

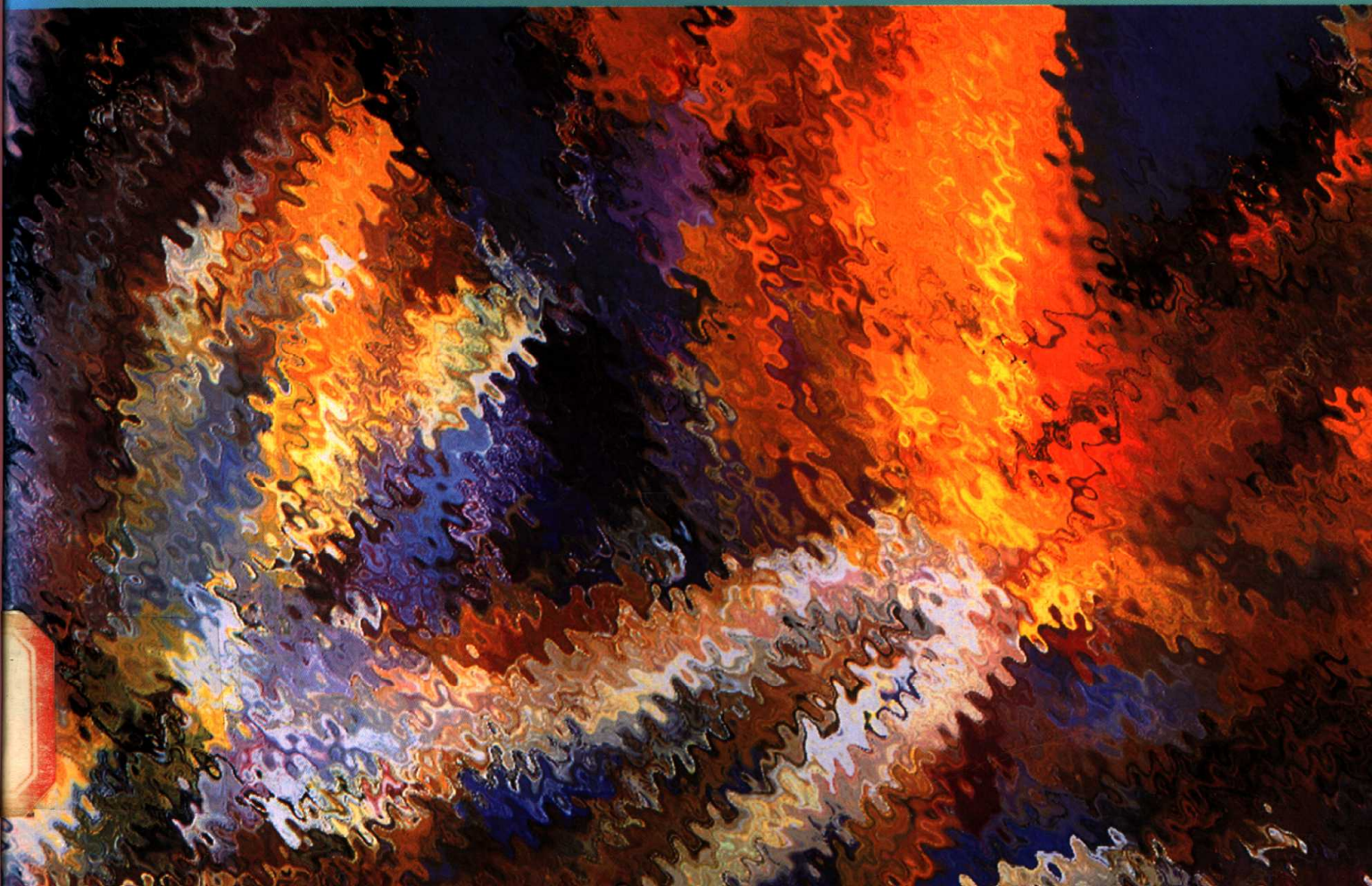
觀光叢書 7

李銘輝博士 / 主編

高秋英 / 著

餐飲服務

*Operations of
Food and Beverage Industry*



F719
G249

觀光叢書 7

李銘輝博士／主編

高秋英／著

餐飲服務

*Operations of
Food and Beverage Industry*

國立中央圖書館出版品預行編目資料

和
國
容

餐飲服務／高秋英著。--初版。--臺北市：
揚智文化，1994 [民83]
面；公分。--(觀光叢書；7)
ISBN 957-9091-52-8(平裝)

