

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

图书基本信息

书名：<<宴会设计与餐饮经营管理>>

13位ISBN编号：9787506429047

10位ISBN编号：7506429047

出版时间：2004-6-1

出版时间：中国纺织出版社

作者：梭伦

页数：282

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>

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

前言

中国经济以每年10%左右的速度增长，国民对饮食行业的需求殷切，存在着很大的外出就餐的需求潜力。

因此，顺应这一趋势并加以充分利用，使之成为餐饮业发展的契机，便成了众多餐饮业者孜孜以求的目标。

“有形体验”与“无形体验” 让我们细想想，究竟是什么因素令你走进一家餐厅用膳，而不是在家里自己做饭 很简单，是因为餐厅能够给予你在家中没有的独特体验。

比如，你要和客户谈生意，首选对象肯定是一家格调高雅的餐厅，一来环境气氛较好，不会太嘈杂；二来能够给予客人一种尊重的感觉，这就是餐厅给予我们的独特体验。

人们常说：小馆子吃风味，大饭店吃格调。

风味是一种“有形体验”，格调则是一种“无形体验”。

“有形体验”是指一些能够直接感受而且可被量化的体验。

例如菜式的口味、服务质量、环境质素等等。

以口味为例，食物的味道是可以从我们的五官直接感受得到，而且可以根据主观的判断去评分，这就是有形体验。

“无形体验”则是指一些只能够用心去领会的感受。

比如，顾客去某家特级宫廷菜（或特级官府菜）餐厅就餐，就会有一种社会地位被承认的感觉。

这种感受是透过餐厅的装潢、格调、服务以至食物等种种因素配合而产生的体验。

在体验经济时代，一家成功的餐厅在于它能够给予顾客物有所值的体验。

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

内容概要

为了适应当今餐饮产品生命周期越来越短的变化，就必须加大对市场的调研，注重餐饮产品的开发和营销。

除了应向顾客提供高质量的和有特色的菜肴及酒水外，还要掌握顾客心理，为顾客提供满意的服务和舒适的就餐环境。

本书在餐饮管理方面从多角度、多层面展开了论述，力求使具体的管理方式更新颖、更有效、更具操作性。

为此，我们查阅了大量的资料并结合许多成功的经验整理编撰成书，从而使本书更具时代性、系统性、实践性，以期对众多餐饮业者提供实际的参考价值。

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

书籍目录

第一章 餐饮经营管理理念与策略 餐饮经营管理理念 战略观念 市场观念 竞争观念 全局观念 政策观念 效益观念 信息观念 时间观念 风险观念 服务观念 人员素质观念 动态的组织管理观念 开发观念 专业化观念 餐饮经营管理的职能 餐饮管理职能的五方面内容 餐饮经营管理策略 生产经营策略 财务管理策略 产品开发策略 市场开发策略 价格策略

第二章 餐饮营销策划 餐饮营销策划的意义 适应市场趋势, 增强企业竞争力 制定经营目标, 不会迷失方向 市场细分营造优势 餐饮市场细分的三要则 餐饮市场细分的五标准 通过市场细分, 选择餐饮目标市场 选择目标市场要量力而行 餐饮企业类型与目标客源的协调 餐饮市场的营销组合 餐饮名牌的市场效应 靠餐饮品牌确定市场优势 餐饮营销策划 餐饮促销活动的类型 餐饮促销创意 餐饮优惠促销的策划 优惠促销剑意集锦 吸引顾客的服务招法 美食节促销活动策划 美食节的时机选择与有效宣传 美食节的菜单设计与厨师选聘 美食节的环境布置 顾客意见卡的设计与适用 如何固定客源 美食POP广告的功能 直投广告运用的技巧 餐饮定价策略 餐饮产品价格结构 餐饮定价目标 餐饮定价策略 以成本为基础的定价方法 以需求为基础的定价方法

第三章 餐饮人力资源管理与开发 餐厅员工设置依据和组织机构 餐厅人员设置的依据 餐厅管理的组织机构 岗位责任书和标准服务规范 员工成绩的评估 员工的配备与班次的安排 餐饮业的劳动生产率 餐饮企业员工的分类 涉及变动成本员工的配备 涉及固定成本员工的配备 餐饮管理人员的岗位职责 餐饮部经理的岗位职责 餐厅经理的岗位职责 膳务管理员的岗位职责 各餐厅厨师长的岗位职责 餐饮岗位培训和人员考核 职业道德教育 业务技术培训 日常考核 餐饮员工的激励机制 激励的类型 薪酬激励机制 竞争激励机制 领导激励机制 文化激励机制

第四章 餐饮顾客服务 第五章 餐饮成本管理 第六章 餐饮营收管理 第七章 餐饮厨房管理 第八章 餐饮卫生与安全管理 第九章 宴会台面设计 第十章 宴会菜肴设计 第十一章 宴会酒水设计

