



商业专科烹饪专业试用教材

饮食企业管理学



中国商业出版社

F719
118
3

商业专科烹饪专业试用教材

饮食企业管理学



中国商业出版社

B 794825

商业专科烹饪专业试用教材
饮食企业管理学

*

中国商业出版社出版发行
新华书店总店科技发行所经销
国防印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开 8.375印张 185千字
1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷
印数：1—20,000 定价：1.70元
ISBN 7-5044-0505-1/F·325

编 审 说 明

《饮食企业管理学》是烹饪专科的专业课教材之一。该书是根据商业部制定的烹饪专科教学计划和教学大纲要求编写的，是商业院校专科烹饪专业配套教材。经审定，作为专科烹饪专业试用教材。同时，也可供专科层次的烹饪专业职业、职工学校及行业在职培训教学用书。

本书是为适应我国现阶段国营大中型（以中型为主）酒店（饭店）、酒家（饭庄）企业的经营管理业务编写的。

本书由武汉商业服务学院高级讲师向家方主编并总纂。参加编写的人员有：向家方（第一、四、五、六、七章）；武汉商业服务学院讲师王文松（第三章）；江苏商业专科学校讲师张嵩庆（第八、九章）；沈阳服务研究所高级讲师胡学彬（第二章）。经中南财经大学教授周肇先审阅。

由于本书编写时间仓促，编写人员水平有限，难免有缺点和错误，恳请广大读者提出批评指正，以使本教材在修改时得到纠正，使之日臻完善。

中华人民共和国商业部教材编审委员会

1989年10月

目 录

序言	1
第一章 饮食企业	5
第一节 饮食业的发生与发展	5
第二节 饮食企业的特征	7
第三节 饮食企业的种类	10
第四节 饮食企业在国民经济中的地位和作用	12
第五节 饮食企业的基本职能和任务	16
第六节 饮食企业与国家的关系	18
第二章 饮食企业管理概论	22
第一节 饮食企业管理的意义	22
第二节 饮食企业管理的职能	26
第三节 饮食企业管理的任务	32
第四节 饮食企业管理的原则和方法	38
第三章 饮食企业的组织管理	49
第一节 饮食企业组织管理的基本原则	49
第二节 饮食企业的管理体制	55
第三节 饮食企业管理的基本制度	62
第四章 饮食企业的经营	75
第一节 饮食企业的经营目标和方针	75
第二节 饮食企业的市场调查和经济预测	80
第三节 饮食企业的经营决策	90
第四节 饮食企业的经营计划	99

第五节 饮食企业的经营责任制	105
第五章 饮食企业的业务管理	111
第一节 饮食企业的原材料管理	111
第二节 饮食企业的生产管理	116
第三节 饮食企业的销售管理	119
第四节 饮食企业的质量管理	128
第六章 饮食企业的人事劳动管理	136
第一节 人事劳动管理的任务和重要性	136
第二节 饮食企业的人事管理	142
第三节 饮食企业的劳动管理	149
第四节 饮食企业的职工培训	158
第七章 饮食企业的价格管理	164
第一节 价格的构成和种类	164
第二节 价格管理的重要性和价格管理体制	171
第三节 饮食产品的成本核算	176
第四节 饮食产品价格的核算	181
第五节 价格的调整、检查与加强管理的措施	188
第八章 饮食企业的财务管理	198
第一节 财务管理的作用和任务	198
第二节 饮食企业的资金管理	201
第三节 饮食企业的费用管理	213
第四节 饮食企业的利润管理	219
第五节 饮食企业的财务分析	225
第九章 饮食企业的经济核算和经济效益	231
第一节 饮食企业的经济核算	231
第二节 饮食企业的经济效益	235

附录一	经营饮食业必须具备的基本条件(试行)	244
附录二	国营大中型酒家(饭庄)国家二级 企业标准(一)	248
	国营大中型酒家(饭庄)国家二级企业 标准(二)	250
附录三	国营大中型酒店(饭店) 国家二级企业标准(一)	252
	国营大中型酒店(饭店) 国家二级企业标准(二)	255

