

中等职业教育规划教材

餐饮服务 与管理

◎ 沈建龙 编著



- | | |
|-----------|--------|
| • 饭店文化概论 | 陈乾康 主编 |
| • 会议服务 | 张杨莉 主编 |
| • 前厅服务 | 李国茹 主编 |
| • 客房服务 | 李 琦 主编 |
| • 康乐服务 | 阙 敏 主编 |
| • 中餐服务 | 何 强 编著 |
| • 西餐服务 | 何 强 编著 |
| • 酒吧服务 | 何 强 编著 |
| • 饭店情景英语 | 唐 莉 主编 |
| • 饭店服务礼仪 | 李嘉珊 主编 |
| • 餐饮服务与管理 | 沈建龙 编著 |



中等职业教育规划教材反馈表

为了更好地为您服务，提高教学质量，中国人民大学出版社愿意为您提供全面的教學支持，期望与您建立更广泛的合作关系。请您填好下表后以电子邮件或信件的形式反馈给我们。

餐饮服务与管理

版次

您对本书的建议（可附页）

您的姓名

沈建龙 编著

您所在的学校、院系

您所讲授课程名称

学生人数

您的联系地址

邮政编码

联系电话

电子邮件（必填）

您是否为人大社教研网会员

☐ 是 会员卡号：

☐ 不是，现在申请

您在相关专业是否有主编或参编教材意向

☐ 是 ☐ 否

☐ 不一定

您所希望参编或主编的教材的基本情况（包括内容、框架结构、特色等，可附页）

我们的联系方式：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1508 室

中国人民大学出版社教育分社

邮政编码：100872

电话：010-62515912

网址：<http://www.crup.com.cn/jiaoyu/>

E-mail: jyfs_2007@126.com

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目(CIP)数据

餐饮服务与管理/沈建龙编著

北京:中国人民大学出版社,2009

中等职业教育规划教材

ISBN 978-7-300-10618-2

I. 餐…

II. 沈…

III. ①饮食业-商业服务-专业学校-教材

②饮食业-商业管理-专业学校-教材

IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 064818 号

中等职业教育规划教材

餐饮服务与管理

沈建龙 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242(总编室)

010-62511398(质管部)

010-82501766(邮购部)

010-62514148(门市部)

010-62515195(发行公司)

010-62515275(盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河汇鑫印务有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2009 年 6 月第 1 版

印 张 11.75

印 次 2009 年 6 月第 1 次印刷

字 数 217 000

定 价 22.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

前 言

中华民族创造了光辉灿烂的饮食文化，在世界饮食史上一直声誉卓著。随着社会的进步与人们生活水平的提高，人们对饮食的要求越来越高，这就要求餐饮业必须提高服务质量以满足广大消费者的需求，而餐饮服务质量的提升主要取决于餐饮从业人员的素质。对于实践性相当强的餐饮业来说，高素质人员在很大程度上又取决于旅游职业教育的发展。因此，为了适应和满足我国中等旅游职业学校饭店服务专业教学和日益发展的餐饮业的需要，我们编著了《餐饮服务与管理》一书。

本书的特点是：第一，针对性。即针对中等旅游职业学校饭店服务专业学生培养目标和实际需要，强调理论联系实际，着重培养学生的餐饮服务职业能力。第二，实用性。本教材在内容安排上，结合餐饮业的实际，强调各项餐饮服务的要求和实际操作能力，具有很强的可操作性，而且内容翔实、要点突出。第三，先进性。本书在编著过程中吸收了大量国内外餐饮企业的先进经验，反映了餐饮业实践和研究的新成果，内容具有相当的前瞻性。因此，本书既可作为中等旅游职业学校饭店服务专业学生的教材，也可作为餐饮企业和饭店餐饮部服务人员的培训教材或自学用书。

本书由浙江旅游职业学院饭店管理系主任沈建龙副教授编著。在编著过程中，参阅了大量国内外文献和著作，并得到了浙江旅游职业学院、诸多饭店和餐饮企业的大力支持和有益帮助，在此一并表示感谢。

