

旅游高等教育

饭店管理专业教材



HOTEL

国家旅游局人事劳动教育司指定用书

饭店餐饮管理

F A N D I A N C A N Y I N G U A N L I

FOOD & BEVERAGE



余炳炎/主编 李勇平/副主编

Fan dian Can yin Guan li

旅游教育出版社

旅游高等职业教育饭店管理专业教材
国家旅游局人事劳动教育司指定用书

饭店餐饮管理

余炳炎 主 编
李勇平 副主编

FAN DIAN
CAN YIN
GUAN LI

旅游教育出版社
· 北 京 ·

TOURISM

责任编辑:景晓莉

图书在版编目(CIP)数据

饭店餐饮管理/余炳炎主编. - 北京:旅游教育出版社,2004.5

旅游高等职业教育饭店管理专业教材

ISBN 7-5637-1196-1

I. 饭… II. 余… III. 饮食业-经济管理-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(2004)第 017853 号

旅游高等职业教育饭店管理专业教材

国家旅游局人事劳动教育司指定用书

饭店餐饮管理

余炳炎 主 编

李勇平 副主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepdfx@sohu.com
印刷单位	北京中科印刷有限公司
经销单位	新华书店
开 本	787×960 1/16
印 张	18
字 数	285 千字
版 次	2004 年 5 月第 1 版
印 次	2004 年 5 月第 1 次印刷
印 数	1~5000 册
定 价	25.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

出版说明

为配合职业教育体制改革,受国家旅游局人事劳动教育司委托,我社组织业内专家,根据高等职业教育要求和旅游行业的特点,精心编写出版了这套旅游高等职业教育系列教材。该系列教材在编写中,充分注意高等职业教育的特点,使其既有一定的理论深度,又充分注意学生实际职业能力的培养,确保该教材既高于同类中专教材,又不同于一般本科教材,符合旅游高等职业教育的教学要求和人才培养目标。该系列教材自2000年7月出版以来,以其准确的定位和科学的编排受到广大师生的普遍好评,成为业内影响最广,备受欢迎的专业化教材。

此次再版,在充分听取广大读者意见的基础上,根据国家最新的职业教育改革精神,征求了教育部旅游职业教育教学指导委员会有关专家委员的意见,并在杜江等业内专家主持下,确定了修订原则和修订方案,目的是在保持原教材特色的基础上,进一步完善该系列教材,使其更加贴近教学实际。

新版高职教材在保持原教材优势的基础上,以方便教师教学和学生学习为宗旨,增设了课前导读、教学目标、案例分析、本章小结等模块,旨在教师和学生之间搭建一个互动的平台,使教师能够更好地和学生沟通。文中示例、公式一律突出显示,目的是让读者花最少的时间掌握最有用的信息。与原版教材相比,本版教材在编排上主要具有以下显著特征:

精简优化了内容。在初版中,有些教材花大量篇幅介绍某些工种的岗位职责及主要任务,既占课时,又不便于教师教学。再版时,将这部分内容置于附录中,既便于教师灵活运用,又有利于学生分清主次。同时,针对旅游学科实践性强的特点,修订后的教材特别注意增补了一些案例,目的是强化案例教学的作用。在案例的处理上,有些案例有评析,可以帮助学生进一步掌握每章重点;有些案例没有评析,既给教师布置作业留下了余地,也可供学生自学使用。

更新增补了资料。根据旅游业最新发展情况,此次修订增补了最新行业法规,补充了入世后的相关内容,更新了旧的材料和数据,使本版教材能充分反映行业的最新发展和业内最新的研究成果。

权威专家严格把关。本教材的作者均为业内专家,有着丰富的教学经验及旅游企业的管理经验,能将教材中的“学”与“用”这两个矛盾很好地统一起来。在此基础上,经杜江等业内权威专家把关和专业编辑审读加工,确保了本教材的权威性

和专业性。我们深信:只有专业的,才是最好的!

