



新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

餐饮企业经营管理

主编 齐洪利



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

餐饮企业经营管理

主 编 齐洪利

副主编 罗 晨 李 云

高等教育出版社

内容提要

本书是新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材之一。

本书主要内容包括餐饮经营管理概述、餐饮经营可行性分析、餐饮组织机构设置、菜单的筹划和设计、食品原料采购供应管理、厨房业务与生产管理、餐饮营销管理、餐饮服务与宴会管理、餐饮成本核算与控制以及餐饮人力资源管理等等。

本书突出高职高专的教学特点,侧重理论指导下的管理实务与运作,注重知识的应用性和可操作性。

本书可以作为高职高专院校旅游服务类餐饮管理类专业教材,也可以作为企事业单位相关从业人员培训、自学的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮企业经营管理/齐洪利主编. —北京:高等教育出版社,2006

ISBN 7-04-019406-6

I. 餐… II. 齐… III. 饮食业-企业管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 061782 号

责任编辑 钱正英

封面设计 吴昊

责任印制 蔡敏燕

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

传真 021-56965341

经销 蓝色畅想图书发行有限公司

排版 南京理工出版信息技术有限公司

印刷 上海市印刷七厂

开本 787×960 1/16

印张 13.75

字数 270 000

购书热线 010-58581118

021-56964871

免费咨询 800-810-0598

网址 <http://www.hep.edu.cn>

<http://www.hep.com.cn>

<http://www.hepsh.com>

网上订购 <http://www.landaco.com>

<http://www.landaco.com.cn>

畅想教育 <http://www.widedu.com>

版次 2006 年 7 月第 1 版

印次 2006 年 7 月第 1 次

定价 18.70 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请在所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 19406-00

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

新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材

编 委 会

(按姓氏笔画排列)

主任委员:

李 刚 无锡商业职业技术学院党委书记 教授

副主任委员:

马元兴 无锡商业职业技术学院副院长

张立彬 黑龙江旅游职业技术学院副院长

赵恒伯 江西旅游商贸职业学院院长

曹少华 长沙商贸旅游职业技术学院院长

委员:

刘叶飙 九江学院旅游系主任

李贤政 浙江商业职业技术学院烹饪旅游系主任

吴 玲 江西旅游商贸职业学院旅游系党总支书记

张志宇 山西财贸职业技术学院旅游系主任

林增学 桂林旅游高等专科学校管理系主任

姜福金 青岛职业技术学院旅游学院院长

郭 胜 无锡商业职业技术学院旅游管理系主任

徐桥猛 无锡商业职业技术学院旅游管理系副主任

黄明亮 江西旅游商贸职业学院旅游系主任

编写说明

21 世纪,旅游业进入蓬勃发展时期,根据世界旅游组织的预测,2020 年我国将成为世界最大的旅游目的地和第四大旅游客源国。旅游业表现出的科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源得到充分发挥等显著特征以及旅游业强劲增长的势头,已经成为我国国民经济新的增长点和许多地区国民经济的支柱产业。

我国旅游教育事业和我国改革开放同步。二十多年来,旅游教育事业的发展迅猛,到 2002 年末,全国高、中等旅游院校有约 113 所,在校学生达到 41.7 万人,形成了以中等职业教育为起点,并有高职高专教育、普通本科教育和研究生教育与各类型人才培养相结合的多层次、多渠道教育体系,为我国旅游业的发展作出了重要的贡献。党的十六大确定的全面建设小康社会的目标和加入 WTO 后旅游业发展的新形势,对旅游教育提出了新的要求。研究和解决旅游业发展过程中的现实问题,从而为旅游业的持续健康发展贡献力量,是各类旅游教育院校义不容辞的重要任务。

旅游学科是一门新兴学科,教材建设是旅游教育的主要任务,是旅游教学管理和旅游专业建设的重要环节,也是保证旅游学科教学质量的重要途径。全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会在全国高职高专旅游服务类院校的专业建设,取得了可喜的成绩。本套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材就是全国高职高专旅游服务类专门课开发指导委员会的成果之一。

