



中国旅游协会推荐教材



旅游管理专业新视野教材

谢彦君◎主编

餐饮管理

(第二版)

李虹 王焕宇◎编著



中国旅游出版社

中国旅游协会推荐教材

旅游管理专业新视野教材

谢彦君◎主编

餐饮管理

(第二版)

李 虹 王焕宇◎编著



中国旅游出版社

策划编辑: 段向民
责任编辑: 孙妍峰
责任印制: 谢 雨
封面设计: 何 杰

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮管理 / 李虹, 王焕宇编著. --2 版. --北京:
中国旅游出版社, 2017. 6

(旅游管理专业新视野教材丛书 / 谢彦君主编)

ISBN 978-7-5032-5842-8

I. ①餐… II. ①李… ②王… III. ①饮食业—经济
管理—高等学校—教材 IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 132185 号

书 名: 餐饮管理

作 者: 李虹 王焕宇编著

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. ctp. net. cn E-mail: ctp@cnta. gov. cn

营销中心电话: 010-85166503

排 版: 北京旅教文化传播有限公司

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京明恒达印务有限公司

版 次: 2017 年 6 月第 2 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 21. 25

字 数: 450 千

定 价: 32. 00 元

I S B N 978-7-5032-5842-8

版权所有 翻印必究

如发现质量问题, 请直接与营销中心联系调换

再版序言

《旅游管理专业新视野教材》初版于2005年,至今已过十个年头。其间,出版社曾有过修订再版的动议,但终因一些因素的影响而未果。这次再版,给了这批教材进一步完善的机会,也算是一件好事。我们寄希望于它能够在原有的基础上有一个更大的进步,更加适合21世纪中国旅游高等教育的需要。

我一直主张,教材是大学教育的基本建设之一,也是影响大学教育质量的根本元素之一,甚至在某种情况下可能是最重要的影响因素。对于旅游高等教育而言,很多教育问题其实都可以归根或溯源于教材方面,因为它既是这个领域科学研究所积累的知识的集成式存在形态,也是教育工程实施的蓝本。前者体现了旅游科学界工作成果的总结,后者体现了旅游教育界工作过程的起点和依据。身在旅游教育流程中的施教者和受教者,其工作的效率、效果离不开教科书的质量。所以,教材建设可谓大学教育的重中之重。

然而,毋庸讳言,旅游管理专业的大学教育在其繁荣的背后还是存在一些问题的,有些问题可能还很严重,其中就有教材建设问题。这种情况的细节可以存而不论,造成这种状况的社会根源可以存而不论,就连我们在每一次教材编写过程中能在多大程度上提升教材的品质也可以存而不论,但完全失察于这些问题的性质和程度,完全在功利心的驱动下采取鸵鸟策略来对待旅游管理专业教材建设方面所存在的问题,则无论如何是不可取的。因此,借此机会,笔者还是想利用这一角之地,谈谈这方面的问题,其主旨是希望旅游教育界的同人在使用本专业的任何一套教材时,都能够更多地立足于一种超越的境界,本着一种探索的精神,敢于采取一种批评的态度,能够在教学过程中建设性地、开放性地利用现有的这些教材。旅游管理学科正处于其幼年阶段,教材的幼稚病显而易见,在这种情况下,倘若过于倚重教材甚至完全视某一本教材上白纸黑字的条条为金科玉律的话,对于这样一个稚嫩的学科来说,恐将大大影响教育质量,从而也会影响本专业领域人才的职业发展历程。

旅游管理专业的教材建设究竟存在什么问题?对此学界同人所见虽有不同,但

往往都各有其高明之处。如果避开一些根源性、体制性和机制性的问题不谈，仅就技术层面来看，那么，教材建设所存在的问题与高等教育的定位策略是密切相关的。

关于本科层次旅游管理高等教育的定位问题，一直是一个争论不休而且始终不能达成基本一致性认识的问题。这种状况不仅是旅游管理专业自身的长期困惑，其实也是中国高等教育一直以来教育指导思想混乱的局部折射。其中最为重要的一个方面，即关于大学教育中的理论与实践的关系问题，长期以来未曾获得理论上的解决，导致高等教育的行政主管部门一直摇摆于“学术型”和“应用型”之间，从而不断地制造人工的“一刀切”行政局面，使得中国半个多世纪以来的高等教育如同玩跷跷板游戏一般，不断地在“理论”与“实践”、“理论”与“应用”、“学术型”与“应用型”这两端颠来倒去。其实，这种局面的根本在于，并没有真正把握高等教育的本质：教育过程到底是理论教育还是实践教育？这是所有问题的核心，明确了这个根本点，相应的施政纲领也就会顺应规律并取得应有的成效。

