



杜延和 编写

中国供销合作社基础知识

饮食服务业基础知识



中国财政经济出版社

中国供销合作社基础知识

饮食服务业基础知识

杜延和 编写

■

中国财经出版社出版

(北京东城大佛寺东街8号)

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经销

天津牛家牌印刷厂印刷

■

787×1092毫米 32开 11印张 224 000 字

1989年1月第1版 1989年1月宝坻第1次印刷

印数: 1—6 500 定价: 3.30元

ISBN 7-5005-0378-4/F·0339

出 版 说 明

近年来，随着国民经济持续稳定的增长和经济体制改革的深入发展，供销合作社系统增加了许多青年职工，大批中青年干部走上了领导岗位。他们决心为建设有中国特色的社会主义事业增砖添瓦，渴望出版一套比较系统介绍供销合作社基础知识的书籍，以便从中学习与掌握合作社的基本原则、科学管理和业务基础知识，进一步办好中国供销合作社事业。

为了适应广大职工、干部的需要，我们组织编写了一套《中国供销合作社基础知识》丛书。现已确定的有：《供销合作社概述》、《农业生产资料供应基础知识》、《加工工业基础知识》、《饮食服务业基础知识》、《财务会计基础知识》和《国外合作社概况》等10种，由中国财政经济出版社陆续出版。这套丛书以介绍基本理论、基础知识为主，也介绍一些具体方法，力争体现科学性、系统性和实用性相结合的原则，为供销合作社职工、干部提供规范化的读物。

为了加强丛书的组织、研究和审定工作，成立了《中国供销合作社基础知识》丛书编辑组。成员有杨德寿、高殿启、傅德宝、朱纬文、陈晴初和罗林等同志。在筹备、组织编写过程中，得到了有关省、自治区、市供销社的积极支持，在此表示感谢！

中华全国供销合作总社理事会
中国供销合作经济学会

1988.3.

目 录

一、饮食服务业的特点及其在国民经济中的地位和作用	(1)
(一) 饮食服务业是重要的社会行业	(1)
(二) 饮食服务业是大有发展前途的行业	(11)
(三) 饮食服务业是光荣豪迈的事业	(16)
二、供销合作社系统饮食服务业的创建和发展	(20)
(四) 供销合作社投资兴办饮食服务业	(20)
(五) 改造农村原有的私营饮食服务业	(23)
(六) 发展的三个阶段	(28)
三、饮食服务业的经营方针和网点设置	(35)
(七) 经营方针	(35)
(八) 网点设置	(40)
四、原材料的采购、保管和使用	(54)
(九) 原材料采购	(54)
(十) 原材料的保管	(61)
(十一) 原材料的使用	(69)
五、饮食服务业的质量管理	(74)
(十二) 增加花色品种	(75)
(十三) 提高产品(服务)质量	(81)
(十四) 饮食服务业的清洁卫生管理	(87)
六、接待知识	(98)

(十五) 接待工作的基本要求.....	(99)
(十六) 饮食业的接待知识.....	(102)
(十七) 旅店业的接待知识.....	(115)
(十八) 大车店接待知识.....	(120)
(十九) 理发业的接待知识.....	(123)
(二十) 浴池业的接待知识.....	(132)
(二十一) 照相、洗染业的接待知识.....	(138)
七、饮食服务业的价格管理.....	(142)
(二十二) 价格管理的重要意义.....	(142)
(二十三) 价格管理的一般知识.....	(143)
(二十四) 分行业的作价方法.....	(149)
(二十五) 饮食服务业价格的调整.....	(163)
(二十六) 饮食服务业价格工作的领导管理.....	(166)
八、饮食服务业的岗位责任制和定额管理.....	(170)
(二十七) 岗位责任制.....	(170)
(二十八) 定额管理.....	(188)
九、饮食服务业的会计核算和财务管理.....	(194)
(二十九) 饮食服务业的会计核算.....	(194)
(三十) 饮食服务业的财务管理.....	(207)
(三十一) 经济活动分析.....	(223)
十、饮食服务业的经营责任制.....	(228)
(三十二) 全面认识经营责任制.....	(228)
(三十三) 实行经营责任制必须遵循的几项原则.....	(234)
(三十四) 经营承包责任制.....	(245)
(三十五) 租赁经营.....	(251)
(三十六) 经营责任制与经营观念.....	(262)
(三十七) 实行经营责任制后, 基层供销社对	