本套规划教材包括三个专业共 27 本,分别是,旅游管理专业 11 本:《旅游学概论》、《旅游经济学》、《中国旅游景观》、《导游实务》、《模拟导游》、《旅游营销》、《导游情景英语》、《旅游信息管理技术》、《旅行社经营管理》、《旅游服务心理学》、《中国旅游地理》。酒店管理专业 9 本:《现代酒店管理》、《酒店营销学》、《康乐服务与管理》、《现代酒吧服务与管理》、《前厅运转服务与管理》、《餐饮服务与管理》、《酒店英语会话》、《客房服务与管理》、《餐饮企业经营管理》。烹饪工艺专业 7 本:《中餐烹调工艺》、《西餐烹调工艺》、《烹饪原料学》、《面点制作工艺》、《烹饪卫生与安全》、《烹饪营养学》、《食品雕刻与冷拼工艺》。我们计划用两年左右的时间完成全套教材的编写出版工作。

充分体现职业技术学院培养目标和办学特色是这套教材的重要指导思想。为了

把握这一指导思想,编者的选择以位于职业院校教学一线的、富有教学经验的双师型专任教师为主,教材的内容遵循理论与实践相结合原则、实用性原则、针对性原则,大胆引入最新旅游管理的科研成果和成功的实践经验,使这套教材具有时代特色和职业教育的气息。这是一种尝试,同时,我们坚信这是我国旅游服务高等职业教学的发展方向。

这套新世纪高职高专旅游服务类专业规划教材是旅游高等职业教育工作者的大胆的教学改革实践,不可避免地存在许多问题,我们真诚请求专家、学者、广大教师和学生提出宝贵的意见,我们将认真收集意见,修改完善,使这套教材成为旅游服务类高等职业教育的“品牌”教材。

新世纪高职高专旅游服务类专业
规划教材编写委员会

2004年3月

前 言

餐饮业是一个古已有之的行业,随着社会经济、政治的发展及人们生活条件和水平的逐渐改善和提高,餐饮业作为现代服务业的重要组成部分日益发达。我国餐饮业自 20 世纪 80 年代以来,连续 13 年保持两位数的快速发展势头。其增长幅度不仅高于全国 GDP 的增长速度,而且更高于社会消费品零售总额的增长速度,其增幅一直领先于消费品市场中的各行各业。“八五”期间全社会餐饮业营业额年均增长率达 30.8%;“九五”期间增长率达 19%,年均安置就业人员约 160 万人;“十五”期间前 3 年仍以年均 15% 的速度增长。餐饮业在扩大内需,增加就业,繁荣市场,促进国民经济发展,满足人民生活水平的提高等方面的贡献率不断提高,成为不可忽视的经济增长点,显示出巨大的发展潜力。^①

餐饮业是劳动密集型产业,在厚重的传统文化背景下,现代餐饮业正在与世界文明相融合、与现代工艺技术相结合。餐饮业的这种行业需求,为以培养高素质、高技能人才为己任的高等职业教育提供了广阔的发展空间。编写这本《餐饮企业经营管理》的教材,正是适应餐饮业发展以及餐饮类各相关专业改革的需要,从现代餐饮业经营管理的实际流程出发,注重实践,贴近实际,与高职高专学生特点紧密结合,增强了教材的实用性和可读性,以期达到实用、好用的目的。本教材主要供高职高专餐饮类专业教学使用,也可以供学生自学和参加自考使用。

本书由齐洪利任主编,负责大纲的编写确定编写指导思想和原则,以及全书的统稿工作,在统稿过程中出于通篇考虑,对个别章节改动较大。江西旅游商贸职业技术学院的罗晨、苏州经贸职业技术学院的李云同志任副主编。具体编写任务如下:齐洪利负责编写第一章、第十章,罗晨负责编写第二章、第七章,江西旅游商贸职业技术学院的陈少玲负责编写第三章,青岛职业技术学院的李成负责编写第四章,青岛酒店管理学院的王昌玉负责编写第五章、第六章,李云负责编写第八章、第九章。在教材的编写过程中,我们参考了大量同类教材、文献、资料,在此表示感谢。

尽管本书编写时间较长,但由于作者水平有限,缺点错误在所难免,敬请同行和读者提出宝贵意见,以利于改正和提高。

编者

2005 年 11 月 5 日

^① 资料来源:国家统计局。

目 录

第一章 餐饮业及餐饮企业概述	1
第一节 餐饮业的地位与特点.....	1
第二节 餐饮企业的内涵及分类.....	5
思考题.....	8
综合案例.....	8
本章小结	10
主要概念和术语	10
第二章 餐饮经营可行性分析	11
第一节 可行性分析	11
第二节 市场调研与分析	15
第三节 餐饮企业的选址与筹建	21
第四节 餐饮企业投资效益分析	25
思考题	30
综合案例	30
本章小结	31
主要概念和术语	32
第三章 餐饮企业组织机构设置	33
第一节 餐饮企业组织机构设置原则	33
第二节 餐饮企业组织机构的一般模式和设置方法	35
思考题	43
综合案例	43
本章小结	44
主要概念和术语	44
第四章 菜单的筹划与设计	45
第一节 菜单的作用与种类	45