序 言

技术问题是科学，生产管理是科学。现代科学技术和现代管理是提高经济效益的决定性因素，是使我国经济走向新的成长阶段的主要支柱。因此，从事饮食企业工作的人员都必须在学习企业有关的先进技术、先进科学的同时，特别要学好先进的企业管理来为社会主义服务。

科技和管理是经济高速增长的“两个车轮”，纵观世界上一些工业发达国家的崛起，许多就是凭借这两个轮子的转动。从某种意义上说，管理还是一种与有形的物质资源同时并存的无形资源，用于开发管理资源的投资，是企业投资最小而收益最大的一种投资。由此可见，管理科学在社会主义现代化建设中的重要意义。

饮食企业管理学是管理科学中的一个分支。它是随着我国有计划的商品经济的发展，随着第三产业的兴起和饮食业的发展而形成的一门新的学科，是指导人们按照客观规律的要求，合理地组织饮食企业经济活动的一门科学。它是饮食企业管理实践活动在理论上的概括，是企业管理工作经验的科学总结。

饮食企业管理学以饮食企业经济活动过程中的管理关系及发展变化规律作为研究对象，它包括一系列的管理理论、管理原则、管理形式、管理方法、管理制度等。具体地说就是为了协调人力、财力、物力，保持企业生产、经营、服务各环节的衔接和均衡，采取计划、组织、控制等手段，

进行指挥、监督和调节等等管理活动，都是该学科研究的对象。

饮食企业管理学研究的任务在于揭示饮食企业管理的客观规律性。即从生产关系和生产力、上层建筑和经济基础的相互联系中，探索、揭示饮食企业经济活动过程中的相互关系及其规律，明确饮食企业管理的原则原理，寻求正确的方式方法，以不断优化企业管理素质，适应和促进企业生产力的发展，提高经济效益和社会效益，更好地为人民生活服务，为社会主义现代化建设事业服务。

学习和研究饮食企业管理学，应坚持运用马克思主义的唯物辩证法。研究饮食企业管理，就是要用联系和发展变化的观念，使研究对象不局限于企业本身，而在研究它与社会环境的联系中，去掌握企业经济活动发展的规律。在研究企业内部各专项管理时，也要注重各系统、各要素之间的相互依存和相互制约的关系，以使各项经济活动协调和平衡，充分认识各层次管理的内在联系和客观规律性。

运用唯物辩证法研究饮食企业管理，就是要具有整体观念。企业管理的一切理论和方法都必须从保证企业这个整体的效益和发展为出发点，在研究各项专业管理时，都不能脱离企业这个系统的整体运动，要合理协调整体与部分的关系，形成高效而经济的运动系统。系统是由各个要素以一定的结构组成的，由于各要素排列组合结构的不同，同样的人力和物力，如有优良的结构，就能创造出高的生产力，在饮食企业管理的决策研究中，必须考虑建立优良的结构，以获得最佳的整体性能。

运用唯物辩证法研究饮食企业管理，就是要注重实践，要从实际出发。通过实践去深化认识，去验证理论。研究饮

食企业管理活动也是如此，只有通过实践的方法才能在复杂的生产、经营、服务过程中，揭示出饮食企业管理活动内在的规律，从而运用这些规律去能动地管理好饮食企业。

此外，在学习和研究中还必须注意和借鉴其它经济、管理科学的理论成果，注意吸收国外管理的先进经验，博采众长、融汇于饮食企业管理的研究之中。

第一章 饮食企业

第一节 饮食业的发生与发展

饮食业是人类社会发展到一定阶段的产物，它是伴随着社会生产发展、交换扩大、市场形成（由临时性市场到固定市场——集镇的产生）和人类生活方式的演变，逐渐形成和发展起来的。

我国是一个文明古国，早在商、周就有了饮食经营的萌芽，据《古史考》记载：姜尚曾“屠牛于朝歌，卖饮于孟津”，这表明早在商代的集镇上，已有杀牛卖肉的“小贩”和出卖肉食酒饭之类的店肆。西周“凡国野之道，十里有庐，庐有饮食……”，供应饮食的处所就较普遍了。《论语》中讲“沽酒市脯不食”，说明集市上不仅有肉卖还有酒供应了。