由于编著者水平有限，经验不足，书中错漏之处在所难免，敬请读者批评指正。

编著者

2009年5月

目 录

第一章 概述	1
第一节 餐饮企业的组织机构和主要职能	2
第二节 餐饮产品特点与从业人员要求	4
第二章 餐厅服务技能	12
第一节 托盘操作	13
第二节 摆台	14
第三节 餐巾折花	20
第四节 酒水服务	23
第五节 菜肴服务	27
第六节 撤换餐用具	31
第三章 中餐厅服务	33
第一节 餐厅概述	34
第二节 中餐厅点菜服务	37
第三节 团队用餐服务	48
第四节 中式菜肴知识	51
第四章 西餐厅服务	57
第一节 西餐厅概述	58
第二节 早餐服务	61
第三节 正餐服务	65
第四节 西式菜肴知识	71
第五章 宴会管理	76
第一节 宴会概述	77
第二节 中餐宴会服务	81
第三节 西餐宴会服务	88



第四节 酒会服务	92
第五节 自助餐服务	97
第六节 其他服务	99
第六章 酒吧服务及酒水知识	107
第一节 酒吧概述	108
第二节 酒吧服务	110
第三节 酒水知识	114
第七章 菜单管理	129
第一节 菜单设计与制作	129
第二节 菜单定价	135
第八章 餐饮管理基础知识	153
第一节 餐饮原料管理	154
第二节 厨房管理	156
第三节 餐饮服务质量管理	159
第四节 餐厅人力资源管理	166
第五节 餐厅设备用品管理	170

第一章 概述

学习目标

通过本章的学习，学生应该掌握：

- 餐饮企业的组织机构和主要职能；
- 餐饮产品的特点；
- 餐饮从业人员应具有的能力和素质。

案例导入

在某高档餐厅里，几位客人簇拥着一位雍容华贵的老太太迎面走来，服务员小韩热情地拉椅让座，并为老太太斟上一杯绿茶。不料老太太眉头一皱，抱怨道：“你怎么知道我要喝绿茶？现在告诉你，我喜欢喝红茶。”小韩是一位训练有素的服务员，面对挑剔的老太太，她在一愣后立刻客气而又礼貌地说：“太太，这是我们餐厅特意为你们准备的新上市的绿茶，餐前喝绿茶可清火开胃，尤其适合老年人。如果您喜欢喝红茶，我马上单独为您送来。”几句话便消除了紧张气氛，客人们满意地笑了。

[评析]

餐厅接待的客人性格各异，他们对餐饮服务的要求也各不相同。因此，要做好餐厅服务工作，赢得更多的客人，餐厅服务人员应有意识地培训自己成为人际交往的行家。首先，餐厅服务人员应明确自己的社会角色要求，认识到自己所从事的服务工作与其他工作一样，既是自食其力和谋生的手段，也是为社会做出贡献的机会；同时还应认识到客人是餐厅生存与发展的基础，只有满足客人的需要，餐厅才有可能获得良好的经济效益与社会效益，从而自己才有发展的机会。其次，餐厅服务人员要善于控制自己的情绪和情感，保持良好的心境，为客人提供热情服务。再次，餐厅服务人员应不仅为客人提供规范化服务，而且还提供情感服务。最后，在服务过程中，服务人员应灵活应变，要掌握与



客人交流及和谐相处的技巧。本例中，小韩面对老太大的挑剔，临场不乱，灵活应变，既顾及了老太大的需要，又体现了餐厅的优质服务，最终使客人感到满意。

第一节 餐饮企业的组织机构和主要职能

西方的先哲，如苏格拉底、柏拉图、亚里士多德，或是康德、黑格尔，似乎都不谈有关饮食的问题。然而中国的圣贤、哲人，几乎个个都要谈及这个话题。如《孟子·告子上》中提到：“食色性也。”《礼记·礼运》中称：“饮食男女，人之大欲存焉。”孔子发表过“食不厌精，脍不厌细”的议论，足以证明他对吃极为重视。孟子也有“口之于味，有同嗜焉”的论断。司马迁在《史记·酈生陆贾列传》中写到酈食其对刘邦说：“王者以民人为天，民人以食为天。”颜之推的《颜氏家训》则这样说：“夫食为民天，民非食不生矣。”这些关于吃的论述，充分证明了饮食在中国历史文化中占据着重要的地位和特殊的分量。