第二节 菜单设计的依据	51
第三节 菜单工程——ME 分析法	54
第四节 菜单设计与制作	58
思考题	60
综合案例	60
本章小结	61
主要概念和术语	61
第五章 食品原料采购供应管理	62
第一节 采购管理	62
第二节 验收管理	70
第三节 储存与发放管理	74
思考题	84
综合案例	84
本章小结	84
主要概念和术语	85
第六章 厨房业务与生产管理	86
第一节 厨房的设计与布局	86
第二节 厨房生产管理	93
第三节 厨房设备与安全卫生管理	102
思考题	111
综合案例	111
本章小结	113
主要概念和术语	114
第七章 餐饮营销管理	115
第一节 餐饮产品销售价格	115
第二节 餐饮销售控制	120
第三节 餐饮推销	122
思考题	132
综合案例一	132
综合案例二	132
本章小结	133

主要概念和术语·····	134
第八章 餐饮服务与宴会管理·····	135
第一节 餐饮服务质量·····	135
第二节 宴会组织与管理·····	144
思考题·····	164
综合案例一·····	164
综合案例二·····	165
本章小结·····	165
主要概念和术语·····	166
第九章 餐饮成本核算与控制·····	167
第一节 餐饮成本构成和分类·····	167
第二节 餐饮成本控制·····	169
第三节 餐饮成本的核算·····	178
思考题·····	187
综合案例·····	187
本章小结·····	188
主要概念和术语·····	189
第十章 餐饮企业人力资源管理·····	190
第一节 餐饮企业人力资源管理概述·····	190
第二节 餐饮企业员工招聘·····	192
第三节 餐饮企业员工培训·····	195
第四节 餐饮企业员工绩效考核·····	197
思考题·····	201
综合案例·····	201
本章小结·····	202
主要概念和术语·····	203
主要参考文献·····	204

餐饮业及餐饮企业概述

学习目标

- 了解餐饮业的形成和发展过程及其地位和作用
- 掌握餐饮企业的内涵
- 明确餐饮企业的分类
- 掌握餐饮业的特点

第一节 餐饮业的地位与特点

一、餐饮业的形成与发展

餐饮是人类最基本的生理需要。从人的出生开始,每天都需进行餐饮活动。餐饮业也是一个自古已有的行业,它伴随着人类社会第二次大分工、商业的产生而兴起,并随着社会经济、政治的发展及人类生活的逐渐改善而日益发达。

我国是以擅长美食而著称于世的。早在商周时期,餐饮业就已发展成为一个独立的行业,出现了许多驿舍,专门为过往的客人提供食宿。秦汉时期由于社会的稳定和经济的快速发展,商旅活动频繁,国内“客舍”、“亭驿”林立,出现了“熟食遍地,肴旅成市”的繁荣景象。同时,随着民族融合和民族交往的增加,少数民族饮食习惯和饮食文化逐渐传到内地,使餐饮业得到空前发展。唐宋时期餐饮业得到进一步发展,餐饮品种、宴会规模、歌舞助兴的形式等较以前都有更大的发展。在中国历史上,宫廷宴菜一直代表着餐饮最高水准,无论是唐宋时期的“歌舞升平”,还是清朝的“满汉全席”,都代表着统治阶层的奢侈、豪华,同时也反映出古老中国的饮食繁荣。宋朝时,大型皇家宴会可以从早吃到晚,清朝的满汉全席菜品可多达 180 余道;慈禧太后仅仅是在出京到奉天的火车上,临时的御膳房就占了 4 节车厢,“炉灶五十座”,“厨师五十人”。