饮食服务业的领导管理	(268)
十一、饮食服务业职工的培训和技术职称考核	
标准	(272)
(三十八) 职工培训的重要意义	(272)
(三十九) 培训的对象、内容和要求	(273)
(四十) 培训的方式方法	(275)
(四十一) 供销合作社系统饮食服务业职工技术等级 职称考核标准	(277)

一、饮食服务业的特点及其在国民经济中的地位和作用

饮食业和服务业，都是人类社会经济生活中不可缺少的行业。但是，在我国漫长的封建主义的意识形态统治下，人们对这个行业，产生了许多错误的认识，有些甚至沿袭至今，没有得到很好的解决。本章试从以下三个方面，来阐述饮食服务业的特点及其在国民经济中的地位和作用。

(一) 饮食服务业是重要的社会行业

1. 悠久的历史，精湛的技艺

饮食服务业是各类饮食业和包括众多自然行业的服务业的简称。供销合作社系统经营的饮食服务业，主要包括各类饮食店、旅店（车马店）、理发、照相、洗染、浴池、修理等行业，有些地方还包括缝纫、刻字、寄售、租赁、农民服务部等。饮食服务业作为各自独立的行业出现，是在社会生产发展到一定阶段，人民生活提高到一定水平，根据生产生活的客观需要，社会分工日细的产物。它将随着社会生产的发展、商品流通的扩大、人民物质生活和精神文明的提高和

消费习惯、消费观念的改变，而不断向前发展。

我国的饮食服务业，历史悠久，源远流长。《鶡冠子》一书中曾有“伊尹酒保”的记载，说明在商汤时期不仅有酒店，而且已有了专职的服务人员。至于“朝歌牛屠、孟津市粥、宋城酤酒、燕市狗屠、齐市脯”之类的记载，更散见于先秦古籍中，可见当时各地城市里都有了经营饮食业的店铺和摊贩。旅店业的历史也很悠久，《史记·商君列传》中记载了：“商君亡至关下，欲舍客舍”；《庄子》中也记载了“阳子至宋，宿于逆旅”，客舍和逆旅，都是当时供旅客投宿的处所，也就是现在的旅店。到了西汉时期，《盐铁论》中记述：“今，熟食遍野，湑旅成市”。说明在两千多年前，饭馆、旅店就已经比较普遍了。我国的洗染技艺，起源较早，在《墨子·所染》中即提出：“染于苍则苍，染于黄则黄”。我国是丝绸的发源地，为了适应消费者的需要，早在唐代染坊即已盛行，专门对丝绸、纱线等物品进行染色及漂白业务。浴池业也非近代才有，远在宋代即已经有了被称做“香水行”的浴堂。据清人《扬州画舫录》中记载：“浴池之风，开于邵伯镇之郭堂，后徐宁门外之张堂效之。并以白石为池，方丈余，间为大小数格。其大者近镬，水热为大池，次者为中池，小而水不甚热者为娃娃池”。这种以水温分池的办法，至今在有些地区仍然沿用。

饮食服务业在这漫长的历史发展过程中，从事这些行业的劳动人民，积累了丰富的经验，创造了各种高超精湛的技艺。我国的烹饪技艺，色、香、味、形俱臻妙境，南北风味，各擅胜场，饮誉世界；织补技巧被外国人誉为“天工神

针”；修脚技术治疗足疾，更有独到之处。它们都是我国宝贵文化遗产中一颗颗璀璨的明珠。

2. 饮食服务业的性质

“服务”，作为一个经济范畴，是人类社会的一种特殊经济活动及其相互关系的反映。马克思在研究服务活动时指出：“服务这个名词，一般地说，不过是指这种劳动所提供的特殊使用价值，就象其他一切商品也提供自己的特殊使用价值一样；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，是因为劳动不是作为物，而是作为活动提供服务”^①，可是，这一点并不使它例如同某种机器（如钟表）有什么区别”（《马克思、恩格斯全集》第26卷，第1册，第435页，人民出版社1972年6月版。）在这里，马克思肯定了生产劳动和服务劳动都是创造使用价值的人类劳动。它们的区别仅仅在于劳动的具体形式不同，由此产生的使用价值的具体形态不同。生产劳动创造的是产品，服务劳动创造的则是特殊的服务活动。这就清楚地阐明了服务性劳动最本质的特征是为社会提供服务活动。这一点，从旅店、理发、浴池等通常所说的服务业来看，是十分明显的。它们并不向顾客提供任何产品，而主要是通过一定的设备、技术、服务人员的劳动——即活动，来为顾客服务。饮食业虽然向顾客提供自己加工烹制的食品，但是，它又同时具有加工、销售和现场服务三种职能，而服务性劳动则贯穿于加工、销售、现场服务三个环节的全过程。三个环节紧密相联，都是为了直接向顾客就餐提供服务的。照相业、洗染业、修理

