



高等职业教育“十三五”规划教材
酒店管理专业教学改革教材

CANYIN FUWU YU GUANLI

餐饮服务与管理

花立明 胡晓涛 主编



中国轻工业出版社 | 全国百佳图书出版单位

图例 (CIP) 目录

高等教育“十三五”规划教材

餐饮服务与管理

主 编 花立明 胡晓涛
副主编 黄艳婷 李 征 李 丽



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐饮服务与管理/花立明, 胡晓涛主编. —北京: 中国轻工业出版社, 2016. 7
高等职业教育“十三五”规划教材
ISBN 978 - 7 - 5184 - 1032 - 3

I. ①餐… II. ①花… ②胡… III. ①饮食业—商业服务—高等职业教育—教材
IV. ①F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 164142 号

策划编辑: 张文佳

责任编辑: 张文佳 李 红

责任终审: 孟寿萱

封面设计: 锋尚设计

版式设计: 王超男

责任校对: 吴大鹏

责任监印: 马金路

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 三河市万龙印装有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2016 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 14.75

字 数: 330 千字

书 号: ISBN 978 - 7 - 5184 - 1032 - 3 定价: 35.00 元

邮购电话: 010 - 65241695 传真: 65128352

发行电话: 010 - 85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

140921J2X101ZBW

前言

随着中国的国际化开放式旅游概念的形成,中国旅游业的快速发展对旅游酒店人员的素质提出了更高的要求,培养高素质酒店人才已成为我们的光荣使命。作为培养高职酒店管理人才的摇篮,我们认为有义务将自己长期的教学改革实践成果总结提炼出来,与大家共同分享与探讨。

本书以传授“必需、够用、实用”的知识为原则,从酒店餐饮各岗位的任务和职业能力分析入手,以职业领域工作过程为参照,遵循“循岗导教”的原则来确定教材内容。全书分为餐饮岗位认知、基本操作技能、综合服务技能、餐饮经营设计、餐饮日常管理五个学习项目,21个学习性工作任务。在教材的编写中,通过收集餐饮服务与基层管理岗位大量的工作素材及行业中发生的经典案例来充实教材内容。在培养学生掌握必要的基础理论和专业知识的基础上,培养学生良好的综合职业素养。与同类教材相比较,本书具有如下特点:

(1) 以真实的工作任务及其工作过程为依据重新整合、序化教学内容。教材内容突出职业能力培养,切合企业真实的工作任务及工作过程,重新序化和整合教学内容,贯穿整个教材内容的一条主线是岗位认知—服务技能—经营设计—管理技能,由浅入深,将符合同一类型职业能力的相关内容组合成独立的项目。

(2) 突出以能力为本位的职业教育理念,重视实践能力的培养。理论知识以必需和够用为度,突出了实践性教学内容,努力营造酒店职场的氛围,采用任务驱动方式引出主要知识点,有效填补教学与学生实际工作岗位的脱节。

(3) 根据行业发展趋势,力求教材内容与时俱进。教材内容的编写,结合最新的信息和发展趋势,力求将最新的研究成果和管理方法展现在读者面前,尽可能多地在教材中充实新理念、新知识、新方法,并力求贴近实际岗位的变化和新的要求,以便更好地提升酒店从业人员的岗位竞争能力。

(4) 贯彻国家关于职业资格证书与学历证书并重的精神,兼顾酒店课程

内容与职业资格应试内容，满足酒店从业人员教育和相关职业资格考试的需求。

本书由校企人员共同开发，花立明、胡晓涛担任主编，黄艳婷担任副主编，全书由花立明负责统稿和定稿。本书的编写具体分工为：餐饮岗位认知由胡晓涛（江苏食品药品职业技术学院）编写，基本操作技能由花立明（长春职业技术学院）编写，综合服务技能由黄艳婷（无锡南洋职业技术学院）编写，餐饮经营设计由李征（长春职业技术学院）编写，餐饮日常管理由李征、花立明、李丽（长春职业技术学院）编写，本书附录由花立明编写。

本书在编写过程中，融合了作者对《餐饮运行与管理》课程的研究、教学、实践活动的成果和经验，也广泛吸取了国内外现有的研究成果，引证了大量的文献资料，参考文献一并在书后列出，谨向这些作者致以诚挚的感谢！