国外餐饮业的发展脉络与中国大体相同。欧美的餐饮业以欧洲的希腊、罗马为

最早,那时罗马帝国快速扩张其领土,在地中海沿岸为了配合商旅的需要,餐厅随处可见。古罗马时代的饮食十分讲究,西班牙的泡菜、法国高卢的火腿、利比亚的石榴、英国的牡蛎及印尼的香料等成为古罗马人的美食佳肴。18世纪中期,法国巴黎成为欧洲的美食中心。法国王室与人民均喜爱美食好酒,所以直到今日西餐仍然以法式西餐为主。1850年在巴黎建造的“Grand Hotel”代表了欧洲以崇尚旅馆为奢侈的贵族享受时代。

美国在1800年已开始发展大型的观光餐饮业,第一次世界大战后,美国餐饮业迎来了发展的黄金时代,巨型的旅馆相继出现,快餐、酒吧等蓬勃发展。

世界各国沿着各自的经济、文化轨迹,不断发展自己的餐饮业。由于经济、文化和习惯的不同,各国餐饮业发展的特点、态势也各有不同,但餐饮业都已成为国民经济的重要组成部分。

二、现代餐饮业的地位和作用

现代餐饮业已成为国民经济及人们日常生活的重要组成部分。旅游、商务活动、朋友聚会、家庭节宴、婚寿宴庆及休闲聚餐等等,光顾餐馆已成为现代人生活中的重要内容。现代餐饮业的地位和作用可以概括为以下几点:

(一) 餐饮业是国民经济的重要组成部分

餐饮业属第三产业,从发达国家发展的历史轨迹看,产业结构大体经历第一产业—第二产业—第三产业、第二产业—第一产业—第三产业、第三产业—第二产业—第一产业三种发展历程。目前发达国家第三产业占国民经济的比例已达50%以上,发展中国家第三产业的比重虽然没有发达国家高,但已处于上升趋势。就餐饮业而言,在发展中国家与发达国家的差距并不明显。由此可见,餐饮业在国民经济中的地位是不容忽视的。

(二) 餐饮业是繁荣地方经济的重要手段

餐饮业带有明显的地方特色。地方经济的繁荣很大程度上取决于地方经济特色,各地区发展地方经济的过程中,都把挖掘地方餐饮特色、打造餐饮品牌作为重要手段。如我国南方城市以精细菜肴吸引了大量国内外顾客,北方的草原则以粗犷的草原野炊使顾客流连忘返。

(三) 餐饮业是文化传播与交流的重要渠道

餐饮这一传统的产业,经过几千年的历史演变,其内涵早已超越了膳食与饮料的原始含义。看似简单的菜品、并非专业的歌舞、富有特色的服饰及约定俗成的礼节等等,其背后都传承着一种文化。

(四) 餐饮业是现代生活的有机组成部分

餐饮业是伴随商业、旅游业的兴起而发展起来的,餐饮业的发展扩大又成为商务

活动和旅游业的进一步发展的基础,为出行人员提供了便利条件。即使是未参加商务活动或旅行人员,朋友相聚、家庭休闲、婚丧嫁娶等人们也乐意光顾餐饮业,餐饮业成为现代人交流、休闲、享受生活及便利就餐的手段和载体。经济越发达,餐饮业就越繁荣。

三、餐饮业的特点

(一) 餐饮业的一般特点

1. 餐饮业在产业结构中的定位

按国际惯例三次产业结构的划分是:第一产业为农业,第二产业为工业和建筑业,第三产业为除了第一、第二产业以外的其他行业。第三产业涉及的行业多、范围广,大体又可分为两大部分:一是流通部门,二是服务部门。餐饮业一方面直接面向顾客销售产品,另一方面又为顾客提供直接的服务,所以餐饮业属第三产业并横跨流通和服务两大基本类别。

2. 生产、流通、服务一体化

餐饮业虽然属于第三产业,但餐饮业本身却包含生产环节。厨房里厨师的劳动并不是简单的加工,而是一个创造的过程。普通的蔬菜经过厨师的摘洗、改刀、烹饪,就变成了色、香、味俱全的美味佳肴。前厅业务实质是一个流通过程。引领顾客、点菜、服务员把菜品端在顾客面前及顾客就餐后付款,完成了一个完整的买卖过程。生产和流通的同时,时刻都伴随着服务。厨房制作是服务,买卖过程是服务,顾客就餐过程中更离不开服务。可见,餐饮业既不同于工业企业,也不同于商业,它是生产、流通、服务一体化的过程。