秦的统一，汉的开拓，社会生产力有了较大发展，更使得“熟食遍列，穀旅成市”。《汉书》记载“栾布穷困赁佣于齐，为酒家保”，“酒家开肆待客设酒垆，故以垆名肆”。说明当时已出现了比较正规的酒楼。司马相如就曾在临邛开酒店，自己“著犊鼻裈，与保庸杂作”，“而令文君当垆”。

唐的强盛，以都城长安为中心，“东至宋汴，西至岐州……南诣荆襄，北至太原、范阳，西（南）至蜀川、凉州”，“夹路列店肆，待客酒馔丰溢以供京旅”。饮食店肆遍布全国各地，这种兴旺发展，是与当时饮食品的多种生产方式和销售特点分不开的，当时宴席上不仅有丰盛的热菜，而且还有

“冷饮”，就供应而言除了日常应市外，还有“按需而供，每节专卖一物”按时节供应的形式。

宋、元时期，随着政治中心的迁移变化，南北都市日益增多，为适应都市生活的需要，饮食业得到迅速发展，著名的《清明上河图》就曾生动而真实地描绘了当时汴京沿汴河自“虹桥”到水东门内外的生活面貌和酒楼、餐馆繁荣的情景。当时汴梁著名的饮食店有上百家，正如《东京梦华录》所形容的那样，是“集四海之珍奇，皆归市易，会寰区之异味，悉在庖厨”，不仅经营规模扩大，经营项目亦多样化起来，除茶坊、酒楼、包子铺、面食店、羹店、酪店等外，还有经营地方风味的南食店、北食店、川饭店、胡饼店等，以及素食店、冷饮店等。亦可以出堂下灶到顾客家承办宴席，当时临安就出现“宴席假赁”的服务，并有“四司六局”的设置，即帐设司、茶酒司、厨师司、台盘司和果子局、蜜煎局、蔬菜局、油烛局、香药局、排办局等，这就使饮食业的分工管理日趋合理。

明、清两代，随着经济恢复和手工业、商业的兴盛，饮食业得到继续发展，《中馈录》和《随园食单》的问世，“满汉全席”的创制就是有力例证。饮食店内辟演出厅，饮食业与娱乐业进一步结合，同时兴起船宴，是饮食业与旅游业结合的雏型。

晚清以至民国，通商口岸和大中城市兴起，出现了番菜馆，更多的则是兼营中、西大菜的餐馆。

中华人民共和国成立后，党和政府十分重视饮食业的发展，虽几经曲折，但自党的十一届三中全会以来，由于改革、对外开放、对内搞活经济政策的实施，饮食业有了空前发展，在挖掘传统烹饪技艺，继承、创新的同时，饮食业经

营管理水平也有了明显提高。饮食业已形成完整的系统,是国民经济不可缺少的组成部分。

第二节 饮食企业的特征

一、饮食企业的概念

我国《企业法》规定:“企业是依法自主经营、自负盈亏、独立核算的社会主义商品生产和经营单位。”这就是说凡向政府申请立案并经批准(发照)开业,具有法人资格,拥有一定劳动力、设备和资金,自主经营、独立核算、自负盈亏、照章纳税的经济组织、集团和机构等等统称为企业。

在国民经济中专门从事饮食生产、销售服务的企业叫做饮食企业。饮食企业是企业的一种形式。凡是企业,都是经济组织,而不是政治组织或其它社会组织,都是独立的经济实体,而不是国家行政机关或行政机关的附属机构,都是盈利性组织,而不是社会福利机构或公益团体。饮食企业与其它企业的区别在于其职能和经营方式有所不同。