由于编者学识水平有限，书中疏漏和不足之处在所难免，恳请专家和读者批评指正。

编者

2016年5月

目录

项目一 餐饮岗位认知	1
任务一 餐饮发展概述	1
任务二 餐饮工作任务	8
任务三 餐饮经营特点	10
项目二 基本操作技能	20
任务一 托盘端托技能	20
任务二 餐巾折花技能	24
任务三 斟酒服务技能	43
任务四 摆台操作技能	48
任务五 菜肴服务技能	58
任务六 撤换餐具用具	65
项目三 综合服务技能	69
任务一 中餐零点服务	70
任务二 中餐宴会服务	90
任务三 西餐零点服务	96
任务四 西餐宴会服务	108
项目四 餐饮经营设计	118
任务一 餐饮企业选址	118
任务二 厨房环境设计	124
任务三 餐厅空间布局	131
任务四 菜单筹划设计	137

项目五 餐饮日常管理	153
任务一 餐饮原料管理	154
任务二 餐饮生产管理	167
任务三 餐饮销售管理	177
任务四 餐饮服务管理	194

附录	212
附录1 餐厅服务员国家职业标准	212
附录2 中国饭店行业服务礼仪规范——餐饮部分	222

参考文献	228
-------------	-----

餐饮岗位认知

项目一

情境描述

餐饮岗位认知是学生从事餐饮职业岗位工作入门学习的必备内容,进入餐饮岗位工作之前,学生要了解餐饮业发展概况,知晓餐饮经营特征,明确餐厅工作任务及餐饮组织架构和岗位职责。为了实现教学目标,该学习单元设置了餐饮发展概述、餐饮工作任务及餐饮经营特点三个学习任务。

教学目标

【知识目标】

1. 了解中外餐饮发展概况。
2. 了解中国餐饮行业发展态势。
3. 知晓餐厅表现形式。
4. 明确餐饮部工作任务。
5. 熟悉餐饮部的经营特点。
6. 明确餐饮组织架构及岗位职责。

【技能目标】

能够准确描述餐饮部工作任务及核心岗位的岗位职责。

【素质目标】

1. 认识餐饮服务工作的重要性,树立良好的服务意识。
2. 培养学生具有良好的职业素养。

任务一 餐饮发展概述

餐饮业是利用餐饮设备、经营场所,为客人提供饮食产品和消费服务的生产经营服务性行业。餐饮业的发展追随着社会经济的发展和人类文明的进程,从最初生理上的果腹需求发展到今天精神上、文化上的享受,而餐饮业也随着这个进程完成了从低级到高级、从简单到复杂、从无序化到行业化的蜕变,成为人类社会活动的重要组成部分。



一、中外餐饮发展概况

(一) 国内餐饮业发展历程

我国餐饮业的发展历程如图 1-1 所示。



图 1-1 我国餐饮业的发展历程

1. 萌芽与积累阶段

50 万年前的北京人已经知道用火烧熟的食物味道比生食好，烹饪由此发端。

商周时期，餐饮业的萌芽已见端倪。随着社会生产力的发展，出现了剩余产品，以商品交换为目的的外出活动逐渐增多。外出者常借宿于寺庙或民家，且由其提供简陋的饭食，只偶尔支付一点微薄的酬劳。

秦汉时期，餐饮业开始具有商业目的。生产力的发展，使得商人、官宦往来络绎不绝，在各处通商大邑出现了“客舍”或“亭栈”等小旅店，为来往的官宦和客商提供基本食宿，换取一些利润。餐饮业主已经有了经营意识，开始采取一些取悦客人的经营方法。此时中原已开始与西域进行通商贸易，这不但使原产西域的各种原料传入中原，而且繁荣的商业也促进了餐饮业的发展。

到了唐宋时期，餐饮业进入了一个鼎盛时期，餐饮业的体系结构、档次更加健全，除了提供普通饮食服务的店家，还出现了只卖酒或面食的“专卖店”；有的店家开始在饮食服务中添加其他内容，如西湖游船将游览带入用餐过程；档次方面也进行了细化，如接待达官贵人的是高级酒店，接待普通民众的是普通酒店，而为社会底层服务的就是走街串巷的饮食挑子。

晚清时期，餐饮业的发展百花齐放。列强入侵，为中国的餐饮业带来了多元化的元素，在通商口岸及沿海城市出现了西餐馆。随着封建统治的灭亡，我国进入了军阀混战时期，人员的大量流动使得各地方的菜式快速融合交流。

