



旅游管理专业高职高专
“十一五”部委级规划教材

LUYOU GUANLI ZHUANYE JIAOCAI

CANYIN QIYE GUANLI

朱多生 黄文 主编

餐饮企业 管理



中国纺织出版社



WILEY-INTERSCIENCE
A JOHN WILEY & SONS, INC., PUBLICATION

WILEY-INTERSCIENCE

WILEY-INTERSCIENCE

WILEY-INTERSCIENCE

餐饮企业管理

WILEY-INTERSCIENCE



旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材

餐饮企业管理

朱多生 黄文 主编

编
委
会
名
单

副主编：周敏慧 屈凯

参 编：王旭东 周媛媛

王林峰 黄武

 中国纺织出版社

图书在版编目(CIP)数据

餐饮企业管理/朱多生,黄文主编. —北京:中国纺织出版社,2009.6
(旅游管理专业高职高专“十一五”部委级规划教材)

ISBN 978-7-5064-5560-2

I. 餐… II. ①朱… ②黄… 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(2009)第 035811 号

策划编辑:范琳娜 责任编辑:宋蕊 责任监印:刘强
封面设计:Z2 书籍装帧工作室

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail:faxing@c-textilep.com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2009年6月第1版第1次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:16

字数:288千字 定价:28.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

出版者的话



2005年10月,国发[2005]35号文件“国务院关于大力发展职业教育的决定”中明确提出“落实科学发展观,把发展职业教育作为经济社会发展的重要基础和教育工作的战略重点”。高等职业教育作为职业教育体系的重要组成部分,近些年发展迅速。编写出适合我国高等职业教育特点的教材,成为出版人和院校共同努力的目标。早在2004年,教育部下发教高[2004]11号文件“教育部关于以就业为导向 深化高等职业教育改革的若干意见”,明确了促进高等职业教育改革的深入开展,要坚持科学定位,以就业为导向,紧密结合地方经济和社会需求,以培养高技能人才为目标,大力推行“双证书”制度,积极开展订单式培养,建立产学研结合的长效机制。在教材建设上,提出学校要加强学生职业能力教育。教材内容要紧密结合生产实际,并注意及时跟踪先进技术的发展。调整教学内容和课程体系,把职业资格证书课程纳入教学计划之中,将证书课程考试大纲与专业教学大纲相衔接,强化学生技能训练,增强毕业生就业竞争能力。

2005年底,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级高职高专教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现职业技能培养的特点,在教材编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设

置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践,附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育和应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等直观形式反映生产实际的最新进展。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点、实践内容等制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

序

中国的旅游业在经过将近三十年的发展之后,已经步入了新的发展时期,我国已经完成了从旅游资源大国到亚洲旅游大国的转变,今后我国旅游业将要完成的是从亚洲旅游大国到旅游强国的转变,这是我国旅游业发展过程的一个关键性转变,要求我国的旅游业从粗放型外延式发展转变到集约型内涵式发展,从数量规模型发展转变为产品质量型发展。

伴随旅游业的快速发展,作为高等职业教育旅游专业重要的核心课程之一,餐饮企业管理技能日益成为衡量学生专业技能的重要方面。为此,他们有必要掌握和了解餐饮管理的基础知识和技能。在这样的背景下,我们组织相关专业人士编写了这本书。本书严格根据餐饮企业管理的一般特征进行编写,从餐饮企业的筹备、组建和经营管理三方面统筹安排,符合各层次人员的学习需求,既可以作为高等职业学校的教材,又可以作为餐饮管理人员的参考用书。

考虑到餐饮管理的复杂多变性,本书从理论和实践结合入手,系统地介绍了餐饮企业管理的基础知识。一反其他餐饮管理教材强调厨房或强调前堂的编排顺序,本书以原料在餐饮企业中的流动顺序安排其结构,具有较强的合理性。全书共分十章,第一章~第五章为餐饮企业开业前筹备期需要调研的工作,第六章~第十章以餐饮原料在企业内部流动的顺序依次进行安排采购、保管、厨房、前台、推销和成本等几个方面的管理。除此以外,还专门选择了与内容相关的案例进行分析,以提高读者学习过程中的直观性,使读者可以针对每章进行系统的回顾。

