21世纪高校规划教材

CANYIN YUNXING YU GUANLI

餐饮运行与管理

主编 吴 玲 阮秀梅

江西高校出版社

21 世纪高校规划教材

餐饮运行与管理

主　编　吴　玲　阮秀梅
副主编　郭　跃　康　青　巢　婷

江 西 高 校 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

餐饮运行与管理/吴玲主编. —南昌:江西高校出版社,2008.8(2009.7重印)
ISBN 978-7-81132-278-1

Ⅰ.餐... Ⅱ.吴... Ⅲ.饮食业-企业管理-高等学校:技术学校-教材 Ⅳ.F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第103204号

出版发行	江西高校出版社
社　　址	江西省南昌市洪都北大道96号
邮政编码	330046
总编室电话	(0791)8504319
销售电话	(0791)8511423
网　　址	www.juacp.com
印　　刷	南昌市光华印刷有限责任公司
照　　排	江西太元科技有限公司照排部
经　　销	各地新华书店
开　　本	787mm×960mm　1/16
印　　张	20
字　　数	486千字
版　　次	2009年7月第1版第2次印刷
印　　数	2001～5000册
书　　号	ISBN 978-7-81132-278-1
定　　价	33.00元

版权所有　侵权必究

前　言

本书是高职高专旅游专业与酒店管理专业的专业教材，同时也是一本适用与酒店员工培训即相关人士学习的参考书。我们以学生应掌握的知识面和实际工作所需的能力作为编写教材的出发点，在编写过程中本着前瞻性、实用性和可操作性的原则，全面系统地介绍了酒店餐饮运行与管理的专业知识和实际操作技能，着重对餐饮经理、主管及领班管理业务和管理内容进行了归纳，同时对酒店餐饮工作过程中新出现的问题进行了分析与探讨。

本书由江西旅游商贸职业学院的吴玲、阮秀梅任主编，江西财经职业学院的郭跃、九江职业大学康青、江西应用技术职业学院巢婷任副主编。参与本教材编写的有：江西旅游商贸职业学院的李媚、江西青年职业学院江爱莲以及江西外语外贸职业学院的严小燕。由吴玲负责全书的统稿及编写大纲。

在本书的编写中，我们得到了多位从事该课程教学老师的支持和帮助，并参阅了大量专家学者的相关文献，在此谨向有关作者表示衷心的感谢！

由于编写时间仓促、水平有限，书中难免有疏漏之处，敬请读者批评指正。

编　者

二〇〇八年二月

目 录

第一章 餐饮部概述 …… 1
第一节 餐饮部在饭店中的地位与任务 …… 1
一、餐饮部在饭店中的地位 …… 2
二、餐饮部的任务 …… 4
第二节 餐饮部的组织结构与职能 …… 5
一、常见的饭店餐饮部组织机构 …… 5
二、餐饮部各主要部门的职能 …… 7
三、餐饮部主要岗位职责 …… 9
第三节 餐饮部经营环节与特点 …… 16
一、餐饮部主要经营环节 …… 16
二、餐饮经营特点 …… 18
第四节 餐饮部常见的主要营业点 …… 21
一、中餐厅 …… 21
二、西餐厅 …… 21
三、咖啡厅 …… 22
四、自助餐厅 …… 22
五、多功能宴会厅 …… 22
六、主题餐厅 …… 23
七、酒吧 …… 25
第五节 餐饮业发展趋势 …… 26
一、产品、经营创新化 …… 27
二、服务两极化 …… 27
三、餐饮休闲化 …… 28
四、企业连锁化 …… 29
五、设备自动化 …… 29
第二章 菜单的设计与制作 …… 32
第一节 菜单的作用与种类 …… 32
一、菜单的作用 …… 32