从本质上来说，一切教育，尤其是高等教育，作为知识的传授过程，都是理论教育过程，而非实践教育。如果以某种极端的形式来表述的话，那么，可以说，实践就是实践，实践仅仅是实践，实践教育不存在于教育过程中，而仅仅存在于实践过程中。同理，大学教育没有实践教育，只有教育实践。大学所实施的专业教育，都是在提供专业领域的理论教育。延伸到可能被某些人视为错误而在我看来仅仅是一种极端表述而已的观点，那就是，甚至连研究生层次的专业学位教育（如 MBA、MTA 教育），都应该明确是从事理论教育的过程。在这里，恐怕不需要再唠叨“什么是理论”这样的基本问题了，我们只需要重提任何人也否认不了的一个事实就可以了：理论来源于实践，理论用于指导实践，但理论不同于实践。换言之，理论是一种知识形式，实践是一种生命状态，两者的差异是根本性的。将正确的理论恰当地应用于实践，会极大地提升人类生命状态的能力和质量，这就是理论的应用价值，这一事实本身也再次明确了理论与实践的区别和联系。在旅游高等教育乃至中国整个高等教育中，当前存在的错误认识是：不管学科的成熟度（即理论的体系化程度）如何，都同时并存着两种教育类型，即理论教育和实践（应用）教育。这种错误思想导致了教育实践的扭曲，其根本点在于，混淆了作为教育之目标的“理论”与作为教育之工具、方法、手段、路径的“实践性教学”（诸如案例教学、情境化教学，总之是“理论联系实践”的教学方式）之间的关系，以至于在不分学科知识深度（如经济学与旅游管理两个学科在理论深度上的巨大差异）的前提下，就把转向

“应用型大学”、实施“应用型教育”以及编写“应用型教材”等一系列误导教育实践的观念和主张贯彻到全国各类高校当中。此类错误教育思想所导致的教育实践方面的荒唐理念和实践，可谓不一而足。本人曾亲历一事：有某出版社曾邀我主编一套针对二本和三本院校旅游管理本科专业的应用型教材，被我拒绝，但此事足可见人们对“应用型”教育理解偏颇到何种程度。因此，从根本上来看，教材建设领域在对待理论与应用的关系这个问题上所流行的舍本逐末、绝源逐流的做法，其实是教育定位问题的一种反映。试想，那种没有理论的应用，究竟能应用个什么呢？

基于这种认识，我提出旅游管理专业本科教材建设的几点建议：

第一，突破理念局限，向着“理论化”方向努力，吸收旅游管理研究领域的最新科研成果，打造一批有理论分量的本科教材。理论总是体现在范畴和命题层面，只有借助于一些新范畴、新命题的提出及其体系化，理论作为一个知识体系才能得以确立。在我的课堂经验中曾有一例，可以用来说明理论知识与单一事实知识之间的区别：我曾不止一次问过所教过的学生，蚊子有几条腿？答案中除了没有1条腿、3条腿的之外，几乎说几条腿的都有。接着，我告诉大家：“所有的昆虫，都是6条腿。”这时，大家似乎恍然大悟，大有松了一口气的样子。我告诉学生，这后一个结论，就是昆虫学家的一个科学命题，是一种理论结论，它的特点是抽象表述，表达了从特殊到一般的知识转化过程和结果。昆虫学专业教育的目标，就是告诉学生这个一般性的理论结论，而不是逐个去考证个别事实；但好的教学方式，可能会借助于野外观察的方式（实践教学）来让学生获得这个理论知识。这就体现了“理论教学是目的、实践教学是方法”的教育理念。就目前的旅游管理类本科教材的内容构成来看，缺少的是抽象的理论，充斥的是个别的事实甚至带有极大局限性的对策或行动策略。这样的教科书，在科学性上已经大打折扣了。

