言表达能力、外语表达能力、酒店行业政策法规的领悟和理解、酒店的经营与管理能力、酒店资源的规划与开发能力是必须具备的能力，计算机办公软件的操作能力也是必备的办公技能，良好的沟通能力也是现代酒店人才要求具备的基本素质。

（三）酒店人才所需的素质机构

对于社会所需求的人才素质要求而言，专业知识是最核心的素质、专业技能是学生知识实践运用的集中体现。加入世界贸易组织后，酒店行业的外来企业日益增多，对学生的英语听说能力的要求越来越高。计算机作为现代化的办公手段，

其应用能力也非常重要。由于酒店业的综合性强，对行业从业者的职业道德素质和团队精神有着更严格的要求。另外，创新能力、积极的心态、仪容仪表、领导能力和良好的身体素质也成为现在酒店从业者的必备素质。

目前，我国旅游院校在人才培养结构、办学理念、教学模式、教学内容等方面还比较机械、保守。从课程层面看，传统课程重理论、轻实践，忽视知识与具体工作任务的联系，不能有效培养学生的岗位工作能力；从市场供需层面来看，旅游教育受教育传统模式及世俗偏见的影响与饭店业的需求严重脱节。这就需要我们重新审视旅游教育，注重研究饭店业市场，加强与饭店的沟通、合作，借鉴国外旅游教育的经验，科学办学定位、人才定位，建立以就业为导向的课程理念，构建适应时代发展、市场需求的旅游教育模式。

（一）建立以就业核心能力为主体的课程体系，强化实践环节

酒店行业是服务性行业，酒店企业的从业者是为消费者提供服务的工作人员，酒店和酒店产品是及时消费品，所接受的是面对面的服务，服务质量的好坏直接影响着消费者。因此，酒店企业对员工的要求就直接体现为服务质量，这就要求学生掌握扎实的操作知识和娴熟的操作技能。由于专业的实践性强，酒店企业对学生的实际操作能力摆在第一位。酒店服务与管理的技能训练、酒店礼仪规范尤其重要。前厅管理与服务能力、客房管理与服务能力、餐饮管理与服务能力、康乐管理与服务等方面的知识和能力非常重要。食品营养与卫生方面的知识、酒店市场营销、酒店财务管理等方面的知识与能力、会展概论、形体训练、计算机应用及实习、普通话的训练、英语听说的训练等实践环节都非常重要。我们以集中训练和分散训练相结合的方式，要求学生积极主动的对上述的主要课程进行训练，掌握主要的操作要领。

完善专业实习及社会实践，引导学生通过志愿者、义工、临

时工等方式进行专业实习和社会实践，设置专门学分。实习实践是为了让学生更好的接触真实的工作环境，学生们在工作中所学到的实际经验必须在回到课堂教学中以研讨会或者论坛的形式加以巩固。实习的学生们在工作环境中所学到的东西经过进一步的消化吸收将来在他们进入最终社会时将有助于提高他们的生活和工作技能。

（二）引导职业导向，拓展其它技能

学生在大学里选择一门专业学习应该知道这门专业最终导向的工作类型，众所周知的一个事实，在充满竞争的社会，学生们更感兴趣的是在大学里找到一个所谓的学位，这是他们所学的而不是他们喜欢的课程，这样做的目的仅仅是为了不要错过搭上大学这班车。大学生应该在进入就业岗位做更多的准备，许多人对他们的求职所需并不知道，他们不知道自己喜欢做何种工作，更不用说短期及长期的职业计划，这相当的令人失望，这些毕业生进入大学只是为了获得一纸文凭，而不是为了获得知识及生存技能，以便进一步实现他们的职业包袱。所以，应通过岗位认识、专业实习、旅游职业规划等引导学生的职业导向。

调查结果显示，酒店企业对学生的要求也越来越高。主要体现在：学生的实际操作能力方面、学生的人际沟通和交流方面、学生的承受能力、学生接受新知识的能力方面及学生的处理问题的灵活能力方面等都提出了更高的要求。就学校方面而言，不但应着眼于服务技能的培养，也要横向拓展学生的其他技能，可以有效提高“教育质量工程”中要求的“五种能力”——学习能力、实践能力、创新能力、就业能力和创业能力。

（三）专业教师真正“双师型”

正如许多其他的职业一样，比如说医生，老师必须跟行业最新发展趋势保持齐头并进，不仅仅是专业的文章和杂志，还

要通过真实的工作实践，只有这样老师们在讲课的时候，才能更好的跟实践相结合。我们经常听学生们说我们的老师在课堂上不是这样教的。

笔者调查发现，学生最希望教师有过实践经历、关注行业动态、与业界保持良好的关系，其次才是良好的教学能力、理论基础和研究能力。这说明，学生更加希望自己受到与行业发展相关的教育，对老师在理论、学术上的造诣并不十分关心。这与大学对教师的要求不一致，大学一般都朝研究型发展，更强调教师的科研能力和科研成果，对科研成果的重视要大于真正为学生授课、培养学生的力度。因此，老师在这种激励制度下，势必选择对自身有利的行为，也就是采取大力科研、适当教学的行为方式。要改变这种状况，学校应该适当调整对旅游管理专业教师的考核制度，或者对不同的人给予不同的考核指标，以激励现有教师实践的积极性，也可以吸引有丰富行业实践经验的企业界人士来校担任专职教师，使得学校对教师的要求与学生的实际需求相一致。

对人才需求从质量上来说，要求也越来越高。这不仅是行业健康有序发展的要求，也是与世界接轨的需要。学校要与企业联系，根据市场需求，有针对性的培养符合市场需求的专业型人才。

酒店的调查报告篇三

万州作为重庆第一大城市，是经济中心和重心。经济地位在国内举足轻重。随着经济不断高速发展，万州将逐步成为制造业、服务业、信息业、会展服务业和国际物流中心。每年春秋两季的交易会，各种大大小小的展会频繁举办，商旅非常活跃。这为万州经济型酒店的发展，提供了广阔的沃土。同时，万州的地理位置为其带来巨大的客流量和无限商机，也给万州经济型酒店的发展带来无穷的机会。

但是，众所周知，万州各种星级的商务，度假酒店早已占据

了一席之地，经济型酒店想要在万州站稳脚跟，也不是一件很容易的事。为了能更全面的了解经济型酒店在万州的发展状况，特组织此次调研，希望能通过这次调研，能全面了解经济型酒店在万州的发展状况，及其生存之道。