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

二、菜单的内容 …… 34
三、常见的菜单种类 …… 36
第二节 菜单设计的依据 …… 40
一、餐饮菜品选择的依据 …… 40
二、餐饮菜品选择的原则 …… 43
第三节 菜单设计与制作 …… 45
一、菜单设计的原则和定价方法 …… 45
二、菜单制作的要求 …… 47
三、菜单设计制作中常见的问题 …… 49
四、菜单设计的程序 …… 50
第三章 餐饮生产管理 …… 56
第一节 餐饮原料管理 …… 56
一、原料的采购管理 …… 56
二、原料的验收管理 …… 65
三、原料的贮藏和领发管理 …… 70
第二节 餐饮设施设备管理 …… 77
一、餐饮设施设备的种类 …… 77
二、餐饮设施设备的管理与控制 …… 83
第三节 厨房管理 …… 86
一、厨房生产业务管理 …… 86
二、厨房卫生与安全管理 …… 92
第四章 零点餐厅服务与管理 …… 97
第一节 零点餐厅的服务特点 …… 97
一、零点餐厅的特点 …… 97
二、零点餐厅的业务流程 …… 98
第二节 中餐零点餐厅的服务 …… 100
一、中餐零点餐厅早餐服务 …… 100
二、中餐零点餐厅午晚餐服务 …… 102
第三节 西餐零点餐厅的服务 …… 105
一、西餐概述 …… 105
二、西餐早餐服务 …… 108
三、西餐零点餐厅正餐服务 …… 111
四、咖啡厅服务 …… 115

第四节 自助餐服务 …… 120
一、自助餐服务特点 …… 120
二、自助餐设计 …… 121
三、自助餐服务 …… 122
第五章 酒吧服务与管理 …… 125
第一节 酒吧与酒吧服务 …… 125
一、酒吧概述 …… 125
二、常见的酒吧种类 …… 126
三、酒吧的服务 …… 128
第二节 酒吧的经营管理 …… 132
一、酒吧的经营特点 …… 132
二、酒吧的设计 …… 133
三、酒吧的前台管理 …… 139
四、酒吧的后台管理 …… 141
第六章 宴会的销售与预订 …… 145
第一节 宴会概述 …… 145
一、宴会的定义 …… 145
二、宴会的作用与经营特点 …… 145
三、宴会的种类 …… 147
第二节 宴会的销售与预订 …… 148
一、宴会预订的种类 …… 148
二、宴会预订业务流程 …… 149
三、宴会档案管理 …… 151
第三节 宴会的筹划与服务 …… 152
一、中餐宴会的组织与服务 …… 152
二、西餐宴会的组织与服务 …… 159
三、鸡尾酒会的组织与服务 …… 163
四、冷餐会的组织与服务 …… 165
五、会议服务 …… 167
六、茶话会 …… 168
第七章 餐饮部日常管理 …… 170
第一节 餐饮部运行管理 …… 170
一、确定标准和标准程序 …… 170

二、建立销售史资料 …… 171
三、计划管理 …… 172
四、服务质量管理 …… 173
五、餐厅经理的主要工作 …… 188
第二节 餐饮部管理制度 …… 190
一、餐厅管理制度 …… 190
二、酒水管理制度 …… 192
三、管事部制度 …… 194
第三节 餐饮部定员与班次安排 …… 198
一、餐饮部的定员 …… 198
二、班次安排 …… 199
第八章 餐饮营销管理 …… 201
第一节 餐饮市场调研与预测 …… 201
一、市场分析 …… 201
二、餐饮市场调查 …… 202
三、市场调查的方法 …… 204
四、餐饮市场预测 …… 204
第二节 餐饮产品的组合与营销 …… 206
一、餐饮产品与服务的组合 …… 206
二、餐饮产品营销面临的挑战 …… 208
第三节 餐饮促销活动 …… 209
一、餐饮促销组合与促销决策 …… 209
二、餐饮促销活动的规划与运作 …… 211
第九章 餐饮财务管理 …… 218
第一节 餐饮收银管理 …… 218
一、餐饮收银控制的特点与程序 …… 218
二、点菜单的控制 …… 223
三、餐饮单据的编号控制 …… 228
第二节 餐饮成本控制 …… 232
一、餐饮成本控制 …… 232
二、酒水成本控制 …… 247
第三节 餐饮费用控制 …… 255
一、劳动力成本控制 …… 255