第二，旅游管理专业本科教材的建设，也要与人才培养的专业定位和人才规格层次定位相呼应，立足于专业方向，限定在普通高等教育层次，力图在这个经纬交叉点上建立起本科旅游管理专业教材的定位基点。在旅游管理专业的高等教育领域，与旅游学研究的情况相对应的一种糟糕情况是，也同样存在着“泛化”的取向：比如，旅游管理专业的课程设置框架泛化，以至于可以开设旅游医学、旅游保险学、旅游交通学等莫名其妙的课程，并把“旅游××学”作为设置旅游管理专业课的基本思路，殊不知这种以交叉性学科为主的专业课设置思路（名为“交叉”，实为“戴帽”），已经在埋没旅游管理专业的“专业特性”；再比如，每一门课程的内容框架

泛化,以至于每一门课都搞前后、左右、上下的关联,让人感觉每一门课的内容中都包容着别一门课的内容,重复度极高。如果再联系到旅游管理专业的授课教师同时承担多门课程(我所知道的是一人最多承担20门,其中有14门专业课程,而通常都在5门左右)这一事实,那么,不难想象,旅游管理专业教科书在内容框架上的彼此缺乏区分度,其实是教师与教材之间长期形成的一个互为因果的循环关系的反映。这种因果链条如果不主动去打破,那么,旅游管理专业本科教育过程中存在的低效率和差效果的局面,必将会持续下去。此外,还存在着普通本科教育因近年来教育主管部门着力推行的就业导向的教育思想而催生出来的“向两边看齐、唯独失却自我”的教育倾向:普通本科专业教育盲目向高职高专教育学习,并将其美称为“应用型”教育模式,或者片面强调研究型教育。以上种种,都是近年来旅游管理普通本科教育因教育思想混乱所引发的教育实践问题。因此,旅游管理专业的教材建设,必须建立在深刻理解作为专业教育和普通本科教育这两个定位维度的根本特性的基础上。

第三,旅游管理专业的教材建设,还应该瞄准人才培养的能力目标来加以组织、建设。其实,大学人才培养的目标往往是复合型的,但每个专业必然有其主导或突出的主体目标,旅游管理专业也不例外,否则,就不成其为专业教育和大学教育。就旅游管理专业而言,依个人浅见,其人才培养的能力目标宜理解为一个“五层金字塔”结构的能力组合,是一个分类、分层的组合结构。具体结构如下:

塔尖层级:对应于专业核心能力,即学习本专业必须具备的最根本能力。由极有限、但必需的课程来加以培养。这一层级是能够在本体论意义上回答“什么是‘旅游管理专业’”这一“专业”核心问题,带有学科知识的纵向区分功能。一般地,用以构造一个专业与其他专业根本区分度的课程,是这个专业独特的、专属的少数几门核心基础课。就当前中国旅游管理本科教育层次而言,最为迷失的就是这一层级。这种迷失的表现是:在旅游教育界,人们很难就几门核心基础课程达成基本的共识。

塔檐层级:对应于专业发展能力,即学习本专业必须具备的专业核心能力。由有限的、但必需的、能形成专业核心能力的重要课程来加以培养。就当前中国旅游管理专业普通本科教育层次而言,应属于那些能够构成旅游管理专业基本特色和独特知识保护带的“自足性分支学科”,即可以表述为“××旅游学”形态的知识内容。毋庸讳言,目前此类课程的建设是比较弱的,甚至是有结构性缺欠的,也是旅游教

育界未来应积极、自觉地加以巩固和拓展的知识领域。只有这一层级与塔尖层级的完美结合,才能构筑旅游管理专业独特的知识样貌,其学科独立性才能得以彰显。

塔腰层级:对应于专业拓展能力,即学习本专业应该具备的专业巩固能力。由有限的,但相关的、能助成专业延展能力的相关课程来加以培养。在旅游管理普通本科教育当中,传统上是由“旅游××学”+各类旅游企业管理的分支学科构成这一层级的主体课程,其发育程度相对较好,但因其长期位于塔尖、塔檐两个层级之间而导致了本专业特色的迷失,这是值得警觉和应予调整、复位的。

塔座层级:对应于专业转换能力,即学习本专业应该具备的专业转换能力。由一些体现本校特色和优势、与本专业有所关联的“院校平台课”来加以培养。通常,一些财经和管理类大学会通过设立诸如统计学、经济学、管理学、会计学、财政学等平台课程来培养学生的专业转换能力,或者通过大类招生等办学模式来达到这一目标。其他一些以外语或文史类为特色的大学,也可能在其平台课的设置中寻求旅游管理专业中的外语或人文特色。

