



普通高等教育“十二五”规划教材

旅游与酒店实训教程

LVYOU YU JIUDIAN SHIXUN JIAOCHENG

主编◎王军华



西北大学出版社
NORTHWEST UNIVERSITY PRESS

普通高等教育“十二五”规划教材

旅游与酒店实训教程

主 编 王军华

副主编 焦 瑞 王建平 张 苛
江东芳 霍艳霞 谭志勇

常州大学图书馆
藏书章



西北大学出版社
NORTHWEST UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游与酒店实训教程 / 王军华主编. —西安: 西北
大学出版社, 2010. 8

ISBN 978-7-5604-2808-6

I. ①旅… II. ①王… III. ①旅游—高等学校—教材
②饭店—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F590②F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 164647 号

旅游与酒店实训教程

主 编 王 军 华
副 主 编 王 军 华
参 编 王 军 华
参 编 王 军 华

旅游与酒店实训教程

编 著 者: 王军华

出版发行: 西北大学出版社

地 址: 西安市太白北路 229 号

邮 编: 710069

电 话: 029-88303059

经 销: 全国新华书店

印 装: 郑州宏达印务有限公司

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 17.75

字 数: 430 千字

版 次: 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5604-2808-6

定 价: 28.80 元

随着旅游业在我国的迅速发展,培养旅游企业亟需的人才成为旅游教育的使命。作为实践性、应用性非常强的专业,旅游管理专业毕业生的动手能力和综合素质越来越受到用人单位的重视。因此,在旅游管理专业人才培养中,实践教学是整个学生培养过程中的重要环节。历年来,旅游高等教育工作者都在探索提高实践教学质量的途径。实践教材建设、实践教学师资队伍建设、实践基地建设成为旅游高等教育关注的重点。本书的编著正是对实践教材建设的一种思考与探索。

本书在进行社会调研的基础上,从酒店各岗位的任务和职业能力分析入手,以各岗位实际工作任务为主线,以岗位职业能力为依据进行编写,旨在提高学生酒店服务与管理的知识和技能,同时,培养学生的综合职业能力,满足学生职业发展的需要。

本书的特点如下:

一、紧紧围绕高职教学要求以及专业人才培养的目标,体现“工学结合”,将“教、学、做”融为一体;

二、在编述职业工作过程的前提下,兼顾知识、技能和素质;

三、从旅游管理专业的教学出发,紧密结合酒店工作实际,体现酒店服务与管理的新理念、新思想、新方法;

四、坚持实用的原则,力争做到理论知识明确、技能训练操作规范,条理清晰,突出理论知识为技能训练服务。

五、本书的编写在保证专业知识完整和连贯的基础上,还十分注重能力的培养和提高,书中穿插了许多来自酒店一线的案例,以培养和提高学习者对于服务工作中各类常见问题的实际解决能力,从而进一步强化学习者的综合能力和素质。

本书适合作为高职院校、中职中专实训专用教材,也可以作为饭店培训和社会培训的参考教材。随着社会经济的不断进步,我国第一、二线甚至第三线城市的第三服务业得到长足的发展。酒店餐饮业作为第三服务产业的重要组成部分发展也很快,从而对相关人才的需求量日益增大。为了培养出更多的合格的高端人才,我们组织有关专家编写了这本教材。

根据各高校学生拥有相关教材现状,以及通过对市场上有关此类教材的深度市场调研,我们把本教材的创新之处定位在能把理论知识和实践能力有效地整合起来,通过理论知识的阐述和引导让本教材的使用者能切切实实地转化成实际的操作能力。同时本教材根据我国现阶段本行业的实际情况对相关理论部分做了补充和修订,同时加入了很多实践性的例子,兼具与时俱进性、前瞻性和实用性,从而更好地帮助学生在踏入社会后快速提升实践能力。

本书内容可以分为四部分:第一部分为餐饮部;第二部分为前厅部;第三部分为客房部;第四部分为人力资源部。模块化理论和生动化实践内容的指导思想是本书的一大特色,而且是提升实践能力的有效方法。本书将模块化理论应用于酒店餐饮业的理论学习部分,使学生必

