

基于模糊评价的酒店质量竞争力研究

陈雪琼¹, 仲建兰¹, 林佳祺²

(1. 华侨大学 旅游学院, 福建 泉州 362021; 2. IIK Düsseldorf, Germany)

摘要:质量竞争力评价是酒店提升质量竞争力的前提条件。本研究通过实地调查某地区四星级酒店的高层管理者和研究质量管理的学者,检验酒店质量竞争力评价模型在该酒店的应用,客观评价该酒店质量竞争力水平,剖析酒店在质量竞争力方面的优劣势,从而提出增强其质量竞争能力的合理化建议。

关键词:酒店;质量竞争力;评价指标体系;模糊综合评价

中图分类号:F590.63 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2011)06-0054-05

质量竞争力是企业竞争力的形态之一,是企业通过其产品质量在竞争的市场环境中所表现的一种外在市场力量,是与竞争对手竞争,赢得市场份额,获取利润时所表现出来的能力。它是企业内部和外部质量资源实力、能力、素质综合作用,最终在市场竞争上所体现的力量或能力。Domingo^[1]指出:“全球竞争力始于质量竞争力又终于质量竞争力,在努力寻求价格竞争力、成本竞争力和技术竞争力之前,必须首先获得质量竞争力。”酒店行业竞争的日趋白热化,使得酒店必须通过提升质量竞争力来让酒店获得竞争优势。

随着我国经济的腾飞,我国酒店业总体发展形势大好,但实际经营情况并不容乐观,存在许多问题:各类投资主体不断进入,价格竞争激烈,过度竞争与竞争不足并存;酒店不断强调提高服务质量,但结果不甚理想。酒店行业需要兼顾社会和顾客的长期利益,走上可持续发展的道路,就必须将质量与酒店的竞争力相结合,从质量的角度考虑酒店的竞争力,从竞争力的角度提升质量。

目前对质量竞争力的评价主要是从两个角度,宏观层面上的国家质量水平的评价^[2-3]和微观层面上企业质量竞争力的评价。而微观层面上企业质量竞争力的研究偏向于企业质量竞争力的内涵,评价方法和评价模型的建立。蒋家东讨论了企业质量竞争力的评价“范围”和“强度”,并总结归纳了企业质量竞争

力的评价方法^[4-5]。张月义、韩之俊、许前、王雪梅、万薇;王涛、陈国华、郝建春;文昌俊构建企业质量竞争力评价指标体系并提出企业质量竞争力的多级模糊综合评价方法^[6-11]。

关于酒店竞争力的研究主要集中在酒店的企业文化、营销、管理创新、成本控制、电子商务对竞争力的影响研究^[12-18];以及酒店竞争力的评价体系和提升途径的研究以及核心竞争力的研究^[19-22]。这些研究揭示了酒店竞争力的重要性,但没有一位学者是从质量角度来考虑酒店的竞争力。值得注意的是,不管是文化的竞争、营销的竞争,只是一种手段和策略,都需要以卓越的质量为前提。而对于酒店质量方面,更多的研究集中在酒店的服务质量方面:服务质量维度和测量方法的研究、服务质量提升途径和策略的研究、服务质量改进研究、服务质量检查与补救研究、服务质量的适度性和适合性研究以及服务质量管理的相关研究^[23-43]。而对酒店质量研究的文章相对较少,主要集中在质量管理模式的研究,以顾客为中心的质量管理研究,质量管理体系在酒店质量管理中的应用研究以及酒店质量管理现状的研究^[44-48]。

虽然目前国内外学者对质量竞争力的评价都有独特的见解,但是几乎所有的学者都是基于制造企业和产品(不包括服务)的质量竞争力的评价,很少有学者评价服务企业的质量竞争力,尤其是酒店。这直接影响酒店企业质量竞争力的提升,而这对于酒店业在

收稿日期:2011-03-21

基金项目:福建省社科规划项目(2009B2052)