贴近教学的全新编排。增课前导读,帮助读者更好地理解各章内容;拟教学目标,帮助教师更好地与学生沟通;补有用信息,案例分析、思考与练习,让学生尽快消化所学知识;改目录风格,人性化的设计,面面俱到,全书内容一览无余。

作为全国惟一的旅游教育专业出版社,有着丰富的旅游教育专业教材的编辑出版经验和庞大的专业作者队伍,我们有责任把最专业权威的教材奉献给广大读者,这也是我社教材受到广大读者认可的重要原因。

新版高职教材即将面世,我们想借这套教材的出版,探索一种全新的教材编写、出版模式,把一本本赏心悦目、专业实用的教材奉献给大家,使其真正成为您的贴心朋友。

旅游教育出版社

2004.3

目 录

第1章 饭店餐饮概述	(1)
课前导读	(1)
教学目标	(1)
第一节 餐饮部在饭店中的地位、任务及经营特点	(1)
一、餐饮部在饭店中的地位与任务	(1)
二、饭店餐饮部的经营特点	(4)
第二节 饭店餐饮部的组织结构、职能及对从业人员的素质要求	(7)
一、不同规模饭店餐饮部的组织机构和职能	(7)
二、饭店餐饮部从业人员的基本素质要求	(10)
第三节 饭店餐饮部各营业点的表现形式	(11)
一、中餐厅	(11)
二、西餐厅	(12)
三、咖啡厅	(12)
四、自助餐厅	(12)
五、大宴会厅和多功能厅	(12)
六、特色餐厅	(12)
七、各类酒吧	(13)
八、房内用餐服务	(14)
第四节 饭店餐饮主要经营环节	(14)
一、餐饮计划的制定环节	(14)
二、餐饮原料的采购环节	(15)
三、餐饮原料的库存环节	(15)
四、餐饮产品的加工制作环节	(15)
五、餐饮产品的市场促销环节	(15)
六、餐饮服务环节	(16)
七、餐饮营运财务管理环节	(16)

本章小结·····	(16)
思考与练习·····	(16)
第2章 菜单的筹划与设计制作 ·····	(17)
课前导读·····	(17)
教学目标·····	(17)
第一节 菜单的种类及作用·····	(17)
一、菜单的种类·····	(17)
二、菜单的作用·····	(21)
第二节 确定餐饮品种的依据和原则·····	(23)
一、确定餐饮品种的依据·····	(23)
二、菜品选择的原则·····	(27)
第三节 菜单的设计与制作·····	(28)
一、菜单设计者·····	(28)
二、菜单设计、制作及使用中常见的问题·····	(29)
三、菜单设计的程序·····	(30)
四、菜单的制作·····	(34)
本章小结·····	(38)
思考与练习·····	(38)
第3章 原料管理 ·····	(39)
课前导读·····	(39)
教学目标·····	(39)
第一节 原料的采购管理·····	(39)
一、制定采购制度·····	(40)
二、确定采购方式·····	(42)
三、规定采购质量·····	(43)
四、控制采购数量·····	(44)
五、控制采购价格·····	(49)
第二节 原料的验收管理·····	(50)
一、验收体系·····	(50)
二、验收程序·····	(51)
三、验收表单·····	(52)
四、验收控制·····	(58)
第三节 原料的贮藏管理·····	(59)
一、原料的贮藏要求·····	(59)
二、库存管理·····	(62)

三、发料管理	(65)
四、库存控制	(67)
本章小结	(71)
思考与练习	(71)
第4章 餐饮生产管理	(73)
课前导读	(73)
教学目标	(73)
第一节 厨房组织机构与人员配置	(73)
一、餐饮生产组织机构的设置	(73)
二、餐饮生产组织各部门的职能	(76)
三、餐饮生产人员配置	(78)
第二节 厨房生产业务流程	(82)
一、厨房生产业务流程	(82)
二、厨房生产业务流程管理及特点	(83)
第三节 厨房生产质量管理	(85)
一、衡量产品质量的几个要素	(86)
二、厨房生产质量管理	(88)
三、厨房生产质量控制	(96)
第四节 餐饮产品成本核算	(101)
一、餐饮产品成本	(101)
二、原料初加工的成本核算	(102)
三、调味品成本核算	(106)
四、餐饮产品原料成本核算	(107)
五、酒品饮料成本核算	(108)
第五节 管事部的运转管理	(110)
一、管事部的组织结构	(110)
二、管事部的职能	(111)
三、管事部的岗位职责	(113)
四、管事部与其他部门的关系	(119)
第六节 厨房生产卫生与安全管理	(120)
一、食物中毒与预防	(120)
二、食物中毒事故的处理	(122)
三、餐饮食品卫生控制	(122)
四、厨房安全操作	(124)
本章小结	(126)

