

<<餐饮企业管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮企业管理>>

13位ISBN编号：9787506455602

10位ISBN编号：7506455609

出版时间：2009-6

出版时间：中国纺织出版社

作者：朱多生，黄文 主编

页数：242

字数：288000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

中国的旅游业在经过将近三十年的发展之后,已经步入了新的发展时期,我国已经完成了从旅游资源大国到亚洲旅游大国的转变,今后我国旅游业将要完成的是从亚洲旅游大国到旅游强国的转变,这是我国旅游业发展过程的一个关键性转变,要求我国的旅游业从粗放型外延式发展转变到集约型内涵式发展。

从数量规模型发展转变为产品质量型发展。

伴随旅游业的快速发展,作为高等职业教育旅游专业重要的核心课程之一。

餐饮企业管理技能日益成为衡量学生专业技能的重要方面。

为此,他们有必要掌握和了解餐饮管理的基础知识和技能。

在这样的背景下,我们组织相关专业人士编写了这本书。

本书严格根据餐饮企业管理的一般特征进行编写,从餐饮企业的筹备、组建和经营管理三方面统筹安排,符合各层次人员的学习需求,既可以作为高等职业学校的教材,又可以作为餐饮管理人员的参考用书。

考虑到餐饮管理的复杂多变性,本书从理论和实践结合入手,系统地介绍了餐饮企业管理的基础知识。

一反其他餐饮管理教材强调厨房或强调前堂的编排顺序,本书以原料在餐饮企业中的流动顺序安排其结构,具有较强的合理性。

全书共分十章,第一章~第五章为餐饮企业开业前筹备期需要调研的工作,第六章~第十章以餐饮原料在企业内部流动的顺序依次进行安排采购、保管、厨房、前台、推销和成本等几个方面的管理。

除此以外,还专门选择了与内容相关的案例进行分析,以提高读者学习过程中的直观性,使读者可以针对每章进行系统的回顾。

本书第一章、第三章为四川管理职业学院教师朱多生老师编写,第二章为中国劳动关系学院高职院校周敏慧老师编写,第四章为浙江经济职业技术学院工商管理系王旭东老师编写,第五章、第六章为四川师范大学历史与旅游学院教师黄文编写,第七章为青城山四星级酒店鹤翔山庄餐饮部经理黄武编写,第八章为辽宁科技大学高等职业技术学院的王林峰编写,第九章为四川省高等烹饪专科学校酒店管理系周媛媛老师编写,第十章为黑龙江旅游职业技术学院基础教育部屈凯编写。

在本书的编写过程中,参阅了大量有关餐饮管理的相关书籍、文献资料和相关案例,在此谨向编著这些著作、资料的专家、学者致以诚挚的感谢!

<<餐饮企业管理>>

内容概要

考虑到餐饮管理的复杂多变性，本书从理论和实践结合入手，系统地介绍了餐饮企业管理的基础知识。

一反其他餐饮管理教材强调厨房或强调前堂的编排顺序，本书以原料在餐饮企业中的流动顺序安排其结构，具有较强的合理性。

全书共分十章，第一章～第五章为餐饮企业开业前筹备期需要调研的工作，第六章～第十章以餐饮原料在企业内部流动的顺序依次进行安排采购、保管、厨房、前台、推销和成本等几个方面的管理。