(一) 了解经济型酒店在万州的发展环境及其市场结构

(二) 了解所服务对象的需求

1、总目标

把握消费者对经济型酒店的需求标准，为本次经济型酒店创业提供理性方向和决策依据，从而为消费者提供有的放矢的酒店产品和客户体验。

2、分项目标

(1) 了解消费者消费心理，消费行为的现状和趋势。

(2) 了解消费者对经济型酒店的认知和评价状况。

(3) 了解经济型酒店消费者的消费方式，消费人群构成，消费人数及消费人群

的经济状况。

(4) 了解经济型酒店消费者的总体消费特征。

(三) 了解经济型酒店在广州的营销战略

调查内容：

(一) 环境

(1) 万州酒店市场环境：

万州经济型酒店行业由于资金、经营者素质等多方面条件的限制，更多的酒店处在自我摸索阶段。大多数酒店仍没有重视市场区分和特点产品的开发，依旧用大众化的产品面对广大市场。当消费者的需求不能得到充分满足时，其中的一部分人便转而选择服务更好的中档酒店或者价格更低的社会旅馆。客源的流失更加加剧了业内竞争的激烈程度。不少酒店只能依靠降价这一手段来吸引客，结果陷入恶性竞争的误区。目前万州品牌经济型酒店的市场细分还处于比较初级的阶段，很多经济型酒店定位比较狭窄，侧重于商务型忽略了其他细分市场。

（2）服务对象

大学生、求职者以及自助游者、商务散客、休闲度假者、白领阶层以及家庭聚会等消费者群体。

（二）竞争者

各种星级的商务酒店，占据市场先机，利用各种营销战略，夺取目标客源。

（三）消费群体

（3）消费者的需求

大学生的可自由支配时间比较充裕，喜欢聚会、相互往来，特别是在节假日和周末，他们这一群体对低价超值房有特别大的需求。

万州商贸发达，企业众多，因此就业机会也相对较多，尤其是在就业招聘高峰期，本地生源毕业生加上全国各地聚集而来的求职者，住宿问题凸显，这些群体也对经济套房大有需求。此时可以推出短期出租房或是价格相对较低的合租房，以满足这部分市场的需求。

商务客人经常入住酒店，对经济型酒店业有很大的需求。对酒店的服务、设施十分讲究甚至是挑剔的，但最重要的是要有便利的交通。

调查结果分析：

利用swot分析法来对万州经济型酒店进行分析，力求为万州经济型酒店发展选择最佳经营战略的方法。

（一）优势

本管理等方面存在优势。

- 1、价格适中
- 2、网点众多
- 3、有一定客源背景
- 4、成本相对较低

（二）劣势

万州经济型酒店的发展具备了众多的先天优势，但是受到了经济型酒店内部众多因素的影响，经济型酒店在设施设备的完善程度、提供的服务以及对于客人需求的把握等方面有待改善，这些是万州经济型酒店更快、更强发展的不利因素。

- 1、服务不规范
- 2、舒适度相对较低。附加服务有限
- 3、投资者忽视经济型酒店客人的真正需求
- 4、专业化管理水平低

5、缺乏本土的国际知名品牌

（三）机会

随着万州市经济的持续高速发展，万州的商贸、旅游市场形成了以中等收入消费者为核心力量的旅游消费群体。这些潜在顾客相对稳定，形成了庞大的华南市场，加上政府的有力政策，万州的经济型酒店在国内市场、国际市场、酒店行业结构特点方面都存在着巨大的发展机会。

通过这次的阅读文献，上网搜索资料法进行以“经济型酒店在万州的发展”为主题的调研，不仅让我们更全面的了解了经济型酒店在万州的发展状况，同时感觉到我们自己肩上的责任更加重大。随着我国酒店行业的高速发展，而有关酒店管理方面的专业人才却没跟上步伐，导致酒店行业严重缺乏中高层管理人员。作为学旅游管理专业的我们，应该努力学好专业知识，培养好自己的专业素养，立志做一名优秀的管理人员。

酒店的调查报告篇四

如今的社会生活中处处充满了竞争，物竞天择适者生存，只有存在竞争意识，才能在以后的工作中取得更加卓越的效果。企业中的竞争压力很大，想要长久处于不败之地，就要对行业中的对手进行分析。下面，为大家推荐酒店企业竞争对手分析调查报告，相信下文介绍可以帮助到朋友们。

1、市场情况：随着人民生活水平的提高，人民对消费的需求也越来越大，并且在物质消费的同时更追求一种精神享受，这就对酒店服务业来说既是机会也是一种挑战，对酒店的服务水平有了更高的要求。同时，酒店相继林立，带来了更多的同行竞争，消费者有了更多的选择。我们酒店的所在地益阳市也随着旺府酒店的开张营业，罗马国际及瑞洋华天等一批酒店的涌出，也必将与我们酒店争夺相当大的一批客源。我们酒店已经在

风口浪尖上,必须做出一定的调整才能应对新形势下的新情况。

2、主要竞争对手:目前来说,我们酒店最大的竞争对手是华天酒店和旺府酒店,我们针对这两家酒店做了一定的调查:

旺府酒店:餐饮类共有有包厢34个,其中2个大包厢可以容纳10桌。办宴会或者什么的只能在一楼大厅举行,最多容纳40桌左右,有一个大舞台,但配置并不显很高档。会议室总共三间,最大的只能容纳100多人。在长沙经营时就是以餐饮出名,湘菜做的有些名气。定位非常明确,按照四星级标准打造的商务酒店。这样,就将吸引一大批商务客人的进驻。

华天酒店:新旧楼共有300多间客房,有ktv健身中心、桌球室、美容美发、室内恒温游泳池等娱乐场所,娱乐设施比较完善。宴会最多容纳40桌。客人反映服务好,餐饮味道不错。该酒店是益阳唯一一家准四星级的酒店,在湖南省内有一定的品牌效应。

3、面临的主要问题:

(1)酒店有一定知名度,但美誉度不高。我们酒店在益阳市有一定的知名度,我们的装饰豪华,档次较高,能够满足客人追求气氛,大场面的心理。但是普遍客人反映酒店服务比较差,有些意见比较大,由常客转为不在愿意过来消费。这给销售带来了很大困难,也在一定程度上影响了酒店在客人心目中的印象。

