

酒店服务管理专业“十一五”规划系列教材

餐厅

服务

(修订本)

—— 庞雪华 彭树青 主编 ——



中国物资出版社

酒店服务管理专业“十一五”规划系列教材

餐厅服务

(修订本)

庞雪华 彭树青 主编

中国物资出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

餐厅服务/庞雪华, 彭树青主编. —2 版 (修订本).
北京: 中国物资出版社, 2007. 9

ISBN 978-7-5047-2732-9

I. 餐… II. ①庞…②彭… III. 饮食业—商业服务—专业学校—教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 144480 号

责任编辑 康书民

责任印制 方朋远

责任校对 孙会香

中国物资出版社出版发行

网址: <http://www.clph.cn>

社址: 北京市西城区月坛北街 25 号

电话: (010) 68589540 邮政编码: 100834

全国新华书店经销

利森达印务有限公司印刷

开本: 850mm × 1168mm 1/32 印张: 11.625 字数: 251 千字

2008 年 1 月第 2 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5047-2732-9/F · 1132

印数: 0001—3000 册

定价: 18.60 元

(图书出现印装质量问题, 本社负责调换)

修 订 说 明

《餐厅服务》是中国物资出版社于1999年出版的中等职业院校教材，经过多年的教学实践，受到学校的好评。但是原有的部分内容已不适应形势发展的需要，在广泛征求意见的基础上，决定在原版基础上进行修订。该书在修订时摒弃了陈旧过时的内容和数据，增加了近年来国内外的新成果、新工艺、新数据，使其更具时代性与前沿性。为了能适应职业院校的特点，该书浓缩了理论介绍和原理论述，突出了实用性和操作性，该书主要在以下方面进行了改动和修订。

一、在原书内容上进行了调整：

1. 将原书第三、九章服务技能内容调整到本书第三章；
2. 将原书第二、八章素质要求内容调整到本书第二章；
3. 将原书第五章内容调整到本书第四章第三节内。

二、增加了第六、七、八章内容。

三、在各章节的内容中增添了部分新的内容及图表。

本书由广西商业高级技工学校彭树青老师修订。由于时间仓促，加之水平有限，不当之处在所难免，敬请专家和学者提出宝贵意见，使之日臻完善。

2007年9月5日

编写说明

为适应社会主义市场经济体制的要求，国内贸易部于1998年颁发了商品经营等7个专业教学计划及配套的专业课教学大纲。《餐厅服务》一书是根据新编的教学计划和教学大纲的要求，充分吸收和借鉴本学科国内外研究的最新成果，重点放在学科体系、内容体系、结构体系的创新上，强化知识的应用性和可操作性。本书是商贸中等职业技术学校的必用教材，也可供业务岗位培训和再就业培训使用，还可作为广大企业职工的自学读物。

《餐厅服务》一书由湖南省长沙市商业技工学校庞雪华任主编，安徽省合肥商业学校吕莉和西安市服务学校杨新乐任副主编。参加编写的有：庞雪华（第六、七、八章），吕莉（第九、十、十一章），杨新乐（第三章），山东济南商业技工学校吕瑞敏（第一、二章），西安市服务学校李桂新（第四章），杨新乐、李桂新合编（第五章）。全书由庞雪华总纂，广西柳州商业学校梁国利主审。

本书在编写过程中，得到了许多学校领导和教师的大

力支持，在此致以深切的谢意。

由于编写时间仓促，编者水平有限，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者不吝赐教，以便于修订，使之日臻完善。