(二) 餐饮企业生产及经营管理特点

1. 生产特点

餐饮业的行业特点决定了餐饮企业生产具有以下主要特点。

(1) 即时性。餐饮产品的即时性是指餐饮产品要根据顾客的需求随点随做,除宴会会有预定外,其他基本都是即时性的。这要求餐饮业不但要保质保量地提供产品,而且还要迅速、及时地把产品呈献在顾客面前。除个别菜品外,大部分产品要在几分钟内完成。由于餐饮产品讲究营养、色泽、味道,所以产品不能提前制作,即使个别产品可以提前做准备,也只能是半加工。

(2) 差别性。餐饮业提供的是个性化服务,顾客完全根据自己的个性爱好决定消费产品,所以餐饮企业必须根据顾客的需求提供相应的产品。相同档次的客人可以点出完全不同的菜品,即使是对相同的菜品,客人也可能会提出不同的口味要求;原料相同的菜品,不同的厨师制作的效果也不完全一样,因此餐饮业提供的产品具有明显的差别性,这种差别能否得到顾客的认可,是餐饮业竞争制胜的关键

因素。

(3) 小批量性。餐饮业不同于工业企业,无法实现流水作业,因为餐饮产品批量小。中餐产品大部分是小炒,无法进行批量生产;西餐部分产品可以批量进行,一炉可以烤几十甚至上百份,但也仅此而已。快餐类可以进行批量生产,但要么是规模较小,要么是在加工中心进行大规模生产,就每个快餐分店而言,都无法形成大批量生产。

(4) 难预测性。餐饮产品直接销售给最终消费者,属零售性质,目标市场难以稳定。有经验的管理者可以根据以往的营销经验预测每天的营业额,但难以精确,因为顾客的数量、消费档次难以预测。餐饮产品的材料,如肉、鱼、海鲜、蔬菜及水果等均不易存储,必须保存在冷柜或冷藏库中,否则容易腐败变质。因此,要求管理者必须事先估计每日生产的数量,准备菜单上的材料。所以餐饮企业应提高产品质量和服务水平,尽量稳定一定数量的回头客,以提高预测的准确性。

2. 经营管理特点

(1) 销售具有时间性。餐饮产品销售有很强的时间性,以一般性的餐厅为例,顾客用餐时间通常集中在中午 11:30—13:00、晚上 18:30—20:30,这是营业高峰期。过了这一时间段,想再多接待顾客也不大可能。它要求企业必须充分利用有效的时间,销售自己的产品。

(2) 对服务要求高。餐饮业属服务业。顾客来消费就是要摆脱工作环境中的压力,希望在这里得到放松,所以在这一行业的服务比其他任何企业都显得重要,服务是酒店销售的无形产品。目前餐饮业的竞争,不仅是产品花色、质量的竞争,更主要的是服务质量的竞争。不同的餐饮服务企业及不同级别的餐饮企业都有不同的服务要求;不同的岗位、不同的接待场合、客人的风俗习惯不同,要求提供的服务也不同。服务是餐饮企业的生命,这种服务必须是从管理者到所有员工的通力合作,形成上下一致的优质服务,才能生意兴隆、顾客源源不断。

(3) 对产品质量要求高。餐饮产品是直接被人食用的,如果产品质量不好,轻则影响销售、重则人命关天。目前,人们对餐饮产品质量要求越来越高,他们不仅要求卫生,而且要求绿色环保、营养结构合理等。所以,产品质量管理是餐饮企业永远不能忽视的环节。

(4) 人员流动性大。餐饮业与其他行业相比具有营业时间长,技术含量低等特点。因此,餐饮业人员流动性大,人力成本相对较高。如何激励员工,稳定员工队伍是摆在餐饮业管理者面前的重要课题。

(5) 文化品位高。现代餐饮业一方面要满足顾客饮食基本需要,另一方面又要满足顾客文化、娱乐的需求。具有一定规模和档次的酒店、餐馆、酒吧及咖啡屋等都需要舒适、典雅的环境和浓厚的文化氛围,不同的餐饮业传承着不同民族、不同地域

的文化,提供着不同文化交流、碰撞、发展的空间和机会。同时餐饮业的销售和管理,对场地、设施、环境也有更强的依赖性。这一特点要求管理者必须充分考虑顾客的物质需求和人文需求,必须把企业的硬件管理和软件管理有效地结合起来,必须在广阔的市场空间内准确地定位和把握自身发展的空间。