(2)普遍客人反映在酒店感受不到一种被重视的感觉。客人来店消费,服务人员主动服务意识有些欠缺,灵活服务意识较弱,导致不能给客人关微备至的服务,甚至有些怠慢我们的客人。

(3)酒店缺乏个性化服务,虽然在硬件上暂时与同行能够拉开一定的差距,但在软件服务上与同行相比没有优势,甚至还差。

优势分析

1、硬件设备完善、豪华。我们的会议室、客房相对来说设施时比较好的。我们的千人宴会厅目前在本市同行来容纳人最多,设备比较好,场地豪华。其他设施相对来说显得大气,有气势。

2、在益阳市有一定的知名度。我们酒店目前在客户心目中的印象是益阳市唯一五星级的酒店,是最豪华的酒店。装修大气、豪华,感觉很舒适。

3、有政府的大力支持。我们酒店取得了市委市政府的大力支持,一般类型的宴请和聚会都在这边举办,也在一定形势下宣传了我们酒店,扩大了酒店的影响力。

劣势分析

1、酒店美誉度不高,服务跟不上。客人来店消费后就感觉服务不满意,这样无形中损害了酒店的形象,带来了相当大的负面宣传。会导致客人不敢来,不愿意来的局面。同时,客人来的越多,对酒店的造成的负面影响越大。

2、内部管理关系不顺畅,各部门之间协调力度不够,造成执行力低迷,工作效率不高的局面。各部门工作应该相互理解,以酒店营销为中心,围绕在营销中客人反映出的问题努力解决自身存在的问题,加强沟通和协调。如果相互推诿,且认为是增加了麻烦,就会造成不良的局面。

3、员工缺乏系统培训,服务观念有些守旧。缺乏配套的激励机制,员工的归属感和主人翁意识不强。这将导致酒店的服务工作跟不上,导致客人对服务的不满意。间接影响到了酒店的声誉和营业额。

4、缺乏个性化服务,对客人重视度不够。这样将导致无法区别与其他酒店,导致酒店与同行竞争力减弱。

风险分析

- 1、员工观念的改变的风险。没经过现代酒店管理系统培训,很难接受新的认识和改变原来的工作习惯。直接影响到服务的改善。
- 2、各部门之间加强沟通和协调。由于各部门工作性质的不一样,需要各部门之间形成共识,相互理解。由于以前这种相互理解的不够而存在得一些误解或者嫉恨需要一定时间有组织的化解。并且需要总办及各部门负责人达成共识才能推行。直接影响到了工作效率的提高及执行力的增强。
- 3、建立成套的激励机制及一定的酒店文化熏陶,增强员工的归属感和工作积极性,需要一定的时间及人力、财力的支持。如果这几方面达不到也就无法实行,间接影响到了酒店员工的流动性、服务的质量、工作的效率。

机遇分析

- 1、以硬件为保障的发展机遇。我们酒店目前在硬件上是比较豪华和上档次的,这是我们的优势,我们要借助这个优势加强整合营销。
- 2、市场空间带来的发展机遇。虽然说目前益阳市酒店迅速增多,但上规模和档次的还不是很多,中高端市场并没有饱和。我们必须抓住这个有利时机,整合自身资源,改善服务,打造品牌形象,巩固我们的市场占有率。
- 3、内在的潜力的挖掘带来的发展机遇。我们酒店要充分挖掘酒店内部员工的潜力,打造酒店文化,让每一个员工树立主人翁的思想,以酒店为家,精心打造,精心服务。要建立成套的激励机制,让每一位员工积极主动的工作,满怀激情的工作,尽心尽力的工作。这样一来,酒店的服务质量将得到大幅度的改观,客人的满意度将得到增强,将会给酒店带来新的生机。

总的来说,我们酒店相对于其他酒店来说,核心问题就是服务。而要改变服务,就必须做到以下几点:

- 1、紧紧围绕营销工作为中心做出改善,以市场为导向努力解决自身存在的问题。
- 2、强化内部管理,理顺管理关系,加强各部门之间的衔接、沟通、理解。
- 3、以人为本,建立配套的激励机制,加强员工的归属感,加强员工的主人翁精神。
- 4、加强员工系统培训,提高服务质量,增强员工服务意识,更新服务理念,更加主动、用心、细致的服务。打造服务品牌,树立新的形象。

报告时间:××年×月×日

酒店的调查报告篇五

——郴州酒店行业现状调查

2011/08/10

前言:

作为湖南“最开放”城市和湘粤赣省际区域中心城市的郴州,在整个湖南的经济建设中扮演着重要角色,其地位在湖南举足轻重。随着经济不断高速发展,郴州将逐步成为制造业、服务业、信息业、会展服务业和国际物流中心。这为郴州酒店行业的发展提供了广阔的沃土。同时,郴州的地理位置为其带来巨大的客流量和无限商机,也给郴州酒店行业的发展带来无穷的机会。

但是，众所周知，郴州各种星级的商务，度假酒店早已占据了一席之地，经济型酒店想要在郴州站稳脚跟，也不是一件很容易的事。为了能更全面的了解经济型酒店在郴州的发展状况，特组织此次调研，希望能通过这次调研，能全面了解经济型酒店在郴州的发展状况，及其生存之道。

调查目的：

（一）了解经济型酒店在郴州的发展环境及其市场结构

（二）了解所服务对象的需求

1、总目标

把握消费者对经济型酒店的需求标准，为项目提供理性方向和决策依据，从而为消费者提供有些的酒店产品和客户体验。

2、分项目标

（1）了解消费者消费心理，消费行为的现状和趋势。

（2）了解消费者对经济型酒店的认知和评价状况。

（3）了解经济型酒店消费者的消费方式，消费人群构成，消费人数及消费人群的经济状况。

（4）了解经济型酒店消费者的总体消费特征。

（三）了解经济型酒店在郴州的营销战略

调查内容：

（一）环境

（1）郴州酒店市场环境：

郴州经济型酒店行业由于资金、经营者素质等多方面条件的限制，更多的酒店处在自我摸索阶段。大多数酒店仍没有重视市场区分和特点产品的开发，依旧用大众化的产品面对广大市场。当消费者的需求不能得到充分满足时，其中的一部分人便转而选择服务更好的中档酒店或者价格更低的社会旅馆。客源的流失更加加剧了业内竞争的激烈程度。不少酒店只能依靠降价这一手段来吸引客，结果陷入恶性竞争的误区。目前郴州品牌经济型酒店的市场细分还处于比较初级的阶段，很多经济型酒店定位比较狭窄，侧重于商务型忽略了其他细分市场。