业，虽然也都具有加工的职能，从拍摄的照片、洗染织补的衣物、经过修理恢复使用价值的产品来提供给顾客，然而它仍然需要通过服务性劳动来为顾客提供特殊使用价值，因此，从性质上来说也都属于服务行业。

3. 饮食服务业的特点

服务行业的劳动，为社会提供特殊的使用价值，也和其他商品一样，有一个生产过程或者叫劳动过程。任何劳动过程都必须具备三要素：人类有目的的活动，即劳动；劳动资料，主要是劳动工具，劳动对象。服务行业劳动过程，其劳动资料和劳动，是由劳动者本人或从事服务业经营的企业单位来组织和准备，而劳动对象则是由顾客来提供或参与提供。例如，理发店虽然有理发工具、营业场所、设备和从事理发劳动的工人，如果没有顾客来要求理发，人员和设备都会闲置在那里。只有顾客来到后，提出发样要求后，理发员才能运用理发设备、工具和自己掌握的技术，来进行服务劳动。饮食业、照相业也是如此。饮食业准备了厨房、餐厅、原材料，配备了厨师、服务员，但是，如果没有顾客来就餐，也只好空闲在那里，只有顾客提出吃什么、吃多少，厨师才能运用有关设备、原材料及烹调技术进行加工，再由服务员送到桌上给顾客就餐，才完成这一特定的服务过程。所以服务业的劳动过程是劳动者运用一定的物质设备和技术并根据消费者的现场需要进行的。服务劳动的这一特点表明，服务性的生产过程和消费过程是紧密结合的，饮食业则是边生产、边消费，提供的服务劳动结束，消费也就结束。由

此派生的另一个特点是很多服务劳动不能提前贮存起来等待顾客光顾，一般也不能等顾客走后再为他们服务，这在理发、旅店、浴池等行业尤为明显。因此服务业的全部活动，一般必须围绕顾客的个人现场需要来进行，脱离顾客的个人现场需要，就不能进行服务活动，服务业也就不成其为服务业了。

除上述的基本特点外，饮食服务业在经营过程中还有以下特点：

(1) 经营范围广泛。服务业的经营范围，从经济领域来说，生产、流通和消费都需要服务业为他们提供服务活动。有些人认为服务业仅限于消费领域，发展服务业只是方便群众生活，这种看法是不符合实际情况的。例如：照相业一般是为生活服务的，但是，为各种工农业产品拍照，为各种商业广告拍照等等，也就是为生产和流通服务。各种服务劳动的社会化，是现代社会发展的标志之一，也必定会成为我国社会主义现代化建设的重要方面。可以预料，各个领域的服务劳动将日益社会化，服务业的经营范围将更加广泛。

(2) 服务业结构复杂。在服务业内部，因服务对象不同，服务项目各异，又分作许多服务行业。人们通常习惯把服务业分为饮食、旅店、理发、照相、洗染、浴池、修理等7大行业。但是，在每个行业内部，又有多种行业结构。例如：修理行业，就是由多种修理业组成的一个大行业。它包括修理自行车、钟表、鞋子、黑白铁、家用电器等等，几乎所有丧失使用价值经过修理能恢复使用的物品都需要修理，都可能逐步发展成为一个修理行业。服务业拥有为数众多的自然行业，是社会劳动分工发展的必然结果。这是一个

方面。

另一方面，除了不少生产部门，因生产和流通的需要而创办服务企业外，社会各个部门、各个方面，为了解决劳动就业问题，也在兴办各种服务企业。这样，在我国就形成了多部门、多渠道兴办服务业的现象。随着我国现有多种经济形式的存在，服务业中也有全民、集体、个体以及各种经济形式联营等多种形式的企业。服务业多行业、多部门、多形式的情况，是我国经济发展的必然产物。这虽然增加了服务业内部进行统一和协调的困难，但总的来看对服务业的发展是有利的。