备的知识系统化,条理化,变杂乱为有序,变零碎为模块,学生不必再自己进行分析、总结、归纳和整理,因而可以省时省力地完成理论知识的储备。本书通过对穿插在各部分的大量插图和生动实例的分析阐释,使学生及时地做到对理论知识的具体化,细节化,实际化,可操作化,从而达到理论知识和实践能力双重提升的教学目的。

本书结构力求严谨,对理论重点的剖析力求深入浅出,既可满足不同层次读者的需要,又可满足实际操作应用等方面的需要。

本书由王军华担任主编,负责全书的策划、审定和统稿。具体编写分工为:焦瑞第四篇人力资源部;王建平、霍艳霞第一篇餐饮部;江东芳第二篇前厅部;张苛第三篇客房部;谭志勇第五篇导游服务规范。

由于时间仓促,教学工作繁忙,书中难免有疏漏之处,敬请读者朋友们批评指正。

编者

第一章 绪论

第一节 绪论

一、绪论

二、绪论

三、绪论

四、绪论

五、绪论

六、绪论



目

录

第一篇 餐饮部

第一单元 餐饮部概述	(3)
模块一 认识餐饮部	(3)
模块二 餐饮部产品的经营特点	(6)
模块三 餐饮部的组织结构与管理职能	(9)
第二单元 中餐服务	(15)
模块一 零点服务	(15)
模块二 宴会服务	(27)
第三单元 西餐服务	(35)
模块一 西餐简介	(35)
模块二 西餐服务	(39)
模块三 自助餐服务	(43)
第四单元 酒吧服务	(47)
模块一 葡萄酒服务	(47)
模块二 鸡尾酒服务	(52)
模块三 其他酒水服务	(64)
第五单元 茶艺服务	(79)
模块一 认识茶叶	(79)
模块二 茶的冲泡	(84)
模块三 茶艺表演	(89)
第六单元 (会议)宴会服务与管理	(92)
模块一 会议服务	(92)
模块二 宴会服务	(99)
模块三 主题宴会台面设计	(103)
模块四 主题宴会台型布置	(107)
模块五 主题宴会服务与管理设计	(113)

第二篇 前厅部

第一单元 前厅部概述	(135)
模块一 认识前厅部	(135)



模块二	前厅部组织的目标和任务	(136)
模块三	前厅部的组织结构与管理职能	(138)
第二单元	客房预订服务	(142)
第三单元	前台接待服务	(150)
第四单元	前厅综合服务	(156)

第三篇 客 房 部

第一单元	客房部概述	(165)
第二单元	客房卫生服务管理	(168)
模块一	客房清扫	(168)
模块二	做床	(174)
模块三	开夜床	(178)
模块四	客房卫生检查	(180)
第三单元	客房接待管理	(183)
第四单元	客房用品管理	(189)
第五单元	客房安全管理	(193)

第四篇 人 力 资 源 部

第一单元	人力资源部概述	(197)
模块一	认识人力资源部	(197)
模块二	人力资源部的组织结构与岗位职责	(199)
第二单元	人力资源部培训中心	(202)
第三单元	酒店人力资源工作分析	(213)

第五篇 导游服务规范

模块一	地方导游服务程序	(249)
模块二	全程导游服务程序	(266)
模块三	景区景点导游服务程序	(268)
模块四	散客导游服务程序	(270)

第一篇 餐饮部

- | | |
|------|-------------|
| 第一单元 | 餐饮部概述 |
| 第二单元 | 中餐服务 |
| 第三单元 | 西餐服务 |
| 第四单元 | 酒吧服务 |
| 第五单元 | 茶艺服务 |
| 第六单元 | (会议)宴会服务与管理 |