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

章节摘录

第一章 餐饮经营管理理念与策略 一家餐馆或酒楼,如果只提供自己想提供的服务给客人一定很难经营,但是若提供客人所想要提供的服务则容易经营得多。

近年来,国内餐饮业外表是一派红火,但细看其真相,却是“风水轮流转,你唱罢我登台”。在餐饮业真正进得来、立住足、站得稳的餐馆酒楼并不多。

要想在硝烟弥漫的餐饮战国时代一枝独秀,首先必须树立现代化的餐饮管理理念。

餐饮经营管理理念 经营管理理念是餐饮管理者在具体经营管理中的指导思想。一个餐饮管理者能否做好管理工作,其经营指导思想起着至关重要作用。

餐饮管理者应按国家政策方针的统一性和实际性,树立以下14个管理观念。

战略观念 它是决定餐饮部全局发展的关键。

因此该观念又叫发展观念。

餐饮管理人员,要把注意力全部集中在未来全局发展的重大决策上。

必须立足当前,展望未来,具有远期战略思想,确定经营战略目标。

经营战略目标制定是否合适,关系到未来整个部门能否生存、发展。

餐饮管理人员在经营上要能适应市场竞争变化,掌握市场动向,要对客源、人力资源开发、价格策略的制定、餐饮计划的更新等远期目标和重大问题进行正确的决策。

市场观念 市场观念即是要求管理人员了解市场,面向市场,开发市场。

了解市场即了解国内外技术水平,包括管理、服务水平,了解竞争对手的情况,做到知己知彼。

面向市场即要密切注意市场发展、变化动向,力求做到饭店产品和餐饮部的销售与客人需求相适应,从而取得较大的经济效益。

开发市场即是要努力发掘新的市场需求层次和需求领域,引导消费。

开发新市场可避免与较强的竞争对手直接竞争,而且一旦进入市场就可处于非常有利的竞争地位。

竞争观念 竞争是商品经济社会发展的必然结果。

餐饮部在市场上并非独家经营,所以出现竞争是不可避免的。

竞争即优胜劣汰。

而在餐饮方面的竞争实质上就是服务质量的竞争、技术水平的竞争、管理水平和人才的竞争。

同行竞争导致市场占有率、餐厅上座率等各方面的差异,并因此而产生不同的经济效益。

餐饮管理人员必须树立竞争观念,每时每刻都要意识到自己处于竞争环境中,正视竞争,敢于竞争,善于竞争。

将竞争看作推动餐饮经营管理的动力。

在竞争中求生存、求发展,促使餐饮部的经济效益增长。

全局观念 餐饮管理人员既要根据市场需求状况制定餐饮的经营目标,安排经营计划,又必须遵守国家对于市场的宏观控制的政策措施。

餐饮管理人员进行经营管理,必须从国家的大局出发,服从国家计划指导,对指令性计划必须不折不扣地完成。

餐饮内部的管理目标必须服从整体经营目标,各部门所制定的部门目标必须与整体目标相符。

用大系统的思想对人力、物力、财力和信息,进行系统、综合、整体定性和定量分析,从而达到系统整体最优目标。

政策观念 在学习和吸取外国先进管理经验时,要清醒地认识到,西方经营方法中的某些内容,是我国社会制度所不能允许的。

比如国外有些饭店利用赌博招徕客人、设陪酒女郎等方法,无论怎样提高效益,也绝不能使用。

效益观念 餐饮部是盈利性部门,在其经营管理过程中,必须注重经济效益。

并把经济效益与经营成本进行对比,只有低耗高效的经营目标和方法才是明智的。

效益的含义绝非只是指经济效益;还要时刻想到社会效益。

应把满足广大人民群众日益增长的物质文化生活需要,建立社会主义物质文明和精神文明作为根本目标。

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

信息观念 当今是信息时代，餐饮管理人员也应具有信息观念。注重信息的作用，不断增强获取信息、加工信息、处理信息和运用信息的能力。可靠而及时的信息可为餐饮部带来利润，而失真、过时的信息则可使餐饮部蒙受巨大的损失。要对餐饮进行有效管理，就必须加强对信息的管理。

时间观念 “时间就是金钱”，时间是无形的财富。在现代化管理中，相当重视时间这个因素的作用。在制定计划时，不仅要注意到人力、物力、财力的消耗，同时也要注意时间的消耗。决策要正确、及时。匆忙的决策易引起失误，但拖延时间又会失去机会。管理人员在工作中，要把精力和时间放在重大决策上，要超脱出繁琐的事物堆，在工作时间内发挥最大的效能。