(3) 有较大的综合性。主要表现是一业为主，多种服务。例如：一个设备比较完善的旅店，除了提供各种住宿设备和服务活动外，往往还需要有饮食、理发、洗衣、交通工具、出售日常生活用品等服务项目。这就是以旅店为中心形成的综合服务。我国供销合作社系统的饮食服务业，已经走上了这条发展之路。

综合服务的另一个方面是，配合其他行业提供服务活动。例如：在繁华的商业区，在大型商店周围，必须有饮食、旅店、理发、照相、洗染、修理等服务行业的设置，以配合整个商业的发展。

服务业经营的综合性，主要在于消费者需要的多样性。服务业就是在不断适应消费者对服务的多种需要的过程中发展起来的。服务的综合性，并不影响服务劳动专业化发展。因为不论哪一种综合经营，都是以服务劳动专业化为基础的，都是以消费者的需要为中心，组织各种专业的服务劳

动来为消费者服务。

(4) 企业分布分散。无论在城市，还是在农村，消费活动都是分散进行的。服务企业直接给消费者提供服务活动（产品），必须适应分散消费的具体情况，才能接近消费者，更好地为消费者服务。所以服务企业在分布上也随之具有分散性。而分散性和地方性又是一对孪生姊妹。服务企业分布在幅员辽阔的祖国大地上，它必须依靠当地社会经济和文化的发展，并成为当地经济的组成部分，自己才能得到发展。例如：我国的饮食业，一般都有浓厚的地方色彩，各地风味犹如群芳吐艳，百花竞香。现有的八大菜系（山东、四川、江苏、广东、福建、浙江、湖南、安徽）也好，十大菜系（八大菜系之外，再加北京、上海）也好，就是在各地经济、文化发展的基础上，经过厨师的辛勤劳动并不断总结提高创造出来的。

服务业的分散性和地方性，不仅决定了它的发展要依靠地方，也决定了它的企业规模应以中小型为主。供销合作社的饮食服务业，据1984年统计：饮食业中的小型企业（年营业额在10万元以下）占饮食企业总数的92.3%；旅店中的小型企业（床位在40个以下）占旅店总数的76.8%。服务业企业规模以中小型为主，能够接近广大消费者，真正为消费者所欢迎。当然这并不排除在各项社会活动集中的地方（如城市、大集镇）建立少数规模较大的服务企业。但是，小型、分散、依靠地方，应被视为服务业经营的一个特点。

(5) 服务劳动的技术性强。在社会劳动的各个领域中，服务劳动能够从其中分离出来，在几千年的历史长河中不被

淘汰，而且发展成为独立的劳动部门，一个重要的原因就是有较高的技术专长。人们从社会取得服务，一般应比自我服务有着更多的优点。如果社会提供的服务不如自我服务带来的效益大，除非在不得已的情况下，人们是不愿从社会取得服务的。例如：人们到饭店去举办宴会，就是因为饭店厨师的烹调技术一般比自己高明，在菜肴的色、香、味、形上都要好一些，甚至在某一方面还有独到之处。

4. 饮食服务业在社会主义建设中的作用

供销合作社的饮食服务业，同广大农村人民的生活息息相关，对于发展国民经济，建设社会主义物质文明和精神文明，实现四个现代化，起着重要的作用。

(1) 减轻农民家务劳动，使他们腾出更多时间从事商品生产。饮食服务业通过它的服务活动，可以使家务劳动逐步社会化，为人们节约劳动时间，解除生活上的后顾之忧，从而有效地支持工农业生产和其他各项建设事业的发展。生产的专业化、社会化程度越高，服务业的这个作用就越加明显。在一些经济发达的国家，家务劳动社会化的趋势日益明显。日本在居民消费支出中的恩格尔系数（即吃的部分在消费支出中占的比例），1951年为52%，到1980年下降到28%，家务劳动出现了依赖服务业的倾向。服务开支在家庭消费开支中所占的比例，由70年代的27—28%，上升到1980年的32.7%，而到1983年已达到34%，也就是说在消费支出中有1/3以上用于服务支出。在日本把这种现象称作“消费的服务化”。在我国的许多农村，也出现了这种苗头。党的十一届

三中全会以来，供销合作社的饭店，大力开展“以生换熟”业务（即农民用自己的粮食到饭店换熟食品）和来料加工作业，普遍受到农民欢迎。在穿衣方面也是如此，农民既要求供销合作社供应成衣，也要求服务部门为他们加工成衣。这一方面固然是因为农民的收入增加了，要求穿得好一点；另一方面也说明他们希望把这些家务劳动的时间节省下来，集中精力从事生产。不言而喻，办好饮食服务业，对于解放农村广大妇女劳动力的作用更为显著。妇女是“半边天”，解放了妇女劳动力，必然会有力地促进农村商品经济向深度和广度发展。

