



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21

世纪高职高专规划教材★旅游与酒店管理系列

总主编 ◎ 魏小安

CANYIN FUWU YU GUANLI SHIWU

餐饮服务与管理实务

(第三版)

沈建龙 ◎ 编著

 中国人民大学出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列

总主编 魏小安

餐饮服务与管理实务

(第三版)

沈建龙 编著



中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮服务与管理实务/沈建龙编著. —3 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 5
普通高等教育“十一五”国家级规划教材 21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列
ISBN 978-7-300-15862-4

I. ①餐… II. ①沈… III. ①饮食企业-商业服务-高等职业教育-教材②饮食业-企业管理-高等职业教育-教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 105792 号



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
21 世纪高职高专规划教材·旅游与酒店管理系列

总主编 魏小安

餐饮服务与管理实务 (第三版)

沈建龙 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京七色印务有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 17

字 数 361 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2003 年 2 月第 1 版

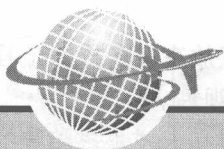
2012 年 6 月第 3 版

印 次 2012 年 6 月第 1 次印刷

定 价 32.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



总序

随着我国国民经济的迅速发展和人民生活水平的不断提高,旅游日渐成为大众越来越乐意选择的一种休闲娱乐方式。其地位的提升和巨大的社会需求将成为推动旅游职业教育发展的重要力量。自十六大以来,党中央提出了科学发展观,明确了以人为本的理念,着力调整了多年以来以GDP增长为导向的发展战略,开始从国计到民生的转变。而旅游恰恰就是民生的重要组成部分。在从重视国计转向重视民生的过程中,旅游地位的进一步提高,必将推动旅游职业教育的快速发展。如果考虑到旅游与休闲之间的融合前景,考虑到整个休闲体系的完善、发展对高素质专门人才的需求,我们可以预言:未来若干年内,旅游职业教育的发展前景将无比光明。

根据国家旅游局的统计,到2004年底,全国已拥有旅游院校1313所,且各个省(自治区、直辖市)许多高等学校都开设了旅游类专业,在校学生达57.86万人。如果仅仅从规模和数量上看,这大体能够适应我国旅游业的发展现状,但若从专业细化角度看,我们现在的旅游教育显然还无法满足旅游发展变化的需要,尤其无法满足休闲产业发展的需要,而休闲需求将是旅游业未来重要的发展方向。假如有一批经过专业化教育的高职毕业生进入酒吧、咖啡屋等休闲企业,那整个城市休闲体系的人员素质就会大幅度提高,休闲产业集群自然也就形成了,专业设置的回旋余地自然也就更大了。因此,旅游管理专业应该少搞些大而化之、笼而统之的课程,而是应该根据实际需要细化课程设置。采取市场需求扩大了就多培养,需求减少就少培养的方针。

实际上,旅游院校的实质就是提供旅游教育产品的供应商,需要研究生产什么、生产多少、怎么生产、为谁生产等基本问题。旅游职业教育同样面临着这样的问题,同样需要不断提高培养质量,强化培养途径。在这两个层面上我们还有很长的路要走。一方面,中国要从旅游大国真正变成旅游强国,必须具备相应的人才竞争力。而我们过去主要抓的是人才的数量,对人才的质量问题重视不够。另一方面,在整个旅游教育体系中,旅游职业教育是薄弱环节,没有很好地结合职业教育自身的特点来制定相应的培养目标与模式,没有很好地进行课程与教材体系的设计。如果旅游教育不能真正培育出高质量的人才,旅游经济的发展必然会受到制约,旅游职业教育的路也就难以持续走下去。