第一单元 餐饮部概述



本单元学习目标

1. 认识餐饮部在酒店中的地位。
2. 理解餐饮产品的产销特点。
3. 了解大中小型餐饮部的组织结构。
4. 了解餐饮部各部门的管理职能。

模块一

认识餐饮部



实训目标

认识餐饮部在酒店中的地位。

认识 理解餐饮部在酒店中的地位

酒店餐饮部是一个职能部门,是酒店生产和销售饮食产品、为宾客提供相应服务的部门。旅游酒店的产品构成中,餐饮服务是极为重要和关键的一环。在住宿和餐饮两项服务中,由于餐饮服务成本高、利润低、管理难度大,所以旅游酒店历来比较重视客房服务的经营管理,而餐饮服务多处于次要位置。随着社会经济的发展,旅游者对饮食的要求越来越高,促使旅游酒店的餐饮服务水平不断提高。而且,酒店间的竞争也日趋激烈,越来越多的酒店都利用自身在餐饮方面的特点来吸引宾客。竞争促进了餐饮业务的发展,也提高了餐饮服务在酒店中的地位。

一、酒店服务的必要组成部分

饮食是人维持生命的第一需要,酒店作为旅游者旅行过程中的生活场所,无论如何不能缺少餐饮服务。从我国古代设置驿站、迎宾馆、民间旅店、城市客店时候起,住宿和饮食就是必不可少的服务项目。外国的酒店也是如此,英国早期的习惯法规定,旅馆必须承担为住店旅客提供住宿、饮食和安全的义务。可见,餐饮服务对于酒店来说不是可有可无的,而是应尽的义务。后来,美国有关酒店经营的法律也规定,酒店必须为宾客提供食物和住宿。由于饮食是旅行者必需的生理需求,有需求就会有供给。古今中外的酒店,无论有无法律规定,餐饮服务都是一项重要的经营业务。

现代旅游酒店已渐渐发展成一种综合性的服务设施,这种情形还有加强的趋势。根据我



国旅游酒店星级评定标准的规定,档次越高的酒店,服务项目要求越多,这反映了旅游管理部门对于酒店业的理解和要求,实际上这也是旅游者的要求和酒店业发展的趋势。作为旅游者居住的综合性服务设施,没有餐饮服务的酒店就是有重大缺陷的酒店。尤其在目前情况下,我国相当部分的住店宾客要在所住酒店的餐厅就餐,如果没有完善的与宾客消费水平相适应的餐饮服务部门,既影响宾客的旅游生活,也影响到酒店的经营与生存。所以说,餐饮服务是酒店服务的必要组成部分,餐饮部是酒店中不可缺少的业务部门。甚至可以说,没有餐饮服务的酒店算不上真正的旅游酒店。

二、酒店营业收入的主要来源

作为酒店主要的业务活动,餐饮服务理所当然要为酒店带来经济利益。一般说来,餐饮部门的收入在酒店各部门中仅次于客房而处于第二位。我国旅游酒店餐饮部门的营业收入,约占酒店收入的三分之一。在欧美国家,餐饮收入占酒店总收入的35%左右。

受诸多主客观条件的影响,如酒店的位置、装潢、设施设备、酒店管理者的经营思想、经营传统、厨师力量等,不同酒店餐饮部门的收入在酒店总收入中所占的比例会有比较大的差异。餐饮经营较好的酒店,收入甚至可以超过客房的收入而居第一位。有一些类型的酒店由于受特殊条件的影响,餐饮收入的比例也比较高,如美国的汽车旅馆业,其餐饮收入可占到总收入的近一半。

餐饮收入的高低也受客源结构的影响。旅游团队多时,酒店餐饮收入较高,而散客比例上升时,餐饮收入多呈下降态势。因为团队宾客的餐饮消费可由旅行社安排在酒店内,是比较容易控制的因素。而散客可以自由地选择就餐场所,酒店无法控制他们的行为,只能用优质服务和有特色的食品来吸引宾客增加收入。

三、酒店服务水平的客观标志,吸引宾客的重要因素

相对于客房服务来说,餐饮服务有灵活性、多变性和复杂性的特点。餐饮服务的水平客观地反映了酒店的服务水平,直接影响酒店的声誉和竞争力。餐饮服务水平由两部分内容构成,一是食品菜肴的生产水平,即厨房的烹调技术;二是餐厅服务水平。餐厅服务水平既包括服务人员的服务态度和服务技术水平,也包括餐厅的装饰布局、风格情调、音响、色彩、餐具等的质量和水平。餐饮服务的水平决定于酒店经营管理的水平,又能通过上述因素把酒店的整体服务水平直观地反映出来。宾客可以根据酒店餐饮服务的水平,来判断客房服务水平相当的酒店的优劣,选择服务水平高、自己感到满意的酒店。