人虽然不是为了吃而活着，可人要活着，就一天也离不开吃。餐饮是人类生存与发展的基础，人类生活中最基本、最重要的活动是餐饮。随着社会生产的发展及人们价值观的改变，人类对餐饮及其服务的要求越来越高。餐饮业的发展水平不仅反映着一个国家或地区的经济发展水平及开发、利用自然资源等方面的能力，而且也体现着该国家或地区的物质文明和精神文明的发展程度。

为保证餐饮业务活动的顺利开展并达到预期的管理目标，就必须建立科学的组织机构，明确餐饮管理的职能。

一、餐饮企业的组织机构

熟悉并掌握餐饮企业的组织机构有助于所有餐饮人员明确自己在企业中的位置，从而能更好地沟通与协调。餐饮企业的组织机构因餐饮企业的规模、等级、服务内容、服务方式、管理模式等方面的不同而不同。常见的餐饮企业组织机构如图 1—1 所示。

在一般情况下，餐饮原料的采购、验收、保管等业务由专职的采供部负责，而各营业点的收款工作则由专职的财务部负责。

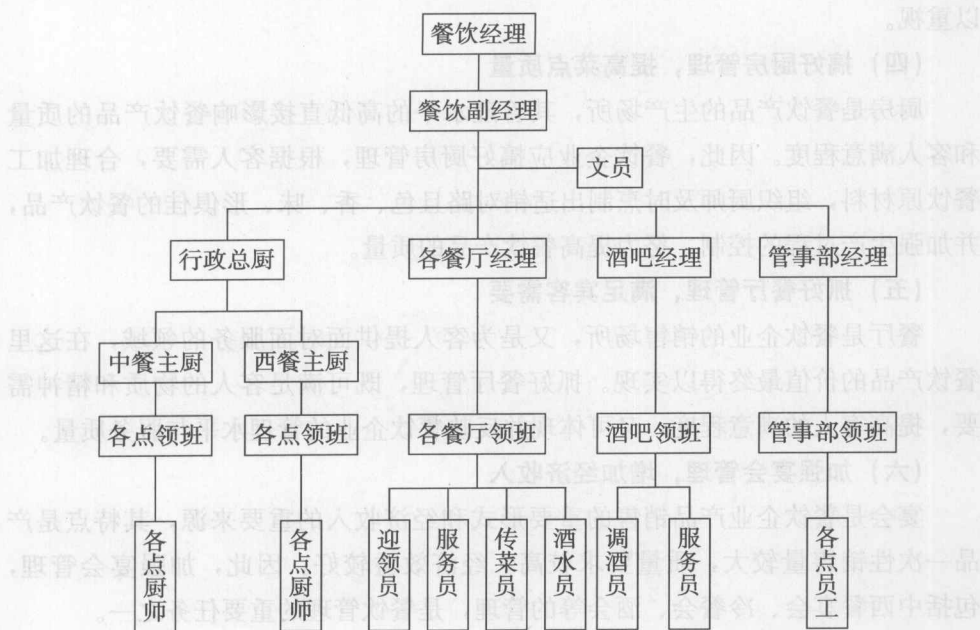


图 1—1 餐饮企业的组织机构

二、餐饮企业的主要职能

餐饮管理的任务是全面筹划餐饮产品的产、供、销活动，组织客源，扩大销售，降低成本，提高质量，以满足客人需要，获得最大的经济效益。餐饮企业的主要职能有如下一些。

(一) 掌握市场需求，合理制定菜单

要满足客人对餐饮的需求，首先必须了解餐饮企业目标市场的消费特点与餐饮要求，掌握不同年龄、不同性别、不同职业、不同民族和不同宗教信仰的客人的餐饮习惯和需求，并在此基础上制定出能够满足客人需求的菜单，作为确定餐饮企业经营特色的依据与指南。这是餐饮企业的一项重要职能。

(二) 广泛组织客源，扩大产品销售

客源是餐饮企业生存与发展的基础与前提，只有广泛组织客源，才能扩大餐饮产品的销售，因此，餐饮企业必须采取各种方法招徕并吸引客人前来就餐，从而提高餐饮企业的知名度、美誉度和经济效益。