总的来看，历经千年，虽然餐饮业得到了一定的发展，表面上形成了行业的格局，但从现实意义上来说，它只是弱、小、散的个体企业，只是家庭谋生的手段，并且没有行业规范和管理法规。

2. 餐饮行业的发展与繁荣阶段

新中国成立初期,国内经济开始缓慢复苏,餐饮业的发展基本处于停滞状态,直到改革开放后才迅速加快发展步伐。改革开放以来,国家政策的放开、社会经济的发展、行业协会的规范、外资和国际品牌的进入以及消费观念和消费方式的转变等因素推动了餐饮行业的快速扩张和发展。时至今日,我国餐饮业已经成为国民经济发展新的增长点,是扩大内需、吸纳社会就业的重要途径,更是发展我国外向型经济的一个重要领域。改革开放 30 多年来,我国餐饮业的发展经历了起步、发展、腾飞三个阶段。

(1) 起步。20 世纪 70 年代末至 80 年代,国家经济政策率先在餐饮业上放开,允许个体私营经济形态的存在。市场的开放催生了一大批个体私营饭馆,普遍以家庭经营为主,呈现出规模小、档次低、烹饪技术含量不高(以家常菜为主)的特点,它们以价格优势和方便实惠的定位赢得了市场的认可。社会餐饮的大量产生虽然使传统的公有制餐馆受到了不小的冲击,但它们活跃了市场,丰富了行业结构,为餐饮业的行业构建和长足发展打下了坚实的基础。正是在这样的背景下,经万里、王震、习仲勋等党和国家领导同志的倡导,原商业部部长刘毅精心策划,中国烹饪协会于 1987 年正式宣告成立,地方餐饮行业协会也如雨后春笋般建立。这意味着中国的餐饮市场从此走上了行业化发展的道路,有了正规的行业规范和管理法规。

(2) 发展。20 世纪 90 年代,随着收入水平的提高和消费观念的改变,人们对餐饮的需求量不断攀升,并且在档次、风味和服务上有了更高的要求。餐饮投资大幅增加,国际品牌纷纷进入,外资和合资企业涌现。一些本土品牌和国际品牌在全国范围内实施连锁经营,以扩大规模、占领市场。这些餐饮企业以不同的服务档次和风格各异的经营特色充实了餐饮行业。餐饮市场愈加繁荣,从业人员数量剧增,餐饮收入逐年上升,带动了大批相关行业的发展。餐饮业开始成为国民经济新的增长点,是拉动内需的重要方式。

(3) 腾飞。进入 21 世纪以来,我国餐饮业增长势头不减,发展更加成熟,而市场的竞争也更加激烈。餐饮企业在进行外延发展的同时,更加注重内涵文化建设,努力打造企业形象、培育企业品牌,积极推进产业化、国际化和现代化进程,开始输出品牌与经营管理,品牌创新和连锁经营力度增强,现代餐饮发展步伐加快。如果说连锁经营是数量上的扩张,那么品牌竞争就是质量上的提升。在这样的发展态势下,“北京全聚德”“内蒙古小肥羊”“重庆小天鹅”等一大批餐饮企业不断提升自我、发展品牌,竞相扩大经营规模,足迹也延伸至国外。2008 年,我国餐饮业尽管受到南方低温雨雪冰冻、汶川大地震等严重自然灾害以及物价上涨、劳动力成本提高的影响,企业经营出现了一定程度的波动,但餐饮市场仍呈现出平稳增长的良好态势。我国餐饮业在社会需求和经济发展的大背景下,行业总体规模日益扩大,拉动消费、繁荣市场、安置就业和带动产业发展的能力越来越突出,在国民经济中的地位和作用得到不断提升和加强。

(二) 国外餐饮业发展历程

国外餐饮业起源于古代地中海沿岸的繁荣国家,基本定型于中世纪,其发展除受



本土因素影响外,还受到世界科学技术、经济发展的影响,它的步伐追随着整个西方的文明进程,在不同历史时期涌现出的中心国家的餐饮业最具代表性。

公元前 3000 年,埃及成为统一的国家。当时宫廷饮食十分丰富,法老每餐进食 30 种菜肴,并饮用啤酒、葡萄酒、果酒等酒水。公元前 1700 年,古埃及已有酒店存在,考古发现了同一时期或更早时期的菜单,上面记载的基本是面包、禽类、羊肉、烤鱼和水果等食物。