卓越的餐饮经营,必然会对酒店产品的销售产生良好的影响。世界各地因餐饮服务水平出色而获得成功并经久不衰的酒店很多,如里兹酒店公司、美国的马里奥特酒店公司都是酒店业久负盛名的以注重餐饮服务而著称的酒店公司。也有酒店因有出色的餐厅设施和服务而声誉鹊起,如美国华尔道夫酒店的屋顶星光餐厅、世纪广场酒店的餐厅,都以其精美的餐饮服务产品和独到的服务而使酒店闻名于世。当然,因餐饮服务设施和服务不良而导致酒店经营失败的例子也比比皆是,如建于本世纪二十年代的美国纽约的莎福酒店因餐饮设施的局限和餐饮经营的失败,已改成了办公大楼。很难想象,一家高级酒店,拥有豪华的客房,却配以蹩脚的餐厅和低劣的服务而能够获得成功。难怪有人说,如果酒店不拥有一流的餐厅,便会沦为“破落的小客栈”。

此外,餐饮部又是平衡酒店经营中季节性差异的部门。旅游酒店经营中的季节性变化比



较大,在旅游者集中的季节,酒店往往超负荷运转,而在旅游淡季,酒店则相对比较冷清,设施设备的能力不能充分发挥出来。酒店也许没有能力来改变旅游活动的淡旺季特点,但可以通过搞好餐饮服务来提高淡季的营业水平。因餐饮服务的对象与客房不同,既有外地旅游者,也有当地居民。酒店餐饮部门可以借助有效的促销活动如通过文艺表演、娱乐活动或节假日的价格折扣等活动形式来吸引更多的当地宾客,增加餐饮收入,平衡酒店经营的季节性差异,提高酒店设施设备的利用率和服务人员的劳动效率。

四、创立酒店品牌,树立企业形象的重要依据

随着旅游管理的规范化,我国和世界上大多数国家都实行了酒店分级管理制度,对酒店的建筑、装潢、设施设备水平、服务项目等都作了明确的规范。同一等级的酒店,要按管理部门的统一规定进行建设、装修和运营。酒店产品中,客房一般很难做出特点,很少有人评价说某个酒店的客房有什么特点。在诸多的因素中,只有餐饮服务具有充分的灵活性来体现企业的个性。一般酒店都是靠餐饮打出名气,创出酒店的品牌,树立企业的独特形象。

中国饮食文化内容和形式丰富多彩,各地都有不同的特色和传统。酒店餐饮部门可以充分挖掘中国饮食文化的内涵,利用不同地方的饮食传统与特色,创立有本企业特色的餐饮服务产品与服务。这样既能弘扬祖国传统文化,又能树立企业形象,提高企业知名度和竞争力。



思考与练习

1. 试述餐饮部在酒店中的地位 and 作用。
2. 餐饮服务为什么会直接影响到酒店的声誉?



案例分析

窗 口

一天晚上,中都酒店服务员陈俊霞所负责的包间来了几位东北的客人,他们刚入座就和他们的领导大谈河南人的不好,讲河南人的笑话,边讲边看服务员,小陈只能报以甜美的微笑,客人看到后说:“小姑娘,你别笑,不是我讲得难听,你们河南人就是这样。”到上清蒸桂鱼的时候,小陈把鱼头对准了主宾,按河南敬酒风俗,鱼头酒要连喝三杯,可主宾喝了两杯,第三杯说什么也不喝,小陈笑着说道:“领导啊,我们河南有两句顺口溜:到河南样样红,到河南拼搏必定赢。既然领导选择了我们河南,说明这里还是有吸引您的地方,您说是吧。”主宾一道说:“是啊,河南确实是一个发财的好地方,就冲你这两句话我喝了。”随后小陈又把河南的酒文化和河南的一些优点,以及近期涌现出的河南人的先进事迹给客人作了介绍,就这样客人对河南有了新的认识,同时也转变了对河南人的看法,小陈善始善终的服务得到了客人的好评。送客人离店时,客人说道:“耳听为虚,眼见为实,今日一见,才发现你们并不像别人说的那样,我讲了那么多河南人的笑话,你始终微笑着给我们服务,真的显得我们有点过分,请原谅,感谢你教会了我们如何客观地看待问题,通过你这扇小小的窗口,我们看到了精彩的河南,我们相信河南的明天会更好!”