二、水电及燃料费用控制 …… 257
三、餐、茶用具的控制 …… 258
第四节 餐饮数据作业分析 …… 259
一、各项报表 …… 259
二、统计数据 …… 260
三、收入稽核 …… 260
第五节 营运业绩分析 …… 261
一、餐饮销售总额 …… 261
二、单位部门的利润 …… 261
三、餐饮销售额对销售总额比率 …… 261
四、平均消费力 …… 261
五、混合销售额 …… 262
六、员工工资成本 …… 262
七、生产力指数 …… 262
八、存货流动率 …… 263
九、每个可供利用的座位(席次)的销售额 …… 263
十、座位流动率 …… 263
十一、每位服务人员的销售额 …… 263
十二、每平方米空间的销售额 …… 264
第十章 餐饮服务实训操作 …… 267
第一节 餐饮服务技能实训 …… 267
一、基本服务技能实训 …… 267
二、餐厅服务流程场景模拟 …… 293
三、常见餐饮表格的使用 …… 298
第二节 餐饮管理软件实训 …… 300
一、餐饮预订系统 …… 300
二、餐饮楼面开台系统 …… 302
三、餐饮点菜系统 …… 304
四、餐饮收银系统 …… 308
参考文献 …… 310

第一章　餐饮部概述

【课前导读】

餐饮业是随着人民生活水平日益提高而发展起来的明星产业，也是经济发展所必需的配套产业，因此餐饮业在国内外都是属于朝阳产业。

饭店餐饮是城市餐饮市场的重要组成部分。目前餐饮市场的主力由四个部分组成：饭店餐饮主要是中、高档消费；特色餐馆主要是特色消费；广场餐饮（包括商业大楼中的小吃广场等）主要是大众集中消费；连锁快餐主要是便民消费。高、特、广、快各取所需，互相竞争，互相补充，形成了繁荣活跃的饮食市场。饭店餐饮，尤其是四、五星级饭店是以接待国际性商务、公务、旅游客人为主，其餐饮业务主要应根据世界各国的餐饮要求和习惯来经营，对饭店设施、环境气氛、菜肴品质、服务素质要求均较高，本地市民较少有机会进高级饭店消费。因此，四、五星级饭店的餐饮仍应以适应国际性高水平消费为主，其品质与服务应与国际性大城市的高星级饭店竞争，以体现中国国际性大城市的水准不亚于其他国际性大城市，增强投资环境和国际旅游者的吸引力。但是大多数三星级以下的饭店是以接待国内客人为主，其餐饮业务主要应根据国内的餐饮消费水平、餐饮习惯要求经营。

【重点难点】

1. 了解餐饮部在饭店中的地位和任务
2. 熟悉饭店常见的餐饮部组织机构模式及下属机构的职能
3. 熟悉餐饮部的经营环节与特点
4. 了解餐饮部常见的主要营业点
5. 初步了解餐饮业发展趋势

第一节　餐饮部在饭店中的地位与任务

餐饮部是现代饭店中的一个重要部门。它不仅满足了宾客对餐饮产品和服务的需求，而且还为饭店在社会上树立良好的企业形象提供了一个窗口，另外它还可以为饭店创造较好的经济效益。本节着重叙述餐饮部的地位及相应的任务。

一、餐饮部在饭店中的地位

餐饮部在饭店中的地位与社会的进步及饭店业的迅速发展密切相关。随着人们生活水平的提高,社会生活节奏的加快以及就餐观念的更新,人们外出就餐的次数增多,消费增加,它所带来显著的经济效应使餐饮部在饭店中的地位日益显著和突出。

(一)餐饮部是满足宾客基本生活需求的主要服务部门

民以食为天,饮食是人类赖以生存和发展的第一要素。西方著名心理学家马斯洛将饮食需求列为人类五个需求层次中最基本的需求。可见饭店满足顾客基本生活需求的就是餐饮部最重要的任务了。随着人们生活水平的提高,人们外出就餐不仅要吃得饱,还要吃得好、吃得健康、吃得营养、吃得快乐。餐饮部生产满足顾客基本生活需要的产品,尤其是对住店客人而言,如果没有完善的与顾客消费水平相适应的餐饮服务部门,饭店就无法让顾客找到"家"的感觉,这将会影响到饭店的经营与生存。现在饭店餐饮部拥有众多的餐饮设施,如各具特色的中餐厅、西餐厅、宴会厅、酒吧、咖啡厅等。这些都为饭店所在地的各行各业、各消费层次的人们提供了优美的餐饮消费环境。因此,拥有一个完善的、与饭店经营定位和顾客消费要求相适应的餐饮部,是维持饭店正常运转的必然要求。所以说,餐饮服务是饭店服务的重要组成部分,餐饮部是饭店不可缺少的业务部门。