1. 餐飲 - 營業

483.8

83001333

觀光叢書 [7]

餐飲服務

作 者 / 高秋英

出 版 者 / 揚智文化事業股份有限公司

發 行 人 / 林智堅

副總編輯 / 葉忠賢

地 址 / 北市新生南路三段88號5樓之6

電 話 / (02)3660309.3660313

傳 真 / 886-2-3660310

郵撥帳號 / 1453497-6

製 版 / 盛鼎企業社

印 刷 / 偉勳彩色印刷公司

初版二刷 / 1995年6月

定 價 / 新台幣380元

張 序

觀光事業的發展是一個國家國際化與現代化的指標，開發中國家仰賴它賺取需要的外匯，創造就業機會，現代化的先進國家以這個服務業為主流，帶動其他產業發展，美化提昇國家的形象。

觀光活動自第二次世界大戰以還，由於國際政治局勢的穩定、交通運輸工具的進步、休閒時間的增長、可支配所得的提高、人類壽命的延長及觀光事業機構的大力推廣等因素，使觀光事業進入了「大眾觀光」(mass tourism)的時代，無論是國際間或國內的觀光客人數正不斷的成長之中，觀光事業亦成為本世紀成長最快速的世界貿易項目之一。

目前國內觀光事業的發展，隨著國民所得的提高、休閒時間的增長，以及商務旅遊的增加，旅遊事業亦跟著蓬勃發展，並朝向多元化的目標邁進，無論是出國觀光或吸引外籍旅客來華觀光，皆有長足的成長。惟觀光事業之永續經營，除應有完善的硬體建設外，非賴良好的人力資源之訓練與培育，方可竟其全功。

觀光事業從事人員是發展觀光事業的橋樑，它擔負增進國人與世界各國人民相互瞭解與建立友誼的任務，是國民外交的重要途徑之一，對整個國家的形象影響至鉅，是故發展觀光事業應先培養高素質的服務人才。

揆諸國內觀光之學術研究仍方興未艾，但觀光專業書籍相當缺乏，因此出版一套高水準的觀光叢書，以供培養和造就具有國際水準的觀光事業管理人員和旅遊服務人員實刻不容緩。

今欣聞揚智出版公司所見相同，敦請本校觀光事業研究所李銘輝

HW 385/11

博士擔任主編，歷經兩年時間的統籌擘劃，網羅國內觀光科系知名的教授以及實際從事實務工作的學者、專家共同參與，研擬出版國內第一套完整系列的「觀光叢書」，相信此叢書之推出將對我國觀光事業管理和服務，具有莫大的提昇與貢獻。值此叢書付梓之際，特綴數言予以推薦，是以為序。

中國文化大學董事長

張鏡湖

揚智觀光學叢書序

觀光事業是新興的綜合性事業，也稱為無煙囪的工業。由於世界各國國民所得普遍增加，商務交往日益頻繁，以及交通工具快捷舒適，觀光旅行已蔚為風氣。加以各國都在極力提倡政府與民間合作進行，因此發展至為迅速，現已形成國際貿易中最大的單一項目之一。

觀光事業不僅可以增加一國的「無形輸出」，以平衡國際收支與繁榮社會經濟，同時由於觀光旅客消費的增加，對於整個國家經濟的影響尤為深遠。此外，對於加速文化交流，增進國民外交，促進國際間的瞭解與合作，維護人類友誼與和平，更有重大的貢獻。是以觀光具有政治、經濟、文化教育與社會等各方面為目標的功能，從政治觀點可以開展國民外交，增進國際友誼；從經濟觀點可以爭取外匯收入，加速經濟繁榮；從社會觀點可以增加就業機會，促進均衡發展；從教育觀點可以增強國民健康、充實學識知能。

觀光事業是一種服務業，也是一種感官享受的事業，因此觀光客需求的滿足與否乃成為推展觀光的成敗關鍵。惟觀光事業既是以提供服務為主的企業，則有賴大量服務人力之投入。但良好的服務應具備良好的人力素質，良好的人力素質則需要良好的教育與訓練。因此觀光事業對於人力的需求非常殷切，對於人才的教育與訓練，尤應予以最大的重視。

觀光事業是一門涉及範圍甚廣的學科，在其廣泛的研究對象中，大致可分為二大類：一為「物」的，包括各種實質的自然資源、觀光相關設施等；一為「人」的，包括遊客和觀光管理及從業人員等；二者應相互為用，相輔相成，方可竟全功。同時，與觀光直接有關的行