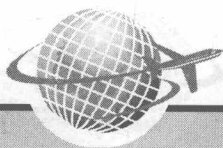
要抓好旅游职业教育,课程体系构建和教材的建设是关键。当然,教师队伍建设、实践教学基地建设也是办好旅游职业教育所不可或缺的。但是作为知识和思想的载体,以及来自实践又能指导实践的理论概括的教材,其既具有基础性又具有前瞻性的特点,使得它成为高质量人才培养的首要保证。正是基于这样的认识,为了解决现行旅游职业教育教材建设中存在的沿用本科思路、与本科教材雷同较多、适用性差等问题,在中国人民大学出版社的支持下,我们组织了一批从事旅游专业教学和实践的业界专家,即双师型人才,从教材选择、教材配套、编写体例、内容安排等方面都作了大胆改革,花大力气推出了这套高职高专旅游与酒店管理系列教材。这套教材的主要特点有两个:

(1) 实用性强, 在基本理论够用的前提下, 本套教材把叙述重点放在实务操作流程的介绍上, 在行文中尽量多使用图表、图例, 以增加内容的形象性和直观性。

(2) 在课程体系构建上进行大胆探索, 尤其是根据对旅游业发展和人才需求趋势的预测, 开发了《“三吧”服务与管理》、《餐饮连锁经营与管理》等新的课程教材。这一具有一定前瞻性的课程设计, 将有利于培养和提高旅游职业院校学生的就业能力。

当然, 作为高职高专旅游与酒店管理教材改革与创新的尝试, 本系列教材总会存在这样或那样的不足, 在教材体系的构建中也难免存在某些局限性。为此, 真诚地希望各位专家、教师和广大的高职高专学生提出宝贵的意见, 以期通过不断的修订、完善, 把该系列教材打造成一个真正的精品。

魏小安



第三版前言

本书自 2007 年修订再版以来,因其较好地体现了理论联系实际、注重培养学生的实践技能和职业能力的高职教学指导思想而深受广大师生欢迎。为进一步适应餐饮业发展需要,更加完善本课程体系,在广泛调研的基础上,我们推出了第三版。

本次修订保留了第二版的基本框架,修订的主要内容如下:

1. 细分了餐饮服务与管理的内容,将原书中的“餐厅服务艺术”细分为“餐厅设计”、“中餐厅服务”、“西餐厅服务”等三章,以进一步强化学生的实践能力和创新、创业能力。

2. 增加了“客房送餐服务”、“会议服务”等星级饭店或餐饮企业的实际经营内容,以更好地增强学生的职业能力和就业能力。

3. 根据餐饮企业的业务环节调整了管理内容的先后顺序,如将“餐厅管理”放到了最后。

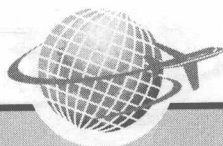
4. 删去了“餐饮业的营销”、“餐饮成本费用控制”等章节,以避免与本专业的“市场营销”、“财务管理”等课程内容重复。

在本书的修订过程中,我们查阅参考了大量的资料,并得到了浙江旅游职业学院领导和大量星级饭店及餐饮企业的大力支持和帮助,在此一并表示谢意。

由于作者水平有限,书中的不足和错漏之处在所难免,敬请读者批评指正。

沈建龙

2012 年 4 月



第一版前言

中华民族创造了光辉灿烂的饮食文化，在世界饮食史上一直声誉远播。随着社会的进步与人民生活水平的提高，人们对饮食的要求越来越高，这就要求餐饮业的从业人员提高自己的素质，以适应现代餐饮业的发展需要。对实践性很强的餐饮业来说，高素质人员的培养在很大程度上取决于旅游教育的发展。

教育部在《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》中指出：“教材建设工作是整个高职高专教育教学工作中的重要组成部分。改革开放以来，在各级教育行政部门、学校和出版社的共同努力下，各地已经出版了一批高职高专教育教材，但从整体上看，具有高职高专教育特色的教材极其匮乏，不少院校尚在借用本科或中专教材，教材建设仍落后于高职高专教育发展的需要。因此，加强领导，加大对教材的建设力度，是今后一段时间内高职高专教育工作的重点之一。”为了落实教育部关于高职高专教材建设的精神，以及适应和满足我国旅游类高职高专餐饮管理教学的需要，我们编著了《餐饮经营与管理实务》一书。