评析

服务业是窗口行业,优质的餐饮服务更是一座城市精致的名片。我们经营酒店,



创造经济效益是首要任务,创造精神文明的社会效益更是长远而宏观的目标。服务员小陈通过餐饮这个小小的窗口,展现了当代河南青年的风采,让我们也和客人一起祝愿:河南的明天会更好。

模块二

餐饮部产品的经营特点



实训目标

1. 了解餐饮产品的生产特点。
2. 理解餐饮产品的销售特点。
3. 理解餐饮产品的服务特点。

认识 1 理解餐饮产品的生产特点

餐饮部作为酒店中唯一生产产品的部门,既生产有形的实物产品,又生产无形的服务产品(如良好的就餐环境和热情礼貌的接待服务等)。与一般的产品相比,具有不同的特点。

一、产品种类多、批量小且难以保存

餐饮菜点产品的花色品种有数千种,如中餐菜式就有广东菜、山东菜、四川菜及江苏菜四大菜系之分,也有八大菜系之说;西餐菜式有法、意、英、德、俄等国菜式;亚洲还有日本料理、东南亚菜式、韩国菜式等。每一个菜系都有数千个品种,而每一个品种的制作方法又不尽相同。再加上众口难调,所以,一般的餐饮企业要为宾客提供的菜点品种必须多达几十种,甚至数百种。不过,由于每一位宾客需要的品种较少,且数量较少,使得餐饮企业多数产品不可能批量生产,这就给餐饮产品质量的持久稳定带来很大困难。另外,菜肴等食品一经出炉,其色、香、味、形等质量指标就会随着时间的延长而降低。因此,要想保证产品质量,餐饮产品应以现做现售、即刻食用为佳。当然,除了餐饮产品成品的质量难以储存外,制作餐饮产品所用的原料也是不易保存的,如使用最多的鱼类、肉类、禽类、蔬菜类等各种鲜活原料。而这些原材料的质量好坏会直接影响成品的质量,所以原材料的购买一定要根据菜单,并结合菜点的销售情况、成本和利润情况,否则可提供产品的品种多,但客人在购买时选择的品种较少,数量较小,而绝大多数产品不能批量生产,会给餐饮的质量控制和成本控制带来很大的难度。

二、产品生产时间很短,属于一次性消费

餐饮生产必须在客人进餐厅点菜后才开始进行,时间上有其特殊性,属于现点、现做、现消费。原则上客人所要食品品种确定后 20~30 分钟内必须送到客人餐桌上。从宾客点菜到烹制、消费、结账等一系列活动完成所花费的时间也非常短促,一般大概 1~2 个小时。

同时,客人的餐饮产品消费是一次性的。它既不像客房的家具、布草可以反复使用,又不比整瓶酒水的销售,客人付账后一次消费不完,可暂时寄存在餐厅内供日后继续饮用,因此对餐厅厨师和服务人员要求较高,即要求在较短时间内为客人提供满意的产品与服务。



三、产品生产量难以预测,且产品信息反馈快

菜点的生产是先有宾客订货而后进行生产,然而宾客经常受到天气、季节、交通、节假日等因素的影响而决定是否到餐厅用餐,这就使菜点的生产量难以准确预计,导致餐饮产品的生产量随机性很强,产量难以预测,从而给厨房的备料、人员安排和管理等餐饮生产的计划性带来一定困难。一般来讲,餐厅的管理者会根据以往的销售资料和生产经验来作出较为准确的预测。因此,要想既保证相对稳定的客源,又不断吸引新的客人,除了提供物美价廉的菜肴和优质服务外,还要进行积极的产品促销。酒店餐饮部可在自助餐和宴会方面多想办法,力求批量生产。