（2）服务对象

大学生、求职者以及自助游者、商务散客、休闲度假者、白领阶层以及家庭聚会等消费者群体。

（二）竞争者

各种星级的商务酒店，占据市场先机，利用各种营销战略，夺取目标客源。

（三）消费群体

（3）消费者的需求

大学生的可自由支配时间比较充裕，喜欢聚会、相互往来，特别是在节假日和周末，他们这一群体对低价超值房有特别大的需求。

郴州商贸发达，企业众多，因此就业机会也相对较多，尤其是在就业招聘高峰期，本地生源毕业生加上全国各地聚集而来的求职者，住宿问题凸显，这些群体也对经济套房大有需求。此时可以推出短期出租房或是价格相对较低的合租房，以满足这部分市场的需求。

商务客人经常入住酒店，对经济型酒店业有很大的需求。对酒店的服务、设施十分讲究甚至是挑剔的，但最重要的是要有便利的交通。

调查结果分析：

利用swot分析法来对郴州经济型酒店进行分析，力求为郴州经济型酒店发展选择最佳经营战略的方法。

（一）优势

郴州经济型酒店在竞争激烈的酒店业市场脱颖而出，与其自身具备的优势是分不开的。经济型酒店作为高档酒店的一种补充形式，在价格、成本管理等方面存在优势。

- 1、价格适中
- 2、网点众多
- 3、有一定客源背景
- 4、成本相对较低

（二）劣势

郴州经济型酒店的发展具备了众多的先天优势，但是受到了经济型酒店内部众多因素的影响，经济型酒店在设施设备的完善程度、提供的服务以及对于客人需求的把握等方面有待改善，这些是郴州经济型酒店更快、更强发展的不利因素。

- 1、服务不规范
- 2、舒适度相对较低。附加服务有限
- 3、投资者忽视经济型酒店客人的真正需求

4、专业化管理水平低

5、缺乏本土的国际知名品牌

（三）机会

随着郴州市经济的持续高速发展，郴州的商贸、旅游市场形成了以中等收入消费者为核心力量的旅游消费群体。这些潜在顾客相对稳定，形成了庞大的华南市场，加上政府的有力政策，郴州的经济型酒店在国内市场、国际市场、酒店行业结构特点方面都存在着巨大的发展机会。

调查体会：

通过这次的阅读文献，上网搜查资料法进行以“经济型酒店在郴州的发展”为主题的调研，不仅让我们更全面的了解了经济型酒店在郴州的发展状况，同时感觉到我们自己肩上的责任更加重大。随着我国酒店行业的高速发展，而有关酒店管理方面的专业人才却没跟上步伐，导致酒店行业严重缺乏中高层管理人员。

酒店的调查报告篇六

参观武夷山某一星级酒店（一般三星级以上）的前厅部，了解其组织机构、人员配置以及岗位职责。

20xx年2月19日

陈丽娟、傅晓鸿、罗明、陈锜才、陈春真、王艳萍、张玲彬

武夷山风景高尔夫俱乐部前厅部

武夷山风景高尔夫俱乐部是五星级酒店，拥有

高尔夫练习场、高尔夫国际学校及高尔夫山地住宅。球场西靠崇阳溪，北临梅溪，东南紧邻旅游休闲中心，与风景区更是隔岸相望，它也是难得的位于国家旅游风景区内的高尔夫球场之一。武夷山风景高尔夫俱乐部是集综合休闲、会议度假为一体的旅游公关球场。它面向大王峰，眼望玉女峰，景观优美，视野宽阔，加之其天然的丘陵地形，更令整

个球场如鬼斧神工，自然天成的一个具有挑战性、专业性、观赏性的国际级山地高尔夫球场。这里冬无严寒，夏无酷暑，气候清爽宜人。得益于武夷山优越的气候条件，球场一年四季都可开放。身处如此佳境，呼吸着清新的空气，享受着和煦的阳光，环顾美景，尽情惬意的挥上一杆，将是何等尊贵的享受。随着武夷山国际旅游城市发展战略的实施，武夷山的交通建设得到较快的发展；已经形成了空中、高速公路、铁路的立体交通网络。俱乐部至武夷山机场仅需6分钟车程。武夷山高尔夫俱乐部是福建省内唯一拥有五星级酒店和大型高尔夫会所配套的球会。

本次我们小组选择调查的是武夷山高尔夫风景酒店的前厅部。

前厅部是负责招徕并接待宾客、销售饭店客房及餐饮娱乐等服务产品、沟通与协调饭店各部门、为客人提供各种综合服务的对客服务部门。

前厅部组织机构：

武夷山高尔夫风景酒店的前厅部的主要部门有：接待处、前厅收银台、宾客休息区、销售部、预定接线区、行李台、大

堂护理办公处等。

前厅部人员配置：

在人员配置上，高尔夫酒店的前厅部设有一个前厅部经理，两个大堂助理，三个大堂主管，一个领班以及十六名员工。

前厅部人员岗位职责：

前厅部经理岗位职责：主要负责前厅部的全面工作，对总经理负责。对员工素质、工作效率、服务水准等负有管理和培训的重要责任。负责本部门的财政预算，对部门的工作策划、督导等负有重要责任。另一方面，前厅部经理可以向部属下达工作指标和工作任务，并指导工作，还要负责与酒店管理系统进行业务联系与沟通；在对员工方面，负责检查总服务台各部员工的仪表、仪态和工作质量，制定和实施培训计划，对部属员工进行思想教育和工作培训；抓好本部门的安全、卫生管理。检查总台设施是否布置有序、整洁美观；检查房间预订情况，了解和掌握房态；在酒店内部系统的职责上，前厅部经理要参加部务会议、业务会议。例会等，提出工作疑难、工作建议、工作计划等请总监决策；还要审阅部属各部门的工作报告和工作日志、报表；向总经理、客务总监汇报工作等。

大堂助理岗位职责：大堂助理更多负责处理解决酒店和客人之间的一些问题，投诉处理，订房，退房等问题。还有就是检查工作人员是否周到细致地为客人服务，客人交办的事是否办妥，是否能帮助客人解决疑难问题；检查电话接线员的语音语气、声调是否清晰、柔和、有礼貌，服务是否周到及是否爱惜工作设备；检查与监督其他人员，如分送报纸、报表接待计划等员工是否尽职尽责、保质保量地完成工作。还有就是检查酒店内部的环境卫生是否合格等。同时与前厅经理沟通联系，提出工作疑难、工作建议、工作计划等。