继古埃及之后,古希腊成为西方文明的中心。酒店多设在各种庙宇旁边,体现了浓厚的宗教色彩。牲畜首先被送到庙宇中敬奉神灵,祭祀之后再把牲畜抬到酒店烹制,让大家分享。煎、炸、焖、蒸、烤、煮、炙等多种烹调方法已出现,技艺高超的名厨深受人们尊敬。约在公元前 3 世纪,雅典人发明了第一辆冷盘手推车,厨师把用甜葡萄酒浸过的面包片、海扇贝和鲟鱼装在盘子里,推入餐厅供人们选择享用,这对今天的餐饮业仍有影响。当时古希腊的酒店主已经开始向旅行者提供食品和饮料,主要包括地中海地区的谷物、橄榄油、葡萄酒、奶酪、蔬菜和肉食等。受希腊文化的影响,古罗马逐渐重视烹饪文化,餐饮业的发展颇具规模。庞贝古城的考古发现表明当时的客栈、餐馆和酒店十分兴盛,至今仍能分辨出 118 家此类遗址。

14 世纪,随着奥斯曼帝国的扩张和伊斯兰教传播的影响,土耳其形成了以食羊肉为主、以烤羊肉为其传统名菜的独特烹饪风格,对形成和发展伊斯兰教国家的餐饮习俗和餐饮业有重大影响,因而土耳其被公认为世界三大烹饪王国之一。

16 世纪中叶,意大利成为欧洲文艺复兴的中心,艺术、科学的繁荣和商业经济的发展,使烹饪技艺博采众长,吸收世界各地的烹饪精华,形成了追求奢华、注重排场、典雅华丽的风格,意大利因此而被誉为“欧洲烹调之母”,同时也被认为是西餐的发源地。

18 世纪中期,法国成为欧洲政治、经济和文化中心。法国发达的农牧渔业为烹饪和餐饮业的发展创造了优越的物质条件。法国菜选料广泛,烹饪方法考究,大量使用复合调料,使菜肴味道浓郁、丰富多彩,烹饪技艺和菜肴组合比较科学,并注意保留食品的热量和营养成分,形成了独具特色的法国餐饮风格。20 世纪 60 年代,法国又提出“自由烹饪”的口号,改革传统烹饪工艺,力求烹制时间短、味道鲜,以适应现代生活的要求。法国菜受到人们的普遍欢迎,在世界上广为传播,法国也被公认为是世界烹饪王国。

20 世纪,美国成为世界第一工业强国,它的烹饪和餐饮是世界各地移民(主要来自欧洲、非洲和亚洲)和土著印第安人传统习惯的大融合。为适应社会经济迅速发展、生活节奏加快的需求,餐饮业出现了革新性的变化,注重营养、求新、求快。至今,其“营养丰富、快速简便”的餐饮特色,随着国际经贸交流的迅猛发展推向世界各地。如麦当劳快餐就是在欧、亚各国小吃基础上的新创造,以营养丰富、快速简便、口味统一的特色在世界各地得到普遍认可。

如今,在全球影响较大的应是美国餐饮业。以麦当劳、肯德基为代表的美国快餐企业凭借雄厚的资本优势和先进的管理模式,以连锁经营的方式,在国际餐饮市场上不断扩张,占据了相当可观的份额,成为国际餐饮市场的绝对主流。其中,麦当劳是

世界零售食品服务业的领先者,在全球超过 118 个国家和地区拥有 31 000 多家餐厅,每天为 5 600 万顾客提供优质食品。

补充资料

西餐发展简史

据有关史料记载,早在公元前 5 世纪,在古希腊的西西里岛上就出现了高度发达的烹饪文化。在当时很讲究烹调方法,煎、炸、烤、焖、蒸、煮、熏等烹调方法均已出现,而技术高超的名厨师在社会上很受尊重。许多王公贵族在自己家中试做调味品,每种调味品都由多种原料复合而成。尽管当时烹饪文化有了相当的发展,但人们的用餐方法仍是以手抓食为主。西餐餐桌上的刀、叉、匙都是由厨房用的工具演变而来的。

15 世纪时出现了餐桌共用餐刀。个人用的餐刀,大约出现在 17 世纪。那时的餐刀是尖头形,后来,据说法国红衣主教黎希留,看到有的就餐者在宴会上用餐刀尖剔牙,觉得很不好看,于是,他便下令将餐刀由尖头形改为圆头形,于是圆头形餐刀一直沿用到现在。