另外,由于客人的消费时间较短,所以餐饮企业较容易即刻得到客人对餐饮产品的反馈信息。如有些餐馆的厨师都编号上岗,客人的每一道菜都标有厨师的编号,客人对产品有什么意见,可以通过服务员将信息反馈给产品制作人,以及时掌握客人的喜好。同时,客人也可以通过编号了解各厨师的烹调技术和口味特点,以便再来就餐时选择适合自己口味的厨师为自己烹调,这种做法无形中强化了厨师的责任感,同时也提高了客人的尊崇感。

四、生产过程的管理难度较大

餐饮生产一方面是对厨师技术性操作的艺术展现(其构成了饮食文化的重要部分)。尤其在中餐产品的生产过程中,由于菜品多样、制作方法多样且复杂,因此以厨师手工操作为主,如面点制作、拼盘造型等许多技术在相当一段时间内,不可能用机械化生产来替代。另一方面,就餐饮产品中的服务产品而言,也会因种种主观因素的影响存在不可预见性和不稳定性,任何一个环节出现差错都会影响餐饮产品的质量,给餐饮生产过程的管理带来困难,这就直接导致菜点本身质量具有不稳定性,进而影响餐饮企业的经济效益和社会声誉。例如:(1)同样的烹饪原料,由于产地不同、季节不同,在烹饪加工中也会发生不同的变化。(2)菜点生产以手工为主,手工生产具有模糊性和经验性,造成生产人员对菜点要求不同。每一位厨师的技术都存在差异,所做菜点的质量就各有不同;即使是同一位厨师,往往因为体力、情绪、环境等因素影响,同样会生产出不同质量的产品。(3)菜点生产具有一定的协作性,因为一道菜点需要数人共同协作才能制作完成,如果上一道工序不合格,就会影响下一道工序的质量,以致整个产品的质量都受到影响。在生产过程中,任何一个环节出错,都会影响餐饮产品的质量及企业的效益。

认识 2 理解餐饮产品的销售特点

一、销售量受时间和活动场所的限制

我国传统餐饮经营有“午餐是银,晚餐是金”一说,许多酒店餐饮将其经营的黄金时间定位于晚上。在这种理念的倡导下,餐饮销售受时间的限制,一般在早、中、晚的就餐时间,餐厅里客人人数较多,但就餐时间一过,餐厅中客人人数锐减,甚至没有客人,这就决定了餐饮销售时间的集中性。针对餐饮销售的这个特点,餐饮企业可以通过增加服务项目(如送餐服务)延长营业时间(如夜间供餐)等方法提高餐饮的销售量,增加收入。同时,餐厅空间的大小、餐厅的交通方便程度、停车场规模大小、内部及周边环境好坏也会对产品的销售量产生影响。如餐厅营业面积大、餐位多、交通便利、停车场容量大、内部及周边配套雅致,餐厅销售量相对就大。所以餐厅必须在已确定的硬件条件下,提高服务效率,创设最佳条件,提高座位利用率、周转率及



人均消费,提高餐饮部的经济效益。

二、餐饮固定成本及变动费用较高

除了有食品原材料成本外,所必需的其他成本费用较高,如设施设备、劳动力成本及水、电、气的消耗成本等。这就使得餐饮经营的日常开支比较重大。餐饮企业针对这一问题可通过开源节流、节能降耗来进一步提高原材料的综合使用率,降低各项费用支出,以便增加有效收益。

三、餐饮销售毛利率较高,资金周转较快

餐饮收入减去原材料及调料成本成为毛利,星级酒店的毛利率一般在 50%~60% 之间,营业利润高。不过,尽管如此,餐饮收入可变性也很大,这个可变性是指销售额波动幅度大,销售额的波动会直接影响餐厅的毛利收入。因此,餐饮企业必须采取有效的措施确保销售额的稳定。