思考与练习	(126)
第5章 零点餐厅服务与管理	(127)
课前导读	(127)
教学目标	(127)
第一节 零点餐厅业务运转环节	(127)
一、零点餐厅的特点	(127)
二、零点餐厅业务运转环节	(128)
第二节 中餐零点餐厅服务与管理	(136)
一、中餐零点餐厅早餐服务	(136)
二、中餐零点餐厅午晚餐服务	(137)
第三节 西餐零点餐厅服务与管理	(138)
一、西餐简介	(139)
二、西餐零点餐厅早餐服务	(142)
三、西餐零点餐厅午晚餐服务	(143)
第四节 自助餐服务与管理	(145)
一、自助餐服务简介	(146)
二、自助餐台设计与布局	(147)
三、自助餐服务程序	(149)
四、自助餐服务注意事项	(149)
第五节 客房送餐服务与管理	(150)
一、客房送餐服务简介	(150)
二、客房送餐服务程序	(151)
本章小结	(152)
思考与练习	(152)
第6章 饭店酒吧服务与管理	(154)
课前导读	(154)
教学目标	(154)
第一节 酒吧与酒吧服务	(154)
一、酒吧的含义	(154)
二、酒吧的发展	(154)
三、饭店酒吧的种类	(155)
四、酒吧的特点	(156)
五、酒吧的设计	(156)
六、酒吧的服务内容及服务技巧	(158)
第二节 酒吧管理	(162)

一、酒吧后台管理	(162)
二、酒吧前台管理	(166)
本章小结	(168)
思考与练习	(168)
第7章 宴会服务与管理	(169)
课前导读	(169)
教学目标	(169)
第一节 宴会业务经营运转环节	(169)
一、宴会概述	(170)
二、宴会业务经营运转环节	(174)
第二节 宴会的销售管理	(189)
一、宴会客源分析	(190)
二、宴会宣传资料管理	(191)
三、宴会推销策略	(191)
四、宴会预订管理	(192)
五、宴会售后管理	(198)
第三节 宴会及大型活动的运转管理	(199)
一、中餐宴会的运转管理	(199)
二、西餐宴会的运转管理	(202)
三、冷餐酒会和鸡尾酒会的运转管理	(203)
四、其他大型活动的运转管理	(206)
本章小结	(210)
思考与练习	(210)
第8章 餐饮服务管理	(212)
课前导读	(212)
教学目标	(212)
第一节 餐饮服务环境的设定	(212)
一、餐饮服务硬环境气氛的设定	(212)
二、餐饮服务软环境氛围的设定	(217)
第二节 餐饮服务方式的选用和确定	(218)
一、常用中餐服务方式	(219)
二、常用西餐服务方式	(220)
第三节 餐饮服务质量管理	(222)
一、餐饮服务质量概述	(222)
二、餐饮服务质量管理的内容	(223)

三、提高餐饮服务质量的措施	(227)
本章小结	(230)
思考与练习	(230)
第9章 饭店餐饮销售管理	(231)
课前导读	(231)
教学目标	(231)
第一节 餐饮产品的价格制定	(231)
一、餐饮产品的定价原理、定价目标、定价策略	(231)
二、餐饮产品定价方法	(236)
第二节 餐饮经营销售决策	(239)
一、餐厅营业时段的确定	(240)
二、餐厅营业清淡时间价格折扣决策	(241)
三、餐饮产品促销时的价格决策(亏损先导推销决策)	(242)
第三节 店内外餐饮促销实务	(244)
一、店内餐饮促销活动	(244)
二、店外餐饮促销活动	(246)
第四节 餐饮产品销售控制	(249)
一、餐饮销售控制的意义	(249)
二、出菜检查员控制	(249)
三、酒吧销售控制	(250)
四、餐饮销售指标控制	(250)
本章小结	(253)
思考与练习	(253)
第10章 饭店餐饮财务管理	(254)
课前导读	(254)
教学目标	(254)
第一节 饭店餐饮营运中的成本、费用管理	(254)
一、饭店餐饮成本费用内容及分类	(254)
二、饭店餐饮成本费用的作用	(257)
三、饭店餐饮成本费用的管理原则	(257)
第二节 饭店餐饮营运中的成本费用预算编制管理	(258)
一、饭店餐饮成本费用预算的概念	(258)
二、饭店餐饮成本费用预算	(258)
第三节 饭店餐饮成本控制管理	(260)
一、饭店餐饮成本控制的概念和作用	(260)