業包括旅館、餐廳、旅行社、導遊、遊覽車業、遊樂業以及手工藝品業等，因此人才的需求是各方面的，其中除一般性的管理服務人才，例如會計、出納等，可由一般性的教育機構供應外，其他人才需要具備的專門知識與技能，則有賴專業的教育和訓練。

然而，人才的訓練與培育非朝夕可蹴，必須根據需要作長期而有計畫的培養，方能適應今後觀光事業的發展；展望國內外觀光事業，由於交通工具的改進、運輸能量的擴大、國際交往的頻繁，無論國際觀光或國民旅遊，都必然會更迅速的成長，因而今後觀光各行業對於人才的需求自然更為殷切，因此觀光人才之教育與訓練當愈形重要。

近年來，觀光學中文著作雖日增，但所涉及的範圍卻仍嫌不足，難以充分滿足學界、業者及讀者的需要。吾等從事觀光學研究與教育者，平常與業界言及觀光學用書時，均有難以滿足之感。

基於此一體認，遂萌生編輯一套完整觀光叢書的理念。適得揚智文化公司有此共識，積極支持推行此一計劃，最後乃決定長期編輯一系列的觀光學書籍，並定名為「揚智觀光學叢書」。依照編輯構想，這套叢書的編輯方針應走在觀光事業的尖端，做為觀光界前導的指標，並應能確實反應觀光事業的真正需求，以作為國人認識觀光事業的指引，同時要能綜合學術與實務操作的功能，滿足觀光科系學生的學習需要，並可提供業界實務操作及訓練之參考。因此本叢書將有以下幾項特點：

(1)叢書所涉及的内容範圍盡量廣闊，舉凡觀光行政與法規、自然和人文觀光資源的開發與保育、旅館與餐飲經營管理實務、旅行業經營與導遊和領隊的訓練等各種與觀光事業相關課程，都在選輯之列。

(2)各書所採取的理論觀點盡量多元化，不論其立論的學說派別，只要是屬於觀光事業學的範疇，都將兼容並蓄。

(3)各書所討論的内容，有偏重於理論者，有偏重於實用者，而以後者居多。

(4)各書之寫作性質不一，有屬於創作者，有屬於編纂者，也有屬於授權翻譯者。

(5)各書之難度與深度不同，有的可用作大專院校觀光科系的教科

書，有的可作為相關專業人員的參考書，也有的可供一般社會大眾閱讀。

(6)這套叢書的編輯是長期性的，將隨著社會上的實際需要，繼續加入新的書籍。

身為這套叢書的編者，謹在此感謝中國文化大學董事長張鏡湖博士賜序，觀光事業研究所唐學斌所長平日的激勵，同時更要感謝本叢書中各書的著者，若非各位著者的奉獻與合作，本叢書當難以順利完成，內容也必非如此充實。同時，也要感謝揚智文化書公司執事諸君的支持與工作人員的辛勞，才使本叢書能順利的問世。

李銘輝 謹識

中華民國八十一年十月於華崗

自序

「人」與「食」的關係，可說是親密交纏，淵遠流長。中國古諺：「民以食為天」，道出人類對於飲食的重視；而西方聖哲言：「餐桌的樂趣，像其他的喜悅一般，不分時代、年齡、國家藩籬，隨時隨地伴著我們，如果沒有它的存在，人們將終其一生的遺憾」，更揭示飲食是滿足人類心理和生理需求的重要夥伴。而跟隨民主首要需求而來的餐飲業，自然也成為人類生存史上一個不可或缺古老行業了。

隨著人類生活水準的提高、交通的便捷，餐飲業呈現空前的蓬勃氣象。但市場上各式大小餐廳燦然的崛起後，卻又迅速的隕落了，令人不勝唏噓，也為餐飲業的經營埋下無數的隱憂。因此本人乃試圖將個人出國所學得之餐飲專業加以有系統的整理，並且邀請以前在餐飲界共事之同事好友與同學等能貢獻其個人之工作經驗與知識結晶，期望這本書的整合成果，能給有志從事餐飲業人士一些建議；同時更冀望此書的誕生，能喚起社會大眾對於一個我們所喜愛的、既古老又通俗的行業，給予肯定和重視。