检查督导本部

门员工的仪表仪容、组织纪律、礼貌用语及工作效率；负责编制员工工作表，合理安排属下的工作，管理、调配本部门使用的各项消耗品，严格控制成本，及时传达上级的指示；掌握预订情况和当天客情，根据当天到达及离店房客名单，最大限度地销售即时客房；检查负责本部门的安全、消防工作，负责安排重点宾客的接待工作和重要留言的落实、检查；督导迎送服务，贯彻执行服务程序，督导问讯应接服务的进行，满足客人合理的要求；参与前厅接待工作，有效地解决客人投诉和本部门的有关问题，搞好与有关部门的协调及联系；制定并组织实施培训计划，正确地评估下属工作，做好工作日记；负责对部属员工的考核工作等。

领班岗位职责：前厅部领班主要负责检查员工考勤、出勤、仪容仪表等状况。整理制作员工的考勤报表；负责执行及规划员工培训工作，以及对规章制度和认识制度的传达，实施和检查；参与对员工考评，并提出改进的建议和总结；负责安排员工公休，提前做好公休报表，及对员工班次、岗位调动进行协调工作负责所属区域的清洁卫生和良好的营业环境；对员工的服务态度，服务用语的落实及指导；对上级下达各项指标的完成的情况负责。另一方面，领班对个别商品、设备的损耗进行管理，收集员工、顾客反馈信息，帮助及时有效的给予解决及时处理员工之间的矛盾，带领员工积极向上，团结友爱；还参与防盗、防火、防损的指导和监督；主动处理营业现场的各类问题，如有疑难可向上级请示，如上级不在岗时遇到突发事件，应先做应急处理，同时立即通知上级等。

前厅部门员工岗位职责：前厅服务员的素质与职责前厅服务员是酒店形象的代表，是酒店各部门中素质最高的员工。他们身兼酒店的推销员、公关员、调解员、信息资料员以及业务监督员数职。酒店的成功经营与否，客人对酒店的印象甚至是否在本店留宿往往决定于酒店前厅服务员的素质。前厅

迎宾岗位职责主要有指挥和疏导门前车辆，做好宾客迎送工作。面带笑容，为客人打开车门，躬身向客人致意，并用右手挡住车门上沿，以免客人碰头。对孩子、老人或是行动不便的客人，要主动提供帮助，搀扶下车。帮助客人装卸行李，并请客人清点、检查有无物品遗失。如果客人是离店，应在车辆开动后向客人挥手致意。注重在开关车门时不要夹住客人的衣裙及物件。观察出入门厅人员的动向，注意做好防暴、防窃工作，并协助保卫人员做好宾客抵达与离开时的保卫工作；接待员职责细致热情地接受订房和团体开房。在开房时向客人详细介绍房间情况，讲清房价，避免引起误解。做好开房登记和有关验证客人等。

酒店的调查报告篇七

公司简介

股票简称：新都酒店，股票代码000033，公司全称：深圳新都酒店股份有限公司。

主营业务：经营酒店，商场，饮食业及酒店附设的车队、康乐设施，在酒店内经营美容美发（不含医学整容业务），在新都酒店地下一层经营桑拿按摩业务。公司根据实际情况视公司的发展增加相应的经营范围。

相关指数：餐饮旅游、道琼斯深圳指数、道琼斯中国指数、高市盈率指数、上证社会服务指数、申万a指、深证a股指数、深证服务指数、深证新指数、深证综合指数、微利股指数、中信餐饮旅游娱乐服务业指数、中信社会服务指数、中信小盘成长指数、中信小盘指数、中证民营企业综合指数（深）。

一：宏观经济分析

无论从公司资产角度，还是从公司获利能力角度，上市公司的价值都会随着宏观经济走势的变动而变动，因而公司价值

和宏观经济之间有着千丝万缕的联系。我们主要从国民生产总值、通货膨胀、货币政策、财政政策这四个方面来分析宏观经济变动对上市公司价值和股票价格的影响。

二：行业分析

近年来，我国的餐饮业发展非常迅速，餐饮业营业额连续实现两位数高速增长，预计未来将保持17%以上速度发展，行业发展前景看好，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔，长期发展趋势良好。

我国经济近年取得的快速发展，国内生产总值快速提高，是持续迅速带动国内消费需求增长的主因。人均国内生产总值□gdp□超过20xx美元，居民消费能力增强，消费层次提高，中式正餐高端消费额比重将持续增长。

从长远来看，随着对外开放的扩大和经济持续稳定快速增长，城乡居民收入增加，生活水平不断提高，我国的餐饮业发展非常迅速，近几年餐饮业的增长率都比其它行业高出十个百分点以上，可以说我国正迎来一个餐饮业大发展的时期，市场潜力巨大，前景非常广阔。

同时更具对消费者行为的分析，随着近年来中国居民的收入水平的提高、生活节奏加快、消费观念的更新，对餐饮业的发展也是呈现好的态势。

三：公司分析

（一）公司基本素质分析

基本面：公司是深圳酒店业唯一的上市公司，主要从事经营酒店、商场、餐厅以及酒店附设的车队、康乐设施、自有物业的出租与管理。公司主要物业位于深圳的四星级酒店——新都酒店，该酒店毗邻深圳火车站及罗湖口岸，地处繁华的

商业及购物中心区，酒店拥有绿茵阁自助餐厅、都日本餐厅、世纪宴会多功能厅等，是深圳名气最大的酒店之一，是当地酒店业“三都一阳”说法中的三“都”之一。

（二）公司财务状况分析

1：财务状况变动趋势分析

从图表中看到，新都酒店20xx—20xx年的主营业务收入相对于20xx年的9341.97万元有下降，其中20xx—20xx年间的变动幅度不大□20xx—20xx年间主营业务收入呈下滑走势。

通过对公司损益因素变动分析表的分析知□20xx—20xx年间公司主营业务收入与主营业务成本之间的比例逐渐减小。费用方面财务费用基本上变化不大，而销售费用和管理费用基本上是逐渐减少的。营业利润在20xx年积极以前都是盈利的，而在20xx年以后呈现亏损状况，并且亏损时逐年增加。新都酒店的总收入近几年来较之前一直是处于下滑的状态，利润总额却并非一直处于负利润状态。然而虽然利润总额并非一直处于负利润状态，但是各年间利润的负利润额远远大于正的额度。所以，从公司的利润状况来看，新都公司的表现并不那么尽人意。

