第一图书网, tushu007.com

<<现代酒店经营决策管理>>

图书基本信息

书名：<<现代酒店经营决策管理>>

13位ISBN编号：9787806535325

10位ISBN编号：7806535322

出版时间：2004-1

出版时间：广东旅游出版社

作者：许秋红

页数：309

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

内容概要

随着国外酒店集团进入我国酒店市场，以及酒店业原有游戏规则的改变，使我国酒店决策者在经营决策方面经常面临着困惑。
同时，许多酒店经营理念的落后和不重视市场的经营决策，导致我国酒店业的发展出现了困境，深入分析和研究酒店经营决策是我国酒店走出决策困境的关键。
目前，酒店决策管理层已经开始考虑酒店的发展方向、面临的机会和环境，以及如何取得酒店可持续发展能力的问题，因此，酒店决策管理层需要这方面的知识来充实其决策判断能力。
本书引入国际最新的酒店决策管理理念，并结合我国酒店的实际，充分运用案例和最新的资料数据，对酒店经营决策进行了本土化的分析和阐述。

<<现代酒店经营决策管理>>

书籍目录

第一章 酒店历史演进、分类及产品特点第一节 酒店历史演进第二节 我国酒店发展及特点简述第三节 酒店的发展趋势第四节 酒店的分类第五节 酒让产品的特点与需求管理第二章 酒店竞争分析和竞争战略第一节 酒店经营环境分析第二节 行业竞争分析第三节 酒店成本领先战略第四节 差异化战略第五节 目标集聚战略第六节 中庸战略和选择竞争战略第七节 酒店价格战第三章 酒店持续的竞争优势——核心竞争能力第一节 资源理论和核心竞争能力理论第二节 酒店的业务外包第四章 人性化的酒店人力资源决策第一节 管理思想的演进及在酒店管理中的应用第二节 激励理论在酒店管理中的应用第三节 酒店员工个性差别管理第四节 为员工提供优质服务第五章 酒店组织决策第一节 酒店组织行为和组织原则第二节 酒店组织架构第三节 酒店组织管理内容和组织制度第六章 酒店营销决策第一节 顾客购买行的因素第二节 影响顾客购卖行为的因素第三节 顾客购买决策过程第四节 酒店产品与服务的感情促销第五节 酒店服务质量战略管理第六节 顾客价值和忠诚感第七节 女性旅游首的旅游行为及营销策略第七章 酒店集团化与战略联盟第一节 酒店集团概述第二节 酒店战略联盟第八章 酒店CIS第一节 酒店识别的内涵和作用第二节 酒店理念识别第三节 酒店行为识别第四节 酒店视觉识别第五节 酒店品牌的资产净值和酒店文化第六节 酒店危机公关第九章 酒店知识、智能化管理和绿色经营第一节 知识管理第二节 酒店的智能化管理第三节 绿色酒店经营参考文献后记

章节摘录

3．酒店拥有的核心能力是酒店长期竞争优势的源泉。
酒店的长期竞争优势是单个酒店拥有的比竞争对手能够更加卓有成效地从事经营活动和解决各种困难的能力。
作为酒店长期竞争优势的核心能力必须具有如下特性：　（1）核心能力是一种局部优势。
核心能力存在于酒店经营的某一两个环节或方面，而不是在每个环节上都优于竞争对手。
另一种情形是虽然每个环节都不优于竞争对手，但是，由于各个环节集成的业务流程的综合效率明显优于对手而取得竞争优势0　（2）核心能力应具备充分的用户价值，即能够按用户意愿支付的价格为用户提供根本性的好处和效用，即酒店的核心能力能够让酒店的产品和服务质量得以提高，创造了一定的顾客效用。
（3）核心能力具备价值优越。
核心能力应有利于酒店效率的提高，能够使酒店在创造价值和降低成本方面比竞争对手更优秀，拥有核心能力的酒店将比其它酒店更具有竞争能力。
（4）核心能力应具备异质性。
一个酒店拥有的核心能力应该是该酒店独一无二的，是酒店成功的关键因素。
核心能力的异质性决定了酒店之间的异质性和效率差异。
从这个意义上讲，酒店所拥有的经验、专有服务技术（Know-how）是核心能力的重要要素。
酒店专长的独创性和持久性很大程度上由它赖以生存的基础所决定。
那些内化于整个组织体系、建立在系统学习经验积累之上的专长具有一定的独创性。
（5）核心能力应具备不可模仿性。
核心能力是在酒店长期的生产经营活动过程中积累形成的，深深地融合了酒店的特殊经历，其他酒店难以复制。
（6）核心能力应具备不可交易性和难以替代性。
核心能力无法像其他生产要素那样通过市场进行交易，，和其他酒店资源相比，核心能力受到替代品的威胁相对较小。
（7）核心能力应具备一定的延展性，应该能为酒店开拓多种市场提供支持，对一系列产品或服务的竞争力都有促进作用。
……

第一图书网, tushu007.com

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