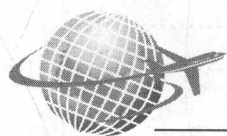
本书的特点是：第一，针对性。即针对高职高专旅游管理或饭店管理专业学生培养目标和实际需要，强调理论联系实际。在理论上以必须、够用为度，在实践上着重培养学生的技术应用能力和创新能力。第二，实用性。本教材在内容安排上，结合了餐饮企业的各个经营环节和管理实际，具有很强的可操作性，而且内容详实、要点突出。第三，先进性。本书在编写过程中吸收了大量的国内外餐饮企业管理的先进经验，反映了餐饮业实践和研究的新成果。因此，本书既可作为高职高专旅游管理或饭店管理专业学生的教材，也可作为餐饮企业及饭店餐饮部管理人员的培养教材或自学用书。

本书由浙江旅游职业学院饭店管理系沈建龙副教授编著。在本教材的编写过程中，得到了诸多相关院校、饭店、餐馆的大力支持和有益帮助，在此一并表示感谢。

由于编者水平有限，经验不足，书中错漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

沈建龙

2003年1月



目 录

Contents

第一章 概述	1
第一节 餐饮概述	3
第二节 餐饮企业的组织机构和主要职能	7
第三节 餐饮从业人员的素质要求	9
第四节 餐饮业的发展趋势	12
第二章 餐厅服务技能	17
第一节 托盘操作	19
第二节 摆台	20
第三节 餐巾折花	25
第四节 酒水服务	29
第五节 菜肴服务	32
第六节 撤换餐用具	36
第三章 餐厅设计	39
第一节 餐厅概述	41
第二节 餐厅的空间设计	45
第三节 餐厅的环境设计	47
第四章 中餐厅服务	53
第一节 餐前准备工作	55
第二节 中餐厅服务规程	57
第三节 中式菜肴知识	64
第五章 西餐厅服务	71
第一节 西餐厅概述	73
第二节 西式早餐服务	76
第三节 西式正餐服务	79
第四节 自助餐服务	86
第五节 客房送餐服务	88
第六节 西式菜肴知识	90
第六章 宴会与会议服务	95
第一节 宴会概述	97

第二节	宴会服务	101
第三节	会议服务	115
第七章	酒吧服务及酒水知识	119
第一节	酒吧概述	121
第二节	酒吧服务	123
第三节	酒水知识	127
第八章	菜单管理	141
第一节	菜单设计与制作	143
第二节	菜单定价	149
第九章	餐饮原料管理	179
第一节	餐饮原料采购管理	181
第二节	餐饮原料验收管理	191
第三节	餐饮原料库存管理	195
第十章	厨房管理	203
第一节	厨房概述	205
第二节	厨房的设计与布局	210
第三节	厨房业务管理	220
第十一章	餐厅管理	231
第一节	餐饮服务质量管理	233
第二节	餐厅人力资源管理	241
第三节	餐厅设备用品管理	247



第一章



概述

学习目标

通过本章的学习，学生应该掌握：

- 1. 餐饮产品的特点；
- 2. 餐饮企业的组织机构和主要职能；
- 3. 餐饮从业人员应具有的能力和素质；
- 4. 餐饮业未来的发展趋势。



导入案例

在某高档餐厅里,几位客人簇拥着一位雍容华贵的老太太迎面走来,服务员小韩热情地拉椅让座,并为老太太斟上一杯绿茶。不料老太太眉头一皱,抱怨道:“你怎么知道我要喝绿茶?现在告诉你,我喜欢喝红茶。”小韩是一位训练有素的服务员,面对挑剔的老太太,她在一愣后立刻客气而又礼貌地说:“太太,这是我们餐厅特意为你们准备的新上市的绿茶,餐前喝绿茶可清火开胃,尤其适合老年人。如果您喜欢喝红茶,我马上为您送来。”几句话便消除了紧张气氛,客人们满意地笑了。

[评析]