(三) 加强原料管理，保证生产需要

餐饮原料的质量直接影响餐饮产品的质量，而其价格又直接关系到餐饮企业的经济效益。加强对餐饮原料的采购、验收、储存管理，既可保证厨房的生产需要，又可降低餐饮成本。因此，必须将此作为餐饮企业的主要职能之一加



以重视。

(四) 搞好厨房管理, 提高菜点质量

厨房是餐饮产品的生产场所, 其管理水平的高低直接影响餐饮产品的质量和客人满意程度。因此, 餐饮企业应搞好厨房管理, 根据客人需要, 合理加工餐饮原材料, 组织厨师及时烹制出适销对路且色、香、味、形俱佳的餐饮产品, 并加强生产过程的控制, 努力提高餐饮产品的质量。

(五) 抓好餐厅管理, 满足宾客需要

餐厅是餐饮企业的销售场所, 又是为客人提供面对面服务的领域, 在这里餐饮产品的价值最终得以实现。抓好餐厅管理, 既可满足客人的物质和精神需要, 提高客人的满意程度, 又可体现并反映餐饮企业的管理水平与服务质量。

(六) 加强宴会管理, 增加经济收入

宴会餐饮企业产品销售的重要形式和经济收入的重要来源, 其特点是产品一次性销售量较大, 质量要求较高, 经济效益较好。因此, 加强宴会管理, 包括中西餐宴会、冷餐会、酒会等的管理, 是餐饮管理的重要任务之一。

(七) 加强成本控制, 提高经济效益

餐饮企业应根据等级、客源市场的消费水平和经营目标等因素制定相应的成本标准, 按规定的毛利率确定菜肴的售价, 在满足客人需求的前提下, 保证餐饮企业的经济利益。因此, 餐饮企业应建立餐饮成本控制体系, 加强对餐饮生产全过程如采购、验收、库存、发放、厨房的粗加工、切配、烹制、餐厅销售等各环节的成本控制, 并定期对餐饮成本进行比较分析, 及时发现存在的问题及其原因, 从而采取有效的降低成本的措施, 最终提高餐饮企业的经济效益。

第二节 餐饮产品特点与从业人员要求

一、餐饮产品的特点

餐饮产品的生产、销售与其他商品相比存在一定的区别, 有其自身的特点。

(一) 餐饮产品的生产特点

餐饮企业既生产有形的实物产品, 如各种美味佳肴、酒水饮品, 又生产无形的服务产品, 如优良的就餐环境和热情周到的接待服务。与其他产品的生产相比, 餐饮产品的生产具有不同的特点。

1. 餐饮产品规格多, 每次生产批量小

只有客人进入餐厅点菜后, 餐饮企业才能组织菜肴的生产与销售。这就意



意味着餐饮产品的生产与销售基本同步,而不能先生产后销售。因此,菜肴的生产与其他工业产品大批量、统一规格的生产是明显不同的。这给餐饮生产的一标准与质量管理带来了许多问题。

2. 生产过程时间短

餐饮产品的生产、销售与客人的消费几乎同时进行,而且客人从点菜到消费的间隔时间相当短暂。这对厨师的经验与技术是一个很大的考验,对服务员的直接推销和对客服务也是一大挑战。

3. 生产量难以预测

如何预测就餐客人何时来、来多少人、消费什么餐饮产品等,一直是困扰餐饮管理者的问题。大多数客人是不通过预订而直接上门来消费的,因此,客人的消费需求很难准确预估,餐饮产品产量的随机性强,且难以预测。

4. 餐饮原料及产品容易变质

相当一部分餐饮产品是用鲜活的餐饮原料制作的,具有很强的时间性和季节性,若处理不当极易腐烂变质,因此,必须加强原料管理才能保证产品质量并控制餐饮成本。

5. 餐饮产品生产过程环节多,管理难度大

餐饮产品的生产涉及餐饮原料的采购、验收、储存、加工、烹制以及餐厅服务、收款,整个生产过程的业务环节较多,任一环节的差错都会影响餐饮产品的质量及企业的效益,因此,餐饮产品生产过程的管理难度较大。