(二)餐饮收入是饭店收入的重要组成部分

现代饭店的营业收入主要来自客房、餐饮、康乐设施等。各饭店建筑设计的综合性程度、市场结构和客观条件不同,其收入结构也不完全一样。就目前国内而言,餐饮部的营业收入约占饭店总营业收入的 1/3 左右;在沿海经济发达地区的饭店,餐饮营业收入已大大超过饭店的客房营业收入,占整个饭店营业收入的 1/2 以上,这一势头仍有继续发展的趋势,这与西方发达国家饭店餐饮营业收入比重及地位比较是相吻合的。因为饭店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,在使餐位周转率和人均消费水平得以提高的同时,最终使餐饮部的营业收入达到最大值。饭店客房数量和客房价格在一定时期内是基本固定不变的,饭店客房的最高日营业额也相对固定。所以,对餐饮部进行有效营销非常重要,它直接关系到饭店经营的绩效。

(三)餐饮部管理、服务水平的高低直接影响饭店声誉

美国饭店业的鼻祖斯坦特勒曾经说过:"饭店从根本上来说,只销售一样东西,那就是服务。"随着我国市场经济的发展,餐饮业之间的竞争将更加激烈,服务成为饭店企业扩大销售、争夺市场、提高效益的越来越重要的手段。服务是

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

企业文化、企业内在品质、企业员工素质最生动而无可替代的展示。服务将在很大程度上决定着竞争的胜负。服务是树立形象的基础，是提高效益的前提。餐饮业的服务是企业无数细微工作的综合表现，如餐饮的有形产品，不仅可以满足宾客最基本的生理需求，还可以从其色、香、味、形、器等方面让宾客得到感官上的享受，当宾客在典雅舒适的就餐环境中受到热情的款待和周到的服务的同时，还可以在精神上得到享受和满足。所以餐饮部是为广大消费者提供优质服务的部门。服务态度、服务水平、服务技能是饭店对外树立形象的基础。饭店餐饮部可以根据市场客源的需求举办、开展各种宴会、酒会、冷餐会、茶话会、谈判、签约服务和酒吧、KTV 包房服务，还可举办各种食品节、美食节、食品周等各种主题餐饮经营活动，提供舒适环境，优质服务，塑造和提高饭店的形象和声誉，扩大饭店的知名度和形象。因为宾客是通过享受餐饮部所提供的有形产品和无形产品来判断一个饭店服务质量的优劣和管理水平的高低。因此，餐饮服务水平的高低直接关系到饭店声誉和形象，成为衡量饭店服务水平的重要标志之一。

(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

作为世界三大烹饪王国之一的中国，其饮食文化历史悠久，根基深厚，是中华民族的一份宝贵、丰厚的文化遗产。中国饮食文化是世界饮食文化的一个重要组成部分，是一种历史悠久、知名度高、影响面广的区域文化。中国的传统食品和菜肴，荟萃繁衍，四海传播。随着西方饮食观念和饮食方式的介入，促进了中国饮食文化在更深层次和更广泛领域的发展。

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、更为丰富、更加活跃的发展趋势。中国饮食文化在继承民族优秀文化传统的基础上，多方面吸纳现代科学技术的成果，不断完善自身，它将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，饭店餐饮的经营方针应该是“坚持面向大众，实行分档经营，适应多层次、多方面的消费要求”，烹饪技艺的发展方针应该是“继承、发扬、开拓、创新”，以此弘扬中华民族传统的饮食文化，开拓创新现代中国的饮食文化，推动中国饮食文化的发展。饭店餐饮在经营方式应不拘一格适应不同的消费需求，可不拘一格。通过举办“美食节”、“食品周”等主题餐饮经营活动，弘扬美食文化。饭店餐饮部肩负弘扬中国饮食文化的重任，在饭店中有着极其特殊的地位。