作者简介:陈雪琼(1967—),女,福建南安人,华侨大学旅游学院,副教授,硕士,研究方向:旅游企业服务与管理等;仲建兰(1984—),女,江苏东台人,华侨大学旅游学院2007级硕士研究生,研究方向:旅游企业服务管理;林佳祺(1987—),女,福建福州人,IIK Düsseldorf, Germany,研究方向:旅游企业管理。

中国所占的比重越来越大的背景下,这将直接或间接影响到中国经济的发展。

1 酒店质量竞争力评价指标体系的建立

本文结合酒店企业及其产品独有的特征,在借鉴许前等^[8]提出的企业质量竞争力评价指标体系基础上构建酒店质量竞争力的评价指标体系,该评价指标体系考虑到酒店的主要产品是服务,因此将技术创新能力中的指标“推出新产品的能力”改为“推出新产品和服务的能力”;另外考虑到国内酒店对于国际标准贯彻与实施较少,多数采用了国内以及行业的标准体系,因此,将质量管理水平中的指标“贯彻和实施国际标准的能力”改为“贯彻和实施国内及行业标准的能力”。酒店质量竞争力的评价指标体系如下:(图1)

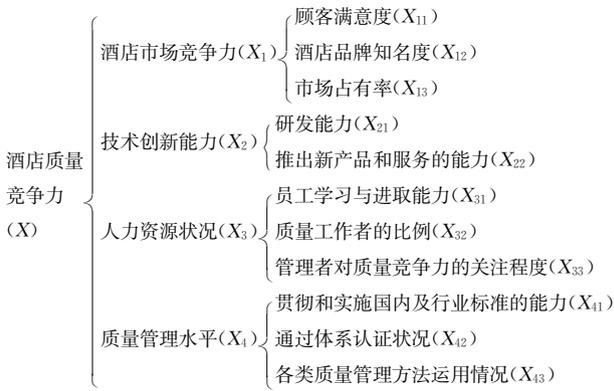


图1 酒店质量竞争力评价指标体系

2 酒店质量竞争力模糊综合评价模型

由于酒店质量竞争力的评价具有模糊性:一是酒店质量竞争力构成因素的模糊性,且多数为定性评价指标;二是酒店质量竞争力等级的分类具有模糊性,我们通常把质量竞争力分为很强、较强、一般、较弱和很弱五个等级,但很难严格界定各等级的标准。因此本文采取基于专家打分和模糊综合评价法,将定性问题通过模糊数学方法转化成定量问题处理,使评价结果更准确,更能反映客观实际。具体步骤如下:

1)确定评价因素集 $X = \{X_1, X_2, \dots, X_n\}$ 。依据评价指标体系,设立评价指标集 X ,以及评价指标 $X = \{X_1, X_2, X_3, X_4\} = \{\text{酒店市场竞争力, 技术创新能力, 人力资源状况, 质量管理水平}\}$ 。二级评价指标 $X_n = \{X_{n1}, X_{n2}, \dots, X_{nm}\}$, 其中 n 为一级指标数, in 为一级指标含有的指标数,如 $X_1 = \{X_{11}, X_{12}, X_{13}\}$

2)确定评语集 $V = \{V_1, V_2, \dots, V_m\}$ 。评语集是对各种指标做出的可能结果的集合,可请质量专家进行评估定级。这里我们根据酒店企业及其产品独有

的特征等实际情况建立评语集 $V = \{V_1(\text{弱}), V_2(\text{较弱}), V_3(\text{一般}), V_4(\text{较强}), V_5(\text{强})\}$

3)给定各指标层权重。由于评价指标体系具有明显的层次性,可采用层次分析法或由专家确定各指标层的权重。权重向量要归一化。 X_n 对 X 的权重为 $A = (a_1, a_2, a_3, a_4)$; X_{min} 对 X_n 的权重为: $A_n = (a_{n1}, a_{n2}, \dots, a_{nin})$ 。

4)对每个进行单级模糊综合评价。从到 V 的一个模糊映射,可以确定一个模糊关系,它可表示一个模糊矩阵: $R_{nm} = \{r_{nm} | n = 1, 2, \dots, i_n; m = 1, 2, \dots, z\}$, 其中为隶属度,即第 n 个指标隶属于第 m 个评价等级的程度。

从到 V 的一个模糊映射,可以确定一个模糊关系,它可表示一个模糊矩阵: $R_{nm} = \{r_{nm} | n = 1, 2, \dots, i_n; m = 1, 2, \dots, z\}$, 其中为隶属度,即第 n 个指标隶属于第 m 个评价等级的程度。

然后利用合适的合成算子将 A_n 与各被评指标的 R_n 合成得到对 X_n 的单级模糊综合评价结果向量 $B_n = A_n \cdot R_n = (b_{n1}, b_{n2}, \dots, b_{nz})$ 。

常用的模糊合成算子通常有 $M(\wedge, \vee)$ 算子, $M(\cdot, \vee)$ 算子, $M(\wedge, \oplus)$ 算子和 $M(\wedge, \oplus)$ 算子。

上述四个算子,综合考虑体现权重的中用和充分利用 R 阵提供的各方面信息,经比较 $M(\wedge, \oplus)$ 算子较为合适,所以采用这种算子。

其中有界和 \oplus 运算为: $a \oplus b = \min(a + b, 1)$ 于是:

$$b_m = \bigoplus_{n=1}^3 (a_n \cdot r_{nm}) (m = 1, 2, 3, 4, 5)$$

5)将看作一个综合因素,用作为它的单因素评价结果,可得隶属关系矩阵 R 。有知 X_n 对 X 的权重为 $A = (a_1, a_2, a_3, a_4)$, 则可以再次运用 $M(\wedge, \oplus)$ 算子进行合成。得到二级模糊综合评价向量为: $B = A \cdot R = (b_1, b_2, b_3, b_4, b_5)$, 其中

$$R = \begin{bmatrix} B_1 \\ B_2 \\ B_3 \\ B_4 \\ B_5 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & b_{13} & b_{14} & b_{15} \\ b_{21} & b_{22} & b_{23} & b_{24} & b_{25} \\ b_{31} & b_{32} & b_{33} & b_{34} & b_{35} \\ b_{41} & b_{42} & b_{43} & b_{44} & b_{45} \end{bmatrix}$$

6)对模糊综合评价结果向量进行分析。设 y 个等级一次赋以分值 20、40、60、80、100, 这模糊向量可单值化为:

$$C = \frac{\sum_{m=1}^y b_m^k c_m}{\sum_{m=1}^y b_m^k}$$

K 为待定系数,一般取为 1。设置酒店质量竞争力的评价档次表如下(表1):

表 1 酒店质量竞争力评价档次表

C 值	0~20	20~40	40~60	60~80	80~100
档次	弱	较弱	一般	较强	强

由以上的质量竞争力评价指标体系,酒店可以做出客观的自我评价,确认自己的质量竞争力以及在行业中的地位,为下一步战略提供有效的依据。

3 实例分析

根据上述数学模型,我们对某地区一家四星级酒店进行调查,专家组由 20 位成员组成,包括酒店的高层管理者和研究质量管理的学者。

专家组成员根据专业知识和主观经验对质量竞争力评价体系中各指标进行两两对比其重要程度来确定权重,其结果如下:

$$A = [0.28, 0.25, 0.31, 0.16]$$

$$A_1 = [0.4, 0.3, 0.3] \quad A_2 = [0.5, 0.5] \quad A_3 [0.4, 0.2, 0.4] \quad A_4 = [0.5, 0.1, 0.4]$$

根据质量竞争力的评语集 $V = \{V_1, V_2, V_3, V_4, V_5\} = \{\text{弱, 较弱, 一般, 较强, 强}\}$, 由三级指标依次向前推算出:

$$R_1 = \begin{bmatrix} 0.164 & 0.386 & 0.316 & 0.114 & 0.020 \\ 0.750 & 0.023 & 0 & 0 & 0.227 \\ 0.458 & 0.089 & 0.234 & 0.068 & 0.151 \end{bmatrix}$$

$$R_2 = \begin{bmatrix} 0.042 & 0.042 & 0.160 & 0.326 & 0.430 \\ 0.042 & 0.132 & 0.291 & 0.243 & 0.292 \end{bmatrix}$$

$$R_3 = \begin{bmatrix} 0.021 & 0.188 & 0.281 & 0.198 & 0.312 \\ 0 & 0.125 & 0.604 & 0.063 & 0.208 \\ 0 & 0.167 & 0.302 & 0.229 & 0.302 \end{bmatrix}$$

$$R_4 = \begin{bmatrix} 0.042 & 0.111 & 0.264 & 0.312 & 0.271 \\ 0.185 & 0.364 & 0.387 & 0.042 & 0.022 \\ 0 & 0.157 & 0.271 & 0.239 & 0.333 \end{bmatrix}$$

因此,单因素评价向量为:

$$B_1 = A_1 \cdot R_1 [0.428 \quad 0.188 \quad 0.1966 \quad 0.066 \quad 0.1214]$$

$$B_2 = A_2 \cdot R_2 = [0.042 \quad 0.087 \quad 0.2255 \quad 0.2845 \quad 0.361]$$

$$B_3 = A_3 \cdot R_3 = [0.0084 \quad 0.167 \quad 0.354 \quad 0.1834 \quad 0.2872]$$

$$B_4 = A_4 \cdot R_4 = [0.0395 \quad 0.15747 \quad 0.2791 \quad 0.2558 \quad 0.2709]$$

得出总的评价向量为:

$$B = A \cdot R = [0.28 \quad 0.25 \quad 0.31 \quad 0.16] \begin{bmatrix} B_1 \\ B_2 \\ B_3 \\ B_4 \end{bmatrix} =$$

$$[0.139264 \quad 0.150912 \quad 0.265819 \quad 0.187387 \quad 0.256618]$$

由此该酒店的质量竞争力为:

$$C = 0.139264 * 20 + 0.150912 * 40 + 0.265819 * 60 + 0.187387 * 80 + 0.256618 * 100 = 65.42366$$

对照表 1,此酒店质量竞争力综合评价等级为较强。

从酒店实际运行情况来看,我们发现该酒店在本地区的质量竞争力的确处在较强的地位,其优势主要体现在:一是由于酒店经营时间比较长,酒店拥有品牌知名度及市场占有率;二是酒店具有丰富的管理经验,管理者对质量较为关注,酒店投入足够的资金用于鼓励员工不断创新服务及产品;三是员工的学习及进取能力较强,员工素质和服务意识水平总体较高,顾客满意度高;四是酒店通过 ISO9000 质量标准体系认证,酒店认真贯彻执行酒店各项质量标准,质量管理水平较高。

虽然酒店是一家有着多年经营管理经验的酒店,同时亦向其他酒店输出大量的管理人员,但是在当前的状况下,其管理模式已经进入瓶颈,从某种程度上来说是进入一种误区;而且,目前此酒店的高层管理人员全是店龄超过 15 年的员工,再加上基层管理者尤其领班多是终身制,服务员晋升机会少。再加上新酒店不断出现,降低了该酒店的市场占有率,也导致了部分员工的流失。

不过酒店利用其独特的优势巧妙设计产品、提供独特服务,最终产生较高的顾客价值和绩效,形成质量优势,使其综合质量竞争力较强。

4 建议

根据对酒店质量竞争力指标评价体系建立及评价研究,为进一步促进中国酒店质量竞争力的提升,本文提出以下建议:

4.1 提升酒店市场竞争力

酒店想要提升酒店市场竞争力,有三个途径:一是提高顾客满意度,二是酒店品牌知名度,三是市场占有率。虽然中国酒店经过三十年的发展,已经逐步成熟起来,但与国外的酒店相比,不论在酒店规模数量、品牌知名度、资本运作能力、质量稳定性、市场占有率、顾客忠诚度等方面,还存在很大的差距。而在市场经济高度发展的时代,品牌蕴含着酒店的市场知

名度、商业信誉、顾客忠诚、市场网络等巨大的商业价值,它是酒店塑造企业核心竞争力、开拓市场网络的核心要素之一。因此,酒店应高效地配置企业资源,不断提升产品与服务质量,组建具有较高素质的经营管理团队,融合基于中国传统文化所形成的企业文化,形成具有竞争力的、独特的经营管理模式,以塑造知名品牌,向顾客和市场传达一种明确、稳定的品牌形象,帮助消费者认识不同品牌之间的差异,方便顾客进行购买决策,从而提升其市场占有率及顾客满意度。

4.2 提高酒店技术创新能力

面对顾客个性化需求的不断上升,酒店必须依靠技术创新来构建持续竞争优势。目前酒店技术创新能力不强主要表现在两方面:一是受制度和僵化的服务规范的制约,不太重视创新激励机制的建立和创新激励环境的营造,在新技术、新方法等方面吸收能力不高。二是在多数酒店管理者的心目中,已经形成这样的思维定势,即认为酒店行业是技术性要求不高的劳动密集型行业。对酒店产品的认识还停留在仅仅提供优质服务上面,未深刻认识到知识经济和信息技术的应用对顾客住店经历的影响,酒店产品的改造缺乏新意,仍停留在多年一贯制的基础上。酒店应树立“技术制胜”的观念,构建完备的技术创新机制,将酒店改造成“学习型组织”,使员工更加广泛地参与管理决策,并以顾客需求为导向重构企业价值链,突出技术对于价值增值活动的影响和贡献,通过各种手段的综合运用保护企业技术创新的成果,同时在制度及资金方面给予支持和鼓励,促使员工不断提高研发能力,创新出更多的服务项目及产品^[49]。

4.3 完善酒店人力资源管理制度

1)提高人力资源质量管理的执行力度。虽然一些酒店设立了专门的质量小组,也通过各种方式不断检查各部门的质量,但酒店的总体顾客满意度不高,关键在于许多酒店在质量管理的执行力度存在较大的问题。因此,酒店应运用不同的方式(如矩阵式组织形式)建立有效的、完善的质量管理组织,明确其职责,通过各种培训,提高各部门、各层次管理者对质量竞争力的关注程度,让越来越多的员工都参与到集思广益、解决顾客问题的过程中,确实从各个环节、各部门提高酒店质量竞争力。

2)调整人力资源结构。针对目前多数酒店存在人力资源总体素质水平偏低的问题,酒店应该用一些优惠政策吸引并留住高素质的酒店专业人才,提高各部门的人力资源素质,从而改善工作气氛。另一方面

是改革提拔制度,酒店应避免“终身制”的做法和惯性,实行双梯式升迁路径,让员工从管理和业务上同时发展。

3)提高员工学习与进取能力,其关键是建立酒店完善的培训机制。越来越多的酒店重视管理层及员工的培训,但是由于酒店总体培训费用少,培训机会有限,影响培训的持续性和系统性。虽然在理论上,酒店企业的所有部门都对质量有一定的贡献,但在实际意义上,仅有有限的部门对酒店企业的质量竞争力产生重要的影响。通过与专家的深入访谈及调查,我们认为:酒店部门一线部门(前厅部、餐饮部、客房部和康乐部)以及二线部门(主要是人事培训部、采购部和工程部)对酒店企业质量竞争力影响较大。因此,酒店可利用有限的培训资源,对影响关键部门的员工进行培训,这些部门的主管也应该予以积极配合,建立从上至下的完善的培训机制,不断衡量培训效果,让这些部门员工在接受培训后都能学有所用,最终提高员工的学习与进取能力。

4)提高酒店质量管理水平。酒店质量管理的核心是保证为顾客提供高水平、人性化的服务。虽然国内酒店通过 ISO9000 质量标准体系认证来提升酒店质量管理水平,但由于不同酒店管理层的水平参差不齐,直接影响酒店贯彻和执行认证体系的效果。因此,酒店应在原来管理的基础上,制定更严密的服务质量管理规章制度,将其作为酒店经营、服务质量和人员管理的核心准则。

从质量管理方法的选择上,酒店应根据自身的实际情况而定,创造出既具有中国特色和民族特点,又高于西方服务标准的管理方法。对于酒店一些由于特殊的原因无法更换或改善的软硬件,应从另一方面入手,建立超常规的服务标准,为顾客提供超值服务。同时建立多层次、全方位、经常化的质量检查制度,让严密的质量控制体系成为提供高标准服务的基石。

综上所述,虽然质量竞争力是酒店企业生存和持续发展的决定因素之一,其重要性随着市场竞争的日趋激烈而不断彰显。但值得注意的是,质量竞争力毕竟不是酒店竞争力的唯一决定因素,而且酒店经营的成败也并非由其竞争力唯一决定。外部环境的偶然性变动、企业决策的不确定性后果、目标顾客的选择错误等也会对一个酒店经营的成败产生重大、甚至是致命的影响。

参考文献

[1]RENE T DOMINGO. Global Competitiveness Through Total

- Quality [EB/OL]. www.rtdonline.com, 2002.
- [2] FAGERBERG . Technological Progress, Structural Change and Productivity Growth: A Comparative Study[J]. Structural Change and Economic Dynamics, 2000, 11(4): 393-411.
- [3] PJ BRUST, FM GRZYNA. Quality and economics: five key issues[J]. Quality progress, 2002, 35(10): 64-69.
- [4] 蒋家东. 企业质量竞争力的内涵及其评价方法[J]. 航空标准化与质量, 2005(3): 17-21.
- [5] 蒋家东. 企业质量竞争力研究[J]. 航空标准化与质量, 2005(2): 13-17.
- [6] 张月义, 韩之俊. 基于 AHP 和 Fuzzy 的企业质量竞争力综合评价方法[J]. 商业研究, 2006(21): 15-18.
- [7] 郝建春. 基于模糊综合评价的企业质量竞争力研究[J]. 航空标准化与质量, 2007(4): 24-26.
- [8] 许前, 王雪梅, 万薇. 企业质量竞争力的模糊综合评价[J]. 企业天地, 2006(4): 145-146.
- [9] 王涛. 基于 AHP 方法的质量竞争力评价模型[J]. 江苏冶金, 2007(10): 68-73.
- [10] 陈国华. 基于顾客满意度的质量竞争力指标分析[J]. 江苏冶金, 2008(2): 40-42.
- [11] 文昌俊. 企业质量竞争力模型研究[J]. 湖北工业大学学报, 2008(2): 68-69.
- [12] 张洪双. 酒店文化与酒店竞争力[J]. 财经研究, 2008(5): 97-98.
- [13] 来逢波. 酒店文化与酒店竞争力互动创新模式的构建研究[J]. 商场现代化, 2005(27): 352-353.
- [14] 彭庆武. 用文化打造酒店的核心竞争力[J]. 商场现代化, 2006(5): 76-77.
- [15] 曹艳芬. 论酒店提升竞争力的营销策略[J]. 职业圈, 2007(11): 32-33.
- [16] 明静. 管理创新: 提升酒店竞争力的途径[J]. 当代经济, 2003(5): 17.
- [17] 王新建, 池进. 提升饭店竞争力的成本控制观[J]. 饭店现代化, 2004(4): 52-54.
- [18] 郭剑英. 电子商务与旅游饭店竞争力[J]. 扬州大学烹饪学报, 2001(1): 31-32.
- [19] 和文征, 白翠玲. 关于酒店核心竞争力的探讨[J]. 商场现代化, 2005(25): 7-8.
- [20] 曲波. 以人为本 培育酒店企业核心竞争力[J]. 西南民族大学学报: 人文社科版, 2005(11): 195-199.
- [21] 连彬. 论饭店核心竞争力的提升[J]. 重庆交通学院学报: 社会科学版, 2003(S1): 26-28.
- [22] 李春华. 以人为本构建酒店业核心竞争力[J]. 北京工商大学学报: 社会科学版, 2002(5): 36-38.
- [23] 陈瑞霞. 我国饭店服务质量测评初探——以天津市 H 饭店为例[J]. 天津商学院学报, 2005(4): 19-24.
- [24] 陈瑞霞, 王文君. SERVQUAL 在我国饭店服务质量评价中的应用[J]. 北京第二外国语学院学报, 2005(3): 41-43.
- [25] 王文君, 韩德昌, 高林. 基于差距模型的酒店服务质量研究[J]. 旅游学刊, 2008(11): 19-25.
- [26] 潘雅芳. 基于 Servqual 模型的饭店服务质量测评——以浙江省星级饭店为例[J]. 商场现代化, 2007(7): 29-30.
- [27] 高林. 饭店服务质量维度研究综述[J]. 科技信息: 学术研究, 2008(5): 90-97.
- [28] 罗美娟. 饭店服务质量缺口模型研究[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2008(3): 407-451.
- [29] 李耀君. 强化现场管理是促进和提高饭店服务质量的重要措施[J]. 旅游科学, 1997(2): 9-13.
- [30] 徐虹, 段贺春. 基于服务质量五差距模型的饭店服务质量提升对策[J]. 江西科技师范学院学报, 2008(2): 69-71.
- [31] 林璧属. 以第三方介入提升饭店服务质量[J]. 旅游学刊, 2004(6): 56-59.
- [32] 程海花. 论提高旅游饭店服务质量[J]. 内蒙古科技与经济, 2008(1): 35-39.
- [33] 邹蓉蓉. 格面具理论与饭店服务质量的升级[J]. 旅游学刊, 2005(2): 62-68.
- [34] 廖佳丽. 以人为本, 提高饭店服务质量[J]. 旅游学刊, 2004(5): 46-49.
- [35] 朱生东. 游客利益无小事——厕所与旅游服务现代化[J]. 旅游学刊, 2004(6): 61-68.
- [36] 董静. 浅谈提高饭店服务质量的有效途径[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2003(4): 26-31.
- [37] 党忠诚, 周支立. 饭店服务质量的测量与改进[J]. 旅游学刊, 2002(2): 36-39.
- [38] 尚刚强. 项目管理方法在饭店服务质量改进中的应用研究[D]. 青岛: 青岛大学, 2007.
- [39] 刘艳华. 刍议饭店服务质量检查[J]. 旅游学刊, 1999(6): 18-21.
- [40] 谢朝武. 饭店服务质量的修复管理[J]. 饭店现代化, 2003(4): 25-31.
- [41] 胡波. 饭店服务质量问题的成因及控制[J]. 重庆工商大学学报: 西部经济论坛, 2003(6): 19-22.
- [42] 何帼英. 浅议饭店服务质量的适合性与适度性原则[J]. 旅游科学, 1997(1): 17-20.
- [43] 韩军. 浅谈现代饭店服务质量管理[J]. 贵州商业高等专科学校学报, 2001(4): 30-34.
- [44] 谷慧敏. 南京金陵饭店质量管理模式[J]. 北京第二外国语学院学报, 1994(1): 60-64.
- [45] 卞显红. 质量机能展开(QFD)在饭店质量管理中的扩展应用模式[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2007(4): 559-564.
- [46] 侯雯娜. 以顾客满意为中心的饭店质量管理[J]. 管理科学文摘, 2003(7): 58-59.
- [47] 吴觉民, 陈肖静, 林刚. ISO9000 与饭店质量管理[J]. 扬州大学烹饪学报, 2003(2): 45-49.
- [48] 冯树宝. 中国酒店质量管理现状解析[J]. 中国高新技术企业, 2008(9): 25-26.
- [49] 武汉世方御药膳发展有限公司. 技术创新——我国酒店业重建竞争优势的主要途径[J/OL]. (2009-07-16) [2011-03-02]. <http://www.52ms.com/news/News.asp?id=2618&m=38K>.

3)国家应加大对金融物流信息化平台建设的资金支持。金融物流信息化平台需要不断根据市场需要增加功能,开发相关的子系统,还需要对被监管企业的信息化设施进行必要的改造,要加大对金融物流业务的理论和经营管理模式进行研究和创新实践探索,不断完善金融物流业务管理的信息模型。因此,国家应对金融物流业务和相关信息化建设建立专项基金,加大对开展金融物流业务企业的支持,加快全国和区域性的金融物流信息化平台建设实施。

金融物流信息化平台是支撑金融物流业务高效运作和发展以及控制风险的重要基础平台。该平台

属于有持续发展前景的物流信息平台。该平台不仅能够支撑金融物流业务,形成相对稳定的商业模式和市场竞争能力,而且能够取得显著的经济效益,对我国现代物流业的发展有较强的示范意义。

参考文献

- [1]陈雪松. 商品融资与物流监管实务[M]. 北京:中国经济出版社,2008:24—25.
[2]厦露,李严锋. 物流金融[M]. 北京:科学出版社,2008:254—256.

Construction of Financial Logistics Information Platform

CHEN Fei

(Sinotrans Limited, Beijing 100044, China)

Abstract: For all types of logistics companies to provide integrated logistics services to customers at the same time, accept the bank commission, pledged to the bank customers in the warehousing, storage, transportation and other logistics status of the goods (products) for control. In this paper, the financial logistics information platform on the development of modern logistics industry has a strong demonstration of significance.

Key words: financial logistics; logistics supervision; collateral management

(上接第 58 页)

The Hotel Enterprise Quality Competitiveness Research Based on Fuzzy Comprehensive Evaluation

CHEN Xue-qiong¹, ZHONG Jian-lan¹, LIN Jia-qi²

(1. Dept. of Tourism, Huaqiao University, Quanzhou Fujian 362021, China; 2. IIK Düsseldorf, Germany)

Abstract: The evaluation of quality competitiveness is a prerequisite that the hotel enterprises enhance the quality competitiveness. Therefore, The article examines application of evaluation model of hotel quality competitiveness in the context of hotel, through on-the-spot investigation, with managers of four-star hotel and scholars who expert in quality management. So that we can evaluate objectively quality competitiveness level of hotel, analyze hotel's superior and inferiority in terms of quality competitiveness, and propose rational proposal to strengthen its quality competitiveness.

Key words: hotel; quality competitiveness; evaluating index system; fuzzy comprehensive evaluation

(上接第 82 页)

The Prediction of Possession for Alternative Fuel Automobile Based on Autoregressive Model

YANG Fang-wen, WANG Xing-xing

(North China Electric Power University, Baoding Hebei 071003, China)

Abstract: Under Low-carbon economy background, the development of alternative fuel automobile becomes the important way of energy saving and emission reduction. Based on introducing the new energy technologies development conditions, national policy direction, and 2010—2015 auto possession via first-order autoregressive model, this paper has calculated alternative fuel automobile possession in the next 5 years. This paper involved technology and policy factors make the forecast more accurate than other calculating with formula only.

Key words: alternative fuel automobile; automobile possession; autoregressive model; prediction