另外,由于餐饮产品制作快,客人消费快,绝大多数用现金结账,这就意味着用现金购买的原材料费用当天就可以收回,因此资金周转较快。而且回收的现金很快就可以用来扩大再生产,也会在采购、销售过程中起到良性循环的作用,因此这一特点对于提高经济效益的帮助也是显而易见的。

认识 3 理解餐饮产品的服务特点

一、无形性

餐饮服务包括凝结在食品和酒水上的厨师技艺、餐厅的环境、餐前与餐后的服务工作等,其重要特征之一就是无形性。众所周知,任何一种服务都不可能量化,餐饮服务也不例外。餐饮服务是在就餐宾客购买并享用餐饮产品后,凭生理和心理满足程度来评估其质量的优劣。餐饮服务的无形性给餐饮经营带来了困难,比较随意的服务员必须接受专业化与灵活性的服务训练,有效应对不同类型的宾客,向他们提供有针对性的个性化服务,尽可能满足他们不同的消费需求。

二、一次性

餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次使用、当场享受,过时则不能再享用。所以,任何一次餐饮服务的生命周期都是短暂而有限的。当客人用餐时间一过,服务对象就发生变化,而该服务也就结束了。这恰似酒店的客房和航空公司客机的座位一样,如当晚不出租、当班不满座,那么酒店或航空公司失去的是无法弥补的收入。所以,要注意接待好每一位宾客,给他们留下良好的印象,从而使宾客再次光顾,巩固现有的客源市场,并不断开拓新的客源市场。

三、同步性

同步性也称直接性。餐饮部大部分饮食品的生产、销售、消费是同步进行的,餐饮产品的生产服务过程也是宾客的消费过程,即现生产,现销售。同步性决定了服务人员要在短时间内赢得客人,以优质服务促进餐饮产品的销售。

四、差异性

一方面,餐饮服务是由餐饮部工作人员通过手工劳动来完成的,而每位工作人员由于年龄、性别、性格、受教育程度及其职业培训程度等方面的不同,他们为宾客提供的餐饮服务也不尽相同;另一方面,同一服务人员在不同的场合,不同的情绪,不同的时间,其服务方式、服务态度等也会有一定的差异,这就是餐饮服务的差异性。



思考与练习

1. 餐饮部在生产上有什么特点?
2. 餐饮部在销售上有什么特点?
3. 餐饮部在服务上有什么特点?
4. 比较一般商品与餐饮产品的区别。
5. 如何理解餐饮部产品的产销特点?



案例分析

李先生和他 70 多岁的母亲来到酒店餐厅用餐,刚下车,李先生便走到她身旁搀扶着,原来老人的行动不太方便。这一细节被迎宾员小郭看到了,于是,她快步走出大门,微笑着来到老人面前说道:“老奶奶,您慢点,我来搀扶您吧。”到了餐厅的大门口,小郭立即将旋转门的速度放慢,让老人安全地走进了餐厅。进了餐厅小郭还专门为老人安排了一个出入方便的位置,然后微笑着离开了。待李先生及母亲用完餐准备离开的时候,小郭又细心地把老人送出了餐厅,当老人准备上车时,小郭不仅为老人拉开了车门,又将老人的双腿扶进车里,帮老人把大衣掖好,最后将车门轻轻地关上。小郭这一系列服务使李先生和他的老母亲非常感动,他们连连称赞说:“你们的服务太好了,下次我们还来这儿!”

思考:

1. 小郭为何得到李先生和他母亲的赞赏?
2. 你从这则案例中得到哪些启示?