(五)餐饮部是饭店用工量大的部门

饭店业属于劳动密集型行业，而餐饮部通常又是饭店中员工数量最多的部门。不论是厨房还是餐厅，都需要很多人协调配合，发挥团队分工合作及专业

服务技术来完成工作。因此，餐饮部需要妥善调度人力资源，将人力充分运用到服务顾客上来，也因为餐饮服务业长时间服务的特性，餐饮部员工因此要付出更多的精力与时间。

现代饭店餐饮经营正逐步从价格竞争上升到质量竞争，然后再演化到文化竞争，这是饭店发展的一个趋势。餐饮企业是劳动密集型企业，由于其专业性强，所以人才竞争将成为餐饮企业最具实力的竞争手段。随着餐饮企业竞争的不断加剧，人才竞争将成为餐饮企业生存的保证。餐饮部应根据本部门的具体情况，制定员工发展规划和培训计划，配合人事部门对员工进行职业道德、专业素养、职业意识的培训，不断提高员工的业务水平和行业素质，从而不断提高餐饮部的服务质量。

二、餐饮部的任务

餐饮经营与管理的目的是实施餐饮部制定的经营方针和计划，满足宾客对餐饮服务的各种需求，从而为饭店创造更多的营业收入。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，满足国内外宾客日益增长的、多层次的物质和文化生活的需要。

(一)向宾客提供满足宾客需要的菜肴、食品等有形产品

这是餐饮部最基本的任务，也是首要任务。餐饮部是饭店唯一生产实物产品的部门。要满足宾客对餐饮服务的要求，必须根据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餐饮习惯和要求，餐饮部应该挖掘潜力，继承传统的同时追求创新，研究开发满足宾客需求的优质产品。

(二)向宾客提供满足需要的、恰到好处的服务

餐饮部生产的有形产品最终的商品实现还取决于餐饮部员工所提供的满意服务。在用餐过程中，宾客更多注意的是烹饪技艺、服务态度与技巧、用餐的环境与气氛等无形产品。宾客在购买餐饮产品的同时，更期望得到与有形产品同时配套的服务，并期望获得方便、周到、舒适、友好、愉快等精神方面的享受。

(三)增收节支，开源节流，搞好餐饮经营管理

增加餐饮收入与餐饮利润是饭店餐饮部的主要目标。餐饮部应根据饭店本身状况及市场变化情况，设定经营范围、服务项目和产品品种，同时要注重开发餐饮新品种，创造经营特色。

加强餐饮推销，增加营业收入。餐饮部应充分利用各种节假日、会议、重大活动等进行餐饮的宣传推销，以争取更多的宾客和提高宾客的平均消费水平。

如通过举办各种美食节，新颖的餐饮农产品和用餐方式等，加强食品饮料的销售；也可以扩大用餐场所，增加餐饮接待能力；用外卖、上门服务等方式扩大餐饮服务的外延，提高餐饮销售量，从而增加餐饮收入。

控制餐饮成本，增加盈利。成本控制是降低食品成本，增加饭店盈利的必要措施，也是餐饮管理的重要内容。餐饮产品从原料到成品经历的环节较多，成本控制的难度较大，从而造成的浪费和损失较多。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，并作好成本核算和成本分析，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，增加饭店盈利。

(四)为饭店树立良好的社会形象

餐饮部与宾客接触面广、量大，而且又是直接接触，面对面的服务时间长。从而给宾客留下的印象深刻，并直接影响宾客对整个饭店的评价。

从餐饮部角度为饭店树立良好的社会形象，必须加强餐饮部自身的形象建设。而形象建设主要通过硬件建设和软件建设两个方面体现出来。餐饮部的硬件建设主要体现在：各类餐厅、宴会厅、酒吧、餐饮与娱乐相结合的设施是否齐全；设施的档次高低、先进水平如何；硬件设施的风格与整个饭店的经营目标是否一致、符合。餐饮部的软件质量主要是体现在管理水平、服务质量和员工的素质等方面。即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，保证食品质量，同时不断改善服务细节，提高餐饮产品的内在质量。

第二节　餐饮部的组织结构与职能

餐饮组织机构即餐饮部的组织机构，既是餐饮运行的重要条件，又是餐饮管理的载体，其设置对餐饮经营管理有着极其重要的影响，它对建立良好的服务与管理体系，达到餐饮经营目标，实现餐饮服务和管理的程序化、标准化和规范化等起着重要的作用。

一、常见的饭店餐饮部组织机构

餐饮部是饭店组织机构的重要组成部分，餐饮部管辖范围广，分工细，员工人数多(一般占饭店三分之一)，营业点多且较分散。要搞好餐饮部的管理工作，必须建立科学、合理、有效的组织网络，并进行科学分工，明确职责，使所属各部门、各岗位各司其职，保证餐饮部的正常运转。