勺子作为厨房用具,在远古时期早已被人们使用,餐桌上用的汤匙是在 17 世纪才出现的。至于茶匙,则是红茶传入欧洲后的产物。

叉子原来只在厨房中使用。10 世纪拜占庭时期,餐桌上曾出现过较小型的银质叉子,但只是昙花一现。直到 1894 年,英国还不允许水兵使用餐叉和餐匙,据说使用这些餐具给人的感觉不像男子汉。

餐巾早在古罗马时期就出现了,不过一直没有被大多数人接受。15 世纪,人们习惯于用舌头舔手,或用上衣擦手,还有的用面包片擦手。在上层社会仍有部分人有用手抓食的习惯。在当时,就餐桌旁几乎都有狗的存在,这是因为人们就餐时用手抓食后,就用面包片擦手,然后把脏面包片丢给狗,故而出现了人在桌上用餐、狗在桌下吞食面包片及残骨、碎肉的场面。

15 世纪中叶是欧洲的文艺复兴时期,饮食同文艺一样,以意大利为中心发展起来,在贵族举行的宴会上涌现出各种名菜、细点,驰名世界的空心面就是在那时出现的。

到了 16 世纪中叶,法国安利二世的王后卡特利努·美黛希斯非常喜欢研究烹调方法。她从意大利雇用了 7 批技艺高超的烹调大师,在贵族中传授烹调技术,不仅使宫廷的菜点质量显著提高,同时使烹饪技法广为流传,促使法国的烹饪业迅速发展起来。与此同时,她为了改变不文明的用餐陋习,还明文规定了用餐规则,规定用手抓食、舔手或用上衣擦手都是不文明行为,只有用餐巾才是有礼貌的表现。

后来,法国有位叫蒙福特的人,在举行宴会时,为了让客人预先知道宴席的所有菜品,让管家在宴会前用羊皮纸写好菜名,放置在每个座位前。据说这就是最初的西餐菜单。

在这期间,伟大的艺术家达·芬奇的油画杰作《最后的晚餐》描绘了餐桌上的面

包、仔牛肉、冷盘、葡萄酒、餐刀及玻璃杯等物。这个当时基督教徒欢度复活节的圣餐场面，已经大体具备了现代西餐的雏形。

1638—1715 年，由于讲究饮食而被人们称为“美食家”的法国国王路易十四在宫廷中发起了烹饪大赛，给予优胜者奖章及奖赏，从而推动了烹饪业的蓬勃发展，一时间宫廷内佳肴层出不穷。当时研制出来的菜肴称为宫廷菜，独成一系，在宫廷举行宴会时，一餐往往有 60 多道菜肴。在宫廷的影响下，上层社会盛行大摆宴席，菜单上有冷盘、汤、肉食、禽类、水果、点心，品种已接近现代西餐，西餐逐步趋于完善。

宫廷和上层社会的烹饪热，直接推动了整个社会的烹饪业发展，1765 年法国出现了餐厅。1789 年法国大革命后，面对一般顾客的餐厅像雨后春笋般发展起来，供餐形式采取每人一份的方法。不久出现了零点的菜肴，但只是简化了的宫廷菜。19 世纪初期，餐桌上的规矩大致与现在相同。第二次世界大战以后，才出现了许多新的餐具，不仅配套，而且还有着严格的摆放及使用方法。

现在的西餐中大量使用精美的瓷器餐具，包括菜盘、汤盘、点心盘、面包盘、茶盘、茶碗、咖啡碗及双耳清汤碗等。事实上，在中国青花瓷器传入欧洲之前，西餐中使用的用具只有金属器皿、玻璃器皿和软质陶器。陶器在西餐中广泛使用，和瓷器相比显得粗糙、厚重、丑陋。到了 16 世纪，淡雅、精美的中国青花瓷传入欧洲，受到了欧洲人的喜爱，于是欧洲人便开始了瓷器的研制。1710 年德国出现了欧洲最早的瓷窑——曼斯窑。1717 年，法国建起了赛尔窑。接着，英国烧制出了洁白的骨灰瓷器，造型、质地不断更新，目前世界十大名骨瓷全在英国。美国、意大利随后也开始生产瓷器，逐渐地，瓷器餐具便在西餐中安家落户了。

资料来源：www.xici.net/u7350054/d45248667.htm。

二、中国餐饮行业发展态势分析

前瞻产业研究院发布的《2014—2018 年中国餐饮行业发展前景与投资预测分析报告》数据显示，2013 年全国餐饮收入累计实现 25 392 亿元，同比增长 9%（图 1-2）。其中限额以上企业（单位）餐饮收入累计达到 8 181 亿元，同比下降 1.8%。