(二) 餐饮产品的销售特点

餐饮产品具有不可储存的特点,因此,与其他工业产品相比,其销售也有自身的特点。

1. 餐饮销售量受餐位数量的限制

餐饮企业接待的客人数量受营业面积大小、餐位数多少的限制。在餐位全部满座的情况下,餐厅不能再扩大销售量。因此,餐饮企业必须改善就餐环境,提高餐位利用率,增加就餐客人的人均消费额。

2. 餐饮销售量受进餐时间的限制

人们的就餐时间有一定的规律。就餐时间一到,餐厅高朋满座,而就餐时间一过,餐厅则门可罗雀。餐饮产品的销售具有明显的间歇性。因此,餐饮企业应通过增加服务项目、延长营业时间等方法来努力提高餐饮销售量。

3. 餐饮固定成本及变动费用较高

餐饮企业的各种餐厨设备、用品的投资较大,且人力资源费用、能源费用、原料成本等支出也较高。因此,餐饮企业应想方设法控制固定成本与变动费用,以提高企业的经济效益。

4. 餐饮经营的资金周转较快



餐饮企业的经营毛利率较高,且相当一部分餐饮销售收入以收取现金为主,而大部分餐饮原料为当天采购、当天销售,因此,餐饮企业的资金周转较快。

(三) 餐饮服务的特点

餐饮服务是餐饮企业的员工为就餐客人提供餐饮产品的一系列活动。餐饮服务可分为直接对客的前台服务和间接对客的后台服务。前台服务是指餐厅、酒吧等餐饮营业点面对面为客人提供的服务,而后台服务则是指仓库、厨房等客人视线不能触及的部门为餐饮产品的生产、服务所做的一系列工作。前台服务与后台服务相辅相成,后台服务是前台服务的基础,前台服务是后台服务的继续与完善。餐饮服务的特点有以下几个。

1. 无形性

无形性是服务产品的共性。尽管餐饮产品是具有实物形态的产品,但它仍具有服务产品的无形性特点,即看不见、摸不着,且不可能数量化。餐饮服务的无形性是指就餐客人只有在购买并享用餐饮产品后,才能凭借其生理与心理满足程度来评估其优劣。

事实上,大多数餐饮消费者选择一家餐厅时,往往只凭他们所得到的有关这家餐厅的信息,如从广告、亲朋好友的“鲜美可口、清洁卫生、价廉物美、环境优美”的宣传介绍,便作出购买的决定。至于选择正确与否,他们只能在亲临餐厅、享用之后,凭生理、心理的满足度来评估、判断。

正是无形性这一特性决定了餐饮产品的无专利性,因此,餐饮企业必须明确餐饮产品的革新、创新之重要;餐饮管理者也必须充分认识到餐饮产品的生命周期是极其短暂的。

2. 一次性

餐饮服务的一次性是指餐饮服务只能当次享用,过时则不能再使用。这与航班的座位、饭店的客房、电影院的座位一样,当飞机空着一半机位起飞、饭店一天只租出去 $1/3$ 的客房、午场电影准时放映而偌大的电影院却只来了十几位观众时,飞机的空位、饭店的空客房、电影院的空位便成了无法挽回的损失。因为它们永远失去了这一天的销售机会,即使第二天客满也无济于事,前一天失去的收入永远无法弥补回来。同理,餐饮服务的一次性特征要求餐饮企业应接待好每一位客人,提高每一位就餐客人的满意程度,这样才能使他们再一次光临,从而实现餐厅每天都宾客盈门。

3. 直接性

餐饮服务的直接性是指餐饮产品的生产、销售、消费几乎是同步进行的,即企业的生产过程就是客人的消费过程。这意味着餐厅既是餐饮产品的生产场所,也是餐饮产品的销售场所,因而要求餐饮企业既要注重服务过程,也要重视就餐环境。



4. 差异性

餐饮服务的差异性主要表现为两个方面：一方面，不同的餐饮服务员由于年龄、性别、性格、受教育程度及工作经历的差异，为客人提供的服务肯定不尽相同；另一方面，同一服务员在不同的场合、不同的时间，其服务态度、服务效果等也会有一定的差异。这就要求餐饮企业应制定服务标准，并加强对服务过程的管理。