内贸系统教材编审委员会

1999 年 7 月 1 日



(131)		餐服管理中 章四第	
(138)		餐服点菜 节一第	
(141)		目 录 餐服点菜 节二第	
(150)		餐服会宴 节三第	
第一章 餐饮概述	(1)		
第一节 餐饮部在饭店中的地位与任务	(2)		
第二节 餐饮部的组织结构与管理职能	(5)		
第三节 餐饮部产品的经营特点	(18)		
第四节 餐饮市场的发展趋势	(23)		
第二章 餐饮服务人员的素质要求与岗位职责	(34)		
第一节 餐饮服务人员的素质要求	(35)		
第二节 餐饮服务人员岗位职责	(45)		
第三章 餐饮服务基本技能	(54)		
第一节 托盘	(55)		
第二节 餐巾折花	(59)		
第三节 摆台	(86)		
第四节 斟酒	(102)		
第五节 上菜和分菜	(113)		
第六节 其他服务	(126)		



第四章 中餐服务	(137)
第一节 零点服务	(138)
第二节 团体包餐服务	(151)
第三节 宴会服务	(156)
第四节 送餐服务	(182)
第五节 自助餐服务	(186)
第五章 西餐服务	(195)
第一节 西餐服务概述	(195)
第二节 西餐餐具、酒具与用品	(209)
第三节 咖啡厅服务	(218)
第四节 西餐扒房服务	(225)
第五节 西餐宴会服务	(233)
第六节 酒吧服务	(247)
第六章 酒水知识与酒水服务	(256)
第一节 中国白酒与白酒服务	(256)
第二节 洋酒与洋酒服务	(266)
第三节 葡萄酒与葡萄酒服务	(295)
第四节 啤酒与啤酒服务	(310)



第七章 餐厅日常管理	(321)
第一节 餐厅服务质量管理	(321)
第二节 餐厅卫生管理	(328)
第三节 餐厅财产管理	(334)
第八章 餐饮服务质量管理	(342)
第一节 服务质量管理的方法和管理控制的 实施	(342)
第二节 正确处理宾客的投诉	(352)
参考文献	(360)



第一章 餐饮概述

学习提要

一、餐饮部在饭店中的地位与任务

二、餐饮部的组织结构与管理职能

三、餐饮部产品的经营特点

四、餐饮市场的发展趋势

学习目标

通过对本章的学习，明确餐饮部在饭店中的地位、任务及其产品经营特点，理解餐饮部的组织结构与管理职能，了解当今餐饮市场的发展趋势。

随着社会经济的发展，作为饭店重要功能之一的餐饮功能已成为衡量饭店服务及管理水平的标志。餐饮部在饭店中的地位日益突出和显著，其管理方式及管理水平直接决定了餐饮部经营的成败。基于此，明确餐饮部的主要工作任务和各阶层管理人员岗位职责是首先解决的问题，它是部门有效运转的基本保证。本章着重从餐饮部的地位任务和组织结构等方面对餐饮部运行管理进行论述。



第一节 餐饮部在饭店中的地位与任务

一、餐饮部在饭店中的地位

餐饮部在饭店中的地位与社会和饭店业日新月异的进步密切相关。生活水平的提高、生活节奏的加快、就餐观念的更新,所有这一切给餐饮业的繁荣与发展提供了条件。而随着以特色服务和特色产品争夺餐饮市场的日益激烈,餐饮业更是得到了前所未有的进一步发展。饭店的餐饮部在此环境和潮流下对整个饭店的发展起着越来越重要的作用,地位不断提高。

(一) 它是饭店必不可少的主要服务部门

民以食为天,饮食是维持生命的基本条件。马斯洛需求理论中也把饮食的需要作为人类五个需求中最基础的需求。离开了作为饭店重要组成部分的餐饮部,饭店就不成其为完整意义上的饭店和旅游者的“家外之家”。现代饭店餐饮部拥有众多的餐饮设施,所有这些设施都为消费者提供不同的餐饮消费环境和场所。餐饮部是饭店必不可少的主要服务部门,因此,拥有一个设施完备与消费者要求相适应的餐饮部是饭店经营的必然要求。