餐饮部的组织机构是确定该部门各成员之间、所属部门之间相互关系的结构，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员工的工作。餐饮部的组织机构因饭店的规模、接待能力、餐厅类型的不同而形式各异。从组织机构的设计上看，虽没有绝对统一的标准，但还是有规律可循的。一方面，无论机构如何设置，均需体现组织设计的基本原理和要求：首先是明确每个部门和每个工作岗位的职责，避免重复工作和责任不清；其次是直观反映岗位向上对谁负责，向下对谁指挥，避免越级指挥和多头领导；再次是能使员工明确自己在部门中的位置和发展方向，从而激励员工工作。

大、中、小型饭店餐饮部组织机构形态分别见图 1－1、图 1－2 和图 1－3。

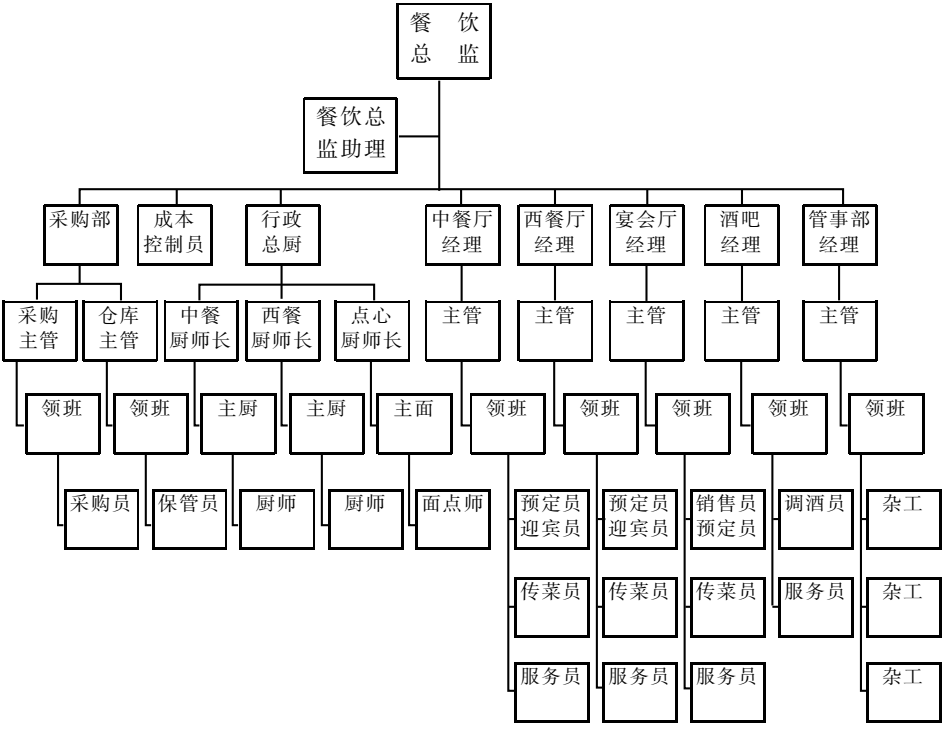

图 1－1　大型饭店餐饮部组织机构图

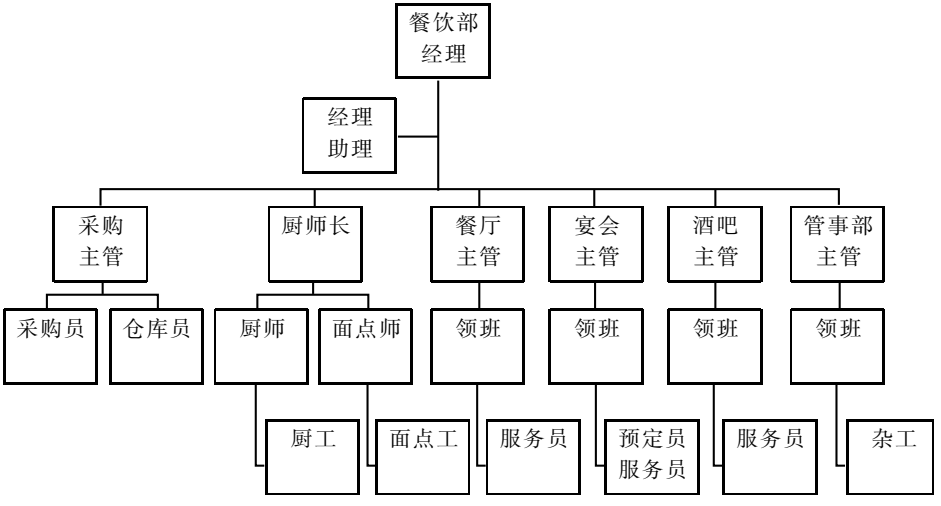

图 1－2　中型饭店餐饮部组织机构图

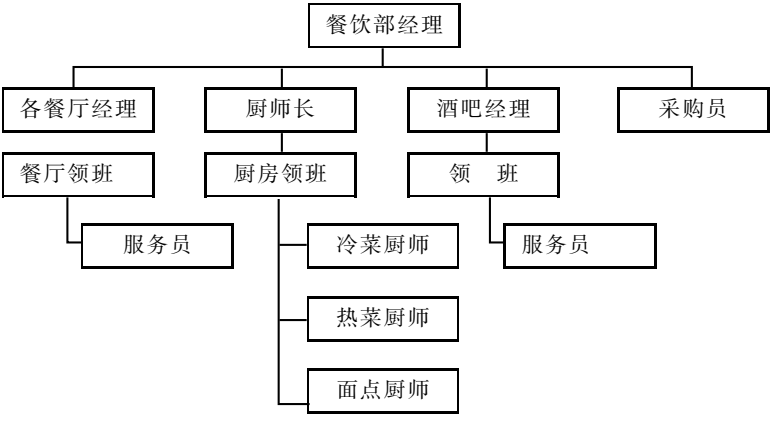

图 1－3　小型饭店餐饮部组织机构图

二、餐饮部各主要部门的职能

(一)餐厅

餐厅是提供食品、饮料和优质服务，满足宾客饮食需求的场所。餐厅必须具备三个基本条件，即固定的营业场所，提供食品、饮料和服务，以盈利为经营目的。三者缺一不可。其中，食品、饮料等有形产品是基础，优质服务等无形产品是保证。

餐厅的主要职能包括：

1.按照规定的标准和规格程序，用娴熟的服务技能、热情细致的服务态度，为宾客提供餐饮服务，同时根据宾客的个性化需求提供针对性服务。