除此以外，还专门选择了与内容相关的案例进行分析，以提高读者学习过程中的直观性，使读者可以针对每章进行系统的回顾。

书籍目录

第一章 餐饮企业管理概述 第一节 餐饮企业的类型 一、按档次高低分类 二、按服务方式分类 三、按风味特色分类 四、按服务功能分类 五、按营业时间分类 第二节 餐饮企业的经营特点 一、餐饮生产的特点 二、餐饮销售的特点 三、餐饮服务的特点 第三节 餐饮企业的组织机构 一、餐饮企业组织设计的原则 二、餐饮企业的组织形式 第四节 餐饮企业的经营形式 一、独立经营方式 二、连锁经营方式 三、作为饭店一个部门的经营方式 四、依附经营方式 第五节 餐饮企业人员素质要求 一、餐饮管理人员素质 二、餐饮服务人员素质 第二章 餐饮企业筹备调研 第一节 餐饮企业地理位置分析 一、餐饮企业选址的原则和调查步骤 二、餐饮企业确定地理位置需要调查的内容 第二节 餐饮企业顾客行为分析 一、餐饮消费行为的含义和特点 二、餐饮消费者行为分析 第三节 餐饮企业竞争对手分析 一、竞争对手的确认 二、竞争对手基本情况调查 三、竞争对手经营活动分析 第三章 餐饮企业的餐厅和厨房设计 第一节 餐厅设计与布局 一、影响餐厅环境设计的因素 二、餐厅主题的确定 三、餐厅名称的选择 四、餐厅环境布置 第二节 厨房设计与布局 一、影响厨房布局的因素 二、厨房布局的实施目标 三、厨房的整体布局和环境要求 第四章 餐饮企业菜单管理 第一节 菜单的作用与分类 一、菜单的作用 二、菜单的种类 第二节 菜单的筹划与制作 一、不同阶段的菜单 二、菜单设计的原则与程序 三、菜单的基本内容 四、菜单的编排结构 五、菜单的外观设计 第三节 菜单的设计与实施 一、套餐菜单的特点与种类 二、中式宴会菜单的一般程式 三、宴席菜单的配菜原则 第四节 菜品的选择与创新 一、菜品选择 二、菜肴创新的原则与要点 三、菜肴创新的实施 第五章 餐饮企业员工管理 第一节 确定餐饮企业员工的数量 一、餐饮企业人员配备工作的任务和原则 二、确定餐饮企业人员的需要量 三、餐饮管理的组织机构与岗位责任书和标准服务规范 第二节 餐饮企业员工的招聘 一、餐饮企业员工的招聘途径 二、餐饮企业员工招聘计划 三、餐饮企业员工招聘实施 第三节 餐饮企业员工的培训 一、人员培训的意义 二、人员培训的目标 三、培训工作的特点、种类和基本程序 四、培训工作的内容 第四节 餐饮企业员工的激励 一、激励的性质 二、激励理论 三、激励员工工作积极性的方法 四、职工成绩的评估 第五节 餐饮企业员工日常管理 一、餐饮企业员工的分类 二、涉及变动成本的员工配备 三、涉及固定成本的员工配备 第六章 餐饮企业原料采购和储存管理 第一节 原料采购管理 一、原料采购的功能和组织 二、原料质量标准与选购要点 三、货源管理与原料采购 第二节 原料验收管理 一、原料验收管理基础工作 二、原料验收的程序和方法 三、双重验收控制 第三节 原料储存与发放管理 一、原料储存管理 二、原料发放管理 三、原料盘存管理 第七章 餐饮企业厨房生产管理 第一节 厨房组织形式 一、厨房的种类 二、厨房的组织机构和职责 三、厨房与其他部门的关系 第二节 厨房生产管理 一、厨房生产流程 二、厨房生产流程控制 第三节 厨房卫生管理 一、食品卫生的控制 二、厨房环境卫生的控制 三、厨房生产人员的个人卫生控制 第四节 厨房安全管理 一、食物中毒的预防 二、生产事故的预防 第五节 厨房设备管理 一、厨房设备的选购 二、厨房的主要工具和设备 三、厨房设备的管理 第八章 餐饮企业服务管理 第一节 餐饮企业优质服务 一、餐饮企业优质服务的意义 二、影响餐饮企业服务质量的因素 三、餐饮企业优质服务的原则 第二节 餐饮企业服务管理 一、餐饮企业服务管理的基础工作 二、餐饮企业服务控制 三、餐饮企业服务监督的检查 四、餐饮企业服务质量分析方法 第三节 餐饮企业服务各要素管理 一、餐饮企业管理的重要性 二、账单的管理 三、出菜口管理 四、收银员管理 五、酒吧销售管理 六、销售控制管理 七、餐饮销售报表 第九章 餐饮企业推销管理 第一节 餐厅环境与推销管理 一、餐厅内部推销 二、员工推销 第二节 餐饮推销活动管理 一、特殊活动推销 二、赠品推销 三、组织特殊活动与赠品推销 四、食品展示推销 第三节 宴会推销管理 一、宴会的潜在市场 二、宴会的特殊要求 三、宴会预订 四、宴会推销 第十章 餐饮企业成本管理 第一节 餐饮企业成本管理概述 一、餐饮企业成本管理的含义和作用 二、餐饮企业产品成本构成 三、餐饮企业成本管理的特点 第二节 餐饮企业成本核算 一、原材料成本核算 二、调味品成本核算 三、原材料耗用核算 第三节 餐饮企业成本管理内涵 一、餐饮企业成本管理的内容 二、餐饮企业成本管理的程序 三、餐饮企业成本管理的方法 四、餐饮企业成本管理的环节 第四节 餐饮企业价格管理 一、餐饮产品构成及特点 二、餐饮产品定价策略分析 三、菜点的定价方法 四、餐饮产品价格的日常管理 五、餐饮产品价格管理制度参考文献

