



普通高等教育“十五”国家级规划教材  
面向 21 世纪 课 程 教 材

高等学校旅游管理专业课程教材

# 餐 饮 管 理

(第二版)

蔡万坤 编著



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十五”国家级规划教材  
面向 21 世纪课程教材

高等学校旅游管理专业课程教材

# 餐 饮 管 理

(第二版)

蔡万坤 编著



高等教育出版社  
HIGHER EDUCATION PRESS

## 图书在版编目(CIP)数据

餐饮管理/蔡万坤编著. —2 版. —北京:高等教育出版社,2005. 5(2006 重印)

ISBN 7-04-016541-4

I. 餐… II. 蔡… III. 饮食业-经济管理-高等学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 025436 号

策划编辑 齐维京 责任编辑 巨克坚 封面设计 杨立新 责任绘图 郝林  
版式设计 张岚 责任校对 王效珍 责任印制 宋克学

出版发行 高等教育出版社  
社 址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100011  
总 机 010-58581000

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司  
印 刷 北京人卫印刷厂

购书热线 010-58581118  
免费咨询 800-810-0598  
网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landaco.com>  
<http://www.landaco.com.cn>  
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开 本 787×960 1/16  
印 张 19.75  
字 数 370 000

版 次 2002 年 7 月第 1 版  
2005 年 5 月第 2 版  
印 次 2006 年 2 月第 3 次印刷  
定 价 22.90 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 16541-00

## 内容简介

本书是面向 21 世纪高等学校旅游管理专业系列教材之一,是教育部“高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果,同时,也是普通高等教育“十五”国家级规划教材。2004 年,本书又被选为北京市旅游教育专业精品教材。

本书共分十二章,内容包括:餐饮管理基本原理概述、餐饮业的组织机构和人员编制、餐饮管理经营计划、餐饮管理的菜单设计、餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、餐饮产品生产管理、餐饮产品销售服务管理、餐饮酒水销售服务管理、宴会经营和食品展销管理、餐饮产品价格管理以及餐饮产品成本核算与成本控制等。

本书体系完整,结构合理。全书定量分析与定性分析相结合,注重理论联系实际,具有较强的实用性和可操作性。

本书适合作为高等学校旅游类专业教材,也可作为高等职业教育及自学考试专业教材和职业学校旅游专业教师的教学参考书,还可作为餐饮企业中、高级管理人员的业务用书,是餐饮行业职业经理培训的优秀书籍。

本书还特别配套了光盘版教学支持资源(教学课件),具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

# 总 前 言

---

当代旅游业已经发展为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业之一,旅游业发展之快,产业带动力之强,使许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重点产业和先导产业。伴随着全球经济的不断发展、人们收入和闲暇时间的增多、交通和通讯技术的不断进步以及冷战结束后政治隔障的消除等因素,全球旅游产业的规模正加速扩大,参加旅游的人数还将继续增加。据世界旅游组织预测:到2010年,全球旅游者将达到100亿人次,其中国际旅游者将达到10亿人次;到2020年,全球旅游者将达到160亿人次,其中国际旅游者将达到16亿人次。大众化旅游时代的到来,使旅游日益成为现代人类社会主要的生活方式和社会经济活动,旅游业也以其强劲的发展势头而成为全球经济产业中最具活力的“朝阳产业”。

在近20年的发展历程中,中国旅游业取得了令人瞩目的成就,由传统的接待事业一跃转变为国民经济新的增长点,并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、会展、研修等多功能为一体的复合型旅游。中国旅游业的综合实力已被列为世界第五大旅游国。按照世界旅游组织的预测:到2020年,中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。专家们预测:21世纪,中国将成为世界主要的旅游中心。中国旅游业持续高速增长,既依托于旅游教育整体水平的提高,也有力地推动了旅游教育的迅速发展。截止到2001年,全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到200多所,形成了培训、职高、大专、本科、硕士、博士层次完备的旅游教育体系,教育服务旅游、旅游促进教育的旅游与教育互促相长的格局已经形成。然而,瞬息万变的旅游活动实践和丰富多样的旅游形式,对与之相配套的旅游教育教材提出了新的要求,更新教材体系,丰富时代内容,注入新的成分,就成为旅游高等教育教材建设的当务之急,