2.扩大宣传推销，强化全员促销观念，提供建议性销售服务，保证餐饮部的经济效益。

3.加强对餐厅财产和物品的管理，控制费用开支，降低经营成本。

4.及时检查餐厅设备的使用状况，作好维修保养工作，加强餐厅安全和防火工作。

(二)厨房

厨房是餐厅的生产部门，负责菜肴、面点等产品的加工制作。厨房是餐厅管理的中心环节，必须确保产品质量，主要职能包括：

1.根据客人需求，为其提供安全、卫生、精美可口的菜肴。

2.加强对生产流程的管理，控制原料成本，减少费用开支。

3.对菜肴不断开拓创新，提高菜肴质量，扩大销售。

(三)宴会部

宴会部通常设有多种规格的宴会厅，在饭店经营中起着创声誉、创效益的重要作用。宴会部主要负责各类宴会及重大活动的组织实施，主要职能包括：

1.宣传、销售各种类型的宴会产品，并接受宴会等活动的预订，提高宴会厅的利用率。

2.负责中西餐宴会、冷餐酒会、鸡尾酒会等各种活动的策划、组织、协调、实施等工作，为宾客提供尽善尽美的服务。

3.从各环节着手控制成本与费用，增加效益。

(四)管事部

管事部是保证餐饮部正常运转的后勤部门，负责提供餐饮部所需的餐具用品，清洁餐具、厨具以及后台区域卫生等。主要职能包括：

1.根据事先确定的库存量，负责为指定的餐厅、厨房请领、供给、存储、收集、洗涤和补充各种餐具，如瓷器、玻璃器皿及服务物品等。

2.负责洗涤机器设备的清洁与维护保养。

3.负责收集和运送垃圾。

4.负责区域卫生。

5.控制餐具的消耗及各种费用。

(五)采购部

采购部是餐饮部的物资供应部门，主要负责餐饮部生产原料的采购与保管工作。主要职能包括：

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com