

# 《餐饮企业经营管理》

## 图书基本信息

书名：《餐饮企业经营管理》

13位ISBN编号：9787040124767

10位ISBN编号：7040124769

出版时间：2003-6

出版社：高等教育出版社

作者：杨欣 编

页数：304

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

## 前言

随着我国旅游事业的发展和人民生活水平的提高，餐饮业得到了迅速的发展。尤其是进入21世纪，餐饮业无论在数量建设还是硬件水平上都已经取得了很大的进展，在国民经济中起到了积极的作用。因此，餐饮业队伍的培养也日渐重要。为了加强餐饮企业经营管理理论和实际方法的研究，大力培养餐饮企业管理人员，提高餐饮企业的管理水平，由高等教育出版社组织编写了这本《餐饮企业经营管理》教材。教材吸取了国内外餐饮经营企业管理的先进经验、理论和方法，是烹饪专业学生、饭店管理专业学生以及从事餐饮企业管理工作者的良师益友，也可以作为各类成人高校、高等函授的在职培训教材。针对高职高专烹饪专业学生的特点，《餐饮企业经营管理》编写着重突出以下三个方面的特色：

- 1.突出厨房的组织和厨房生产管理以及餐饮产品的质量控制。本教材的第三、五、六、七章专门对厨房的生产管理、厨房的组织和原料的采购、餐饮产品设计等厨房业务管理进行了论述，占有较大的篇幅。对生产管理的重视使本教材和其他餐饮管理教材明显地区分开来。
- 2.着重培养学生的经营观和成本控制意识。为了促使高职高专烹饪专业学生从以厨房为中心的管理观念逐步转化为以市场为中心的经营观，学会从成本控制中获取利润，本教材的第五、九章专门对餐饮原料采购和使用以及成本控制进行了论述，第一、二、三、四章又对餐饮市场和营销技术进行了探讨，其中的餐厅选址、竞争对手分析和餐饮营销技术等内容在目前全国各类餐饮管理型教材中比较薄弱，具有较大的新意。
- 3.连锁经营是餐饮企业扩大经营规模的有效途径。随着我国加入世贸组织，境外大型连锁餐饮公司的进入只是时间问题。《餐饮企业经营管理》第十一章从餐饮企业如何建立连锁公司的角度出发，对连锁公司的运作和管理进行了探讨，以便学生能够更好地适应变化了的形势。
- 4.注重实用性和理论性的结合。餐饮经营管理是一门应用型的学科，从这一原则出发，本教材的编写除了必要的理论阐述外，更加关注实际经营管理技术的培养，通过案例示范、典型案例实际演练和习题练习使本课程的教学和目前国际上流行的趋势相吻合，这也是目前餐饮管理著作中比较创新的做法，尽可能使餐饮管理4的教学适应加入WTO后的形势。

# 《餐饮企业经营管理》

## 内容概要

《餐饮企业经营管理/新世纪高职高专教改项目成果教材》编著者杨欣。

《餐饮企业经营管理/新世纪高职高专教改项目成果教材》是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果，是组织有关教育部高职高专餐饮类专业教学改革试点院校编写的。主要包括餐饮企业经营管理导论、餐饮营业区域分析和顾客调查、餐饮营销的产品策略、餐饮广告、促销与美食节策划、餐饮原料采购与供应管理、厨房设计与设备配置、厨房组织与生产管理、餐饮服务与销售管理、餐饮成本核算与成本控制、餐饮卫生与安全管理，餐饮企业的连锁经营。

《餐饮企业经营管理》可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校的高职教育烹饪、饭店管理专业学生学习用书，也是从事餐饮企业管理工作人员的良师益友。