因而也成为 2001 年 3 月在海南大学召开的“新世纪高等学校旅游管理专业教育教学改革与发展战略研讨会”的重要议题之一。

这次会议由面向 21 世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组、高等学校工商管理教学指导委员会(旅游管理专业组)、教育部高教司和国家旅游局人教司联合召开。为了保证旅游管理专业人才培养的基本规格,为了给该专业提高教学质量提供课程和教材支撑,会议在项目研究的基础上审议确定了 7 门课程作为旅游管理专业的主干课程,并面向全国遴选主编,组编了与主干课程对应的教材,这 7 门主干课程教材是:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《旅游市场营销学》、《旅游心理学》、《旅游规划与开发》、《旅行社管理》、《饭店管理》。同时,为拓展教学内容,适应旅游专业对其他专业课程教材的需求,高等教育出版社在前期调研的基础上,依托工商管理教学指导委员会,在教育部高教司的支持下,组织编写了非主干课程的 7 门教材供旅游专业选用,它们是:《旅游法教程》、《旅游管理信息系统》、《旅游管理专业英语》、《前台与客房管理》、《餐饮管理》、《旅游行政管理》、《导游业务》。这 14 本系列教材后来又经过立项评审,大部分是“十五”规划国家级重点教材。这套系列教材在总体策划和编写中突出了系统性、创新性、实用性三大特色。系统性,指系列教材较全面、系统地反映现代旅游发展的最新发展状况,多角度透视旅游这一特殊的社会现象和经济现象;创新性,指系列教材既注重历史内容的沉淀,又关注当代旅游研究的最新成果,把普及与提高、理论与实践有机融合起来,突出教材的时代性;实用性,指系列教材具有较强的可读性和自学指导性,既有学理分析,又有案例剖析,注重方法的训练和技能的培养。因而,较适合于旅游高等院校、旅游研究机构、高等职业教育、自学考试的人员作为教材,也适合于旅游行业管理、旅游职业培训使用,对理论研究、学历教育、职业培训以及实际工作都具有实用性和参考价值。

参与此次系列旅游教材编写的单位有:南开大学、中国旅游学院、浙江大学、西安交通大学、湖北大学、云南大学、上海大学、北京旅游学院、暨南大学、海南大学、安徽师范大学、广州财贸管理干部学院等院校。在教材编写过程中,邀请了我国旅游教育界知名的教授和专家对本套教材进行了严格的审定。借此对支持和参与这套系列教材编、审工作的专家、学者表示感谢。

此套系列教材于 2002 年秋出版发行,欢迎全国有关院校师生和专业人士选用,并提出宝贵意见,以便逐步完善。

面向 21 世纪旅游管理专业课程体系和教学内容改革与实践项目组  
教育部高等学校工商管理教学指导委员会(旅游管理专业组)

2002 年 4 月

## 第二版前言

《餐饮管理》自 2002 年出版以来,已经被众多院校选用,也得到了读者和师生的不少肯定。在深感欣慰的同时,我也感到责任之重大。作为面向 21 世纪课程教材以及“十五”国家级规划教材,本书在内容编排、体系架构等方面具有一定的特色。但随着学科的发展,教材也应该与时俱进,在深入分析了众多院校一线教师中肯的意见和建议后,我开始了本版的修订工作。

此次修订,对第一版中有错误或者不准确的地方进行了修改,完善了部分章节的内容,在坚持第一版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上,进行了以下两方面的重点调整:一是对全书若干章节进行了结构性调整,包括餐饮管理菜单设计、餐饮业的组织机构和人员编制、餐饮产品成本核算与成本控制等章节,使全书结构更加合理,内容更加符合实际,科学性、实用性更强。二是对餐饮管理的有关原则、特点、要求、方法等做了要点修订。如在餐饮人员管理中,增加了“以人为本”、“弹性用人”、“灵活排班”等内容;在厨房生产管理中,介绍了定制生产、精益管理方法,餐饮产品生产标准化管理方法等内容。