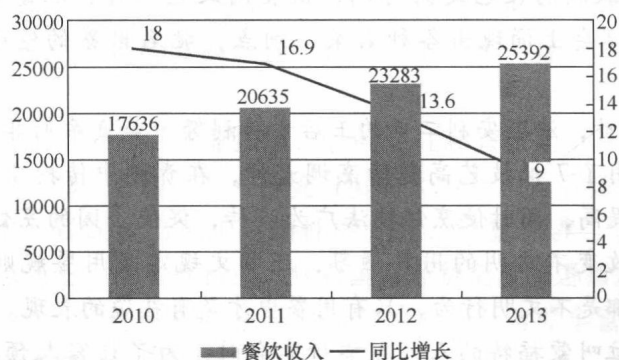


图 1-2 2010—2013 年中国餐饮业发展状况（单位：亿元，%）

资料来源：前瞻产业研究院

（一）品牌力成制胜法宝，文化餐饮将更具竞争性

现在的餐饮消费已进入到第三重阶段，即看不见、摸不着的整体消费意识阶段，消费者在离开消费场所后在头脑中形成的整体感知回应是什么，这便体现出餐饮店的品牌文化，所以商家的独特体系已不仅仅是菜品、味道、服务、环境、音乐等，而是综合因素的整体体现。随着人们在就餐环境、体验等方面的要求越来越高，名气大、品牌响的餐厅越做越大。餐馆档次也体现在环境上，文化成为餐饮业装潢视觉的重要元素，“吃环境”将是餐饮业的发展趋势之一。根据定位不同，体现不同文化，成为许多餐馆的竞争手段。餐饮市场的竞争，必将回归于品牌间的竞争，品牌力更强就有更广阔的市场。

（二）大众化餐饮为餐饮市场的主流

在2014年商务部的重点工作中，早餐工程、厨房改造工程、绿色饭店是财政支持的重点项目，引导更多的餐饮企业加入到早餐工程、社区餐饮、商务快餐等领域，加快大众化餐饮连锁步伐。

（三）连锁经营是发展趋势

连锁经营不仅可提高效率、降低成本，更能帮助餐饮业突破发展中的管理瓶颈。连锁经营具有成本优势、价格优势、品牌优势，应该是餐饮业经营模式的主要发展方向。餐饮行业整体由单纯的价格竞争、产品质量的竞争，发展到产品与企业品牌的竞争，文化品位的竞争，由单店竞争、单一业态竞争，发展到多业态、连锁化、集团化、大规模的竞争。

（四）口碑营销、网络营销被广泛应用

“导吃顾问”“美食侦察”为餐厅带来创新，改良菜品、营销餐厅。网络营销也被看重，用网络搜索自己中意的餐厅、美食已是常见景象。企业应当及早充分认识到微博、微信在餐饮行业的营销中将会发挥的重要作用。

（五）菜品定位精细化，健康养生餐饮引导餐饮新趋势

特色是传统餐饮立身之本，这种强调口味的做法，仍是宣传之道。但口味一旦被复制，特色也成了平常。关注地方风味、精细化定位、拥有特色菜肴，精细化的创新定位渐成趋势。养生概念从原材料的健康养生发展到全面的养生体系，即菜品原辅料养生、烹饪加工数字化养生、餐饮服务养生推介，再融汇绿色装修材料、个人养生食谱打造、养生礼品等系列产业的开发，把餐饮业真正打造成绿色养生产业。

（六）餐饮微利时代，信息化带动作用日趋明显

信息化的应用将覆盖企业预订、采购、点餐、人员绩效考核、财务管理及客户关系管理等各个环节，促进餐饮企业实现降低运营成本、提高管理效益率、优化服务流程。

（七）中外餐饮企业竞争加剧

现在餐饮市场上基本都是以国外知名品牌连锁为主，它的模式简单，可复制性强，加上其产品本土化及主题餐厅策略的推出，未来在中国的发展更有势不可挡的趋势。面对这样来势汹汹的“洋快餐入侵”，中国餐饮业将面临巨大挑战。但同时，国外餐饮企业进入中国后，对我国餐饮经营理念、服务质量、文化氛围、饮食结构、从业人员