二、饭店餐饮成本费用控制程序	(260)
三、饭店餐饮成本费用控制方法	(261)
四、饭店餐饮成本控制	(262)
第四节 饭店餐饮营运状况财务评价	(268)
一、财务评价的概念	(268)
二、饭店餐饮常用财务评价法	(268)
三、饭店餐饮盈亏临界点分析	(271)
本章小结	(273)
思考与练习	(273)
后记	(274)

第1章

饭店餐饮概述

课前导读

饭店(Hotel)是随着人们旅行活动的日益频繁而出现在人们的社会生活中的,其最初的功能是为旅途中的人们提供过夜住宿服务。由于人类社会的发展和经济的发达,饭店已变为向客人提供住宿、餐饮、购物、娱乐、健身、会务、展览、商务等诸多服务的综合性服务企业。

作为体现现代饭店管理、服务水平高低重要标志的餐饮部门,其经营好坏已成为评价饭店优劣的主要因素;餐饮部已成为饭店必不可少的组成部分,是饭店所在地区社交活动的中心。

教学目标

- 明确餐饮部在饭店中的地位、任务
- 掌握饭店餐饮的经营特点以及内部组织机构的特征
- 熟悉餐饮部各营业点的表现形式和饭店经营运转的主要过程

第一节 餐饮部在饭店中的地位、任务及经营特点

一、餐饮部在饭店中的地位与任务

(一) 餐饮部在饭店中的地位

餐饮部在饭店中的地位,同社会的进步和饭店业的日新月异密切相关。受社会经济发展和人们生活水平的限制,饭店业发展初期的餐饮业往往只能提供一些简单、经济的饭菜,处于饭店中的从属地位,主要解决住店者对饮食的基本需求。20世纪初以来,随着社会生产力的迅速发展,国际、国内各种交往的日益频繁,饭店业因城市的变化而得以迅猛发展。另外,伴随着世界经济的迅速增长,社会生活节奏加快,妇女就业增多,越来越多的人去饭店、餐馆用餐,给餐饮业的繁荣与发展提供了条件。餐饮业内部的竞争也日趋激烈,经营管理者竞相利用特色来吸引就餐者。所有这些因素促进了餐饮业的发展,使餐饮部在饭店中的地位得以提高。

1. 餐饮部生产满足人们基本生活需要的产品

古人云:“食、色、性也。”民以食为天,饮食是维持生命的基本条件。西方著名心理学家马斯洛将饮食列为人类五个需求层次中最基本的需求。饭店作为旅游者离家以后的“家”,其餐饮场所是他们主要的膳食消费地点。现代饭店的餐饮部不仅拥有众多的餐厅、宴会厅,还有酒吧、音乐茶座、KTV包房、房内用餐服务等餐饮设施与服务项目,这些都为饭店所在地的各行各业、各种阶层、各种消费层次的人们提供了良好的餐饮消费环境。因此,拥有一个完善的、与饭店经营定位和客人消费要求相适应的餐饮部,是搞好饭店经营的基本要求。

2. 餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

餐饮部是饭店获得经济收益的重要部门之一。餐饮部的收入在饭店总收入中所占的比重因地、因饭店状况而异,受到饭店本身主、客观条件的影响,如饭店的经营思想、经营传统、饭店的位置、内部的设计、档次等等。就目前国内星级饭店而言,餐饮部的营业收入约占整个饭店营业收入的38%~40%左右,少数地区的饭店,餐饮收入已大大超过饭店的客房收入,占整个饭店营业收入的1/2以上。这一势头仍有继续发展的趋势,这同西方发达国家饭店餐饮收入所占比重及地位是相吻合的。因为饭店客房数量是基本固定不变的,其最高收入是一个常量。而餐饮部的最高收入则是个变量,虽然餐位数是固定不变的,但餐饮部可通过提高工作效率、提高服务质量、提高菜肴质量等措施,使餐座的周转率和人均消费水平得以提高,最终使餐饮部的营业收入达到最大值。

即使从部门盈利来讲,虽然餐饮部的成本开支大,其盈利仍可占到饭店利润总额的10%~20%左右,对于一家年利润上千万元的饭店来讲,这个比例就相当可观了。

3. 餐饮部管理、服务水平直接影响饭店声誉

美国饭店业的先驱斯塔特勒先生(Mr. Statler)曾经说过:“饭店从根本上说,只销售一样东西,那就是服务”(笔者认为,这是广义的服务)。提供劣质服务的饭店是失败的饭店,而提供优质服务的饭店则是成功的饭店。饭店的目标应是向宾客提供最佳服务。