另外,在立体化教材的研发方面,高等教育出版社给了我很大的支持。我还要特别感谢北京联合大学的刘捷老师,是她细心、负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。与本书配套的光盘版教学支持资源(教学课件)将免费赠送给使用本教材授课的老师,具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

由于编者水平有限,疏漏、错误之处还请广大读者批评指正。

蔡万坤

2005 年 2 月

# 第一版前言

---

《餐饮管理》是“十五”规划国家级教材,也是面向 21 世纪高等院校旅游管理专业专业课教材,同时,该书也是旅游教学研究领域中的一本旅游企业管理研究专著。该书 1998 年曾作为全国高等院校旅游专业统编教材正式出版。在几年的教学实践中,它以每年近 1 万册的发行量发行,受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和全国饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。此次修订,作者根据面向 21 世纪课程教材和国家级重点教材的编写要求对本书进行了全面、细致的修改,并增加了餐饮管理的组织机构和人员编制与餐饮酒水销售服务管理两章,使之更加全面系统和科学合理。

旅游业是一个新兴的产业,一个新兴产业的成熟需要理论研究的成熟,而理论研究必然有一个发展的过程。20 世纪末期,我国旅游企业管理,特别是饭店管理、客房管理、餐饮管理的书籍出了几十种,大体可分为两个阶段:第一阶段大多以传统的工商企业管理教科书为蓝本;第二阶段大体上以引用西方和东南亚地区的同类书籍为主,但在理论联系实际方面还有不足之处,这是一个理论引进和消化的过程。20 世纪最后几年到 21 世纪初,一些新的旅游企业管理书籍出现了。这些著作将西方管理先进经验和中国市场经济的国情相结合,将西方饭店企业管理的科学方法和中国实际结合起来,形成了自己的体系。这种体系虽然尚未完全成熟,但它们已经初步具备了中国特色。《餐饮管理》在这方面作了较多的探索,应该说是代表。

本书根据餐饮企业经营管理的客观规律,以理论为指导,以业务经营活动为中心,以科学管理思想和方法为主要内容,坚持理论、方法和案例相结合,定性研究和定量分析相结合。全书在阐明餐饮管理基本原理的基础上,比较系统地论述了餐饮管理的组织机构、人员编制、市场营销、经营计划、原材料采购供应、产



品生产、产品销售服务、酒水销售服务、宴会经营和食品展销,以及产品价格、成本核算与控制等环节的科学管理理论和方法。本书具有四个较突出的特点:一是理论的创新性。餐饮业历来是以手工操作为主,以师傅带徒弟的方式发展起来的,缺乏理论研究。本书结合餐饮管理实践,将经济学、市场学、管理学、行为科学、财务管理等各种理论的精神实质,通过综合与提炼,运用在餐饮管理的实践中,形成了自己的理论观点、概念、原则,体现在各章节的理论阐述中。二是方法的先进性。传统的餐饮管理由于以师傅带徒弟的经验管理为主,传统方法多,先进经验的总结不足,特别是定量管理比较薄弱。本书在总结先进实践经验的基础上,破除了传统经验管理思想的束缚,在市场营销、指标预测、预算编制、原料采购、生产管理、销售分析、价格管理、成本核算与控制等各方面,都引用了大量先进的管理方法,进行了深入的实证分析和定量分析,并在此基础上形成了解决餐饮管理实际问题的主要理论方法。三是内容的科学性。全书以管理理论为指导,以业务经营过程为主线,以降低成本费用、提高经济效益为归宿,将现代餐饮管理的内容组织起来,形成了内容全面、逻辑清楚、层次分明的科学体系。四是操作的实用性。全书各章节在结合实际阐明餐饮理论观点、管理原则、科学方法的基础上引用了大量的案例和实例分析,其理论既有对现实的归纳总结,又有自身的逻辑推演,从而揭示了餐饮管理的本质。而大量的案例和实例分析,因大多来源于实际操作与管理,就更具有现实的指导性和实用性。

科学理论的发展是一个循序渐进的过程,企业管理实践又有大量新事物、新情况不断涌现,加之编者水平有限,书中缺点、错误之处,欢迎广大读者批评指正,以使本书不断充实和完善。