素质要求等产生了深刻的影响。洋餐饮让本土餐饮的视角变得更为宽广,经营创新的渠道也更为多元。洋为中用、中西合璧的趋向在餐饮行业也明确体现。

任务二 餐饮工作任务

餐饮部是现代饭店中的一个重要部门。它不仅要满足客人对餐饮产品和服务的要求,为饭店在社会上树立良好的企业形象提供一个窗口,它还要为饭店创造良好的经济效益,其经营管理的好坏,直接关系到饭店经营的成败。

一、餐饮部在饭店中的地位

(一) 餐饮部生产满足人们基本生活需要的产品

饭店作为旅游者的“家外之家”,餐饮场所是宾客主要的用餐地点。现代饭店的餐饮部拥有中餐厅、西餐厅、宴会厅、咖啡厅、自助餐厅,还有酒吧、音乐茶座、KTV包房、房内用餐服务等餐饮设施与服务项目,这些都为饭店所在地的各行各业、各种阶层、各种消费层次的人们提供了良好的餐饮消费环境。因此,拥有一个完善的、与饭店经营定位和客人要求相适应的餐饮部,是搞好饭店经营的基本要求。

(二) 餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

我国星级饭店的餐饮收入约占总收入的三分之一,一些发达地区的饭店餐饮收入甚至会超过客房收入,占整个饭店收入的二分之一左右。因为饭店客房数量基本是固定不变的,其最高收入是一个常量。而餐饮部的最高收入则是变量,虽然餐位数是固定不变的,但餐饮部可通过提高工作效率、提高服务质量、提高菜肴质量等措施,使餐位的周转率和人均消费水平得以提高,最终使餐饮部的营业收入达到最大值。

(三) 餐饮部的服务水平影响饭店的声誉

餐厅服务员为宾客提供面对面的服务,一举一动、一言一行都会在宾客的心目中产生深刻的印象,宾客可以根据餐饮部为他提供的餐饮产品的种类、质量以及服务态度等来判断饭店服务质量的优劣及管理水平的高低,因此,餐饮服务的好坏不仅直接影响餐饮部的经济效益,更会影响饭店的形象和声誉。

(四) 餐饮部是向国内外宾客介绍和宣传中国饮食文化的重要场所

随着我国经济的迅猛发展,饮食文化将呈现出前所未有的更新、更丰富、更活跃的发展趋势。中国的美味佳肴,代表了中华民族五千年的文明史,中国的烹饪艺术闻名遐迩,为世人所称道。它将在继承民族优秀传统文化的基础上,多方面吸纳现代科学技术的成果,不断完善自身,展示出更加迷人的饮食文化风采。

针对国内饮食市场的特点,餐饮部在经营方式中,应适应不同的消费需要,不拘一格。通过举办“美食节”等活动,通过美食文化的弘扬,来宣传自己。餐饮部肩负着弘扬中华饮食文化的重任,在饭店中有着极其特殊的地位。

(五) 餐饮部是饭店吸纳劳动力最多的部门

增加就业机会,广泛吸纳劳动力是餐饮行业的主要特点之一。近年来随着我国社会经济的稳步发展和人民生活水平的不断提高,餐饮业也保持着持续快速发展的态势,

行业规模、从业人员和经营领域日益扩大。由于餐饮业对员工需求量大,并且这些岗位对员工文化程度的要求不高,使得这一行业的可进入性相对较强,很受社会上普通劳动力的欢迎。

二、餐饮部的主要任务

餐饮部的任务是以市场开发和客源组织为基础,以经营计划为指导,利用餐饮设施、场所和食品原料,科学合理地组织餐饮产品的生产和销售,满足国内外客人日益增长的、多层次的物质和文化生活的需要。

(一) 掌握市场需求,合理制定菜单

要满足宾客对于餐饮服务的各种需求,首先必须了解饭店目标市场的消费特点和餐饮需求,掌握不同年龄、不同性别、不同职业、不同民族和宗教信仰的宾客的消费习惯和需求,并在此基础上制定出能够迎合广大宾客的菜单,作为确定餐厅种类和规格、餐饮内容和特色、选购设备、配备人员的依据和指南。

(二) 开发餐饮新品种,创造经营特色

餐饮部的餐饮产品要具有吸引宾客并与其他饭店、餐厅、餐馆竞争的能力,最重要的是必须具有自己的特色。如果自己的餐饮产品毫无独特之处,那么其附近甚至较远的饭店、餐馆便能轻而易举地吸引走它的宾客。所以餐饮部应该努力挖掘潜力,积极继承传统,研究开发新品种、新项目,独树一帜,从而形成自己的经营特色。