塔基层级:对应于人生成就能力,即作为本科教育层次毕业生的基本能力。由一些能体现大学教育层次、养成本专业人才所需要的综合品质的大学共同课来培养。本层级的课程几乎不带有专业色彩,但却充分展现了层次水平,是构成大学生和非大学生在普通人文及自然科学知识领域上层级区分的基本课程。

以上所论,无非个人的区区之见,未必得体。正如本人在第一版序言中曾指出的那样:教材建设实际上是科学研究成就的反映,是与学术论文、学术专著相关联的知识链条。教材内容的深刻性、系统化程度以及整体协调性,是一个学科长期积累的结果。就旅游管理专业而言,在短短的三四十年的历史中,是不可能一下子达到完善的程度的。好在我们身在其中的每个人,都在为这个目标而努力,而最终呈现给世人的究竟是一个怎样的结果,那也只好留待教材的使用者批评、指正了。

是为序。

谢彦君

2016年3月7日

于灵水湖畔

《旅游管理专业新视野教材》 编审委员会

主 任：谢彦君

委 员（按姓氏笔画排序）

王 斌 大连外国语大学经济与管理学院 院长、教授

王 颖 辽宁对外经贸学院国际商学院旅游管理系 主任、教授

王小军 沈阳大学工商管理学院 院长、教授

尹力军 呼伦贝尔学院旅游管理与地理科学学院 教授

石长波 哈尔滨商业大学旅游烹饪学院 院长、教授

毛金凤 沈阳师范大学旅游管理学院 院长、教授

刘建军 内蒙古财经大学旅游学院 副院长、教授

孙洪波 辽东学院旅游管理学院 院长、教授

陈 才 海南师范大学旅游学院 副院长、教授

邹本涛 渤海大学旅游学院 副院长、教授

张润生 中国旅游出版社 副总编辑

张树青 北华大学旅游管理系 主任、教授

宿伟玲 大连大学旅游学院 院长、教授

谢春山 辽宁师范大学历史文化旅游学院 副院长、教授

谢彦君 东北财经大学旅游与酒店管理学院 院长、教授

目 录

第一章 餐饮管理概述	1
第一节 餐饮业及其基本特征	2
第二节 餐饮经营管理的内容与特点	7
第三节 餐饮业发展中存在的问题及发展趋势	11
第二章 菜单设计与分析	27
第一节 菜单内容与设计	28
第二节 菜品选择与菜单分析	33
第三章 餐厅选址及规划	49
第一节 餐饮企业选址	50
第二节 餐饮企业(餐厅)命名	53
第三节 餐厅设计布局	55
第四章 餐饮原料采保管理	69
第一节 采购管理	70
第二节 入库和出库管理	80
第三节 库房储存管理	89
第五章 厨房生产管理	102
第一节 厨房组织结构及岗位职责	103
第二节 厨房生产管理的内容	108
第三节 厨房生产流程管理	116
第四节 食品卫生与安全管理	126

第六章 餐饮价格管理	139
第一节 菜品成本核算	140
第二节 餐饮产品价格管理	155
第七章 餐饮销售管理	170
第一节 餐饮销售内容	171
第二节 餐饮促销实施	173
第八章 宴会服务管理	188
第一节 宴会概述	189
第二节 宴会设计	195
第三节 宴会的组织与控制	206
第九章 餐饮服务管理	219
第一节 餐饮日常管理工作	220
第二节 餐厅人员安排	224
第三节 餐饮物资管理	226
第四节 餐饮客史档案管理	230
第十章 餐饮创新	239
第一节 观念创新	240
第二节 管理创新	248
第三节 经营创新	255
第四节 菜肴创新	261
第五节 服务创新	265
第六节 营销创新	268
第十一章 绿色餐饮	279
第一节 绿色餐饮的概念及特征	280
第二节 绿色餐饮的原则	281
第三节 绿色餐饮的实施	285

第十二章 餐饮文化	298
第一节 餐饮文化的内涵	299
第二节 物质文化	302
第三节 精神文化	304
第四节 菜品文化	308
主要参考文献	324
后 记	326