本书第一章、第三章为四川管理职业学院教师朱多生老师编写,第二章为中国劳动关系学院高职院周敏慧老师编写,第四章为浙江经济职业技术学院工商管理系王旭东老师编写,第五章、第六章为四川师范大学历史与旅游学院教师黄文编写,第七章为青城山四星级酒店鹤翔山庄餐饮部经理黄武编写,第八章为辽宁科技大学高等职业技术学院的王林峰编写,第九章为四川省高等烹饪专科学校酒店管理系周媛媛老师编写,第十章为黑龙江旅游职业技术学院基础教育部屈凯编写。在本书的编写过程中,参阅了大量有关餐饮管理的相关书籍、文献资料和相关案例,在此谨向编著这些著作、资料的专家、学者致以诚挚的感谢!

编者

2009年2月

《餐饮企业管理》教学内容及课时安排

章/课时	课程性质/课时	节	课 程 内 容
第一章 (4 课时)	理论概述(4 课时)		• 餐饮企业管理概述
		一	餐饮企业的类型
		二	餐饮企业的经营特点
		三	餐饮企业的组织机构
		四	餐饮企业的经营形式
		五	餐饮企业人员素质要求
第二章 (8 课时)	筹备阶段(32 课时)		• 餐饮企业筹备调研
		一	餐饮企业地理位置分析
		二	餐饮企业顾客行为分析
		三	餐饮企业竞争对手分析
第三章 (4 课时)			• 餐饮企业的餐厅和厨房设计
		一	餐厅设计与布局
		二	厨房设计与布局
第四章 (12 课时)			• 餐饮企业菜单管理
		一	菜单的作用与分类
		二	菜单的筹划与制作
		三	菜单的设计与实施
第五章 (8 课时)			• 餐饮企业员工管理
		一	确定餐饮企业员工的数量
		二	餐饮企业员工的招聘
		三	餐饮企业员工的培训
		四	餐饮企业员工的激励
		五	餐饮企业员工日常管理
第六章 (4 课时)		营业管理(38 课时)	
	一		原料采购管理
	二		原料验收管理
	三		原料储存与发放管理

章/课时	课程性质/课时	节	课 程 内 容
			• 餐饮企业厨房生产管理
第七章 (10 课时)		一	厨房组织形式
		二	厨房生产管理
		三	厨房卫生管理
		四	厨房安全管理
		五	厨房设备管理
第八章 (4 课时)	营业管理(38 课时)		• 餐饮企业服务管理
		一	餐饮企业优质服务
		二	餐饮企业服务管理
		三	餐饮企业服务各要素管理
第九章 (8 课时)			• 餐饮企业推销管理
		一	餐厅环境与推销管理
		二	餐饮推销活动管理
		三	宴会推销管理
第十章 (12 课时)			• 餐饮企业成本管理
		一	餐饮企业成本管理概述
		二	餐饮企业成本核算
		三	餐饮企业成本管理内涵
		四	餐饮企业价格管理

注 各院校可根据自身的教学特色和教学计划对课程课时数进行调整。

目 录

第一章 餐饮企业管理概述	1
第一节 餐饮企业的类型	2
一、按档次高低分类	2
二、按服务方式分类	2
三、按风味特色分类	3
四、按服务功能分类	4
五、按营业时间分类	4
第二节 餐饮企业的经营特点	5
一、餐饮生产的特点	5
二、餐饮销售的特点	6
三、餐饮服务的特点	6
第三节 餐饮企业的组织机构	7
一、餐饮企业组织设计的原则	7
二、餐饮企业的组织形式	8
第四节 餐饮企业的经营形式	10
一、独立经营方式	10
二、连锁经营方式	11
三、作为饭店一个部门的经营方式	12
四、依附经营方式	12
第五节 餐饮企业人员素质要求	12
一、餐饮管理人员素质	12
二、餐饮服务人员素质	15
第二章 餐饮企业筹备调研	19
第一节 餐饮企业地理位置分析	20
一、餐饮企业选址的原则和调查步骤	20
二、餐饮企业确定地理位置需要调查的内容	26
第二节 餐饮企业顾客行为分析	33

一、餐饮消费行为的含义和特点	33
二、餐饮消费者行为分析	34
第三节 餐饮企业竞争对手分析	37
一、竞争对手的确认	37
二、竞争对手基本情况调查	38
三、竞争对手经营活动分析	39
第三章 餐饮企业的餐厅和厨房设计	45
第一节 餐厅设计与布局	46
一、影响餐厅环境设计的因素	46
二、餐厅主题的确定	47
三、餐厅名称的选择	47
四、餐厅环境布置	48
第二节 厨房设计与布局	52
一、影响厨房布局的因素	52
二、厨房布局的实施目标	53
三、厨房的整体布局和环境要求	54
第四章 餐饮企业菜单管理	57
第一节 菜单的作用与分类	58
一、菜单的作用	58
二、菜单的种类	59
第二节 菜单的筹划与制作	65
一、不同阶段的菜单	65
二、菜单设计的原则与程序	67
三、菜单的基本内容	70
四、菜单的编排结构	73
五、菜单的外观设计	74
第三节 菜单的设计与实施	77
一、套餐菜单的特点与种类	77
二、中式宴会菜单的一般程式	77
三、宴席菜单的配菜原则	79
第四节 菜品的选择与创新	80
一、菜品选择	80
二、菜肴创新的原则与要点	84

三、菜肴创新的实施	86
第五章 餐饮企业员工管理	91
第一节 确定餐饮企业员工的数量	92
一、餐饮企业人员配备工作的任务和原则	92
二、确定餐饮企业人员的需要量	94
三、餐饮管理的组织机构与岗位责任书和标准服务规范	95
第二节 餐饮企业员工的招聘	97
一、餐饮企业员工的招聘途径	97
二、餐饮企业员工招聘计划	98
三、餐饮企业员工招聘实施	98
第三节 餐饮企业员工的培训	99
一、人员培训的意义	99
二、人员培训的目标	99
三、培训工作的特点、种类和基本程序	100
四、培训工作的内容	101
第四节 餐饮企业员工的激励	102
一、激励的性质	102
二、激励理论	103
三、激励员工工作积极性的方法	104
四、职工成绩的评估	107
第五节 餐饮企业员工日常管理	109
一、餐饮企业员工的分类	110
二、涉及变动成本的员工配备	110
三、涉及固定成本的员工配备	116
第六章 餐饮企业原料采购和储存管理	119
第一节 原料采购管理	120
一、原料采购的功能和组织	120
二、原料质量标准与选购要点	123
三、货源管理与原料采购	128
第二节 原料验收管理	135
一、原料验收管理基础工作	135
二、原料验收的程序和方法	136
三、双重验收控制	138

第三节 原料储存与发放管理	139
一、原料储存管理	139
二、原料发放管理	142
三、原料盘存管理	144
第七章 餐饮企业厨房生产管理	147
第一节 厨房组织形式	148
一、厨房的种类	148
二、厨房的组织机构和职责	148
三、厨房与其他部门的关系	152
第二节 厨房生产管理	152
一、厨房生产流程	152
二、厨房生产流程控制	154
第三节 厨房卫生管理	157
一、食品卫生的控制	158
二、厨房环境卫生的控制	159
三、厨房生产人员的个人卫生控制	159
第四节 厨房安全管理	160
一、食物中毒的预防	160
二、生产事故的预防	161
第五节 厨房设备管理	164
一、厨房设备的选购	164
二、厨房的主要工具和设备	165
三、厨房设备的管理	166
第八章 餐饮企业服务管理	167
第一节 餐饮企业优质服务	168
一、餐饮企业优质服务的意义	168
二、影响餐饮企业服务质量的因素	169
三、餐饮企业优质服务的原则	169
第二节 餐饮企业服务管理	171
一、餐饮企业服务管理的基础工作	171
二、餐饮企业服务控制	173
三、餐饮企业服务监督的检查	174
四、餐饮企业服务质量分析方法	177