(三) 保持并不断提高食品质量和服务质量

能否保持并不断提高食品质量是餐饮部经营管理成败的关键之一。因此,餐饮部管理者可以考虑以岗位责任制为中心,建立相应的规章制度,制定各岗位的操作规程和质量标准,严格检查制度。仓库应抓好采购、验收、储藏、发放过程中的原料质量检查,以保证原料符合食品加工烹调的要求;厨房应抓好原料粗加工、细加工和烹调的质量技术,督促厨师严格按照菜谱要求操作,并努力改进烹调技术,做好生产过程的组织工作,不断提高食品质量;餐厅服务应坚持按照服务规程进行,不断改善服务细节,提高餐饮产品的内在质量。

(四) 加强餐饮推销,增加营业收入

餐厅的推销活动是饭店营销活动的一个重要组成部分,也是对餐饮部人员提出的更高要求。即在饭店营销计划的指导下,研究客人的需求特征,选择推销目标,制定外部和内部推销计划,开展促销活动,积极承办各种宴会,抓好节假日和特色餐饮的宣传推销,以争取更多的宾客并提高宾客平均消费额。

(五) 合理组织人力,提高劳动生产率

餐饮部应做好营销量预测,并据此做出厨房生产计划和餐厅接待计划,根据劳动定额指标合理组织人力和安排员工工作时间,在保证食品质量和服务质量的前提下,最经济地使用资源,以降低人工费用,提高盈利水平。

(六) 控制成本,增加利润

餐饮成本控制是降低食品成本、增加酒店盈利的必要措施,也是餐饮管理的重要内容。成本控制涉及一系列的业务环节,因此,餐饮部应根据制定的标准成本率,确

定合理的食品销售价格；控制食品原料采购价格；加强原料验收、储藏、发放管理，以避免和降低原料损耗浪费；抓好原料粗加工环节，控制原料加工损耗率；厨房要严格按照标准菜谱要求操作，并做好成本核算和成本分析，以在保证食品质量、数量符合标准的前提下，尽量减少损耗，降低成本，使酒店增加盈利。

（七）确保食品卫生和饮食安全

餐饮卫生和安全在餐饮管理中占据重要位置，卫生工作的好坏，不仅直接关系到客人的身心健康，而且也关系到酒店的声誉和经济效益。因此，餐饮部工作人员必须遵循饭店制定的餐饮操作程序、操作规范，接受经常性的食品卫生教育，确保餐厅食品的卫生和安全。

任务三 餐饮经营特点

一、餐饮部经营特点

餐饮部的经营，除了餐饮服务之外，还承担着即制即销加工烹饪的食品和饮料业务。这些实物产品，不可能按照工业生产的标准进行大批量生产和储存，需要一定的生产设备和进餐场所，并通过服务的各个环节按一定程序配合完成。因此，餐饮产品在生产、销售和服务上都独具特点。

（一）餐饮生产特点

1. 种类多、批量小

餐饮部为客人提供的食品、饮料的品种多达几十种甚至上百种，但客人需要的数量较小，而且大多数产品不能成批生产，这给餐饮产品的质量管理和标准的统一带来诸多不便。因此要求在生产中严格地按照标准食谱操作，把产品质量的误差减小到最低限度，同时还要保证产品生产成本的一致性。

2. 生产时间短

餐饮产品的生产、销售、服务等连续过程是在同一地点完成的。一般从粗加工、细加工到烹饪出各种产品，从服务、消费到结账收款的整个过程所花费的时间很短，这给餐饮产品的生产带来了一定困难。这就要求把生产和销售结合在一起，在最短的时间内生产、销售符合客人要求的菜式品种，缩短客人的进餐时间，增加单位时间内的营业收入。

3. 缺乏专利性

餐饮产品没有专利性。一款特色菜肴或点心一经出现，很快就会有其他餐厅的人来学习，并在原来的基础上进行改良，使原来的餐饮产品失去了竞争的优势。因此，企业应加强对品牌的保护，同时在竞争中必须时刻跟上社会潮流，摸准市场脉搏，不断更新菜点。另外，菜点虽然可以照搬、模仿，但文化与服务是复制不了的，所以餐饮企业可在菜点的服务上想办法，赋予菜点、餐厅更多的文化内涵。

4. 生产量难以预测

每日进餐的客人多少不一，消费品种各不相同，消费量也各不相同，因此餐饮部