第二节 餐饮企业的内涵及分类

一、餐饮企业的内涵

任何行业都是由若干相对稳定的经济实体构成的,这些经济实体就是一般意义上的企业。餐饮业是指主要从事饮食烹饪加工和消费服务经营活动的行业。餐饮企业是凭借自身具有的场所、设施、设备及服务等条件,通过出售菜品和饮料并以优质服务来满足顾客饮食需求,从而谋得一定利益的经济实体。餐饮企业的内涵有以下三点:

(一) 固定的场所

餐饮企业应该具有一定的餐饮空间和营业场所,具备一定的接待能力。餐饮企业的规模、质量不同,对场所的要求也不同,如依附于三星级宾馆的餐厅要求具有与客房接待能力相适应的中餐厅、西餐厅、咖啡厅和宴会厅等。

(二) 提供食品、饮料和服务

食品、饮料是餐饮企业最基本的产品,食品、饮料的质量、数量和品种等直接影响到顾客利益,也是餐饮企业竞争制胜的前提条件。服务是保证,尽管服务并不能掩盖或完全弥补餐饮产品的不足,但如何提供优质的服务,赢得顾客的满意度、追随度、美誉度,往往是现代餐饮企业竞争的焦点。优秀的餐饮企业经常是实现了质量、数量、价格和服务的统一。

(三) 以盈利为目的

餐饮企业与其他企业一样,都以盈利为经营目的,利润始终是企业追求的中心。因此,每个餐饮企业都应积极努力地扩大客源市场、降低成本、提高资金运营效率和效益、提高产品质量,使企业更具特色和魅力。

二、餐饮企业的分类

餐饮企业涵盖餐饮产品的制作、提供各类餐饮场所、服务各种层次的顾客等多个层面,具有服务网点分布广、经营规模大小不一、产品特色种类繁多等特点。因此,餐饮企业可以从不同的角度进行分类。

（一）按企业的设置和经营组织形式分类

1. 独立经营

这类餐饮企业是以经营餐饮产品为主,独立核算、自主经营、具有独立的注册资本的法人实体。这类企业产品较单一,容易形成特色,创出自己品牌甚至创造出百年老店。如北京的“全聚德”、天津的“狗不理包子”等都属于这一类型。

2. 连锁经营

连锁经营在国外发展很快,近几年随着改革开放程度的加深,国外著名的连锁经营店在我国抢滩登陆,促动我国连锁经营迅猛发展,其中快餐业尤为明显。如麦当劳、肯德基和汉堡等。

连锁经营一般包括特许经营、直接投资、合同经营等几种形式。连锁经营有许多优点,如实行标准化经营、统一宣传、统一管理模式及迅速占领市场等。但同时连锁经营也存在着管理难度大、不利于创新、一损俱损等弱点,企业在发展连锁经营时必须认真分析自身的优势和不足,制定相应的政策和措施,不能一哄而上。

3. 依附经营

依附经营是指依附于宾馆及其他类型的企业、单位进行经营的餐饮企业等,这类餐饮企业一般不具备独立的法人资格,没有自己的注册资本,但就餐饮部分而言,其经营管理的模式和方法与独立设置的餐饮企业基本相同,而且所占比例不小,如各大宾馆的餐饮部、大型企业、单位的餐厅等,因此,我们把这一类型餐饮企业也列入教材考虑范围之内。

（二）按服务方式分类

1. 餐桌服务类

这类餐饮企业一般设有门童、引领、点菜服务、上菜服务及清台服务等,其典型的特点是服务员提供桌边服务,我们常见的餐饮企业大多数属于这种。

2. 自助服务类

自助式餐厅一般只提供共性服务,如菜品制作、陈列、酒水摆放等。顾客可以根据自己的爱好选择菜品和主食,自己将食物端至桌前,用餐后自己将托盘等餐具放在指定位置。值得注意的是自助餐并不仅仅局限于自助式餐厅,许多餐饮企业也单独设置自助餐厅、也有的采用不同时段、不同餐点的自助式用餐。

3. 柜台服务类

这类餐饮企业设有较宽敞的柜台,客人点菜或点酒水后,坐在柜台旁,边聊天边欣赏厨师、调酒师表演或欣赏歌舞表演。这类餐饮企业以风味小吃、快餐、酒吧等为主,其特点是简洁、快速、休闲,西式餐厅中多有这种类型。

4. 打包服务类

这类餐饮企业不提供就餐空间,制作出菜品、主食、饮料后,不是装盘而是打包由