餐厅接待的客人性格各异,他们对餐饮服务的要求也各不相同。因此,要做好餐厅服务工作,赢得更多的客人,餐厅服务人员应有意识地培训自己成为人际交往的行家。首先,餐厅服务人员应明确自己的社会角色要求,认识到自己所从事的服务工作与其他工作一样,既是自食其力和谋生的手段,也是为社会做贡献的机会;同时还应认识到客人是餐厅生存与发展的基础,只有满足客人的需要,餐厅才有可能获得良好的经济效益与社会效益,从而自己才有发展的机会。其次,餐厅服务人员要善于控制自己的情绪和情感,保持良好的心境,为客人提供热情服务。再次,餐厅服务人员应不仅为客人提供规范化服务,而且还提供情感服务。最后,在服务过程中,服务人员应灵活应变,要掌握与客人交流及和谐相处的技巧。本例中,小韩面对老太太的挑剔,临场不乱,灵活应变,既顾及了施老太太的需要,又体现了餐厅的优质服务,最终使客人感到满意。

第一节 餐饮概述

西方的先哲,如苏格拉底、柏拉图、亚里士多德,或康德、黑格尔,似乎都不谈有关饮食的问题。而中国的圣贤、哲人,几乎个个都要谈及这个话题,如《孟子·告子上》中提到:“食色,性也。”《礼记·礼运》中称:“饮食男女,人之大欲存焉。”孔子发表过“食不厌精,脍不厌细”的议论,足以证明他对吃极为重视。孟子也有“口之于味,有同嗜焉”的论断。司马迁在《史记·酈生陆贾列传》中写到酈食其对刘邦说:“王者以民人为天,民人以食为天。”颜之推的《颜氏家训》则这样说:“夫食为民天,民非食不生矣。”这些关于吃的论述,充分证明了饮食在中国历史文化中占据着重要的地位和特殊的分量。

人虽然不是为了吃而活着,可人要活着就一天也离不开吃。餐饮是人类生存与发展的基础,也是人类生活中最基本、最重要的活动。随着社会生产的发展及人们价值观的改变,人类对餐饮及其服务的要求越来越高。餐饮业的发展水平不仅反映着一个国家或地区的经济发展水平及开发、利用自然资源等方面的能力,而且也体现着该国家或地区的物质文明和精神文明的发展程度。

一、餐饮服务与管理的目标

餐饮从业人员必须明确餐饮服务与管理的目标与要求,这是搞好餐饮服务与管理的基础。餐饮服务与管理的目标主要包括以下方面的内容。

(一) 营造怡人的进餐环境

餐饮服务设施,不仅要满足宾客的生理需求,还要能满足其精神需求,如自豪感、享受感等。心理学研究表明,人们判断一件事物的好坏,大多数是通过感觉器官来进行的,所以餐饮管理者首先应营造一个舒适、怡人的进餐环境,以便给客人留下一个良好的第一印象。营造怡人的进餐环境包括:餐饮服务设施的装饰、布局要与饭店等级协调一致;灯光、色彩应柔和、协调;家具、餐具必须配套并与整体环境呼应;环境卫生必须符合卫生标准要求;服务人员的仪表仪态应符合饭店要求;餐饮服务设施的温、湿度应宜人;等等。

(二) 供应适口的菜点和酒水

宾客的口味各异,且其对菜点、酒水的质量评判以适口为准,为此,餐饮管理者应了解市场需求及宾客的消费趋向,供应的菜点、酒水品种应符合目标市场的需求;食品原料的采购必须符合饭店的规格标准;厨房制作必须照顾宾客的不同口味要求;原料采供、厨房生产、餐厅服务等环节应密切配合,一旦出现问题,能及时解决。

(三) 提供优质的对客服务

适口的菜点、酒水,只有配以优质的对客服务,才能真正满足宾客的餐饮需要。虽然优质的服务不能掩盖或弥补粗劣的菜点酒水带给客人的不满,但适口的菜点酒水肯定会因不良的服务变得难以下咽。由此可见,对客服务在某种程度上比美味佳肴更能影响客人的印象。优质的对客服务包括良好的服务态度、丰富的服务知识、娴熟的服务技能和适时的服务效率等。