餐饮服务水平的高低仅仅是种表象,是宾客能够直接感受和体会到的,而决定服务水平高低的因素则是餐饮管理水平的高低,服务水平的高低是管理水平的最终表现。餐饮的有形产品不仅可以满足宾客最基本的生理需求,还可以从色、香、味、形、器等方面使宾客得到感官上的享受。当宾客在典雅舒适的就餐环境中受到热情款待和周到服务时,他们可在精神上得到享受和满足。

饭店餐厅的服务人员与宾客直接接触,其一举一动、片言只语,均会在宾客心目中留下深刻的印象。宾客可以根据餐饮部为他们提供的食品、饮料的种类、质量和分量,服务态度及方式来判断一个饭店服务质量的优劣和管理水平的高低。所

以,餐饮管理与服务水平的好坏直接关系到饭店的声誉和形象。

4. 餐饮部的经营活动是饭店营销活动的重要组成部分

在日趋激烈的饭店市场竞争中,餐饮部占有极其重要的地位,一直充当饭店营销的先锋。相对于饭店的其他营业部门来说,餐饮部在竞争中更具有灵活性、多变性和可塑性。现代饭店如果是同星级的,其客房设施标准相对比较接近,而餐饮和其他服务设施常被客人作为挑选饭店的重要因素。餐饮经营还可为本地消费者提供良好的就餐场所。上海锦江集团所属的饭店大部分是解放前建造的,虽经过设备、设施等的更新改造,但在硬件方面与同星级的新建饭店仍存在一定的差距。但锦江人扬长避短,发挥自己经营历史悠久、特色鲜明的优势,使每家所属饭店的餐饮独树一帜,如锦江饭店的川菜、粤菜,和平饭店的淮扬菜,国际饭店的京鲁菜,金门大酒店的闽菜等,都在餐饮业中独执牛耳,成为同行瞩目的领头羊。餐饮业经营的红红火火,又反过来促进了饭店其他部门的生意。

除此之外,饭店餐饮部还可以根据自身的优势和环境的状况,举办各种食品节等餐饮推广、义卖活动等,树立饭店的市场形象,增加饭店的餐饮收入。

5. 餐饮部是饭店用工最多的部门

饭店业属于劳动密集型行业,而餐饮部通常又是饭店中使用员工数量最多的部门。餐饮部的工作岗位多,目前这些岗位对员工的文化要求不高,因而很受社会上普通劳动力的欢迎。

(二) 餐饮部的任务

饭店餐饮部主要承担着向国内外宾客提供优质菜肴、饮料、点心和优良服务的重任,并通过满足用餐者的各种需求,为饭店创造更多的营业收入。

1. 向宾客提供以菜肴等为主要内容的有形产品

这是餐饮部的最基本的任务,也是首要任务。餐饮部是饭店惟一生产实物产品的部门。各种档次、各种风格的饭店,依据自己的市场定位和经营策略,组织餐饮部提供满足客人所需的优质产品。

2. 向宾客提供满足需要的、恰到好处的服务

餐饮部是饭店惟一生产、提供实物产品的部门,但这些实物产品价值的实现还取决于饭店餐饮服务人员向就餐者提供令人满意的服务。在用餐过程中,客人更多注意的是烹饪技艺、服务态度与技巧、用餐的环境与气氛等无形产品。就餐者在购买餐饮产品的同时,更期望得到与有形产品同时销售的服务,并期望获得方便、周到、舒适、友好、愉快等精神方面的享受。这种服务和精神享受必须是恰如其分和恰到好处的,惟有如此,服务才是有效的。恰到好处的服务首先应该是及时的,其次是具有针对性的,再次必须是洞察客人心理的。

3. 增收节支,开源节流,搞好餐饮经营管理

增加餐饮收入与餐饮利润是饭店餐饮部的主要目标。餐饮部应依据饭店所在

地的市场变化情况以及饭店本身的状况,设定经营范围、服务项目和产品品种。充分利用各种节日、会议、重大活动等进行推销。通过举办各种食品节、推广新颖的餐饮产品和用餐方式等,加强食品饮料的销售;也可以采用扩大用餐场所,增加餐饮接待能力,用外卖、上门服务等方法扩大餐饮服务的外延,来提高餐饮销售量,以达到增加餐饮收入的目标。