【学习目标】

通过本章的学习，了解餐饮业的概念、基本特征、作用，熟悉餐饮生产与管理的内容与特点，掌握我国餐饮业发展中存在的问题及发展对策。

【内容结构】



【重要概念】

餐饮业 餐饮生产 餐饮服务

括,有时人们饮食需求的变化是在短时间内就可能出现的。今年流行的餐饮形式,明年可能就被淘汰;今天喜食的东西,明天人们可能就不吃了。随着人们生活水平的提高,对“吃”方面的要求越来越高,在吃方面有新意、吃出品位、吃出文化、吃出健康,为了适应这一变化,餐饮企业就要采取一系列措施,改变传统的经营方式,及时把握消费者的

第一章

餐饮管理概述

【学习目标】

通过本章的学习,了解餐饮业的概念、基本特征、作用,熟悉餐饮生产与管理的内容与特点,掌握我国餐饮业发展中存在的问题及未来发展趋势。

【内容结构】



【重要概念】

餐饮业 餐饮生产 餐饮管理

第一节 餐饮业及其基本特征

餐饮业是指利用餐饮设备、场所和餐饮原料为客人提供餐饮产品和服务的生产经营性服务行业。

广义的餐饮业既包括宾馆、度假村内部的餐饮部，也包括酒楼、公寓、企事业单位的餐厅、商业和交通等公共场所里的餐饮店及各类餐饮经营实体。如机场里的餐饮、商场里的餐饮楼层、西餐厅、快餐店、火锅店、食街小吃、咖啡厅、茶餐厅等都属于餐饮业的范畴。狭义的餐饮业主要是指星级酒店、高档酒楼、度假村、娱乐场所的餐饮部，本书中所研究的餐饮经营管理的对象主要是指狭义的餐饮业。

一、餐饮业基本特征

（一）对旅游业和国民收入的依赖性

餐饮业是旅游业中食、住、行、游、购、娱六大要素的重要组成部分，其发展规模和速度在一定程度上依赖于旅游业的发展水平。一个国家、一个地区、一个城市的旅游业越发达，各种类型的客源越多，对餐饮产品的需求量就越大，需求的种类就越多，对餐饮业的推动力就越强。同时，随着国民收入水平的不断提高，人们的社会交往活动越来越频繁，当地居民和社会各界人士对餐饮产品的需求量也越来越大。餐饮消费与消费者的个人收入成正比，在一些发达地区，人们的餐饮消费提升的比例甚至高于收入增长的比例。因此，在选择餐饮投资地点时，该地区旅游业的发展状况或国民收入水平的高低是关键的决定性因素。

（二）产品生产及消费的同步性

一般商品的生产、销售、消费是可以发生在不同的时间、不同的地点，每个过程都可以是独立、分离的。而餐饮生产与消费则不同，大部分餐饮产品的生产是从客人入座点菜后开始的，也是产品销售和客人消费的开始。没有客人进入餐厅消费，就没有餐饮产品的生产。餐饮产品是当场生产、销售与消费的，许多餐饮产品不但对生产环节提出了准确要求，甚至在品尝时间上都要求与之同步，错时或延时食用都会影响菜品最佳效果。如铁板系列、烤肉系列等菜肴，制作与品尝只有同步进行才能体验到这些菜的真正魅力。这种产、供、销的同时性，给餐饮产品生产与服务质量的控制提出了更高的要求。

（三）发展变化的快速性

旅游业是众多行业中比较有活力的行业，而餐饮业又是旅游业中最具动态的因素之一，由于中国居民收入水平的增加、生活节奏的加快、消费观念的更新，推动餐饮行业迅速发展变化。它的发展变化主要是随着消费者的发展变化而随时进行的，且无规律可

循。有时人们餐饮需求的变化是在短时间内就可能出现的,今年流行的餐饮形式,明年可能就被淘汰;今天喜欢吃的菜肴,同一个人明天再吃可能会魅力大减。当今人们在“吃”方面的要求越来越高,希望常吃常新,吃出品位、吃出文化、吃出健康。为了适应这一变化,餐饮企业必须采取一系列措施,改变传统的经营方式,及时捕捉消费者的新需求,不断创新,更新菜品,以吸引消费者,留住忠诚顾客。