(四) 取得满意的三重效益

餐饮服务与管理的最终目标是获取效益,效益是衡量餐饮经营成败的标准。餐饮服务与管理的三重效益是指社会效益、经济效益和环境效益。社会效益是指餐饮经营给企业带来的知名度和美誉度,它可以为企业赢得客源,并增强企业的竞争能力;经济效益是指餐饮经营给企业创造的利税(绝对效益)以及由餐饮带来的企业其他设施的宾客消费(相对效益),如2011年浙江省的星级饭店营业收入中,餐饮收入占44%;而环境效益是指餐饮企业因采取各种节能环保措施而获得的效益,它同时使企业具备可持续发展的能力,也是企业社会责任感的具体体现。

二、餐饮产品的特点

餐饮产品的生产、销售与其他商品相比存在一定的区别,有其自身的特点。

（一）餐饮产品的生产特点

餐饮企业既生产有形的实物产品，如各种美味佳肴、酒水饮品，又生产无形的服务产品，如优良的就餐环境和热情周到的接待服务。与其他产品的生产相比，餐饮产品的生产具有不同的特点。

1. 餐饮产品规格多，每次生产批量小

只有客人进入餐厅点菜后，餐饮企业才能组织菜肴的生产与销售。这就意味着餐饮产品的生产与销售基本同步，而不能先生产后销售。因此，菜肴的生产与其他工业产品大批量、统一规格的生产是明显不同的。这给餐饮生产的统一标准与质量管理带来了许多问题。

2. 生产过程时间短

餐饮产品的生产、销售与客人的消费几乎同时进行，而且客人从点菜到消费的间隔时间相当短暂。这对厨师的经验与技术是一个很大的考验，对服务员直接推销和对客服务也是一大挑战。

3. 生产量难以预测

如何预测就餐客人何时来、来多少人、消费什么餐饮产品等，一直是困扰餐饮管理者的问题。大多数客人是不通过预订而直接上门来消费的，因此，客人的消费需求很难准确预估，餐饮产品产量的随机性强，且难以预测。

4. 餐饮原料及产品容易变质

相当一部分餐饮产品是用鲜活的餐饮原料制作的，具有很强的时间性和季节性，若处理不当极易腐烂变质，因此，必须加强原料管理才能保证产品质量并控制餐饮成本。

5. 餐饮产品生产环节多，管理难度大

餐饮产品的生产涉及餐饮原料的采购、验收、储存、加工、烹制以及餐厅服务、收款，整个生产过程的业务环节较多，任一环节的差错都会影响餐饮产品的质量及企业的效益，因此，餐饮产品生产过程的管理难度较大。

（二）餐饮产品的销售特点

餐饮产品具有不可储存的特点，因此，与其他工业产品相比，其销售也有自身的特点。

1. 餐饮销售量受餐位数量的限制

餐饮企业接待的客人数量受营业面积大小、餐位数多少的限制。在餐位全部满座的情况下，餐厅不能再扩大销售量。因此，餐饮企业必须改善就餐环境，提高餐位利用率，增加就餐客人的人均消费额。

2. 餐饮销售量受进餐时间的限制

人们的就餐时间有一定的规律。就餐时间一到，餐厅高朋满座，而就餐时间一过，餐厅则门可罗雀。餐饮产品的销售具有明显的间歇性。因此，餐饮企业应通过增加服务项目、延长营业时间等方法来努力提高餐饮销售量。

3. 餐饮固定成本及变动费用较高

餐饮企业的各种餐厨设备、用品的投资较大，且人力资源费用、能源费用、原料成本

等支出也较高。因此,餐饮企业应想方设法控制固定成本与变动成本,以提高企业的经济效益。

4. 餐饮经营的资金周转较快

餐饮企业的经营毛利率较高,且相当一部分餐饮销售收入以收取现金为主,而大部分餐饮原料为当天采购、当天销售,因此,餐饮企业的资金周转较快。

(三) 餐饮服务的特点

餐饮服务是餐饮企业的员工为就餐客人提供餐饮产品的一系列活动。餐饮服务可分为直接对客的前台服务和间接对客的后台服务。前台服务是指餐厅、酒吧等餐饮营业点面对面为客人提供的服务,而后台服务则是指仓库、厨房等客人视线不能触及的部门为餐饮产品的生产、服务所做的一系列工作。前台服务与后台服务相辅相成,后台服务是前台服务的基础,前台服务是后台服务的继续与完善。餐饮服务的特点有以下几个。