章节摘录

第一章 餐饮企业管理概述 第一节 餐饮企业的类型 餐饮企业是通过饮食加工制作、销售并提供饮食场所的方式为顾客提供饮食消费服务等以营利为目的的经济组织，属于第三产业。餐饮企业包括餐馆、酒家、餐厅、快餐店、小吃店、咖啡厅、冷饮店、茶馆、茶楼、酒吧等，主要集中在游乐区、风景区、城镇的闹市区、学校、车站、码头等。

一个地方餐饮业是提高当地人们生活质量的重要行业，也是开拓当地劳动力就业的重要渠道，对于拉动当地经济的发展有相当大的影响，被有关人士称为“朝阳产业”。

由于餐饮业经营的营利性质决定了其存在的目的是为了满足不同人们丰富多彩的饮食消费需要，而任何一家餐饮企业，不可能同时满足所有顾客的需求，所以，不同餐饮企业存在不同的经营方式、提供不同的饮食产品和服务方式。

这样一来，就有必要对餐饮企业进行分类，以利于消费者的选择和对不同餐饮企业进行市场细分和目标市场的定位。

一、按档次高低分类 一个餐饮企业档次的高低是由以下因素确定的：建筑装潢、规模大小、服务水平和菜品价位。

世界上没有两家完全相同的餐饮企业，因此，将餐饮企业实行等级管理是比较通用的做法，也是一个可行的办法。

人们判断一个餐饮企业档次的高低，习惯的做法是统计各企业就餐的平均消费额。但由于地方收入水平的差距，这个标准缺乏可比性。

例如，在北京人均消费50元人民币一餐可能只属于中等偏低的消费，但在成都，则可以视为中档了。为此，我国国家技术监督局技监国际发[1992]037号文件将商业部饮食服务公司起草的《酒家（饭庄）和酒店（饭店）分等定级规定》批准为国家标准，并于1992年5月1日起实施。

该标准从我国餐饮业发展的历史和现状出发，根据餐饮企业的设施设备、技术力量、服务质量、餐饮质量、管理水平、清洁卫生等方面，制订了国家特级、一级、二级、三级和地方级五个级别。但由于我国地域广阔，餐饮业的网点数量众多，在2004年就已超过了400万家，因此该标准在执行过程中出现了很多问题，所以没有得到很好的实行。

二、按服务方式分类 根据向顾客提供服务方式的不同，可以分为自助餐式、餐桌服务式、柜台服务式和外送服务式。

（一）自助餐式 这种餐饮企业主要是将食品、酒水和餐具事先准备好，由顾客根据自己的口味自行选择，自己动手取餐，服务人员在顾客进餐过程中只提供引导、辅助性的服务。这种服务方式在会议、快餐店等场所使用比较多。

另外，这种服务方式的餐厅一般提供的菜肴品种比较固定，消费标准统一，人力成本较低。

（二）餐桌服务式 这种餐饮企业是最为常见的。

这类餐厅在营业时，将顾客引领到餐桌就座后，有服务人员接受点菜，进行上菜和餐桌服务，然后清台、布台。

这种餐厅服务有中式和西式之分。

（三）柜台服务式 这种餐饮企业类似于酒吧，包括以下几种类型。

（1）将食品放置于传送带上，传送带慢速转动，顾客就座于柜台旁边，当自己所需要的菜品通过传送带带到面前时，可以取下放在柜台上食用，服务人员负责放置食品在传送带上和结账。结账根据顾客消费的餐盘数量来进行。

（2）顾客就座于柜台旁，根据供应的品种点菜。

菜品由厨师或服务人员当面烹制，顾客可以一边进餐，一边欣赏厨师和服务人员的表演，得到美的享受。很多烧烤餐厅采用这种服务方式。

（3）顾客到柜台点菜，然后带走，并不在餐厅用餐。

这种服务方式一般用于特色风味小吃。

（四）外送服务式 这种餐饮企业即顾客事先通过电话、网络等方式进行预订，企业根据顾客

<<餐饮企业管理>>

点好的餐单，按时将菜肴派人送到顾客指定的地点。

现在一般餐厅都提供这样的服务。

三、按风味特色分类 由于市场竞争的加剧，几乎所有的餐饮企业都希望有自己独具的特色，以利于自己在竞争中的有利位置，所以，特色餐饮企业几乎成了一种普遍现象。

根据划分标准的不同，特色餐饮企业可以分为以下几类。

(一) 特色原料餐饮企业 这种企业以经营一种主要的特产或特色原料为主，开发一系列的菜肴产品，借以突出自己的经营特色。

如北京全聚德经营烤鸭、四川陈麻婆经营豆腐等。

(二) 民族风味餐饮企业 这种企业是以经营一个国家或一个民族的风味为主导产品的餐饮企业。

如泰国菜、日本料理、韩国料理、越南菜等。

(三) 地方风味餐饮企业 我国餐饮文化历史悠久，形成了各地不同的地方风味，数量众多，有着广泛的群众基础和共同的文化趋向。

所以这样的餐饮企业往往根据自身优势主营某种地方风味菜品，如川菜、鲁菜、粤菜或淮扬菜等。

(四) 家常风味餐饮企业 这类餐饮企业以经营家常菜或农家菜为主，这是近些年在全国范围内兴起的以农家乐为主的餐饮企业经营主体。

四、按服务功能分类 根据服务对象和顾客需求的不同，可以将餐饮企业分为单一功能餐厅、多功能餐厅和综合性餐厅三类。

(一) 单一功能餐厅 这是指仅仅提供餐饮产品和服务的餐厅，对于这类餐厅来说，餐饮是企业的主体，为人们外出就餐的主要场所。

(二) 多功能餐厅 这类餐厅除了供应餐饮产品之外，还可以为顾客提供洗浴、娱乐、健身等其他服务。

(三) 综合性餐厅 这类餐厅是设立在宾馆、饭店中的餐厅，是服务项目中的重要组成部分，一般以饭店餐饮部的形式出现。

这类餐厅的主要功能是为满足饭店住宿顾客就餐的需要，在满足饭店顾客就餐需要的同时，也对外营业，成为为当地社区提供高质量服务的宴请场所。

根据星级评定的规定，这种餐厅在一二星级餐厅中晚餐营业时间的最后叫菜时间不晚于20:00；三星级饭店最后叫菜时间不晚于20:30；四星级饭店最后叫菜时间不晚于21:00；五星级饭店最后叫菜时间不晚于22:00，正餐品种不少于8个，并有甜食和饮料供应。

五、按营业时间分类 餐饮企业的营业时间一般是根据目标市场的就餐时间来确定。

由于各种地区人们的就餐习惯不同以及某些工作种类的区别，有的餐厅供应两餐，有的供应三餐，还有的供应四餐，甚至有些餐厅24小时营业。

(一) 早餐馆 供应早餐的餐厅主要指兼营早点或早茶的餐厅。

由于我国的早餐一般比较简单，这类餐厅多数为流动式或摊床式。

(二) 正餐馆 这种餐厅主要是提供中餐和晚餐两顿正餐的餐厅或餐馆。

这种餐厅一般使用点菜菜单，提供零点服务，菜单内容品种齐全、精美、高雅。

第二节 餐饮企业的经营特点 一、餐饮生产的特点 (一) 产品生产时间集中，周转快。

一次性消费 顾客点菜后，通过厨师和餐厅相关人员的努力，原则上在20~40分钟内必须将顾客所要的菜品送到餐桌上，以便于顾客就餐享用。

与其他工业性质的企业比较，餐饮生产时间相对比较集中，并且顾客在餐厅的消费是一次性的，所以一般效益见效较快。

由于不像其他的产品可以重复消费（如饭店提供的床位可以重复使用），也不同于酒水的消费，顾客一次用不完，还可以暂时存在餐厅中，下次继续消费。

中餐的消费不仅是一次性的，而且时间限制得相当紧，热菜冷菜会随着时间的延长，在与空气的接触中迅速发生变化。

(二) 产品种类多，难以储存 我国的菜肴有四大菜系或八大菜系之称，每一个菜系菜品众多，香、酥、麻、辣味型丰富，在世界饮食文化中，我国的餐饮产品享有盛名。

但由于中餐菜品自身的特点，在保存方面，其质量会随时间的延长而很快地下降。

在色、香、味、形等方面都会变差；营养成分也会急剧下降，维生素指标减少，由刚做好时的鲜嫩快速变老。

尽管现在很多餐饮企业配备有冰箱、冰库，可以存放许多原料和半成品，但中餐菜品还是现做现售为好。

（三）产量难以预测 餐厅出售的菜品，由于受时间限制，所以其生产取决于顾客的具体情况，如果一定时间内到餐厅就餐的顾客比较少，则很可能准备的东西无法完全销售，为餐厅带来损失。分析顾客前来就餐人数的多少，一般需要管理人员根据自己的经验做出判断。

一般情况下，当餐厅烹制的菜肴质量稳定时，顾客随季节、节假日、天气等原因就餐人数的变化是可以预计的，一般不会有太大的差异。

但在特殊条件下，以下因素会影响餐厅的就餐人数：烹制菜品的质量不稳定；天气突然变化；政治经济变革；顾客临时变化，预定用餐顾客改变用餐场所；预订爆满后突然增加大量用餐顾客等。

所以，餐厅生产，管理人员可以根据以往的经验进行预测，但不能进行具体的量化。

.....

<<餐饮企业管理>>

编辑推荐

《餐饮企业管理》为旅游管理专业高职高专十一五部委级规划教材之一。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>