(四) 影响因素的多样性

由于餐饮业受影响因素较多,政治、经济、自然灾害、国民收入、生产技术、经营环境、产品供应、节假日、客人消费喜好等都会影响着餐饮的经营,从而造成其稳定性较差,任何一个因素的变化,都会影响餐饮业的发展,甚至会造成重创或毁灭性的打击。如“非典”、禽流感等类似的单一因素就造成行业经营整体受阻;中央“八项规定”的出台、反腐措施的实施,使过去在餐饮业中占有高比重的公款消费销声匿迹。由此可见,餐饮经营具有明显的脆弱性,餐饮企业应有较强的预防能力和快速的应对机制。

(五) 消费水平明显的不均衡性

餐饮消费具有明显的不均衡性,这种不均衡性主要体现在两个方面:一是消费时间的不均衡。客人的餐饮消费不是平均消费,一年当中有消费的高低峰,如春、秋季多举办婚宴,逢年节多外出就餐消费,每当家庭中有大事或庆贺之事时,多采取举家在餐厅消费的方式;就是一天当中,消费也不均等,中午、晚上客人较多,营业额较高,早餐用餐客人相对较少。二是消费额度的不均衡。餐饮消费的额度是不能以人数累计来计算的,不同客人消费的额度有很大差异。从几元钱到几百元甚至上千元的消费差异都可能出现,就是同样的客人在不同次的消费中也会有明显差别,如早餐可能简单、经济,晚上宴请可能丰富、上档次、高消费;还经常出现接待多日的单点消费营业额不及一次宴会消费总额的现象。客人消费的不均衡性使企业经营难度加大,因为这种不均衡既无规律可循也无法准确识别,所以经营者应做好人员、原材料等储备与临时的应对措施,尤其是当客人集中消费高峰或高消费客人来临时,不应错过盈利的最佳时期,从而弥补日常经营中的不足。

(六) 产品高度的可模仿性

不同于其他行业,餐饮业产品不具有专利性,可模仿度较高,无论是餐厅主题、装潢、菜品设计,还是餐饮服务及营销,都是直截了当地展现在所有人面前,专业人士只要前往餐饮企业,就可以一目了然、触类旁通,将别人的东西直接位移到自己的餐厅中,甚至在借鉴的基础上延伸性地发挥。尤其是菜品生产,以手工制作为主,高科技含量低,容易被剖析、仿制。因此,餐饮企业很难创造出独一无二的特色。这也是制约或影响餐饮业发展的一个重要因素。一个餐厅一个新项目或新产品的推出需要经过大量长期的准备工作,从最初的市场调查、消费需求分析,新菜品的筛选、学习借鉴,再到菜肴创新、反复尝试,最终做成一款新产品推入市场,这个过程有时很漫长,甚至很艰

辛,但如此的努力,在短时间内就可能被别人快速模仿或照搬,从而出现当一个企业推出特色产品之后,一夜之间家家都可制作,造成各家都能做、各家无特色的局面。如川菜在全国的盛行,出现了各个饭店都能做麻婆豆腐、水煮鱼的现象,至于是否正宗,那就另当别论了。由于餐饮产品的模仿度高,这对餐饮企业来说提出了更高的要求,要想长期立于不败之地,就要不断创新,独领风骚,这也是当今消费者的一个需求趋势。

(七) 餐饮消费的多功能性

随着人们生活水平的提高、社会活动的扩大,人们外出就餐解决温饱问题的功能越来越弱化,到餐厅就餐更多的目的是要实现社会功能,如结交朋友、商务谈判、庆贺庆祝、聚会沟通、信息发布、节庆相聚、婚庆典礼、生日祝寿、大型宴请等。总之,在当今的中国,人们的一切社会活动都自然而然,甚至无可避免地与餐饮消费进行结合,“民以食为天”,当个人、家庭、组织等有重要的事情或出现关键的环节时,都离不开餐饮消费,似乎缺少这一环节,事情做得就不够完美,留有遗憾。餐饮消费的多功能性起到的作用是其他消费无法取代的,因此,应充分认识到餐饮业的这一特征,做好充足应对性的经营策略。

二、餐饮业在国民经济中的作用

(一) 体现经济发展的水平

餐饮产业可以说是一个国家经济发展的缩影,对于国家的经济和民生有重要的衡量作用。餐饮企业经营状况与国家经济发展息息相关,共同起伏,当一个国家经济形式较好,国民收入较高时,这个国家的餐饮业一定显示出蓬勃的发展态势;当经济下滑、民生吃紧时,餐饮业一定是很萧条的,由此可见,餐饮业是经济发展的晴雨表。