风险观念 餐饮管理人员无论是在决策上还是在计划管理上都应面向未来，而未来则无法预知得非常详细，虽然可通过市场预测，运用决策理论和方法对未来进行估计，但这一切还是无法避免带有一定的风险性。这就要求餐饮管理人员能正确对待风险，问题不在于要不要冒风险，敢不敢冒风险，实际上不冒风险的经营是不存在的。重要的是要求管理人员事先加强市场调查、市场预测，获取尽可能多的市场信息，并准备好多种方案 and 对策，从而应付未来的各种变化。对所冒风险要做到胸有成竹，并估算出自身的承受能力，即使由于冒风险而遭受一定损失，也不至于给本企业带来灾难性的影响。

服务观念 服务观念又称质量观念。餐饮部是以“服务”为主的部门，“服务”是一种无形产品，它不同于有形产品，一旦发生质量问题无法通过售后服务进行弥补，这体现了餐饮服务的特殊性，也说明了树立服务观念的重要性。所以要求餐饮管理人员必须牢固地树立服务质量是餐饮工作生命线的思想。并在具体工作中身体力行，努力提高餐饮业务技术和服务质量。

人员素质观念 餐饮经营管理水平的提高，取决于各级管理人员素质的提高，各级管理人员必须树立这个观念，并在经营管理中予以充分的重视。

餐饮管理人员的素质主要体现在两个方面：政治素质和业务素质。也就是德、才兼备的素质。应具有强烈的事业心和责任感。掌握餐饮部的整体情况、外部情况，了解企业各部门之间的关系，通过学习扩大自己的知识领域。善于学习使用新的管理方法。

能够团结他人，善于与人共事，调动员工的积极性，引导大家为实现餐饮部经营目标而努力。**动态的组织管理观念** 餐饮系统的正常运转，需要有一个良好的组织机构，它必须与经营管理体制一致，才能有效地发挥作用。这种机构应随着外部经营环境的不断变化而变化，以动态地调整，来确保企业达到经营目标。

开发观念 在餐饮系统运转过程中，需要使用和消耗各种资源。管理人员不仅要注意到节约各种资源，尤其重要的是要经常考虑到开发各种资源，比如开发人力资源、管理资源、市场资源等。

餐饮产品尽管有较长的生命周期，但从整个市场看，应在满足客人吃好的基础上，向多样化、高层次发展。不断开发新产品，扩大经营范围，增加多种服务项目，增强企业的吸引力和竞争力，以满足各类客人的消费需要。

专业化观念 随着科学技术的日益发展，餐饮业中现代化设备的使用越来越普遍，比如饭店管理使用计算机等，这就要求餐饮管理者必须有计划地培养一批各种门类的专业技术人员，积极发挥他们的作用和特长。管理人员更要做好各种专业人员之间的协调工作。

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

餐饮经营管理的职能 凡是有组织的活动就得依赖管理。

餐饮部门要实现总体目标和自我经营目标,就必须灵活运用现代管理理论、管理技术、管理方法和手段,对餐饮经营活动进行有效地管理。

餐饮管理概述 餐饮管理即是计划、组织、指挥、控制和协调餐饮部门的人、财、物、信息四大资源,以实现用最少的消耗,取得最大的效益。

1. 人力资源 人力资源是餐饮部门最重要的资源之一。

在餐饮部门经营过程中,需要具有管理技能的管理人员、训练有素的餐厅服务员、厨师及其他具有专门知识或技能的技术人员等。

2. 财力资源 资金是餐饮部门不可缺少的资源之一。

餐饮部门要进行经营活动,就必须具有足够数量的资金。

资金的来源可是多方面的,利润积累是主要方面。

3. 物力资源 物力资源包括建筑、设备设施、食品原材料和各种能源等。

4. 信息资源 信息资源是餐饮部举足轻重的资源。

其营业决策、经营投入和管理方法决定着餐饮部门的经营效益,而这一切经营管理工作都离不开信息。

比如本地区旅游事业发展趋势、客源市场状况等都可看做信息资源。

当然除了以上四类资源外,餐饮部门还有一种无形的资源,这就是餐饮部在客人心目中的良好形象及与周围其他企业的良好关系等。

餐饮管理职能的五方面内容 1. 计划职能 计划职能是餐饮管理最重要的职能。

计划即是预先制定宾馆、饭店餐饮经营活动的目标、方针,以及达到目标的方法和措施。

计划过程即是从调查外部环境人手,评估餐饮部门的条件,预测未来的需求情况,再确定餐饮部门的经营目标和为了实现目标的经营策略和经营方针,制定各种具体的可行性方案。

通过优选确定方案,以此制定长远规划和短期计划及不同层次、部门的业务计划。

<<宴会设计与餐饮经营管理>>

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>