二、餐饮从业人员的素质要求

随着竞争的日趋激烈和消费者自我保护意识的增强，宾客对餐饮服务质量的的要求越来越高。而餐饮服务质量的提高有赖于员工素质的提高。因此，餐饮从业人员应树立正确的观念与意识，改善服务态度，更新本职工作所需的知识，提高管理与服务能力，从而提高餐饮服务质量。餐饮从业人员的素质要求主要涉及以下几个方面。

（一）思想政治要求

良好的思想政治素质是做好服务工作的基础。餐饮从业人员应具备的思想政治素质主要有下述几个方面。

1. 政治上坚定

餐饮从业人员应确立正确的政治立场，在服务工作中，严格遵守外事纪律，讲原则、讲团结、识大体、顾大局，不做有损国格、人格的事。

2. 思想上敬业

餐饮从业人员必须树立牢固的敬业观念，充分认识到餐饮服务的重要作用，热爱本职工作，在工作中不断努力学习，奋发向上，开拓创新；讲文明、讲礼貌、讲公德，助人为乐、爱护公物、保护环境、遵纪守法；倡导爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会的职业道德，并养成良好的行为习惯，培养优良品德。

（二）服务态度要求

服务态度是指餐饮从业人员在对客服务过程中体现出来的主观意向和心理状态，其好坏直接影响到宾客的心理感受。服务态度取决于员工的主动性、创造性、积极性、责任感和素质的高低。其具体要求如下所述。

1. 主动

餐饮从业人员应牢固树立“宾客至上、服务第一”的专业意识，在服务工作中应时时处处为宾客着想，表现出一种主动、积极的情绪，凡是宾客需要的，不分分内、分外，发现后即应主动、及时地予以解决，做到眼勤、口勤、手勤、脚勤、心勤，把服务工作做在宾客开口之前。



2. 热情

餐饮从业人员在服务工作中应热爱本职工作,热爱自己的服务对象,像对待亲友一样为宾客服务,做到面带微笑、端庄稳重、语言亲切、精神饱满、诚恳待人,处处热情待客。

3. 耐心

餐饮从业人员在为各种不同类型的宾客服务时,应有耐性,不急躁、不厌烦,态度和蔼。服务人员应善于揣摩宾客的消费心理,对于他们提出的所有问题,都应耐心解答,百问不厌;并能虚心听取宾客的意见和建议,对事情不推诿。与宾客发生矛盾时,应尊重宾客,并有较强的自律能力,做到心平气和、耐心说服。

4. 周到

餐饮从业人员应将服务工作做得细致入微、面面俱到、周密妥帖。在服务前,服务人员应做好充分的准备工作,对服务工作做出细致、周到的计划;在服务时,应仔细观察,及时发现并满足宾客的需求;在服务结束时,应认真征求宾客的意见或建议,并及时反馈,以将服务工作做得更好。

(三) 服务知识要求

餐饮从业人员应具有较广的知识面,具体而言应掌握以下知识。

1. 基础知识

主要指员工守则、服务意识、礼貌礼节、职业道德、外事纪律、饮食安全与卫生、服务心理学、基础外语等方面的知识。

2. 专业知识

主要指岗位职责、工作程序、运转表单、管理制度、设施设备的使用与保养、服务项目及营业时间、沟通技巧等方面的知识。

3. 相关知识

主要指宗教、哲学、美学、文学、艺术、法律等方面的基础知识,各国的历史、地理、习俗和礼仪等知识,以及本地及周边地区的旅游景点及交通情况等知识。

(四) 服务能力要求

餐饮从业人员在工作中应具备的能力如下所述。

1. 语言能力

语言是人与人沟通、交流的工具。餐厅的优质服务需要运用语言来表达。因此,餐饮从业人员应具有较好的语言能力。《旅游饭店星级的划分与评定》(GB/T14308—2003)中对饭店服务人员的语言要求为:“语言要文明、礼貌、简明、清晰;提倡讲普通话;对客人提出的问题无法解决时,应予以耐心解释,不推诿和应付。”此外,服务人员还应掌握一定程度的外语。