模块三

餐饮部的组织结构与管理职能



实训目标

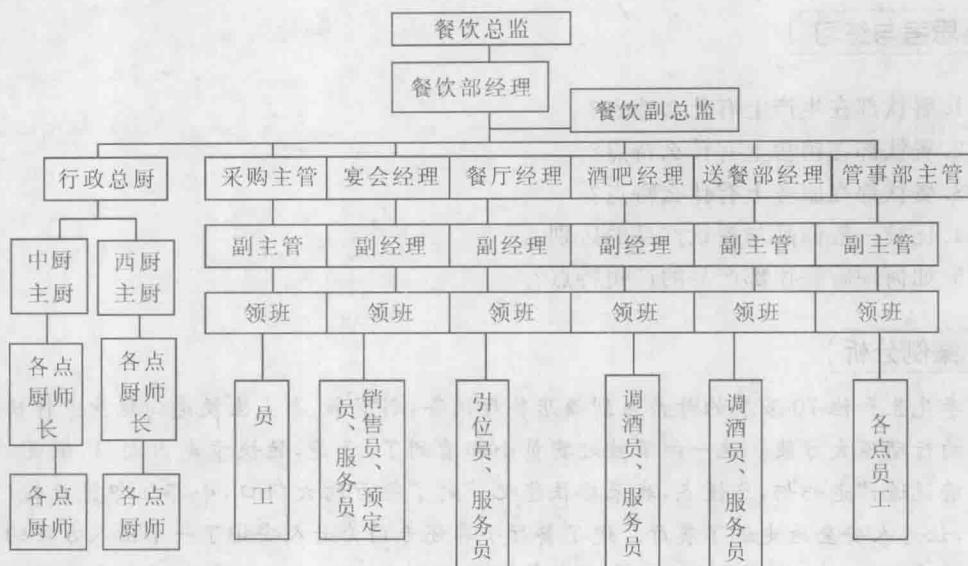
1. 了解大中小型酒店餐饮部的组织结构。
2. 理解餐饮部各部门的管理职能。

知识 1 了解大中小型酒店餐饮部组织结构的一般模式

餐厅组织结构是针对本餐厅的经营目标,为筹划和组织餐饮产品的产、供、销活动及其过程中突发状况的应对而设立的专业性业务管理机构。组织结构是有效开展业务经营活动的组织保证。餐饮业组织结构的具体形式主要受企业规模、接待能力、餐厅类型等因素的影响,其一般模式主要有以下几种:

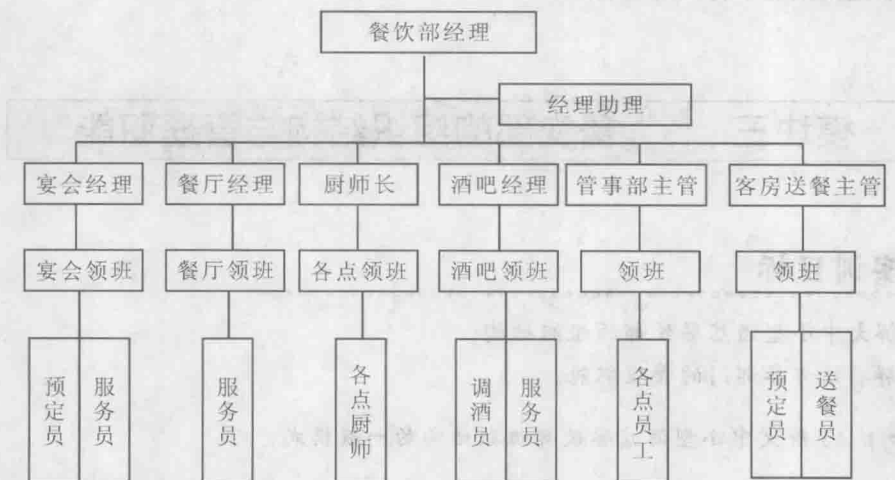
一、大型酒店餐饮部的专业化模式

大型酒店餐饮部一般结构复杂,层次多,分工明确细致,其结构形式如下图所示:



二、中型酒店餐饮部的复杂模式

中型酒店餐饮部一般规模比较大,餐厅类型比较齐全,厨房与餐厅配套、内部分工比较精细,餐饮经营管理组织结构相对复杂。其结构形式如下图所示:



三、小型酒店餐饮部的组合结构

大部分小型的餐饮组织都会采取简单型的结构,其特点是组织结构图扁平化决策权操控在一个人的手里,并且做决策大多以口头传授的形式,比较不正式。其结构形式如下图所示: