



中等职业教育精品实用教材
根据教育部中等职业学校新教学大纲要求编写

餐饮服务与管理

陈智鹏 主编



3



经济科学出版社



ISBN 978-7-5058-7111-3
F·6362 定价：21.80元

ISBN 978-7-5058-7111-3



9 787505 871113 >

中等职业教育精品实用教材
根据教育部中等职业学校新教学大纲要求编写

餐饮服务与管理

陈智鹏 主编

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理 / 陈智鹏主编. —北京:经济科学出版社,2008.5
(中等职业教育精品实用教材)
ISBN 978-7-5058-7111-3

I. 餐… II. 陈… III. ①饮食业—商业服务—专业学校—教材 ②饮食业—企业管理—专业学校—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 049623 号

责任编辑:王东萍 张 力

责任校对:张长松

技术编辑:李长建

餐饮服务与管理

陈智鹏 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址:北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编:100036

教材编辑中心电话:88191307 发行部电话:88191540

网址:www.esp.com.cn

电子邮件:esbj3@esp.com.cn

北京密兴印刷厂印装

787×1092 16 开 15 印张 360000 字

2008 年 4 月第 1 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5058-7111-3/F·6362 定价:21.80 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

出版说明

为了更好地贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,全面落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划,中等职业教育精品实用教材编写组组织相关力量对实现中等职业教育培养目标、保障重点专业建设的主干课程进行了规划和编写。

中等职业教育精品实用教材是面向中等职业教育的规范性教材,严格按照教育部最新颁发的教学大纲编写,并通过了专家的审定。本套教材深入贯彻素质教育的理念,突出中等职业教育的特点,注重对学生的创新能力和实践能力的培养,在内容编排、例题组织和图示说明等方面努力作出创新亮点,在满足不同学制、不同专业以及不同办学条件教学需求的同时,实现教学效果的最优化。

希望各地、各校在使用本套教材的过程中,认真总结经验,及时提出改善意见和建议,使之不断地得到完善和提高。

中等职业教育精品实用教材编写组

前 言

为了贯彻《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》精神,落实《面向 21 世纪教育振兴行动计划》中提出的职业教育课程改革和教材建设规划的要求,编者根据教育部最新颁布的《餐饮服务与管理教学基本要求》编写了本教材,在结构安排上力求由浅入深、详略得当,着重提高受教育者的职业能力;在内容选择上讲究新颖、实用;在编写过程中把握好“必需”和“足够”这两个度;在叙述上尽量做到通俗易懂,透析基础知识。另外,书中还安排了“趣味阅读”和“小知识”等辅助模块,既给读者提供解决某个具体问题的理论依据,又能给人以启迪,起到举一反三的指导作用。

本书在编写思想、内容选择和编写体例上得到了评审专家的充分肯定,专家们认为,“教材在内容选择和篇幅上符合教学指导的要求,在教学内容的编排上作了一些合理的调整和探索,比较适合中等职业学校学生的特点和教学实际”。全书共十章,主要内容包括餐饮概述、餐饮服务的礼仪和技能、中餐服务、西餐服务、酒水与酒吧服务、宴会服务、餐饮部的组织结构和员工管理、餐饮部物资管理、餐饮服务质量管理、餐饮卫生与安全管理等,主要突出了对学生四个方面能力的培养,即动手能力、语言能力、应变创新能力和基层管理能力。使学生掌握饭店餐饮服务与管理的基本理论和基础知识,熟悉饭店餐饮部运行与管理的基本程序和方法,具有熟练的中餐、西餐、酒水及宴会服务技能,热爱并能胜任饭店餐饮服务与管理工作,达到餐饮服务中级工的水平。

本教材是中等职业学校饭店服务与管理及相关专业教材,也可作为旅游职业高中、中专、技工学校饭店服务与管理专业教材,还可作为饭店岗位培训教材和饭店服务员等级考试用书。由于各地区旅游教育发展水平和教学实习环境存在差异,在本教材的教学上可根据本地区的实际情况选择性地学习教材的内容。

为方便教学,本教材建议课时数为 136 学时,其中,理论教学为 74 学时,实践教学为 48 学时,机动课时为 14 学时。具体学时分配建议如下:

章 名	课 程 内 容	学 时 数			
		合 计	理 论 教 学	实 践 教 学	机 动
第一章	餐饮概述	6	4	2	
第二章	餐饮服务的礼仪和技能	24	16	8	
第三章	中餐服务	20	12	8	
第四章	西餐服务	20	12	8	
第五章	酒水与酒吧服务	20	12	8	
第六章	宴会服务	15	9	6	
第七章	餐饮部的组织结构和员工管理	5	3	2	
第八章	餐饮部物资管理	4	2	2	
第九章	餐饮服务质量管理	4	2	2	
第十章	餐饮卫生与安全管理	4	2	2	
总 计		136	74	48	14

由于编者水平有限,书中难免存在一些不足和缺点,恳请广大师生及读者不吝批评、指正并提出改进意见。在此深表谢意。

编 者

目 录

第一章 餐饮概述	1
第一节 中国饮食的历史与发展	2
第二节 餐饮服务概述	5
第三节 餐厅的分类	10
第四节 经典案例评析	13
巩固习题	16
第二章 餐饮服务的礼仪和技能	17
第一节 服务人员的仪表	17
第二节 服务人员的素质	21
第三节 餐饮服务的礼仪	25
第四节 餐饮服务基本技能	30
第五节 经典案例评析	47
巩固习题	52
第三章 中餐服务	54
第一节 中餐基本知识	55
第二节 中餐厅基本知识	64
第三节 零点服务	70
第四节 团体包餐服务	75
第五节 送餐服务	79
第六节 经典案例评析	81
巩固习题	85
第四章 西餐服务	87
第一节 西餐基本知识	88
第二节 西餐厅基本知识	96
第三节 西餐服务程序	107
第四节 经典案例评析	114
巩固习题	116
第五章 酒水与酒吧服务	118
第一节 酒水基本知识	118
第二节 软饮料	128
第三节 酒吧基本知识	133
第四节 鸡尾酒	136
第五节 酒吧服务	143

第六节 经典案例评析·····	148
巩固习题·····	150
第六章 宴会服务 ·····	151
第一节 宴会基本知识·····	152
第二节 中餐宴会服务·····	156
第三节 西餐宴会服务·····	163
第四节 经典案例评析·····	170
巩固习题·····	171
第七章 餐饮部的组织机构和员工管理 ·····	173
第一节 餐饮部的组织机构与职能·····	174
第二节 餐饮部各岗位职责·····	177
第三节 员工管理·····	182
第四节 经典案例评析·····	187
巩固习题·····	188
第八章 餐饮部物资管理 ·····	189
第一节 餐饮原料的采购验收·····	190
第二节 餐饮食品的保管和发放·····	192
第三节 管事部的工作任务·····	193
第四节 餐饮设备用品介绍·····	195
第五节 餐饮设备用品管理·····	199
第六节 经典案例评析·····	202
巩固习题·····	203
第九章 餐饮服务质量管理 ·····	204
第一节 餐饮服务质量管理概述·····	204
第二节 餐饮服务质量的內容和特点·····	206
第三节 餐饮服务质量控制·····	209
第四节 餐饮生产质量控制·····	215
第五节 经典案例评析·····	217
巩固习题·····	219
第十章 餐饮卫生与安全管理 ·····	220
第一节 厨房基本知识·····	221
第二节 厨房各部门卫生要求·····	222
第三节 餐饮从业人员卫生管理·····	224
第四节 餐饮安全管理·····	225
第五节 经典案例评析·····	230
巩固习题·····	231

第一章 餐饮概述

随着经济的发展,现代饭店的功能已由最初的为客人提供住宿服务,演变为提供住宿、餐饮、娱乐、购物、商务等诸多功能为一体的综合性服务。现代饭店水平高低的重要标志之一是餐饮功能。餐饮部不仅满足客人对餐饮产品和服务的需求,而且还是宾客了解饭店良好形象的窗口,同时还为饭店创造较好的经济效益,是饭店吸纳员工就业、安排劳动力最多的一个部门。

【本章要点】

- ❖ 中国饮食的历史与发展
- ❖ 餐饮部的地位、任务及特点
- ❖ 餐厅的各种类型

【引例】

麦当劳的成功之道

麦当劳——这个世界闻名的快餐店,在30多年前只是美国加州的一间默默无闻的小店,后来,麦当劳经营汉堡包出了名。

麦当劳快餐店的总裁名叫雷·克洛克,1955年,当他50多岁时,认识了美国加州的一间快餐店老板麦当劳兄弟。雷·克洛克对这家快餐店产生了浓厚的兴趣,于是他放弃了原来的职业,向麦当劳兄弟买下了快餐店的专利权。由于雷·克洛克经营有方,到1984年他逝世时,麦当劳已经成为世界上最大的快餐连锁企业。

麦当劳是世界上最大的餐饮集团,开设有麦当劳的国家和地区超过了联合国的席位。从1955年创办人雷·克洛克在美国伊利诺伊州得裴莲市开设第一家麦当劳至今,它在全世界已拥有25000多家餐厅。其中最南位于纽西兰茵薇卡其尔,最北位于芬兰旅游胜地罗凡尼米。目前,麦当劳已有670家餐厅遍布在跨越中国25个省和直辖市的108个次级行政区域。麦当劳的大黄金拱门已经深入人心,成为人们最熟知的世界品牌之一。

当光顾麦当劳快餐店的时候,你就会遇到穿着整洁、彬彬有礼的服务员笑脸相迎。“麦当劳叔叔”向你招手微笑,逗你发笑,使顾客享受到一种温暖的家庭似的欢乐气氛。儿童们甚至把餐厅当做乐园,当做是属于自己世界。

【评析】麦当劳的成功很大程度上取决于它的连锁经营模式。这种模式发源于美国,于1990年进入中国,著名品牌还有肯德基、必胜客、沃尔玛等,它们都是成功的连锁经营企业,均在国际500强企业之列。

现代连锁经营方式进入中国后得到了迅猛的发展,其原因在于连锁经营的核心优势可以实现低成本扩张,特别是特许连锁经营,采用了经营权与所有权分离的方式,吸引加盟商共同经营,充分利用企业外部资源,实现低成本快速扩张。



第一节 中国饮食的历史与发展

中国饮食历史悠久,从产生、发展到繁荣,经历了漫长的过程。对于中国饮食历史的分期,有多种划分方法和观点,较有代表性的是以饮食发展的进程来划分,包括萌芽时期、形成时期、发展时期、成熟时期和繁荣时期。

本节将对餐饮历史进行概述,以揭示中国饮食形成、发展的脉络,并反映中国饮食独有的文化内涵。

一、中国饮食的历史

(一) 饮食的萌芽时期

人是离不开饮食的,自从有了人类,就有了人类的饮食。但是,只有当人类开始用火熟食,进而用陶器烹饪的时候,区别于动物单纯的饮食本能并具有文化属性的人类饮食才逐渐萌芽了,而作为区别于动物本能、具有文化属性的中国人的饮食,也是在经历了由生食到用火熟食的过程以后,才逐渐进入萌芽时期的。

人类自从用火熟食,就意味着烹饪的开始。最初,人们把食物直接放在火上进行烧、烤、烘、熏,使其成熟,这被后世的一些人称为“火烹法”。后来,为了使食物成熟均匀,避免焦糊和火灰等污染,改善其风味,人们又逐渐发现并利用热传导原理,开始出现“包烹法”、“石烹法”等。



趣味阅读

燧人氏钻木取火

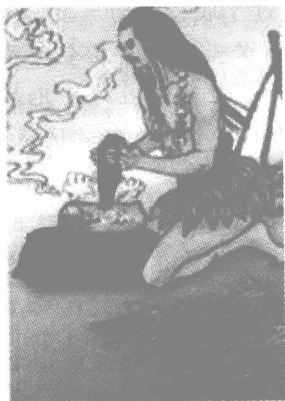


图 1-1 燧人氏钻木取火

燧人氏钻木取火如图 1-1 所示,这是古代的一个传说。天上有个大神叫伏羲,他看到人间生活得很艰难,心里很难过,他想让人们知道火的用处。于是伏羲大展神通,在山林中降下一场雷雨。随着“咔”的一声,雷电劈在树木上,树木燃烧起来,很快就变成了熊熊大火。人们被雷电和大火吓着了,到处奔逃。不久,雷雨停了,夜幕降临,雨后的大地更加湿冷。逃散的人们又聚到了一起,惊恐地看着燃烧的树木。这时候有个年轻人注意到,原来经常在周围出现的野兽的嚎叫声没有了,他想:“难道野兽害怕这个发亮的东西吗?”于是,他勇敢地走到火边,发现身上好暖和,便兴奋地招呼大家:“快来呀,这火一点也不可怕,它给我们带来了光明和温暖!”这时候,人们又闻到了不远处烧死的野兽发出的阵阵香味。人们聚到火边,分吃烧过的野兽肉,觉得自己从没有吃过这样的美味。人们感到了火的可贵,他们拣来树枝,点燃火,保留起来。

每天都有人轮流守着火种,不使它熄灭。可是有一天,值守的人睡着了,树枝燃尽了,火熄灭了。人们又重新陷入了黑暗和寒冷之中,痛苦极了。

大神伏羲在天上看到了这一切,他来到最先发现火的用处的那个年轻人梦里,告诉他:



“在遥远的西方有个遂明国，那里有火种，你可以去那里把火种取回来。”年轻人醒了，想起梦里大神说的话，决心到遂明国去寻找火种。

年轻人翻过高山、涉过大河、穿过森林、历尽艰辛，终于来到了遂明国。可是这里没有阳光，不分昼夜，四处一片黑暗，根本没有火。年轻人非常失望，就坐在一棵叫“遂木”的大树下休息。突然，年轻人眼前有亮光一闪一闪，把周围照得很明亮。年轻人立刻站起来，四处寻找光源。这时候他发现就在遂木树上，有几只大鸟正在用短而硬的喙啄树上的虫子，只要它们一啄，树上就闪出明亮的火花。年轻人看到这种情景，脑子里灵光一闪，他立刻折了一些遂木的树枝，用小树枝去钻大树枝，树枝上果然闪出火光，可是着不起火来。年轻人没有灰心，他找来各种树枝，耐心地用不同的树枝进行摩擦。终于，树枝上冒烟了，然后出火了，年轻人高兴地流下了眼泪。

年轻人回到了家乡，为人们带来了永远不会熄灭的火种——钻木取火的办法，从此人们再也不用生活在寒冷和恐惧中了。人们被这个年轻人的勇气和智慧折服，推举他做首领，并称他为“燧人”，也就是取火者的意思。

（二）饮食的初步形成时期

从夏朝开始，中国进入奴隶社会，历经殷商和西周，直到战国才基本结束。在这一时期，中国的政治、经济和文化等发生了极大变化，中国饮食也随之进入初步形成时期。

中国饮食的初步形成时期大约始于公元前 21 世纪，止于公元前 221 年，属于夏、商、西周和春秋战国时期，几乎与中国奴隶社会的产生、发展与衰亡相始终。在这一时期，不仅在饮食器具、食物原料、饮食品制作等物质财富的创造上有了新的变化，更引人注目的是在饮食思想与理论、饮食制度与礼仪等精神财富上的创造性变化。

（三）饮食的蓬勃发展时期

从秦朝开始，中国进入封建社会，到汉朝进入中国封建社会第一个高峰。随后历经魏、晋、南北朝的长时间分裂，到隋朝重新统一，继之唐、宋成为封建社会的第二个高峰。在这一时期，受政治、经济和文化等高速发展的影响，中国饮食进入了蓬勃发展时期。

中国饮食的蓬勃发展时期大约始于公元前 221 年的秦朝，历经汉、魏、晋、南北朝和唐朝，止于公元 1279 年的宋朝。在这一时期，中国饮食的各个方面都有了巨大的发展。

这一时期，能源的新突破表现为用煤作燃料。中国是世界上最早用煤作燃料的国家。秦、汉之时，人们已经用煤来炼铁。在河南南阳、巩县西汉炼铁遗址出土的炼铁残料中就发现有原煤和煤饼，这是目前所见的中国历史上最早用煤的遗存。

（四）饮食的成熟定型时期

元、明、清三朝是中国封建社会的后期，尤其到清朝中期又进入了封建社会的第三个高峰。在这一时期，中国社会的政治、经济和文化都有极大变化，而这些变化促使中国饮食进入成熟定型时期。

中国饮食的成熟定型时期基本上贯穿元、明、清三个朝代。在这一时期，中国饮食的各个方面都取得了极大成就。

（五）饮食的繁荣创新时期

从辛亥革命至今，中国社会的政治、经济和文化都发生了翻天覆地的变化，使得中国饮



食进入繁荣创新时期。

中国饮食的繁荣创新时期始于辛亥革命,延续至今,时间虽然不长,却发生了极大的变化甚至变革,形成了许多新的特点。这些特点集中表现在能源和设备上。

就能源而言,木柴早已退居极其次要的地位,人们主要使用煤、煤气、天然气、液化石油气、电能等能源来烹饪食物,有时也使用汽油、柴油、太阳能和沼气。这些能源大多有省时、方便、卫生等优点。例如,以电为能源的微波炉,烹饪速度就比普通炉灶快4~10倍,而且能保持食物原来的色、香、味和营养成分。

就烹饪设备而言,电能的餐饮具已经在部分大城市、大饭店逐渐使用,种类繁多。其中,用于加热的设备有电磁炉、微波炉、电烤箱、电热杯、保温汤盆等;用于制冷的设备有冷藏柜、保鲜冰柜、浸水式冷饮柜等;用于切割加工的设备有切肉机、刨片机、绞肉机以及磨浆机、压面机、和面机、打蛋机等。此外,还有利用其他能源的烹饪设备,如沼气灶、柴油炉、太阳能灶等。如今,中国已经有一些大型的厨房设备生产企业能够生产灶具、通风脱排、调理、储藏、洗涤、冷藏、加热、烘烤等八大类300余个规格和品种的厨房设备,促进了烹饪工具的发展。

二、国内外饮食文化的交流

(一) 国内饮食的交流

国内饮食的交流主要包括各民族、各地区的交流。中国是一个多民族国家,各民族之间的饮食文化和烹饪技艺的交流从未停止过,如今,交流最多、影响最大的菜点品种如满族的萨其马、维吾尔族的烤羊肉串、傣族的竹筒饭等,已经成为各民族都欢迎的食品,并且有了新的发展。如萨其马已经工业化生产;烤羊肉串进入四川后,发展出了烤鸡肉串、烤兔肉串等系列品种;竹筒饭及其系列品种,如竹筒烤鱼、竹筒乳鸽等在北京、四川、广东等地大显身手。信奉伊斯兰教的各民族之清真菜点更是遍及全国。

由于交通便捷、人员流动频繁等原因,地区间的饮食交流也更加频繁,并且出现了相互交融与渗透的现象,主要表现在食物原料、烹饪技法和菜点品种等方面。如四川在过去主要用家禽家畜与河鲜、山珍等制作菜肴。但改革开放以后为满足人们的需要,引进了广东常用的生猛海鲜,制作出了新的海鲜菜肴;借鉴广东的煲法制作乌鸡煲、兔肉煲等;借鉴山东的脆浆炸制作炸烹菜等。可以说,地区间的交流和改革开放后全国范围的烹饪大赛,对提高烹饪技艺和促进中国饮食发展起到了巨大作用。

(二) 国外饮食的交流

从20世纪初西方部分机构和人员的涌入,到了20世纪70年代末改革开放以后,中国与海外的饮食交流不断频繁、深入,不仅涉及食物原料、烹饪技法、菜点品种,还涉及生产工具、生产方式、管理营销等多个方面。

如面包、蛋糕已经成为许多中国人的早点食品,面包还常常作为炸制菜肴的辅助原料。西式快餐、日本料理、泰国菜、韩国烧烤等异国风味竞相登陆,冲击着古老的中国饮食,也带来了无限生机。西方的先进厨房设施和简易烹饪方法使中国烹饪在走向现代化中得到启迪,先进的管理营销方式正被中国学习和借鉴。



小知识

中国饮食在海外的影响也越来越大,成千上万的华人在世界各地开办中餐馆,传播着中国烹饪技术和可口的菜点。改革开放以后,中国又不断派烹饪专家、技术人员到国外讲学、表演、示厨,参加世界性烹饪比赛,使得海外更多的人士了解了中国饮食文化,喜爱中国菜点,也促进了世界烹饪水平的提高。

三、中国饮食的未来发展趋势

中国饮食有着辉煌的历史,在许多方面都有独特优势,在当今社会也有举足轻重的地位,但仍然存在一些不足,如烹饪技术模糊、烹饪设备落后、从业人员总体素质偏低、产业化程度不高等,这些都面临着巨大的挑战。在人类交流十分频繁、竞争异常激烈的未来,中国饮食必须在继承和发扬自身优势、克服不足的同时,利用各国的有益经验与科技成果,将烹饪科学与艺术完美结合,创造出新的辉煌。

中国饮食的发展原则是“以人为本,以味为纲,以技为目”,三位一体。以人为本,就是注重人的生理与心理需要,这是中国饮食烹饪追求的最高目标。为此,中国饮食注重研究味觉艺术,以满足不同人的不同需要或同一人在不同情况下的不同需要,从而使“味”成为中国饮食烹饪的纲。有纲必有目,精湛而繁多的烹饪技法是实现“味”的无穷变化的基础和保障。这个三位一体的原则在过去、现在、未来都没有必要也不可能完全改变,只是在不同的时代,其实现形式和菜点呈现的风格会有不同的变化与发展。

中国饮食的发展方向是在坚持“以人为本,以味为纲,以技为目”原则的基础上,通过具有现代意义的工业烹饪与手工烹饪两种制作方式和异彩纷呈的菜点风格,实现科学化与艺术化的完美统一,满足人们对饮食科学合理、方便省时、愉快有趣的新要求。

现代意义的工业烹饪,是指用现代高科技设备和生产技术生产各种食品,其特点是用料定量化、操作标准化、生产规模化、科学卫生、方便快捷。如生产各种快餐食品和方便食品等主要是满足人的生理需求,但也不能忽视人的心理需求,应在注重科学的基础上辅以艺术,在保证高效稳定的前提下让人们愉快地吃。

而现代意义的手工烹饪,是指利用现代科学理论与方法,对传统手工烹饪进行改革式继承与发扬,生产出个性化的特色食品,其特点是个性化、创造性。手工烹饪重在满足人们的心理需要,但也不能忽视人们最基本的生理需要,将在注重艺术性的基础上辅以标准化,力求在特色突出的前提下让人们吃得更科学。两者相互补充、发展,必然会使菜点异彩纷呈,满足人们的各种新要求,实现中国饮食科学化与艺术化的完美统一,创造出更加辉煌、灿烂的未来。

第二节 餐饮服务概述

在现代饭店中,餐饮部作为其一个不可或缺的部分,提供给人们基本生活需要的产品(包括食物以及与此相关的配套服务),同时它也是饭店收入的主要来源,因此餐饮部就成为饭店的一个重要组成部分,拥有一个较高的地位。



一、餐饮部的地位

(一) 餐饮部生产基本生活必需品

饭店的餐饮场所是宾客的主要用餐地点。现代饭店的餐饮部门拥有中餐厅、西餐厅、宴会厅、自助餐厅、酒吧、咖啡厅、茶餐厅等各类餐厅,这些都为生活在饭店周围各行各业的人们提供了优美舒适的用餐消费环境。因此,拥有一个良好的、与顾客消费能力相适应的餐饮部是搞好饭店经营的首要条件。

(二) 餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

餐饮部作为获取经济效益的重要部门之一,在饭店的总收入中占据了一个不小的部分。但是,不同的饭店里餐饮部收入占饭店总收入的比重各不相同,这主要受饭店本身各种因素的影响,从主观上说,有经营思想、经营手段、员工素质等因素;从客观上说,有内外部环境、设计风格、装潢水平、消费档次等因素。

就现在国内的一般情况而言,餐饮部的收入约占饭店总收入的1/3左右,而一些发达地区的饭店餐饮收入已超过了客房收入,占整个饭店收入的1/2左右,这种势头仍有增长发展的趋势。这与西方发达国家饭店的餐饮收入所占比重及地位是比较吻合的。

餐饮部通过提高员工的工作效率以及工作质量、提高厨师制作菜肴的水平和质量等措施,使得餐位的平均周转率和顾客的平均消费提高,最终使餐饮部的营业收入达到期望的最大值,实现餐饮部的存在价值。

(三) 餐饮部的服务水平直接影响饭店的声誉

一般来说,餐饮部服务员在与宾客进行交流和接触的过程中,其一言一行都会在宾客的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、分量和服务员的服务态度、服务方式来判断一个饭店服务质量的优劣和管理水平的高低。

如果提供的食物美味可口、分量充足,服务员服务时彬彬有礼、服务周到,那么顾客就会如沐春风,感觉在这里用餐是一种享受,以后也肯定会愿意再次光临。因此,餐饮管理与服务水平的好坏,直接关系到饭店的形象和声誉。



小知识

“饭店管理之父”斯塔特勒(Statle)曾经说过:“饭店从根本上说,只销售一样东西,那就是服务。”饭店的目标是为宾客提供最佳的服务,经营的根本宗旨也是为了使宾客得到舒适和便利。这点同样也体现在餐饮部的运作过程中。

(四) 餐饮部的经营活动是饭店营销活动的有机组成部分

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。这是因为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、多样性和可塑性。

现代饭店,如果星级程度差不多,那么它们的客房设施标准相对会比较接近,体现不出太大的差异,于是餐饮服务设施的水平和质量通常就会成为客人挑选饭店的重要因素。因此,独特的餐饮服务,可以为本地的消费者或者外地的游客提供良好的就餐场所,从而为饭



店争取到客源。

除此之外,餐饮部还可以根据自身的优势和环境的状况举办各种各样的饮食活动,例如美食节、啤酒节等,以此树立饭店的市场形象,从而增加饭店的总体营业收入。

(五) 餐饮部是饭店吸纳劳动力最多的部门

饭店业属于劳动密集型行业,餐饮部的劳动岗位很多,包括各种餐厅的服务员、出纳员,厨房里的厨师、清洗餐具人员,清洁工等,是饭店中使用员工数量最多的部门,客观上创造了大量的就业岗位,减轻了社会的就业压力。

二、餐饮部的任务

(一) 向顾客提供菜肴等有形产品

这是餐饮部的基本任务,也是餐饮部的首要任务。其他的任务都是围绕着该任务来运转的。餐饮部作为饭店唯一生产实物产品的部门,可以根据自己的市场定位和经营策略,提供满足客人需要的优质产品。

(二) 向客人提供舒适享受、恰到好处的服务

餐饮部是饭店唯一生产实物产品的部门,但是,这些实物产品最终能否提供给顾客并使其消费,取决于餐饮部服务人员能否向顾客提供满意周到的服务。

这种服务必须是恰到好处的。恰到好处的服务就是指服务员能够及时、有针对性地洞察客人的心理,并采取相应的服务手段。



小知识

在用餐过程中,客人一般都会注意烹调水平、菜肴味道、菜肴分量等有形产品以及服务态度、服务技巧、用餐环境与气氛等无形产品。有形产品是很重要的,但顾客在购买餐饮产品时,还期望得到与有形产品同时销售的无形产品——服务,期望能够获得方便、周到、舒适、友好、愉快等精神方面的享受。

(三) 增收节支,搞好餐饮经营管理

餐饮部的主要目标是在控制成本的情况下,尽量增加收入和利润。餐饮部应根据饭店所在地的市场变化情况以及饭店本身的经营状况,明确自己的目标人群,定准自己的位置,据此设定经营范围、服务项目和产品品种,并通过举办各种促销活动,加强餐饮产品的销售,以达到增加餐饮收入的目标。

同时,餐饮产品从最初的原料采购、物资保管,到其后的制作加工,再到最后的菜肴销售,所经历的环节很多,成本控制难度比较大,这就需要餐饮部门制定出严密的操作程序和成本控制措施,然后贯彻落实到各个部门的具体人员身上,同时加以监督管理,力争把整个生产销售环节都控制在预算之中。

(四) 为饭店打造自己的社会品牌

餐饮部与客人接触面非常广,而且又是直接接触,面对面的服务时间也很长,因而会给客人留下深刻的印象,并直接影响到客人对整个饭店的评价。