（2）为开展和活跃城乡之间、地区之间的物资交流和文化交流创造必要的条件。从历史上来看，饮食服务业是在商品交换和商品流通逐渐扩大的基础上逐渐形成和发展起来的；反过来它又对商品生产和流通的发展起到有力地推动作用。近几年来，由于认真贯彻了党对农村的各项经济政策，农村产品结构发生了急剧变化，大量的农副业产品转化为商品，城乡之间、地区之间的物资交流得到广泛开展，农村集市贸易日益活跃。从事商品流通的人们以及广大农民，在旅途中或参加集市贸易时，迫切要求饮食服务业为他们提供方便的食宿条件和各种服务劳动。不难看出，办好饮食服务业，就是有力地支持了商品经济的发展。

供销合作社的饮食服务业，是整个农村市场的重要组成部分，人们通常说的“市场繁荣”，其中就包括了饮食服务业的发展和繁荣。不能设想，在一个市场上只有商品交换活动，而没有必要的饮食服务活动。有的地方农民照相要到县

城，往返百十里，路费和食宿费远远超过照相的费用，那样怎么能够使农民满意，心情舒畅呢？因此，供销合作社办好饮食服务业，才可以进一步满足广大农民生活的多种需要，不断丰富农民的物质文化生活。

(3) 为农村多余劳动力开辟就业致富之路。我国农业生产实行联产承包责任制后，有相当数量的多余劳动力需要安排，就业问题解决得好，就可以增加建设社会主义的力量，有利于发展全国城乡安定团结的大好局面。而饮食服务业则是一个可以容纳大批劳动力的行业，这是因为：这个行业在国民经济中目前仍然是一个薄弱环节，需要有一个大的发展；手工劳动比重大，属于劳动密集型的行业，可以吸收较多的劳动力；兴办饮食服务业，耗用原材料和能源不多，投资少而见效快。这就为安排农村多余劳动力，开辟就业致富之路，提供了有利条件。据1985年统计，农村从事饮食服务业的个体户已达2 261 400人，而这种发展趋势方兴未艾。

(4) 吸收货币回笼，为国家增加建设资金。回笼货币，一方面要靠商品供应，一方面还要有其他回笼方法，其中就包括饮食服务行业的货币回笼。人们的购买力和货币支出一般包括商品支出和非商品支出两部分，两者的支出比例并不是固定不变的。非商品支出的比例增大了，商品支出的比例就要相对缩减，反之也是一样。因此，在某些商品可供量不足的情况下，发展饮食服务业以扩大非商品的货币回笼，对于为国家增加建设资金，其作用是不能忽视的。据统计，从粉碎“四人帮”以后的1977年到1986年，十年期间，供销合作社系统（包括归口管理的合作店组）的饮食服务业，共回笼

货币182.45亿元；向国家缴纳各种税金8.14亿元；为集体提供净积累7.57亿元。

（二）饮食服务业是大有发展前途的行业

1. 大力发展包括饮食服务业在内的第三产业是党和国家的既定方针

第二次世界大战以后的40多年来，在一些经济发达的国家中，第三产业迅猛发展。由于工农业生产日益专业化和社会化，要求许多为工农业生产和人民生活服务的工作，逐渐从生产领域和生活领域里分离出去，集中起来，使得社会服务业日益得到了发展，成为国民经济中发展最快的一个部门。从劳动就业的比重来看，由于生产力的提高，从事工农业生产的劳动力占社会就业人员的比重逐渐减少，而从事服务业的劳动力和产值所占的比重则不断扩大。在这些国家中，第三产业的就业人数和生产净值，已经超过第一、二产业各自的总和。据世界银行统计资料记载，1984年第三产业占就业人口一半以上的国家有美国、加拿大、澳大利亚、瑞典、比利时、新西兰、英国、联邦德国。日本占49%。社会主义国家的苏联、捷克斯洛伐克和民主德国占40%以上。第三世界的国家，新加坡、巴拿马、阿根廷占50%左右。凡是国民收入较高的国家，一般第三产业所占比重都较大，每年的增长幅度一般都超过10%。

在国外的第三产业中，新的服务业异军突起。一个是饮