蔡万坤

2002年4月

# 教学支持说明

## (教学课件)

建设立体化精品教材,向高校师生提供整体教学解决方案和教学资源,是高等教育出版社(集团)“服务教育”的重要方式。

为支持相应课程的教学,我们配套出版了本书的教学课件,向采用本书作为教材的教师免费提供。为保证该课件仅为教师获得,烦请授课教师清晰填写如下开课情况证明并寄(传真)至下列地址,我们将在收到证明后 48 小时内寄出课件。

教师如想享受个性化贴身服务,可到 <http://la.hep.com.cn> 旅游管理专业教学资源专区下载“旅游管理专业教师资源库”入库信息表,与此一并寄(传真)至下列地址。

我们的联系方式:

地址:北京西城区德外大街4号 管理分社

邮址:100011

电话:(010)58581968

传真:(010)82080921

E-mail:qiwj@hep.com.cn

## 证 明

兹证明\_\_\_\_\_大学\_\_\_\_\_院\_\_\_\_\_系\_\_\_\_\_  
专业第\_\_\_\_\_学年开设的\_\_\_\_\_课程,  
采用高等教育出版社出版的\_\_\_\_\_ (书名、作者)  
作为本课程教材,授课教师为\_\_\_\_\_,学生\_\_\_\_\_个班,共\_\_\_\_\_人。

授课教师需要与本书配套的教学课件。

联系人:\_\_\_\_\_

通信地址:\_\_\_\_\_ 邮编:\_\_\_\_\_

电话:\_\_\_\_\_

E-mail:\_\_\_\_\_

系/院主任:\_\_\_\_\_ (签字)

(系/院办公室盖章)

200\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

## 郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其行为人将承担相应的民事责任和行政责任，构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人给予严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

**反盗版举报电话：**(010) 58581897/58581896/58581879

**传 真：**(010) 82086060

**E - mail：**dd@hep.com.cn

**通信地址：**北京市西城区德外大街 4 号

高等教育出版社打击盗版办公室

**邮 编：**100011

**购书请拨打电话：**(010)58581118

}

# 目 录

---

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 第 1 章 餐饮管理基本原理概述 .....      | 1   |
| 第一节 餐饮业的基本特征及其地位和作用 .....   | 1   |
| 第二节 餐饮管理的特点和任务 .....        | 4   |
| 第三节 餐饮管理的经营方针 .....         | 7   |
| 第四节 餐饮管理的工作要领 .....         | 12  |
| 第 2 章 餐饮业的组织机构和人员编制 .....   | 16  |
| 第一节 餐饮业组织机构的设置原则 .....      | 16  |
| 第二节 餐饮业组织机构的一般模式和设置方法 ..... | 18  |
| 第三节 餐饮业的人员编制及其案例 .....      | 24  |
| 第 3 章 餐饮管理经营计划 .....        | 32  |
| 第一节 餐饮管理经营计划的内容和任务 .....    | 32  |
| 第二节 编制餐饮经营计划的依据和指标 .....    | 37  |
| 第三节 餐饮管理计划指标的预测方法 .....     | 45  |
| 第四节 餐饮管理计划的编制方法 .....       | 62  |
| 第 4 章 餐饮管理的菜单设计 .....       | 76  |
| 第一节 菜单的种类及其设计原则 .....       | 76  |
| 第二节 菜单设计的依据和标准 .....        | 81  |
| 第三节 菜单设计的步骤和使用更新 .....      | 84  |
| 第 5 章 餐饮市场营销和客源组织 .....     | 89  |
| 第一节 餐饮市场供求关系 .....          | 89  |
| 第二节 餐饮市场营销 .....            | 94  |
| 第三节 餐饮市场的客源组织 .....         | 100 |
| 第 6 章 食品原材料采购供应管理 .....     | 106 |
| 第一节 食品原材料采购管理 .....         | 106 |