具体地说,饮食企业是从事饮食生产、销售服务活动的经济实体,是自主经营、自负盈亏的生产者和经营者,是具有一定权力和义务的法人。

二、饮食企业的基本特征

1. 提供多种形式的使用价值与交换价值

社会劳动有物质生产劳动和非物质生产劳动。饮食企业职工劳动,既有物质生产(如烹制各种菜点),又有非物质生产(如餐厅服务等)。不论哪种劳动都是社会必不可少

的，都是为社会需要提供使用价值。不同的是，前者是以物化劳动产品的形式提供使用价值，而后者服务性劳动是以“活动”形式提供使用价值。对“服务”，马克思科学地概括为：“服务是劳动的使用价值的表现”。并高度评价了这种服务性劳动，把它称为提供特殊使用价值的劳动。马克思说：“服务这个名词，一般地说，不过是指这种劳动可提供的特殊使用价值，象其它商品一样，但是，这种劳动的特殊使用价值在这里取得了‘服务’这个特殊名称，因为劳动不是作为物，而是作为活动提供服务的，可是，这一点并不使它例如同某种机器（如钟表）有什么区别”。因此，饮食企业同时具有物质生产劳动和服务性劳动，既提供饮食产品，又提供具有特殊形式的使用价值和交换价值。

2. 兼有加工生产、商品销售、消费服务三种职能

饮食企业是以购进商品原材料，经过加工烹制成为各种主、副食品，同时提供消费场所、设备和设施，直接为消费者服务的。因此，它不同于工业，也不同于商业，而是兼有加工生产、商品销售、消费服务三种职能。

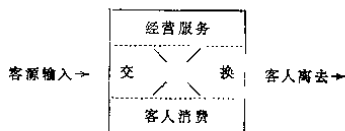
3. 主要是手工操作，技术工艺性强

在我国目前条件下，饮食业手工操作比重还较大，不象工农业生产可以迅速普遍地使用机器或化学药品代替手工劳动，更难于在短期内发展为电气化、自动化。即使在工业发达的国家里，饮食的手工操作比重也较工农业大得多。而且饮食业烹调技术、面点制作、造型与刻花、名师的名菜名点都有其独特的技艺与规程。这些都要借助手工操作来发挥，在相当一段时期内，并非机器所能完成的。

4. 经营服务过程与消费过程的统一

饮食企业是直接向消费者提供产品和劳务的，必须直接

接触消费者，才能达到经营服务活动的目的。它和工农业产品供应不同，工农业产品要通过流通、分配环节提供给消费者消费，在时间上、地点上都不一致。其生产、交换和消费不在同一空间、时间、地点进行，而饮食业劳务活动和消费一般而言是在同一空间、同一时间和同一地点进行。经营服务过程和消费过程同时发生，两者取得了统一。这种面对面的服务和消费的特点，对饮食企业在物质条件、设备和工艺技术上，人员配备上提出了更高、更直接的要求。其模式如下图：



5. 具有较强的地方特色

饮食企业的产品、劳务的交换活动，不同于商品交换活动，不存在商品在时间上空间上的转移，没有地区间商品调拨任务，主要是就地服务。同时，我国地广人多，又是一个多民族国家，各地区、各民族的生活习惯不同，消费方式各异。因此，形成地区间、民族间在饮食和劳务需求上的差别。这种需求上的差别决定了饮食企业经营服务活动具有较强的地方特色。如：山西人爱吃酸的，四川人爱吃辣的，江南人爱吃甜的，东北人爱吃咸的，朝鲜族人爱吃狗肉，傈僳族人则爱吃笋等等。这一特点要求饮食企业的经营活动必须因地制宜，以符合当地人饮食需要。

第三节 饮食企业的种类

一、饮食企业分类的标志

分类是深刻认识饮食企业的重要方法。根据不同的标志，饮食企业分为许多种类。

1. 按所有制形式划分

有全民所有制饮食企业、集体所有制饮食企业、个体所有制饮食企业和中外合资饮食企业等。

2. 按规模大小划分

有大型、中型和小型饮食企业。规模大小主要按职工人数、营业面积、营业额及服务条件来确定。

3. 按经营范围划分

有酒店、饭店、快餐店、小吃店、甜食店、西餐店和冷热饮店等。还可分为综合店和专业店等。

4. 按营业时间划分

有早点餐馆、正餐餐馆、夜宵餐馆、早点加正餐的餐馆、正餐加夜宵的餐馆以及昼夜营业餐馆等。

5. 按服务对象划分

有普通饮食店、民族饮食店、宗教饮食店、旅游饭店以及药膳店等。

6. 按隶属关系划分

有商业部系统领导管理的饮食企业 and 非商业部系统领导的饮食企业。

7. 按组织形式划分

有一店企业、多店企业、母子式企业（大店带小店企业）。