1. 无形性

无形性是服务产品的共性。尽管餐饮产品是具有实物形态的产品,但它仍具有服务产品的无形性特点,即看不见、摸不着,且不可能数量化。餐饮服务的无形性是指就餐客人只有在购买并享用餐饮产品后,才能凭借其生理与心理满足程度来评估其优劣。

事实上,大多数餐饮消费者选择一家餐厅时,往往只凭他们所得到的有关这家餐厅的信息,如从广告、亲朋好友的“鲜美可口、清洁卫生、价廉物美、环境优美”的宣传介绍,便做出购买的决定。至于选择正确与否,他们只能在亲临餐厅、享用之后,凭生理、心理的满足度来评估、判断。

正是无形性这一特性决定了餐饮产品的无专利性,因此,餐饮企业必须明确餐饮产品的革新、创新之重要;餐饮管理者也必须充分认识到餐饮产品的生命周期是极其短暂的。

2. 一次性

餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次享用,过时则不能再使用。这与航班的座位、饭店的客房、电影院的座位一样,当飞机空着一半机位起飞、饭店一天只租出去 $1/3$ 的客房、午场电影准时放映而偌大的电影院却只来了十几位观众时,飞机的空位、饭店的空客房、电影院的空位便成了无法挽回的损失。因为它们永远失去了这一天的销售机会,即使第二天客满也无济于事,前一天失去的收入永远无法弥补回来。同理,餐饮服务的一次性特征要求餐饮企业应接待好每一位客人,提高每一位就餐客人的满意程度,这样才能使他们再一次光临,从而实现餐厅每天都宾客盈门。

3. 直接性

餐饮服务的直接性是指餐饮产品的生产、销售、消费几乎是同步进行的,即企业的生产过程就是客人的消费过程。这意味着餐厅既是餐饮产品的生产场所,也是餐饮产品的销售场所,因而要求餐饮企业既要注重服务过程,也要重视就餐环境。

4. 差异性

餐饮服务的差异性主要表现为两个方面:一方面,不同的餐饮服务人员由于年龄、性别、性格、受教育程度及工作经历的差异,为客人提供的服务肯定不尽相同;另一方面,同一服务人员在不同的场合、不同的时间,其服务态度、服务效果等也会有一定的差异。

这就要求餐饮企业应制定服务标准，并加强对服务过程的管理。

第二节 餐饮企业的组织机构和主要职能

为保证餐饮业务活动的顺利开展并达到预期的管理目标，就必须建立科学的组织机构，明确餐饮管理的职能。

一、餐饮企业的组织机构

熟悉并掌握餐饮企业的组织机构有助于所有餐饮人员明确自己在企业中的位置，从而能更好地沟通与协调。餐饮企业的组织机构因餐饮企业的规模、等级、服务内容、服务方式、管理模式等方面的不同而不同。常见的餐饮企业组织机构如图 1—1 所示。