---

|               |                                   |            |
|---------------|-----------------------------------|------------|
| 第二节           | 食品原材料库房管理 .....                   | 113        |
| 第三节           | 食品原材料采购供应管理控制 .....               | 122        |
| <b>第 7 章</b>  | <b>餐饮产品生产管理 .....</b>             | <b>131</b> |
| 第一节           | 餐饮产品生产的组织形式和设备配置 .....            | 131        |
| 第二节           | 餐饮产品生产管理特点和生产任务确定方法 .....         | 139        |
| 第三节           | 食品原材料需要量的确定方法和餐饮产品生产标准化管理方法 ..... | 148        |
| 第四节           | 餐饮产品加工和烹调制作管理 .....               | 152        |
| <b>第 8 章</b>  | <b>餐饮产品销售服务管理 .....</b>           | <b>162</b> |
| 第一节           | 餐饮产品销售服务管理的特点和餐厅配备 .....          | 162        |
| 第二节           | 餐饮产品销售服务质量管理的基本要求 .....           | 165        |
| 第三节           | 餐厅销售服务过程管理 .....                  | 168        |
| 第四节           | 餐饮产品销售分析 .....                    | 172        |
| <b>第 9 章</b>  | <b>餐饮酒水销售服务管理 .....</b>           | <b>178</b> |
| 第一节           | 酒水销售服务管理的特点和基本要求 .....            | 178        |
| 第二节           | 酒水销售服务管理的专业知识 .....               | 183        |
| 第三节           | 酒水销售服务过程管理 .....                  | 202        |
| <b>第 10 章</b> | <b>宴会经营和食品展销管理 .....</b>          | <b>217</b> |
| 第一节           | 宴会类别及其经营特点 .....                  | 217        |
| 第二节           | 宴会预订业务管理 .....                    | 222        |
| 第三节           | 宴会服务过程管理 .....                    | 225        |
| 第四节           | 食品展销活动管理 .....                    | 232        |
| <b>第 11 章</b> | <b>餐饮产品价格管理 .....</b>             | <b>240</b> |
| 第一节           | 餐饮产品价格特点及管理原则 .....               | 240        |
| 第二节           | 餐饮产品的定价程序和原料成本核定 .....            | 243        |
| 第三节           | 餐饮产品基价的制定方法 .....                 | 246        |
| 第四节           | 餐饮产品的价格策略和价格调整 .....              | 253        |
| <b>第 12 章</b> | <b>餐饮产品的成本核算与成本控制 .....</b>       | <b>263</b> |
| 第一节           | 餐饮产品的成本构成和成本分类 .....              | 263        |
| 第二节           | 餐饮产品成本核算的基础工作和方法 .....            | 266        |
| 第三节           | 餐饮产品成本核算 .....                    | 270        |
| 第四节           | 餐饮管理的成本控制 .....                   | 288        |
| <b>参考文献</b>   | <b>.....</b>                      | <b>301</b> |

# 第1章

## 餐饮管理基本原理概述

餐饮管理是指从客源组织、食品原材料采购、厨房生产加工到餐厅销售服务的系统管理过程。它重点研究餐饮产品营销活动的客观规律。为此,本章从系统管理观点出发,着重研究餐饮管理基本原理。

### 第一节 餐饮业的基本特征及其地位和作用

#### 一、餐饮业

餐饮业是利用设备、场所和餐饮产品为外出就餐的客人提供社会生活服务的生产经营性服务行业。

餐饮业是一个历史悠久的行业。从古至今,其为客人提供外出就餐服务的社会机能并没有改变。但是,随着社会生产力的高度发展,人类生活水平不断提高,人类在政治、经济、商贸、旅游、科技、文化等方面的交流日益频繁,家务劳动社会化程度日益提高,使现代餐饮业正朝着设备舒适、环境优美、产品风味突出、服务质量优良的方向发展。

餐饮业的市场范围十分广泛。国际、国内各行各业的人们都能成为餐饮经营者的接待对象。与此相适应,餐饮业的经营类型十分复杂。饭店、餐馆、酒家、饭庄、快餐店以及各种类型的宾馆等,都从事餐饮经营,但不管其经营类型多复