2资产负债表因素变动趋势分析

以下是新都酒店20xx—20xx年间的负债利润表

根据资产负债明细表知：新都酒店20xx—20xx年间维持在40%左右，股东权益比率在65%左右波动，货币资金在20xx—20xx年间突然下降了很大一个幅度，但是在20xx年涨到了4120.48万元，教20xx年还翻了3倍有余。流动资产合计基本上呈现稳步上升。

2: 偿债能力分析

资产负债率

观上图知：新都酒店的负债率在40%左右波动，波动范围在适当的空间内，说明新都酒店的负债率相对较低。因此首先对于债权人来说：新都酒店负债率相对较低，说明公司自有资本的比例比较高，偿还债务的潜在能力较强，因而新都酒店的债权相对来说比较安全。其次对于股东来说，新都酒店的举债规模适当，在公司资产结构稳定的条件下，股东可以获得双重利益。

3: 营运能力分析

对于营运能力只找到了20xx年的报表，数据显示□20xx年的存货周转率和应收账款周转率同比都有很大幅度的下调，说明20xx年新都酒店应收存款和存货转换了现金资产的能力有所下降。

4: 财务评估

图为主营业务增长率、净利润增长率、总资产增长率和每股收益增长率近9年来的走势。

从图表中我们可以看到，新都酒店连续几个季度都是处于亏损状态□20xx—20xx年度出现断口，而又在20xx年每股增长率，净利润率和总资产增长率急速上升。是因为220xx年4月25日，瀚明公司（新都酒店控股股东）向南银公司借款6500万元，瀚明公司的股东将其持有的瀚明公司股份全部转让给南银公司，并规定在今年5月29日前按合同约定实施并完成回购。不过瀚明公司原股东并没有在规定时间内完成回购，外界由此猜测新都酒店大股东可能变更，公司重组的`想象空间也由此打开。

四：总结

综上所述，新都酒店虽近几年来业绩并不理想，但是股价并没有收到很大的影响。这是因为新都酒店深圳老字号酒店，虽没有太大的竞争优势，但由于业务单一，且没有太大的负担，加上宏观经济与行业趋势的导向，新都酒店是一个不错的壳资源。

酒店的调查报告篇八

金华世贸大饭店是全球最大的酒店连锁集团best western在金华市区的首家成员酒店。酒店总投资5亿人民币，建筑面积万平方米，楼高31层。其中1-16楼为酒店部分，17楼-31楼为高级写字楼。

酒店自20xx年7月开始营业，拥有200余间(套)客房。酒店设有中西餐厅，可同时容纳1200人就餐。另有行政会所、咖啡厅、多功能厅、各类会议室以及商务中心、书屋、花店、商场、美容美发、桑拿、健身房、乒乓球室□ktv等服务设施。

金华世贸大饭店位于金华八一北街737号，八一北街与新华街交汇处。

交通分析

交通，例如：酒店距银泰百货约3公里，乘坐出租车5分钟到达；距沃尔玛超市约3公里，乘坐出租车5分钟到达。在客流运输方面，酒店距汽车西站约3公里，乘坐出租车5分钟到达；距火车西站约3公里，乘坐出租车5分钟到达。

环境分析

位于城市内的旅馆应能便于旅客了解城市精华、地区的特色以及利用城市的公共设施。金华世贸大饭店周围基本为居住

区，其中西部为高层住房，东部为多层住房。在酒店西南方向为金华市市区中心绿带回溪公园。

金华世贸大饭店属4星级宾馆，各项功能齐全，提供高品味的中西式自助早餐，行政会所、咖啡厅、多功能厅、各类会议室以及商务中心、书屋、花店、商场、美容美发、桑拿、健身房、乒乓球室□ktv等服务设施。

全楼有34层，包括底下3层。其中，地下3层为停车场，地下2层为各会议与多功能厅，地下1层为中餐厅与商务会所，1层为大堂，2层为中餐厅与会议厅，3-16层为客房层，其中6-7层为行政客房，17-30层为写字楼，31层为餐饮会所。

公共服务部分

迎宾区

金华世贸大饭店的正大门朝向西南方向，进入大堂就可以看到正对大门的电梯，方便客户使用。总台位于电梯右边，旅客可以方便地在次办理入住手续。在总台右边，是喜丽爵士吧。喜季西餐厅与悦可屋精品店位于电梯左边。

在大堂层，除了可以通过电梯前往其他楼层，还可以使用入口右侧的盘旋楼梯，前往地下1层与2层。

餐饮服务区

大堂的西餐厅，地下1层与地面2层的中餐厅，共同组成了酒店的餐饮服务区。就其规模而言，西餐厅规模较小，而中餐厅几乎占据了两个楼层。

酒店的中餐厅基本上采取大小包厢的形式，但也采用大厅集中布置餐桌的形式，只是大厅的面积较小。

在餐厅层中，可以看到一些公共休息区，布置了沙发与茶几。在2层的喜盈阁行政酒廊，向客户提供了小憩的场所。

会议、宴会区

酒店的会议厅主要集中在地下2层，包括喜望会议厅、喜瑞会议厅、喜和会见厅。各厅面积较大，且布置数十张圆桌，可根据需要随时改变格局，在会议与宴会等多种使用需求中灵活切换。地下2层同时还拥有世贸多功能厅、喜乐宴会厅、喜漾spa康体中心。另外，喜格会议厅位于地面2层，但是面积较小，可视为会议专用厅。

娱乐的会所区

在世贸大饭店内，分布着几个不同的会所，分别为位于地下2层的喜漾spa康体中心，地下1层的世贸伯爵商务会所，地面2层的健身中心，西塔31层的喜爵会私享会所。

每个会所布局不同，功能不同，能为客户提供多样的服务。

积不等，可供8-10人同时就餐，并设置备餐厅。

室内室外停车区

金华世贸大饭店的停车场分别位于地下3层与室外地面。

酒店拥有两个供宾客使用的大门，位于酒店的西南部与东北部，各大门门口均为地面停车场。地面停车场规模较小，每个停车场各设一个出入口。

地下停车库占地面积约3500平方米，拥有固定车位87个，备有完善的基础设施(消防设施、通风排水设施等)。车位安排合理，能满足宾客的使用需求。

客房部分

酒店的3-16层为客房区，其中6-7层为行政客房。

通过调查，我们了解到酒店的客房分为：普通标准间、普通大床间、豪华标准间、豪华大床间、商务标准间、行政大床间、行政标准间、商务至尊大床间、商务至尊双人间、行政至尊大床间、行政至尊双人间、商务至尊套房。