本書的範圍，涵括整個餐飲操作的內容及經營的技巧：本書首先闡述餐飲業的概況及餐飲業的類型與組織，其主要目的是要幫助學習者，掌握行業的特質，選擇方向，建立出發前的信心。其他章節包括市場的分析與瞭解、菜單（飲料單）的製作要點、廚房設備、採購原則的確立、餐飲製備的方法、衛生安全的考量、服務技巧的訓練、成本控制系統的建立、業務推廣方式的選擇等十二個章節，一一探討餐飲操作的原理，並吸收前人智慧的結晶，希望使餐飲經營立於不敗之地。

本書得以完成，應謝謝麥琦珍（太樸俱樂部人事經理）辛苦整理了餐飲業的特性及發展；聶珍民（福華飯店市場經理）撰寫採購章節的初稿，且提出寶貴的行銷經驗；黃玉琴（福華飯店餐廳長）以資深經營者的角度，不但給予充分的意見指導，並慷慨解囊其精湛的餐飲知識筆記；我的同學文長安（行政院衛生署食品衛生處專員）百忙之中親自主筆其專精的廚房設備的原稿，且整理安全衛生的資料，以豐富本書的內容。

最後要感謝文化大學觀光研究所所長暨系主任李銘輝教授和我的父母、外子等人兩年來不斷的支持與鼓勵，才能使本書順利完成。

「生活中可以沒有詩歌、沒有音樂、沒有藝術；生活中可以沒有良知、沒有心腸；生活中可以沒有知識、沒有親朋；但沒有廚子，可有人活在世上？」

如果上述所言皆是，我們應該對餐飲業者多份尊敬與喝采，也應為餐飲業未來燦爛的前景多份期待，也期許本書之付梓能夠對餐飲業略盡棉薄之力。

高秋英 謹識

一九九三年十二月

目 錄

張 序	i
揚智觀光學叢書序	iii
自 序	vii

第一篇 導 論

第一章 餐飲業的起源與特性	5
第一節 中西餐飲業的起源與發展	6
第二節 餐飲業的特性	9
第二章 餐飲業的類型與組織	15
第一節 餐飲業的類型	16
第二節 餐飲業的組織	36