(二) 它是饭店营业收入的主要来源之一

餐饮部的收入在饭店总收入中所占的比重受饭店本身主客观因素的影响,如饭店的经营思路,饭店的位置等。就目前国内饭店而言,餐饮部的营业收入占饭店营业收入



的 1/3 左右。

在经济发达地区，餐饮收入已超过饭店客房收入，占整个饭店业收入的 1/2 以上，这同西方发达国家饭店餐饮收入所占比重及地位是相吻合的。从部门赢利来讲，虽然餐饮部的成本开支大，其赢利仍可占饭店利润总额的 10% ~ 20%，这个赢利空间相当可观。

(三) 它是饭店服务水平的重要标志之一

饭店的根本宗旨是向宾客提供最佳服务，让宾客得到舒适和便利。而餐饮部是饭店内唯一提供有形实物产品的部门，这种有形产品最终是通过优质高效的外围服务提供给宾客的。餐饮产品对消费者而言，就是一段就餐经历，这种经历质量的高低不仅取决于盘中佳肴，更取决于服务水平。餐饮部服务水平的高低往往会给消费者留下深刻的印象，从而以此判断整个饭店服务水平的高低。就这个意义而言，餐饮部的服务水平已成为衡量饭店服务水平的重要标志之一。

(四) 它是饭店营销活动的重要组成部分

餐饮产品作为饭店在市场竞争中的重要“武器”，其营销活动更具有多变性和可塑性。餐饮部是饭店整体营销活动的重要组成部分。现代饭店，如果是同星级的客房设施标准基本近似，而餐饮和其他服务设施常被客人作为挑选饭店的重要因素。对饭店业大家公认的事实就是“餐饮生意好可以带动客房生意兴旺”。一个成功经营的有自己独特营销方式的餐饮部，以其特色产品和特色服务打动顾客，不仅可以促进本部门的销售，更能对饭店其他部门



的销售产生良好的影响。

二、餐饮部的主要任务

餐饮部运营所要完成的主要任务是：为宾客提供“个性化”的餐饮服务；产生足够的赢利空间；为饭店树立高品质形象。

（一）提供“个性化”的餐饮服务

1. 提供有形实物产品——菜肴

这是餐饮部最基本的任务，也是首要任务。宾客可以从菜肴的色、香、味、形、器、质、名等方面得到感观上的享受，满足宾客最基本的生理需求，也是餐饮部取得成功的关键之一。餐饮部应根据自己的市场定位和经营策略向宾客提供不同消费群体的有形实物产品。

2. 提供无形产品——个性化服务

实物产品的最终实现取决于饭店餐饮服务人员能够向就餐者提供优质的个性化服务。随着就餐观念的变化，就餐者更为注重的是服务态度和服务技巧、用餐环境与气氛等无形产品。越是高级的餐厅越是重视服务，现代饭店餐饮中能给宾客留下独特感受的正是个性化服务。“服务是餐厅的生命”，要把饭店餐饮经营好，必须重视服务。

（二）产生足够的赢利空间

增加餐饮收入，产生足够的赢利空间是饭店餐饮部的主要目标。要达到此目标，除了运用多种营销手段提高餐饮销售量外，更为重要的是控制直接成本和间接成



本的开支，做好餐饮成本控制。通常饭店餐饮部的赢利要比独立运营的社会餐饮企业少些，但饭店餐饮部的管理亦可借鉴社会餐饮企业的经营管理模式，从而达到利润的最大化。

(三) 为饭店树立高品质形象

餐饮部与客人的接触面广且是直接接触。因面对面服务的时间长，从而给宾客留下的印象最深，并直接影响客人对整个饭店的评价。从餐饮角度为饭店树立良好的社会形象，就必须加强餐饮部自身形象建设。整个餐饮部的人员恰如一个团队，任何一位服务人员的服务态度或服务质量不好，都会让宾客感觉是整个饭店的服务水平及管理水平低下，要让每个员工都认识到自己对本部门甚至整个饭店的重要性。