2. 应变能力

由于餐厅服务工作大都由员工通过手工劳动完成,而且宾客的需求多变,所以在服务过程中难免会出现一些突发事件,如员工操作不当引起宾客投诉,或导致设备运转不灵等,这就要求餐厅服务人员必须具有灵活的应变能力,遇事冷静,及时应变,妥善处理,充分体现“宾客至上”的服务宗旨,尽量满足宾客的需求。

3. 推销能力

餐饮产品的生产、销售及宾客消费几乎是同步进行的,且餐饮产品具有无形性的特点,所以要求餐厅服务人员必须根据客人的爱好、习惯及消费能力灵活推销,尽力提高宾客的消费水平,从而提高餐厅的经济效益。

4. 技术能力

餐饮服务既是一门科学,又是一门艺术。技术能力是指餐厅服务人员在提供服务时显示的技巧和能力,它不仅能提高工作效率,保证餐厅服务的规格标准,而且可给宾客带来赏心悦目的感受。因此,要想做好餐厅服务工作,就必须掌握娴熟的服务技能,并灵活自如地加以运用。

5. 观察能力

餐厅服务质量的好坏由宾客在享受服务后根据产生的生理、心理感受来判断,即取决于宾客需求的满足程度。这就要求服务人员在对客服务时应具备敏锐的观察能力,随时关注宾客的需求并及时给予满足。

6. 记忆能力

餐厅服务人员对通过观察了解到的有关宾客需求的信息,除了应及时给予满足之外,还应加以记忆,当宾客下次光临时,服务人员即可提供有针对性的个性化服务,这无疑会提高宾客的满意程度。

7. 自律能力

自律能力是指餐厅服务人员在工作过程中的自我控制能力。服务人员应遵守餐饮企业的员工守则等管理制度,明确知道在何时、何地能够做什么,不能够做什么。

8. 服从与协作能力

服从下属对上级应尽的责任。餐厅服务人员应具有以服从上司命令为天职的组织纪律观念,对直接上司的指令应无条件服从并切实执行。与此同时,服务人员还必须服从客人,对客人提出的要求应给予满足,但应服从有度,即满足客人符合传统道德观念和社会主义精神文明的合理需求。

(五) 身体素质要求

良好的身体素质是做好饭店服务工作的基本保证。身体素质要求体现在以下两方面。



1. 身体健康

餐饮从业人员必须身体健康,为此应定期体检,并取得卫生防疫部门核发的健康证。如患有不适宜从事餐厅服务工作的疾病,应调离岗位。

2. 体格健壮

餐饮服务工作的劳动强度较大,餐厅服务人员在服务期间须保持站立姿态,并不断行走,加之餐厅服务技能的完成均需要具有一定的腿力、臂力和腰力等。因此,餐饮从业人员必须要有健壮的体格才能胜任工作。

此外,餐厅服务工作的完成需要发挥团队精神,餐厅服务质量的提高需要全体员工的参与和投入。在餐厅服务工作中,服务人员在做好本职工作的同时,应与其他员工密切配合,共同努力满足宾客需求。

本章小结

1. 餐饮管理业务环节众多,其主要职能有菜单管理、营销管理、原料管理、厨房管理、餐厅管理、宴会管理、成本管理等。

2. 餐饮企业的经营在生产、销售和服务等方面具有与其他行业各不相同的特点。

3. 餐饮从业人员在思想政治、服务态度、服务知识、业务能力、身体素质等方面都须达到一定的要求。

思考与练习

1. 餐饮服务有哪些特点?

2. 根据餐饮从业人员的素质要求,结合自身情况对照分析自己还应在哪些方面进行改进。

案例分析

阅读下面的案例,并回答问题。

一天,邹先生步入一家餐厅,找了一个角落的位置坐下准备用餐。服务员小曹立刻上前询问他喜欢喝什么茶,并介绍饭店的八宝茶比较有特色。邹先生说:“就八宝茶吧。”接着小曹拿来精致的餐厅菜单,请他点菜。邹先生发现菜单中有许多比较有特色且适合自己口味的菜肴,就一下子点了五个,小曹见此便非常友善地问:“先生,是否还有其他客人一起用餐?”邹先生说:“没有啊。”