外包部分

内部管理部分

务人员及时为客户提供服务。另外，在酒店的17层，集中分布了酒店的各项办公室，例如财务室等等，对整个酒楼的正常运作起到行政管理的作用。

景观分析

世贸大饭店有很好的景观视野。从外部看，还有很好看的观光电梯。

世贸有抢眼的、标志性的外观造型，从远处看，呈双塔的外形，十分壮观。世贸还有令人印象深刻的入口大堂、共享空间，以及时尚、前卫的餐饮、娱乐设施与客房。

在景观设计中运用树木、玻璃、砖墙进行围合，虚实交替，使室内的绿意与室外的景观遥相呼应。

世贸设计中合理地借取环境，引入室外的自然景色，树立绿色环境意识。

造型分析

材料肌理在酒店造型中的表现

材料肌理既具有丰富的形态特征，又具有独特的视觉效果，能够创造出更加多姿多彩的酒店空间形态。运用材质而不是固定装饰构件来限定每个空间。世贸大饭店的大堂有清晰可见的登记处、大堂吧和酒吧。进入酒店后，客人经过一个圆形的雕塑被引导前台。装饰材料做到了尽量单纯，而不是堆砌，世贸酒店通过使材质的处理手法丰富来发挥材质本身的美感价值。

色彩在酒店造型中的表现

色彩能够使我们在第一时间最直观的感受环境。用色彩来体现酒店的环境能产生和谐融洽的氛围场景。世贸大饭店的色彩运用就做到了统一中有变化，不单调、不杂乱，形成了一个完整协调的整体。

世贸饭店的色彩以暖色调为主，整体给人淡雅的感觉，渲染宁静的气氛。同时在局部点缀上又有鲜亮、明快的颜色。

光影在酒店造型中的表现

在室内设计中，光不仅满足了生活的要求，也能产生巨大的艺术感染力。在世贸大饭店的设计中，玻璃的大面积使用使世贸内部与外部环境进行了视线上的很好的沟通。玻璃的透光性使地上层的室内获得了充足的光线。

结构分析

酒店的调查报告篇九

通过几家同行酒店的走访，针对当前本市的酒店行情，本人总结以下几点：

1、园林国际大酒店

凭祥酒店业界的老牌子，10多年来的经营已稳定了一定的客源及知名度。20xx年重新装修后，已达到现代酒店的规模，而且是本市乃至崇左首家挂牌四酒店，旁边靠近出入境办证大厅，其品牌、口碑已得到市民消费者的广泛认可。

劣势：缺乏高楼层，房间数量少，无夜总会，西餐厅，购物中心。

2、国门大酒店

号称“国门第一楼”，在区内旅游媒体已有一定的知名度，而且面对越南新清市场，观光效果好，旁边有出境口岸、红木市尝物流市尝客商密集、该酒店还针对会议团和旅游团开设几个宴会大厅(300平米有柱)、5楼设中心空中花园、桑拿房带有干、湿蒸，地下室有电玩城，12楼开设夜总会，大型购物中心，集团化管理，拥有一定的浙商客户群，在接待浦寨、越南客商和旅游团、会议观光团占据一定的优势。

夜巴黎、下龙湾、城市阳光、教育宾馆均为连锁店，房间整洁，舒适，装修简约、时尚，有其资源共享的优势。

广越国际大酒店已稳定了部分南山红木家具商和旅游团客源，娟娟饭店在本市餐饮界有一定的人气，并和区内、越南旅行社长期合作，而其薄利多销。怡景大酒楼环境不错，出品可以，海鲜品种较齐全。

以上几家酒店、酒楼为中、低档消费，会分流部分价格型的客人。

充分发挥国际酒店管理公司的优势，结合配套服务设施完善、借助地标以及有利位置，加大市场营销力度，做高端客户市场，做到“我独有我专有”，树立良好品牌形象。

酒店的调查报告篇十

20xx年5月10—6月15日，我们对浙江的一些不同等级的酒店如千岛湖大酒店、众安假日酒店、香溢大酒店、天都国际酒店等进行调研，并走访了浙江旅游学院等一些含有酒店专业的高职院校，调查对象包括人力资源部总监、部门经理、行政办公室工作人员，有关一线部门的基层管理人员和服务人员，还看望了酒店管理专业的毕业生，及时进行了交流和沟通，通过这次的大面积走访，充分认识到酒店专业的广阔的就业前景，对于人才培养的方向和模式，社会对人才的需求有了进一步的了解。

酒店管理专业是全球十大热门行业之一，高级酒店管理人才在全球都是一直很紧缺的，近年来，在国际人才市场上，酒店管理人才出现了供不应求的局面。随着北京奥运会，上海世博会和越来越多的国际大型活动将在中国举行，中国对旅游、酒店管理专业人才的需求也日益增大。预计到20xx年，高级酒店管理人才将成为职场上炙手可热的高薪阶层。国内酒店从业人员，以高薪阶层为多。20xx年酒店管理人员在中国十大百万年薪职业中排名第六。酒店行业在不断扩充，对人才的需求也不断增加，每年都需要数以千计的国际化酒店管理人才。据统计目前全国的酒店专业人才缺口达38.6万人，加上社会餐饮和社会住宿业，人才缺口达96.26万，浙江省的人才缺口也近8万，截止20xx年底，全国的星级酒店共计15000家，较上年增幅7.2%，共计收入1682.86亿元，饭店从业人员186.66万人；浙江省的星级酒店1213家，居全国第二位，从业人员16.22万人，营业收入123.46亿元，酒店从业人员和营业收入均居全国第三位。到20xx年，浙江和上海的五星级酒店分别增加16家和22家。酒店业的井喷式发展带动了巨大的人才需求。巨大的市场需求为酒店管理专业提供了广阔的前景，也为我们增强了信心。