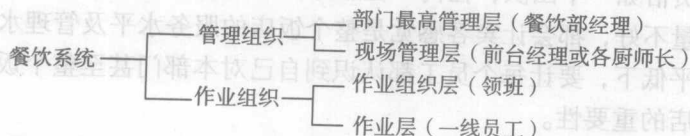
第二节 餐饮部的组织结构与管理职能

餐饮部是整个饭店组织机构中的重要组成部分。餐饮部门管辖的范围广、环节多，各经营点分散在饭店的不同区域。从员工的结构上讲，餐饮部拥有的员工人数多、工种多、人员文化程度和年龄层次差异大。要将这样一个复杂的部门管理好，首先必须建立起合理有效的组织网络，进行科学分工，使各部门各司其职，保证餐饮部门的正常运转，以实现组织的共同目标。



一、餐饮部的组织机构

餐饮部的内部组织机构，因各饭店规模的大小和餐饮部门本身职能的不同而形式各异。然而，国际国内的饭店餐饮部大多采用四级管理编制，即部门经理、主管、领班和服务员。在内部关系上采用垂直领导、横向协调的方法，使餐饮部成为一个有机整体。其目的是增强实现本部门经营目标的能力，更好地组织和控制所属职工和群体的活动。



管理组织机能——计划、促销、督导、协调、核算、控制等

作业组织机能——采购、验收、仓储、领发、生产、销售、服务等

（一）建立餐饮机构组织的基本原则

一般而言，餐饮机构组织的原则都一样，即统一指挥的原则、指挥范围的原则、工作分配的原则、赋予权责的原则。

1. 统一指挥的原则

即一位员工仅适宜接受一位上级的指挥，不宜同时受命于数人，避免无所适从，甚至体制紊乱，失去效能。



2. 指挥范围的原则

是指一个单位主管所能有效督导指挥的部属人数。工作愈复杂、地区愈分散时，其负责监督的单位愈应该减少。但此范围大小并无一定的客观标准，以美国为例，一家餐厅的主管以1人督导1~12人为准。

3. 工作分配的原则

工作分配是指根据每位员工自身的个性、学识、能力等因素，分别分配适当的工作，使其各司其职，人尽其才，以达到最高效率。

4. 赋予权责的原则

是指工作分配后，再逐级授权，实行分层负责。权责的划分要分明，以提高工作效率，并可借此培养主动负责的骨干人才为原则。

(二) 餐饮部组织机构示意图

为了便于管理，饭店餐饮部均配有组织机构图，其主要作用在于：可以清楚地反映每个部门和个人的职责；可以防止重复工作；可以直观地反映每位员工对谁负责，向谁汇报工作，避免越级或横向指挥；使每位员工清楚自己在本部门的位置和发展方向。

1. 小型饭店餐饮部的组织机构（如图1-1所示）
2. 中型饭店餐饮部的组织机构（如图1-2所示）
3. 大型饭店餐饮部的组织机构（如图1-3所示）



图 1-1 小型饭店餐饮部的组织机构

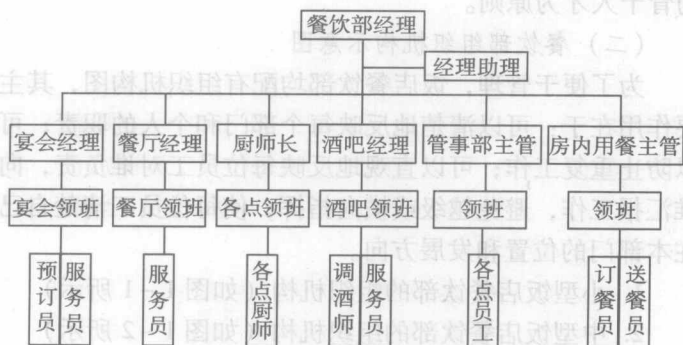


图 1-2 中型饭店餐饮部的组织机构