杂,餐饮管理都必须以目标市场为对象,以产品质量和服务质量为中心,以生产经营活动为主体,以提高经济效益为目的,使企业的等级规格、用餐环境与接待对象相适应。

餐饮业的营销活动是一个完整的供、产、销过程,食品原材料的采购、厨房的生产加工和餐厅的销售服务融为一体。为此,餐饮管理必须研究营销活动的全过程,必须研究营销活动中的价值运动,分析其价值消耗和价值补偿,以适应市场变化,满足客人需求,获得优良经济效益。

## 二、餐饮业的基本特征

餐饮业具有四个基本特征:

### (一) 对旅游业和国民收入的依赖性

餐饮业是旅游业中行、游、住、食、购、娱六大要素的重要组成部分,其发展规模和速度在一定程度上是建立在旅游业基础上的。一个国家、一个地区、一个城市的旅游业越发达,各种类型的客源越多,对餐饮产品的需求量越大。餐饮业同时面向国际国内两个市场。主要为国际旅游者服务的高中档餐饮企业具有一定超前性,必须提供优良的设备、良好的就餐环境、优质产品和优良服务。主要为国内客人和当地居民服务的餐饮企业,其发展规模和速度在很大程度上是建立在国民收入水平基础上的。国民收入水平越高,人们的社会交往活动越频繁,当地居民和社会各界人士对餐饮产品的需求量越大。因此,餐饮业的发展必须根据旅游业和国民收入的发展规模、水平和速度做好规划,搞好网点布局。餐饮业的发展既要坚持多类型、多层次、多方位、多结构的方针,以适应旅游业和社会各界人士的需要,又要保持和旅游业同步发展,并提供高质量、高水平的服务。

### (二) 市场客源的广泛性

餐饮业的客源市场十分广泛。一方面国内外各种类型的旅游者、机关团体、企事业单位、当地居民等各行各业的人们都可以成为餐饮企业的接待对象。因此,餐饮企业的经营范围也十分广泛,其经营规模、经营结构、经营方式、产品风味和花色品种各不相同。另一方面,各种类型的餐饮企业之间可以互相替代的产品十分丰富。同一批客人对餐饮产品风味的需求并不是固定的,既可享受这一种风味,也可享受另一种风味,从而形成市场竞争。为此,餐饮管理必须加强同各种类型的客源市场的联系,广泛组织客源,形成目标市场和竞争优势,以扩大产品销售,获得良好的经济效益。

### (三) 产品风味的民族性和地方性

餐饮业是在长期的历史发展过程中,随着人类对饮食的不断追求而逐步发展的。不同国家、不同地区的地理环境、气候特点、生活环境、生活习惯不同,各地物产不同,食品原材料的种类不同。就是同一民族的不同地区,上述各方面的

区别也往往很大,从而使餐饮产品形成各种不同的风味,具有鲜明的民族性和地方性。例如,西餐有法式、美式、俄式、英式之分;中餐有粤菜、鲁菜、淮扬菜等不同风味。因此,餐饮管理的关键在突出风味特点,办出经营特色,坚持以产品质量和服务质量取胜。

#### (四) 营销活动的波动性和间歇性

餐饮企业的营销活动受季节、气候、企业地理位置、交通条件等多种因素的影响,特别是受旅游业的发展程度及季节波动性的影响。同时,当地居民的消费方式和消费结构对餐饮经营的影响也较大,必然带来营销活动的波动性。一年中有淡季、旺季、温季、平季之分。就是同一季节,也因天气或节假日等因素的影响,具有波动性。餐饮产品销售一般分早、中、晚三餐,其营销活动还有一定的间歇性。餐饮管理必须根据企业所处的客观外界环境,研究营销活动变化规律及其波动程度,采用灵活多样的经营方式,充分运用市场调节手段,广泛组织客源,尽量克服不利因素的影响。同时,要根据业务活动的间歇变化规律,做好人力资源的调配和组织,提高劳动效率和服务质量,降低劳动消耗。

### 三、餐饮业在国民经济中的地位和作用

餐饮业是国民经济的重要组成部分。它主要为国民经济的发展提供社会生活服务。其地位和作用表现在四个方面:

#### (一) 餐饮业是促进国内外经济文化交流、提供后勤服务的重要行业

我国加入世界贸易组织以后,国内外的政治、经济、文化交流更加频繁。大批外国政治家、科学家、实业家和文化界人士前来访问,从事经贸活动,进行科学考察和学术交流,他们都要品尝饮食风味,都要由餐饮业为其提供就餐服务。国内各行各业的专家、学者、工程技术人员、经贸工作者等在商务往来和学术交流过程中,也离不开餐饮企业。对外交流越广泛,国内经济建设发展水平越高,人们对餐饮产品的需求量越大。提供生活服务的餐饮业无疑对加强国际、国内交流,促进经济发展起到积极的推动作用。

#### (二) 餐饮业是旅游业的构成要素和创造社会财富的重要服务行业

行、游、住、食、购、娱是旅游业的六大要素。发展旅游业,可以加强国际、国内交流,吸收外汇,满足国内人民日益增长的物质和精神生活需要,促进国民经济的发展。大批国内外旅游者前来游览观光、探亲访友,需要品尝饮食风味,领略当地的风土人情。餐饮业为其提供独特风味、优美环境和优良服务,不仅可以满足客人的需求,而且高超的烹调艺术、独具特色的饮食产品,也是饮食文化的结晶,本身又可以成为旅游资源,广泛吸引国内外旅游者。同时,餐饮业利用餐饮设备技术,通过食品原材料加工制造产品,本身就可以增加产品价值,创造社会财富。为海外旅游者服务的餐饮企业可以吸收外汇,提高我国的国民收入。



(三) 餐饮业是活跃经济、繁荣市场、促进相关行业发展和提供就业机会的行业

餐饮业的发展规模、速度和水平,往往直接反映一个国家、一个地区的经济繁荣和市场活跃程度。同时,餐饮业的迅速发展,需要国民经济提供基础设施、生产技术设备、物资用品和各种食品原材料,因此,它必然促进轻工、建筑、装修、交通、食品原材料和副食品生产等相关行业的发展。这样,餐饮业的发展,为大批人员提供了就业机会,包括在餐饮企业工作的直接就业和为餐饮业服务的食品原料、副食品供应及相关行业中的间接就业两种,成为解决我国就业和下岗职工再就业的重要出路之一。到目前为止,我国餐饮业的直接就业职工已达到2 000万人左右,间接就业人数在3 500万~4 000万人以上。今后,随着我国餐饮业的发展,还将会为越来越多的人提供就业机会。

(四) 餐饮业是促进社会消费方式和消费结构变化以及家务劳动社会化的重要行业

人类的饮食消费主要在家庭、工作单位和社会餐饮服务业中进行。经济越发达,国民收入水平越高,人类的对外交流活动越频繁,家务劳动社会化程度越高,越能促进餐饮业的发展。餐饮业的迅速发展,为人们的社会饮食消费创造了条件,可以减轻人们的家务劳动,促进社会消费方式和消费结构的改变。这就会促进家务劳动社会化的发展,促使社会分工合理化,从而促进社会经济更好、更协调地发展。

## 第二节 餐饮管理的特点和任务

### 一、餐饮管理的特点

餐饮管理和一般工商企业及服务性企业管理比较,具有以下四个基本特点。

#### (一) 生产过程短,随产随销

餐饮产品生产是通过对食品原材料的加工、切配、烹调制作来完成的。生产过程短,一份产品的制作往往只需要几分钟或十几分钟,即使是一次宴会也只需要几个小时。产品烹制完成后,必须马上销售,否则色、香、味、形都受到影响,不能满足客人的消费需求。因此,餐饮管理具有很强的时间观念,必须将食品原材料的采购供应、加工切配、烹饪制作和销售服务形成一个整体。餐饮管理要坚持一条龙服务,正确处理生产过程中各个环节的关系,保持其衔接和协调。

#### (二) 花色品种多,技术要求高

餐饮产品有各种不同的风味,在长期的历史发展中又形成各种菜系和派别,如中餐有川菜、鲁菜、粤菜、淮扬菜等菜系,每一种菜系又能烹制出成百上千个品