(二) 刺激国民消费的主要手段

由于餐饮业与人们生活的结合度越来越高,在日常生活中越来越成为百姓的主流消费,尤其是随着国民收入的增加、消费观念的转变,餐饮消费在人们日常消费中所占的比例呈逐年上升趋势。餐饮业零售额对社会消费品零售总额的增长贡献率一般都在18%左右,拉动社会消费品零售总额增长2~3个百分点。消费者在餐饮上的消费具有主动性和体验性,是一种自觉行为,从而出现了到餐厅就餐经常化、常态化,餐饮业已经成为经济增长的助推器。

(三) 带动相关行业的繁荣

餐饮业的发展,需要大量的基础设施、生产技术设备、物资用品和各种食品原材料等,这必然会促进轻工、建筑、装修、交通、食品原材料和副食品生产等相关行业的繁荣。具体而言,可以促进上游生产制造业的繁荣,例如食品加工业、陶瓷业、餐饮设备制造业等;可以引领横向相关行业的方向,例如装潢业、广告业、印刷业、劳动人员培训服务业、环保处理业等;可以带动下游企业的发展,如餐饮顾问公司、餐厅清洁消毒公司等。行业的繁荣会促使国民经济的繁荣。

（四）促进大批人员就业

就业是当前及今后我国社会发展面临的突出问题。扩大就业的根本出路是发展经济，主要途径是发展服务业。虽然餐饮服务技术含量低，产品附加值不高，在经济社会中的贡献无法与高新技术等产业相比，但却具有劳动密集型、人员需求量大的优势，是安置就业的重要渠道。一般的餐饮服务不需要太高的技能，不需要太多的投资，入门费比较低，投入少、就业多，特别适宜于城镇下岗再就业人员和农村剩余劳动力等群体，这对于解决我国当前日益突出的就业矛盾和“三农”问题具有重要的现实意义。餐饮服务业是劳动力最密集的服务业之一，不论是厨房或卖场，都需要大量人力投入。虽然少部分有中央厨房的业主能够以自动化设备取代人力，但对绝大多数的经营者而言，厨房仍是劳动力密集区。所以，餐饮业发展的越快越迅速，对人员需求量就越大。

（五）弘扬民族文化，增加旅游吸引力

中国不仅具有源远流长的饮食文化，而且历来就有追求美食的传统和习惯，对吃饭这件事特别重视、情有独钟。中华民族不但创造了世界第一餐饮的美誉，而且也将饮食文化发挥得淋漓尽致。历史悠久、颇具特色的中国饮食文化在世界享有很高的美誉和知名度，是中华民族一项宝贵的财富资源。

大力发展餐饮业，广泛宣传饮食文化，可以不断提升中国旅游在国际市场上的吸引力，也可以激发国内居民的旅游热情。当前旅游消费需求正处于快速增长时期，旅游消费成为国民经济新的增长点，这些都是与餐饮业的快速发展分不开的。随着我国对外开放步伐的加快，大批海外人士前来旅游观光、探亲访友、从事科学考察活动，在此期间，他们离不开对异域饮食风味的品尝，以领略当地人民的生活情趣。餐饮业以其高超的烹饪艺术、独具特色的饮食产品、丰富的饮食文化为他们提供了风味独特、环境优美和服务优良的餐饮产品。餐饮业在满足海外人士饮食需求的同时，也吸收了大量的外汇，将其他国家的国民收入转化为我国的国民收入，从而对国民经济的发展起到了积极的推动作用。

三、餐饮工作性质及特点

（一）餐饮工作性质

餐饮工作性质主要表现在它的系统性和综合性。餐饮工作是一项系统性的工作，这个系统包括采购、验收、储存、发放、生产、服务、核算等环节，其中任何环节出现问题，都会给餐饮企业带来影响。餐饮工作又是一项综合性的工作，它既包括生产，也包括零售工作，还包括服务工作。餐饮工作一方面要对饮食进行生产和零售，另一方面又要提供饮食服务。

（二）餐饮工作特点

1. 工作时间长

餐饮工作是为就餐客人提供服务。看似客人简单的用餐，但这背后需要餐饮从业者