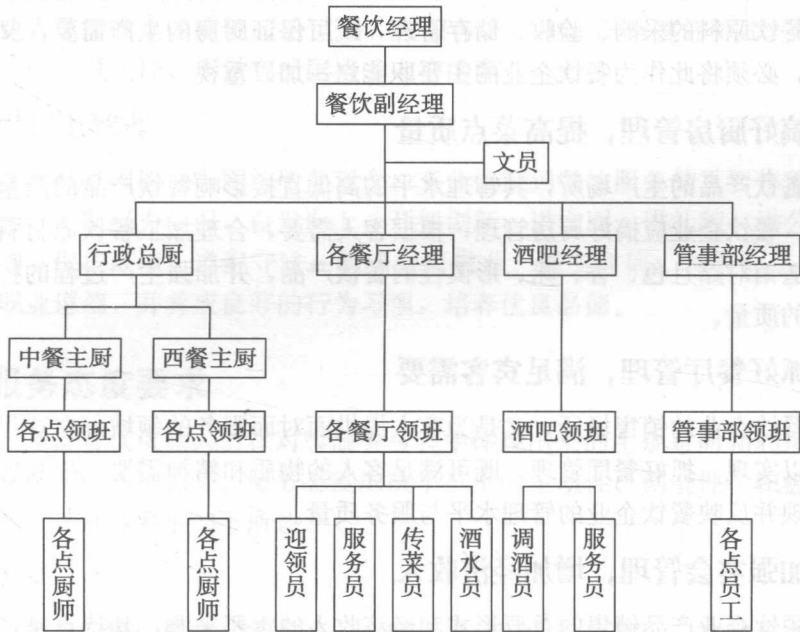


图 1—1 餐饮企业的组织机构

在一般情况下，餐饮原料的采购、验收、保管等业务由专职的采供部负责，而各营业点的收款工作则由专职的财务部负责。

二、餐饮企业的主要职能

餐饮管理的任务是全面筹划餐饮产品的产、供、销活动，组织客源，扩大销售，降低成本，提高质量，以满足客人需要，获得最大的经济效益。餐饮企业的主要职能如下所述。

(一) 掌握市场需求, 合理制定菜单

要满足客人对餐饮的需求, 首先必须了解餐饮企业目标市场的消费特点与餐饮要求, 掌握不同年龄、不同性别、不同职业、不同民族和不同宗教信仰的客人的餐饮习惯和需求, 并在此基础上制定出能够满足客人需求的菜单, 作为确定餐饮企业经营特色的依据与指南。这是餐饮企业的一项重要职能。

(二) 广泛组织客源, 扩大产品销售

客源是餐饮企业生存与发展的基础与前提, 只有广泛组织客源, 才能扩大餐饮产品的销售, 因此, 餐饮企业必须采取各种方法招徕并吸引客人前来就餐, 从而提高餐饮企业的知名度、美誉度和经济效益。

(三) 加强原料管理, 保证生产需要

餐饮原料的质量直接影响餐饮产品的质量, 而其价格又直接关系到餐饮企业的经济效益。加强对餐饮原料的采购、验收、储存管理, 既可保证厨房的生产需要, 又可降低餐饮成本。因此, 必须将此作为餐饮企业的主要职能之一加以重视。

(四) 搞好厨房管理, 提高菜点质量

厨房是餐饮产品的生产场所, 其管理水平的高低直接影响餐饮产品的质量和客人满意程度。因此, 餐饮企业应搞好厨房管理, 根据客人需要, 合理加工餐饮原材料, 组织厨师及时烹制出适销对路且色、香、味、形俱佳的餐饮产品, 并加强生产过程的控制, 努力提高餐饮产品的质量。

(五) 抓好餐厅管理, 满足宾客需要

餐厅是餐饮企业的销售场所, 又是为客人提供面对面服务的领域, 在这里餐饮产品的价值最终得以实现。抓好餐厅管理, 既可满足客人的物质和精神需要, 提高客人的满意程度, 又可体现并反映餐饮企业的管理水平与服务质量。

(六) 加强宴会管理, 增加经济收入

宴会 is 餐饮企业产品销售的重要形式和经济收入的重要来源, 其特点是产品一次性销售量较大, 质量要求较高, 经济效益较好。因此, 加强宴会管理, 包括中西餐宴会、冷餐会、酒会等的管理, 是餐饮管理的重要任务之一。

(七) 加强成本控制, 提高经济效益

餐饮企业应根据等级、客源市场的消费水平和经营目标等因素制定相应的成本标准, 按规定的毛利率确定菜肴的售价, 在满足客人需求的前提下, 保证餐饮企业的经济利益。因此, 餐饮企业应建立餐饮成本控制体系, 加强对餐饮生产全过程如采购、验收、库存、发放、厨房的粗加工、切配、烹制、餐厅销售等各环节的成本控制, 并定期对餐饮成本进行比较分析, 及时发现存在的问题及其原因, 从而采取有效的降低成本的措施, 最终提高餐饮企业的经济效益。