

餐旅概論 |

Introduction to Hospitality



第一章 餐旅業的定義及屬性



第一節 餐旅業的定義

第二節 餐旅業的屬性



第一節 餐旅業的定義

一、餐旅業的語源

- 餐旅 (Hospitality) 出自於古法文Hospice，是在十字軍東征時期，慈善團體照顧窮人或病人的收容所，或是供旅客住宿的教堂或修道院。從此之後，便衍生為「親切、熱誠、殷勤地款待不認識的人」。

一、餐旅業的語源

- 在歐洲早期的發展過程中，人們會因宗教、戰爭、貿易等相關活動而離家行走，在餐飲或住宿上皆需他人的協助，也因此，對離家的人們提供各項的服務 (**The Service Of People Away From Home**)，使人們感受到家外之家 (**Home away from home**) 的感覺。

二、餐旅業的定義

(一)狹義

- 餐旅業從字面上的解讀，可解釋為「食宿」，亦即**餐飲業(Food Service Industry)**與**住宿業(Lodging Industry)**。且依據教育部課綱內容的定義，餐旅業包括餐飲、旅館、旅行業、以及航空客運等餐旅相關產業。

二、餐旅業的定義

(二)廣義

- 為滿足人們從事餐飲、住宿、休閒、遊憩、旅遊、會議等活動需求，而給予支援的所有相關服務產業皆屬之，故餐旅業泛指餐飲業、旅館業、旅行業、航空服務業及觀光業等。

三、觀光的範疇

(一)觀光的字義

- 「觀光」最早直譯為**Sight-Seeing**，意指觀賞各地風光，現譯為**Tourism**，起源於拉丁文**Tornus**，其意為輻輳，是指雕塑陶土時底部的轉盤。
- **Tour**原義為旅遊，因「旅遊」能帶動餐飲、交通、住宿、休閒及遊憩的需求，因此將**Tourism**定義為觀光事業。

三、觀光的範疇

(一)觀光的字義

- 中國最早對觀光定義的文獻是《易經》觀卦，六四爻「觀國之光，利用賓于王」，有著遊歷他地，觀察風土民情的涵義。而在《左傳》上亦提及「觀上之國」一詞。

三、觀光的範疇

(二)觀光的定義

- 狹義來說，觀光是指人們離開原居住地，向預定目的地移動，停留一段時間後再返回原居住地。其所從事的活動本身是與報酬支薪工作無關，且其活動內容為休閒、遊憩、會議或探親訪友等，其活動目的有觀賞當地風土民情等教育意味。

三、觀光的範疇

(二)觀光的定義

- 廣義而言，觀光不僅僅是休閒旅遊活動，因其內容亦包括會議活動，故觀光也涵蓋經濟、學術及文化教育，以及協助完成這些活動的產業。因此，觀光產業包括觀光旅館業、旅行業、交通運輸業、休閒遊樂業、旅遊仲介資訊媒體及觀光推廣組織等。

三、觀光的範疇

(三)觀光產業的定義

- 世界觀光組織 (UNWTO) 於1991年定義：「觀光事業 (Tourism) 是人們從事旅遊活動前往或停留某地不超過一年，而在該地非其日常生活環境下進行休閒、商務或其他目的的一種組合。」
- 「發展觀光條例」(2003)定義：「有關觀光資源之開發、建設與維護；觀光設施之興建、改善，為觀光旅客旅遊、食宿提供與便利及提供舉辦各類型國際會議、展覽相關之旅遊服務產業」。

三、觀光的範疇

(四) 觀光現象

- 眾多觀光活動形成的現象就稱之為觀光現象。

觀光系統



觀光主體-觀光客



觀光主體-仲介者



觀光主體-觀光資源

三、觀光的範疇

(四)觀光現象

1.觀光構成要素：人、空間、時間

- 「人」是指旅客、觀光客；而「空間」是指從離開固定居留地前往旅遊地，所經過的一切地方，皆屬之；而「時間」是指旅行及停留於目的地所須則花費的所有時間而言。

三、觀光的範疇

(四)觀光現象

2.觀光系統：觀光主體、觀光客體、觀光媒體

- 「觀光主體」是指旅客、觀光客；「觀光客體」亦是即空間，指觀光行為本身所涵蓋的實體要素，包括觀光資源（天然景觀、歷史人文）、觀光設施（觀光夜市、國家公園）等；而「觀光媒體」則在幫助旅客滿足觀光需求者，意指運輸業、旅館業、觀光從業人員等。

第二節 餐旅業的屬性

一、餐旅業的範圍

行政院主計處（2006.04.28）將「中華民國行業標準分類」從第A大類至第S大類分為十九大類。餐旅業相關分類如下表：

| 類別 | 內容說明 |
|----|----------------------|
| I | 住宿及餐飲業 |
| N | 支援服務業：旅行業、業務及辦公室支援服務 |
| R | 藝術、娛樂及休閒服務業 |

一、餐旅業的範圍

(一)第 I 大類—「住宿及餐飲業」意指從事短期或臨時性住宿服務及餐飲服務之行業均屬之，可細分為「住宿服務業」及「餐飲業」。

1. 住宿服務業的分類與定義

| 行業名稱 | 定 義 | 例 子 |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 短期住宿服務業 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 從事以日或週為基礎，提供客房服務或渡假住宿服務等。 2. 本場所可附帶提供餐飲、洗衣、會議室、休閒設施、停車場等服務。 | 旅館、旅社、民宿 |
| 其他住宿服務業 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 短期住宿服務業以外者均屬之。 2. 包括僅對特定對象提供臨時性住宿服務之招待所。 | 露營區、休旅車營地 |

一、餐旅業的範圍

(一)第 I 大類

2.餐飲業的分類與定義

| 行業名稱 | 定 義 | 例 子 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| 餐館業 | 從事調理餐食，提供現場立即食用之餐館等。 | 便當、披薩、漢堡等餐食外帶、外送店 |
| 飲料店業 | 從事調理飲料，提供現場立即飲用之非酒精及酒精飲料供應店等。 | 50 嵐、清心福全、冰果店 |
| 餐飲攤販業 | 從事調理餐食或飲料，提供現場立即消費的固定或流動攤販等。 | 早餐店、流動餐車 |
| 其他餐飲業 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 不屬於以上各類者皆是。 2. 包括基於合約僅對特定對象供應餐食之學生餐廳或員工餐廳；以及交通運輸工具上之餐飲承包服務。 | 餐飲承包服務（含宴席、團膳供應） |

一、餐旅業的範圍

(二)第N大類

| 行業名稱 | 定義 | 例子 |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 旅行業 | 從事旅遊及相關代訂服務的行業，如安排旅程（食宿、交通、參觀活動等）、代辦出（入）國簽證手續、提供旅遊諮詢服務、代售代購交通客票及旅遊相關代訂服務。 | 代辦護照、簽證、提供導遊及領隊 |
| 業務及辦公室支援服務業 | 從事提供業務及辦公室支援行業，包括會議及展覽的籌辦或管理。 | 臺北國際旅展、台灣美食展 |

一、餐旅業的範圍

(三)第R大類

| 行業名稱 | 定 義 | 例 子 |
|----------|----------------------------------------------|----------------------------------|
| 博奕業 | 從事彩券銷售、經營博奕場、投幣式博奕機具、博弈網站及其他博奕服務的行業等。 | 拉斯維加斯的賭場旅館 (Casino Hotel)、韓國華克山莊 |
| 運動業 | 從事職業運動、運動場館經營管理及其他運動服務等。 | 高爾夫球場、健身房、游泳池 |
| 娛樂及休閒服務業 | 從事遊樂園及主題樂園、視聽及視唱場所、特殊娛樂場所、遊樂場等經營及其他娛樂及休閒服務等。 | 各式主題遊樂園、KTV、電影院 |

二、餐旅業的特殊屬性

(一)依商品的特性

1.無形性 (Intangibility)

- 又稱不可觸摸性，服務是看不見、摸不著的，因此，其服務品質是相當受到重視。

2.易逝性(Perishability)

- 又稱無法儲存性、易腐性、易滅性，餐旅類的商品特質是無法以製造業的存貨來看待。每個時間點都是一個產品，時間過了便不再具有價值。

二、餐旅業的特殊屬性

(一)依商品的特性

3.不可分割性 (Inseparability)

- 餐旅業商品在提供時呈現無法分割的情況，是生產與消費同時進行著。

4.異質性(Heterogeneity)

- 因每位顧客對產品的期待及要求標準不一，故提供相同的產品，仍會造成某些顧客滿意，但某些顧客不滿意的情形產生。

二、餐旅業的特殊屬性

(二)依餐旅業的屬性

1.綜合性 (Combination)

- 餐旅業由多種相關產業綜合而成，包括餐飲業、住宿業、旅遊業、交通運輸業、娛樂及休閒服務業等，彼此間具有相互依賴的關係存在。

2.合作性 (Cooperation)

- 餐旅業是因相關產業彼此間相互依賴，當旅客決定旅遊行為的同時，會衍生出許多的需求，此時，就是由各相關產業分別提供旅客所需，藉由合作而達到彼此互利的狀況。

二、餐旅業的特殊屬性

(二)依餐旅業的屬性

3.易變性 (Changeable/Variability)

- 又稱多變性、變化性，消費者十分容易受外在環境因素的影響而改變對旅遊的需求，如經濟不景氣、政治情勢的改變、天災等。

二、餐旅業的特殊屬性

(三)依生產上的特性

1.無法事先體驗性

- 餐旅業所提供的產品，無法提供消費者先行試用，該產品屬於個人的體驗與日後的回憶。

2.服務即時性

- 顧客進入餐旅業營業場所後，期望能將等待時間降至最短且儘快被服務，企業為昇提服務品質會建構標準化程序並要求員工的工作效率。

二、餐旅業的特殊屬性

(三)依生產上的特性

3.勞力密集性

- 餐旅業屬性為服務人員親自為顧客服務，無法用機器設備取代，尤其在旺季或尖峰時段，對人力的需求量大增，是為勞力密集產業。

4.供給彈性小

- 餐旅業在供應商品時，常受到現有設備或設施的侷限，供給量無法立即增加。

二、餐旅業的特殊屬性

(四)依銷售上的特性

1.季節性

- 其最大特徵為淡、旺季明顯且需求彈性大。世界各地均有其適宜遊玩的季節或節慶活動，亦會因季節變化而選擇其活動。

2.重視口碑行銷

- 行銷的方式包括廣告、報章雜誌、網站、夾報等等，但在所有的行銷手法中，最具效益者為口碑行銷，現今在旅行社發生捲款潛逃的事層出不窮的情形下，消費者藉由親朋好友的經驗而口耳相傳，因此極具說服力。

二、餐旅業的特殊屬性

(四)依銷售上的特性

3.情緒性的購買行為

- 因餐旅業的商品在購買前無法試用或體驗其商品，尤其是旅遊產品的價格並不便宜，因此，消費者必需要有較高的情緒性消費，才會進行消費。

4.不易預估銷售量

- 餐廳的銷售量是由當日來店客人數量來決定，除非有預訂的訂單，不然，實在很難預估每日的銷售量，但可利用以往銷售的狀況來準備每日的材料。