# 《餐饮企业经营管理》

## 书籍目录

第一章 餐饮企业经营管理导论 第一节 餐饮业的业态特征和基本地位 第二节 餐饮企业的类型与经营方式选择 第三节 餐饮企业的组织机构 第四节 餐饮管理的特点和成功的要素 第五节 餐饮企业经营管理的基本方法第二章 餐饮营业区域分析和顾客调查 第一节 餐饮营业区域分析 第二节 餐饮顾客调查技术 第三节 餐饮企业竞争对手调查第三章 餐饮营销的产品策略 第一节 厨房产品设计 第二节 菜肴创新 第三节 餐饮产品价格决策第四章 餐饮广告、促销与美食节策划 第一节 餐饮广告运用技术 第二节 餐饮促销活动 第三节 美食节策划第五章 餐饮原料采购与供应管理 第一节 原料采购技术 第二节 验收管理 第三节 原料的贮存与发放控制第六章 厨房设计与设备配备 第一节 厨房的种类及工艺流程 第二节 厨房的总体设计与布局 第三节 几类厨房的设计与布局要点 第四节 厨房设备的选购与保养第七章 厨房组织与生产管理 第一节 厨房生产特点和业务流程 第二节 厨房分工与人员配备 第三节 厨房生产流程管理 第四节 厨房产品质量控制方法第八章 餐饮服务与销售管理 第一节 餐饮服务设计 第二节 餐厅的组织和人员编制 第三节 餐厅环境和设备管理 第四节 中餐服务管理 第五节 西餐服务管理 第六节 餐厅服务人员的行为控制第九章 餐饮成本核算与成本控制 第一节 餐饮成本控制的基本内容 第二节 餐饮成本核算 第三节 餐饮成本控制第十章 餐饮卫生与安全管理 第一节 餐厅与厨房环境卫生管理 第二节 食品卫生管理 第三节 餐饮人员卫生管理 第四节 餐饮安全管理第十一章 餐饮企业的连锁经营 第一节 餐饮连锁经营概述 第二节 餐饮特许联营的加盟管理 第三节 餐饮特许联营的法律和合同管理 第四节 特许联营加盟店的日常管理参考文献

## 章节摘录

餐饮市场需求受多种因素影响，这些因素主要包括各家饭店、酒楼的价格、经营的风味、菜肴的品种质量、用餐环境、方便程度、服务质量等等，同时也和消费者的个人收入、社会稳定程度、经济发展水平等因素有关。从餐饮企业的角度看，这些因素不仅对餐饮总的消费需求产生影响，而且在总需求既定的情况下，会影响消费者对餐馆的选择。如果某家餐厅餐饮产品价格比较高，或没有合适的停车位，或者卫生条件不理想，或者菜肴口味不适等，都会促使消费者选择其他更加理想的餐馆用餐。实际上，这在微观上影响了餐饮企业市场需求。因此，无论是在某一市场区内餐饮总需求还是对某一餐饮企业来说，餐饮市场各种影响需求因素的变化，都会导致总需求的波动以及消费者在各餐饮企业间的转移，这说明影响餐饮市场需求的因素存在着多样性。实际上，餐饮产品的市场需求取决于产品的价格、替代产品的价格、互补产品的价格、消费者的态度、用餐环境和服务质量、企业所处的地理位置以及其他各种影响因素，比如客人的饮食习惯、餐饮的消费心理、对价格的预期、文化背景、生活方式和交通的便利情况等。同时我们也发现，决定餐饮市场需求的因素可分为两大类：一类是产品的价格，在某一时期特定消费能力的情况下，产品的价格往往对餐饮需求产生决定性的影响，它是各影响因素中最为直接和敏感的因素；另一类是非价格影响因素，在价格既定的前提下，这些因素的变化也会影响餐饮市场需求在总量和结构上的变化。如果餐饮需求的非价格影响因素相对来说保持不变，那么从市场的角度看，餐饮消费者对餐饮产品的需求会随着价格变化而变化，需求量通常遵循与餐饮产品价格成反向运动的关系，这是餐饮市场需求的基本法则。

# 《餐饮企业经营管理》

## 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：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)