专业人才需求情况进行了调查，我们选择的调查对象是：张

氏帅府、中辽国际旅行社、辽宁北海旅行社、辽宁海外国际旅行社、辽宁世纪国际旅行社。这些旅行社、旅游景区都是很有规模、也是全国知名的企业。张氏帅府、辽宁海外国际旅行社已是我们的校外实训基地，与其已建立起相对稳定的校企合作关系，中辽国际旅行社我们正在联系当中，已有接触，有合作意向。本次调查，上述企业有关部门在繁忙的工作中，热情地接待了我们，积极配合我们的调研工作，使我们的工作任务顺利地完成，让我们受益匪浅，在此表示衷心的感谢！

主要采取问卷和走访用人单位形式进行的。问卷包括“企业人才需求情况问卷调查表”和“20xx年专业人才培养方案调查表”。

调查内容涵盖了企业概况，企业需要人才的类型，企业是否已与国内高校、科研院所开展合作办学及项目合作，企业是否有员工教育和培训的专项经费，员工参加继续教育的方式，企业是否认为经济效益与单位的员工的思想素质成正比，思想素质和技术、技能对于企业的经济效益那个更重，企业希望我院开设的专业有哪些等。另外企业未来四年人才需求情况，包括专业或岗位、预计需求人才数量、学历、人才来源等内容也作为我们这次调查的重点。了解企业状况、了解企业对人才需求情况，可使我们的人才培养有的放矢。

在作完问卷调查之后，我们对上述企业业务部经理、馆长进行了访谈，面对面地听取企业专家对旅游业现状、用人标准及发展形势等的分析，以调整我们的教育教学，判定学生未来就业情况。

企业业务部经理、馆长先给我们介绍了全国旅游业形势及人才需求情况：就全国而言，目前旅游业从业人员有600万人，随着中国旅游业的快速发展，实际需要专业旅游业人才800万以上，旅游业人才缺口至少在200万以上。与此同时，专业的公关、媒介、会展等行业开始共同参与这个广阔的市场。旅

游行业的职业化变得越来越迫切。

计，未来xx□中国每年将增加旅游从业人员近百万人，而中国的旅游院校每年仅能提供10万名毕业生，旅游专业人才非常紧缺。由此可见，旅游从业者拥有光辉的前景，那么我们培养旅游管理人才目标的制定是正确无疑的了。

业规范等心中有数，并具备与各国领事馆打交道、在国外迅速处理紧急事务等能力，因此对从业人员的更高要求。也就是说对旅游管理人才的培养既要注重综合素质的培养，也要注重专业知识、专业技能的学习与训练，他要求的人才是全面的，如张氏帅府杨馆长谈到：我们需要的人才应是综合素质好，同时要具有旅游专业知识、历史知识、能做好推介策划、能做好营销工作，而且普通话一定要过关。

对旅游专业的学生一定要加强技能训练，加强实践教学。

旅游专业的毕业生大部分都想做导游工作，作为学生没有导游证，就无法进入旅行社工作，所以企业认为旅游专业毕业生有没有导游证很重要，如果学生有导游证，那他们的工作都不需要学校费心，学生拿着导游证就能很快地找到工作，反之，没有导游证的学生想找旅行社的工作就显得困难了。因此，对《旅游管理》专业的学生，学校应化费一定功夫，适当地拨出一部分经费，带学生到市内各大景点、景区乃至全省著名景区、景点进行认知实训，目前《旅游管理》专业实训室很少或没有，学校在这方面投入不大，学校既然将《旅游管理》专业确定为示范专业，那在人才培养方面就应加大投入，适当拿出一部分经费，用于参观景点、景区，为其导游资格证的考取提供帮助。我们专业导游资格证考试及格率在逐年上升，但幅度不大，报考的人数不足，有的学生第一次考试没有过关，第二次就放弃了报考，因为学生信心不足，怕考不上白白花了钱。在我们学生当中出现了一种“有趣”的现象，有的学生考取了导游资格证，可沈阳的五大景点还没参观过，看来学生功夫下得真大，但他们又缺

少了实践经验，若马上让他们带团，恐怕很难胜任工作的。问题就出现在学校给学生这方面训练的机会、参观的机会太少了。虽然我们为学生也安排了景点认知实训，但是自费形式，有的学生舍不得花钱，只好不去，老师也无法去约束他们。当然不可能人人都能考取导游证的，对于考不上的学生，我们该如何为其打算？难道都送往酒店去吗？学生不愿意我们又怎好强求？本次调研让我们得知，有的旅行社，还有很多空缺位置，对于没有导游证，但是工作能力强，沟通能力强的学生，旅行社也可接受，可安排做业务。对于相对沉稳、有耐性的人，旅行社仍可接受，可安排其做计调工作。关键是我们培养出企业所需要的人才来。

与企业联合实施“订单”培养是否有可能性呢？

这次我们调研了位于惠工广场附近的辽宁北国旅行社，。辽宁北国旅行社是家民办旅行社，单位总资产123万□20xx年总营业额900万，该社已经与沈师建立了长期的合作关系，所以那天我们去的时候很不巧，正好赶上沈师的老师也去了，对我们并不是很热情。这件事情再次说明：专业要发展，必须要由企业的配合。目前旅游管理专业校外实训基地开展情况并不理想，我们确实也没在这方面下功夫，这是不利于专业发展的。

1、在教学过程中，即要锻炼学生吃苦耐劳的坚韧性，了解服务行业的特点，知道自身不足，同时，也应该鼓励他们发现自身优势，也就是与中专生相比，他们的学历更高，而与本科生相比，他们的技能性更强。

2、专业老师肯平时要多下企业了解，比如每个老师负责5-6个旅行社，及时了解最新旅游市场动态，来帮我们的学生找到市场空缺，就业是不成问题的。

3、定期召开专业指导委员会会议，认真听取专家、企业的意见，有针对性地进行人才培养，广范为学生打开就业渠道。

4、我们的视野不应局限在沈阳，应面向整个辽宁的旅游市场，辽宁的旅游业正处在发展阶段，学旅游的专业人才并不是很多，我们的学生完全可以给他们注入一股新鲜的血液，这也是宣传我们学校旅游专业的好出路。我们如果单纯的只满足沈阳市场，必定竞争很激烈，加之现在的实际情况，我们学生在最初并得不到很多的实惠，外地学生刨去吃住的费用，所剩无几，这必定会动摇他们继续走专业之路的信心。而我们的教育，应该是一种终身教育，不是单纯的为了他们的就业协议。如果我们能帮助他们(因为他们家都是辽宁的)在自己家乡找到工作，那会让他们的父母安心，同时更有利于发展他们的专业。

本次调研，让我们坚信：只要用心开发我们的旅游市场，前途是一片光明的！