第三节 餐饮服务各要素管理	179
一、餐饮企业管理的重要性	179
二、账单的管理	180
三、出菜口管理	183
四、收银员管理	183
五、酒吧销售管理	184
六、销售控制管理	184
七、餐饮销售报表	186
第九章 餐饮企业推销管理	187
第一节 餐厅环境与推销管理	188
一、餐厅内部推销	188
二、员工推销	190
第二节 餐饮推销活动管理	193
一、特殊活动推销	193
二、赠品推销	195
三、组织特殊活动与赠品推销	197
四、食品展示推销	198
第三节 宴会推销管理	200
一、宴会的潜在市场	201
二、宴会的特殊要求	201
三、宴会预订	202
四、宴会推销	204
第十章 餐饮企业成本管理	207
第一节 餐饮企业成本管理概述	208
一、餐饮企业成本管理的含义和作用	208
二、餐饮企业产品成本构成	208
三、餐饮企业成本管理的特点	210
第二节 餐饮企业成本核算	211
一、原材料成本核算	211
二、调味品成本核算	214
三、原材料耗用核算	215
第三节 餐饮企业成本管理内涵	219
一、餐饮企业成本管理的内容	219

二、餐饮企业成本管理的程序	220
三、餐饮企业成本管理的方法	220
四、餐饮企业成本管理的环节	221
第四节 餐饮企业价格管理	227
一、餐饮产品构成及特点	227
二、餐饮产品定价策略分析	231
三、菜点的定价方法	233
四、餐饮产品价格的日常管理	235
五、餐饮产品价格管理制度	236
参考文献	242

理论概述

第一章 餐饮企业管理概述

本章内容：餐饮企业的类型

餐饮企业的经营特点

餐饮企业的组织机构

餐饮企业的经营形式

餐饮企业人员素质要求

教学要求：通过本章的学习，了解餐饮企业的一般特征；掌握餐饮企业不同的分类，餐饮企业组织管理的一般形式及对餐饮管理人员的素质要求。

教学课时：4 课时

第一节 餐饮企业的类型

餐饮企业是通过饮食加工制作、销售并提供饮食场所的方式为顾客提供饮食消费服务等以营利为目的的经济组织,属于第三产业。餐饮企业包括餐馆、酒家、餐厅、快餐店、小吃店、咖啡厅、冷饮店、茶馆、茶楼、酒吧等,主要集中在游乐区、风景区、城镇的闹市区、学校、车站、码头等。一个地方餐饮业是提高当地人们生活质量的重要行业,也是开拓当地劳动力就业的重要渠道,对于拉动当地经济的发展有相当大的影响,被有关人士称为“朝阳产业”。

由于餐饮业经营的营利性性质决定了其存在的目的是为了满足不同人们丰富的饮食消费需要,而任何一家餐饮企业,不可能同时满足所有顾客的需求,所以,不同餐饮企业存在不同的经营方式、提供不同的饮食产品和服务方式。这样一来,就有必要对餐饮企业进行分类,以利于消费者的选择和对不同餐饮企业进行市场细分和目标市场的定位。

一、按档次高低分类

一个餐饮企业档次的高低是由以下因素确定的:建筑装潢、规模大小、服务水平和菜品价位。世界上没有两家完全相同的餐饮企业,因此,将餐饮企业实行等级管理是比较通用的做法,也是一个可行的办法。

人们判断一个餐饮企业档次的高低,习惯的做法是统计各企业就餐的平均消费额。但由于地方收入水平的差距,这个标准缺乏可比性。例如,在北京人均消费 50 元人民币一餐可能只属于中等偏低的消费,但在成都,则可以视为中档了。为此,我国国家技术监督局技监国际发[1992]037 号文件将商业部饮食服务公司起草的《酒家(饭庄)和酒店(饭店)分等定级规定》批准为国家标准,并于 1992 年 5 月 1 日起实施。该标准从我国餐饮业发展的历史和现状出发,根据餐饮企业的设施设备、技术力量、服务质量、餐饮质量、管理水平、清洁卫生等方面,制订了国家特级、一级、二级、三级和地方级五个级别。但由于我国地域广阔,餐饮业的网点数量众多,在 2004 年就已超过了 400 万家,因此该标准在执行过程中出现了很多问题,所以没有得到很好的实行。

二、按服务方式分类

根据向顾客提供服务方式的不同,可以分为自助服务式、餐桌服务式、柜台服务式和外送服务式。

(一) 自助服务式

这种餐饮企业主要是将食品、酒水和餐具事先准备好,由顾客根据自己的口味自行选择,自己动手取餐,服务人员在顾客进餐过程中只提供引导、辅助性的服务。这种服务方式在会议、快餐店等场所使用比较多。另外,这种服务方式的