第二篇 市 場

第三章 餐飲的市場與行銷	53
第一節 行銷的定義	54
第二節 行銷環境與行銷組合	55

第三節 餐飲業決定市場的步驟 57

附錄 3-1 餐飲業市場分析之項目及內容 64

第四章 菜單／飲料單的製作 69

第一節 菜單的內容 70

第二節 菜單的製作 87

第三節 飲料單的製作 98

第四節 菜單的訂價 102

第三篇 製 備

第五章 廚房的設備與整體規劃 113

第一節 廚房的規劃 115

第二節 廚房的設備 124

第六章 食物原料的採購、進貨、儲存與領料 131

第一節 採購 133

第二節 進貨 140

第三節 儲存 143

第四節 領料 153

第七章 餐飲的製備 157

第一節 食物的製備 158

第二節 飲料的製備 184

第八章 餐飲的衛生與安全 205

第一節 餐飲的衛生 206

第二節 餐飲操作的安全 220

附錄 8-1 查驗必須用精密的眼睛——一位衛生稽查員的經驗 228

第四篇 服 務

第九章 餐飲的服務 235

- 第一節 餐飲服務的範圍與技巧 236
- 第二節 高品質的服務 260
- 第三節 高品質服務的訓練 266

第五篇 控 制

第十章 餐飲的控制 279

- 第一節 餐飲製備的控制 280
- 第二節 成本控制 286
- 第三節 員工控制 296

第六篇 推 廣

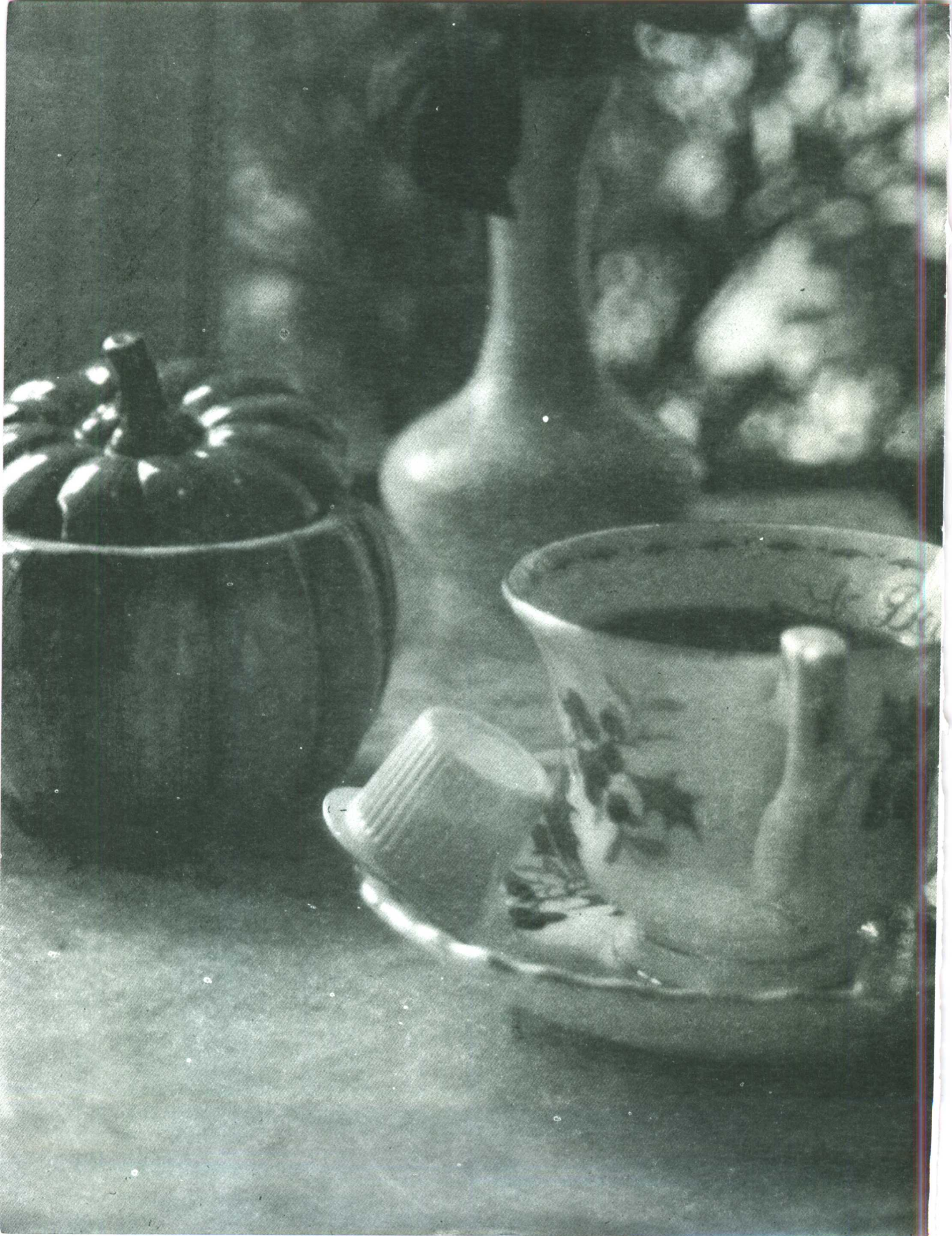
第十一章 餐飲業的業務推廣 309

- 第一節 餐飲業的公關 310
- 第二節 餐飲業的推廣 315

第十二章 未來餐飲業之潮流與因應之道 323

- 第一節 未來餐飲發展潮流 325
- 第二節 餐飲業之經營策略 328

餐飲服務



第一篇 導 論

餐飲業蓬勃的直接原因是外食人口的增加。當社會結構改變，人類的活動日趨頻繁，旅遊外出的機會加大，婦女走出廚房投入工作行列的比例增加時，人類不得不改變傳統的飲食習慣，而適應新的生態環境，把回家吃飯團聚的情景，顯現在氣氛融洽的餐廳中。英國學者康寶-史密斯(Graham Campbell-Smith)在“*Marketing the Meal Experience*”一書中，列舉了四十三項外食風氣興盛的原因，其中最主要的五項是：(1)方便因素：無法正常回家吃飯，會就近用餐。(2)變化因素：換換口味，增加樂趣。(3)人爲因素：找不到人來烹調。(4)社會地位：帶朋友或客戶外出用餐，證明自己的品味和格調。(5)文化背景：年節喜慶，人們總是喜歡找家合適的餐廳，和家人朋友一起分享。

由上述可知，餐飲業是一個十分特殊的行業。本篇之重點所在，就是要協助初學者瞭解餐飲業的起源和特性，以及認識其多變的風貌呈現。