现代星级饭店的餐饮收入虽占整个饭店营业收入的 38%~40% 左右,但餐饮成本所占的比重却相当高。在一家三星级饭店,餐饮原料成本占餐饮销售收入的 50% 左右;餐饮产品从原料到成品经历的环节较多,成本控制的难度较大,从而造成的浪费和损失较多。这需要餐饮部制定出严密、完整的操作程序和成本控制措施,并加以监督、执行。

4. 为饭店树立良好的社会形象

餐饮部与客人的接触面广、量大,且又是直接接触,面对面服务时间长,从而给宾客留下的印象最深,并直接影响客人对整个饭店的评价。

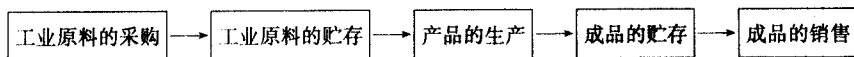
从餐饮角度为饭店树立良好的社会形象,必须加强餐饮部自身形象建设。形象建设主要通过硬件和软件建设两个方面体现出来。就硬件建设而言,首先应从餐饮设施的功能着手,确定各类餐厅、宴会厅、酒吧及餐饮与娱乐相结合的设施是否齐全;其次要看这些设施的档次高低、先进与否;再者是看这些硬件设施的风格与整个饭店的经营目标是否一致。餐饮部的软件质量主要体现在管理水平、服务质量和员工的素质等方面。

二、饭店餐饮部的经营特点

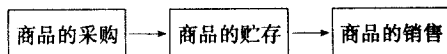
餐饮部的经营不同于饭店的其他服务部门,也有别于工业生产部门。

(一) 工业产品、商品、餐饮产品经营过程对比

1. 工业产品的经营过程

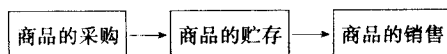


2. 商品的经营过程

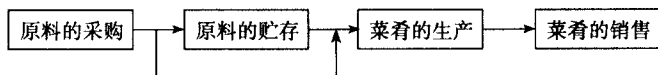


3. 餐饮产品的经营过程

(1) 饮品



(2)菜肴



以上通过方框程序图的形式,对工业产品的经营过程、商品的经营过程、餐饮产品的经营过程分别作了展示。可以看出:就环节的多少而言,工业产品经营过程环节最多,共有五个环节;商品经营过程环节最少,仅有三个;餐饮产品经营过程的环节数居于这两者之间。就一般管理而言,环节越多,意味着管理难度越大。就餐饮产品的经营过程而言,菜肴与饮品生产加工完毕后,都无贮存这个环节,这在客观上对餐饮产品的销售提出了非常迫切的时间要求。餐饮产品中的菜肴经营过程与工业产品的经营过程相似;而饮品的经营过程与商品的经营过程相似,其管理方法也是相似或相近的。

(二)餐饮部的生产、销售、服务特点

1. 餐饮生产特点

餐饮部作为饭店惟一生产产品的部门,既生产有形的实物产品,如各色美味佳肴,又生产无形的服务产品,如优良的进餐环境和热情周到的接待服务等。与其他产品生产相比,餐饮产品生产有其不同的特点。

(1)餐饮生产属个别订制生产,产品规格多、批量小

餐厅销售的菜肴是客人进入餐厅后个别点菜然后将其制成产品的,它与工业产品大批量、统一规模生产的产品是不同的,这给餐饮产品质量管理和统一标准带来了许多问题。

(2)餐饮生产过程时间短

餐饮生产是现点、现做、现消费,就餐者从点菜至消费的时间相当短暂,一家生意兴隆的餐厅,只有依靠经验丰富的厨师,才能满足客人的需求。

(3)餐饮生产量难以预测

与工业产品的生产不同,只有就餐者上门,餐厅才有生意做,而就就餐者到来的时间、人数、消费要求很难准确预估,产量的随机性很强,且难以预测。

(4)餐饮原料、产品容易变质

餐饮原料、产品门类众多,大多数原料又是鲜活货,有很强的时间性和季节性,处理不当极易腐烂变质。而餐饮产品也同样具有如此鲜明的特征,餐饮原料及成品的质量与时间成反比例关系。

(5)餐饮生产过程的管理难度较大

餐饮部的生产从食品原料的采购到验收、贮存保管、领用、粗加工、切配、烹饪、销售服务和收款,整个过程中的业务环节很多,任何一个环节出现差错都会影响产