

餐饮管理方案

餐饮管理方案(9篇)

为了确保事情或工作科学有序进行，我们需要事先制定方案，方案是书面计划，是具体行动实施办法细则，步骤等。制定方案需要注意哪些问题呢？下面是小编收集整理的餐饮管理方案，仅供参考，希望能够帮助到大家。

餐饮管理方案 1

一、管理员工作职责：

- 1、经常与顾客交谈,了解他们的满意程度.
- 2、与顾客保持良好的关系达到他们的期望甚至更高，使每位客人离去时感到愉快和满意。
- 3、运用良好的人际关系、沟通技巧，象对待顾客那样与工作伙伴及厂商人员沟通、合作及履行管理职能。处理日常事务中做到不卑不抗、有礼有据、执法严明。
- 4、在无人监督下管理开铺和打烊。
- 5、不定时抽查档口产品出菜量、服务速度及质量、半成品和成品品质、清洁与卫生标准。
- 6、在值班时监督收银人员正确执行财务制度，有效的控制各种营业消耗品的使用。
- 7、了解并实施正确的人事制度、劳动法律、保全及安全措施。
- 8、在值班时，追踪增加营业额的有关程序。
- 9、处理顾客投诉。
- 10、检查档口在正确的时间内完成进货。
- 11、在值班前做好人员、设备及物料方面的准备工作。
- 12、在工作站对所直接管辖员工进行训练、同时追踪各档口员工专业技能水平，发现问题及时向档口负责人提出整改方案。
- 13、运用岗位评鉴表评估员工的工作表现，并对个人及相关负责人作出回馈。
- 14、完成指定的每日文书工作。

15、能够完成简单设备故障排除，执行每天的基本设备检查工作。
对各种楼面紧急状况做出及时正确的反应，包括维修。

16、在值班期间追踪维修人员的工作。

二、高级管理员工作职责除以上所有职责外，还有：

17、进行面试及招聘，为员工进行职前简介。

18、建立美食广场人事资料档案。

19、对员工的工作表现进行评估。

20、完成各种物料盘点以及统计报告。

21、记录各种准备付款的发票及完成每月扣款统计并与厂商沟通各种结算事宜。

22、提高美食广场职员安全意识并作安全措施记录。

23、在处理存款事项时，运用正确的保全与检查程序。

24、举办为保持员工积极性及热诚而设置的活动。

25、在值班期间如有意外发生，应搜集信息及原始证据并向责任人索赔。

26、计算各种美食广场消耗品的存货量，并及时补齐存量。

27、协助预算及控制指定的盈亏项目。

28、完成个人行政执掌工作，并追踪管理员的工作进度。

三、美食广场副经理工作职责除以上所有职责外，还有：

29、通过收集顾客意见，决定美食广场的模式和趋势；实施具体的行动，不断改善百分之百顾客满意。

30、评估美食广场短期及中期目标的结果。

31、保持美食广场所有的品质、服务、清洁的水准。

32、追踪及检查每周员工班表的排定。

33、负责员工训练。

34、参予美食广场人力资源计划。

35、健全人事档案。

36、执行美食广场人员保留计划。（例如员工激励活动）

37、举办员工及厂商大会。

38、执行美食广场内员工招聘计划。

- 39、协助进行一对一的员工工作表现评估。
 - 40、制定与实施公司及全国性市场推广活动中有关本美食广场部分的内容。
 - 41、完成并分析美食广场报告，制定修正性行动计划。
 - 42、节约能源及资源。
 - 43、负责美食广场所有设备的维修保养计划。
 - 44、在美食广场经理休假时主持经理会议。
 - 45、组织美食广场每月活动，以达到美食广场目标。
 - 46、协助美食广场经理排定每月经理班表。
 - 47、训练管理员。
 - 48、协助进行管理员及高级管理员工作表现评估。
 - 49、协助管理员及高级管理员的各项工作
 - 50、协助训练管理员及高级管理员。
 - 51、开展预定的活动增加营业额。
 - 52、协助控制所有项目，具体负责指定项目。
 - 53、在美食广场经理的协助下详细分析并确定美食广场盈利机会点。
- 四、美食广场经理除以上所有职责外，还有：
- 54、使各个层次的顾客获得满意的服务。
 - 55、负责美食广场的清洁、服务、卫生，营业额等项目。
 - 56、将可控制的美食广场利润项目保持在预算之内，并分析每月的利润报告。
 - 57、确认所有美食广场人员遵守劳工法律、平等就业机会、骚扰、大食代人事政策、保全及安全程序等各项政策。
 - 58、负责美食广场所有人员的训练、工作表现评估、工资审查及工作主动性等方面内容。
 - 59、招募与保留称职的员工、维修人员及管理组成员（由美食广场经理和区域经理确定），并使其全身心的投入实现百分之百满意的工作中。
 - 60、在美食广场内实行新产品及新程序的审批及规范实施。

61、确认固定资产。

62、完成美食广场内人员福利及发薪等行政工作，并向区域经理或公司相关部门报告。

63、排定月薪管理人员及收银主管的班表。

64、组织管理组会议，员工意见调查及沟通会议。

65、执行全国地区及本公司在美食广场内进行的促销活动。

66、准确完成每月各种报告。

67、确认所有营业额存款。

68、确定美食广场的商区范围，主要竞争对手及生意来源，并运用这些资料获得最佳营业额。

69、确认所有结算、处罚及月扣款工作事项彻底予以执行。

70、建立美食广场营业额、利润、及人员发展方面的长期目标和行动计划。

餐饮管理方案 2

1、监视和测量装置控制程序

此程序对为产品符合确定的要求提供证据的监视测量装置的提供、保管、校准和使用进行控制，以确保监视和测量活动可行并与监视和测量的要求相一致的方式实施。经过适当的检验、测量与测试设备的控制及校正工作，使验证设备维持其准确度，从而保证产品的测量品质，并使测量仪器控制有章可循。

2、顾客满意度调查控制程序

规定主动定期调查，收集客户有关的信息，对收集的意见进行综合分析，以测量和评价客户对公司产品和服务的感受，从而测量评价质量管理体系业绩，并将此信息作为体系运行有效性证据之一，输入管理评审活动之中。测量和监视客户满意程度的内容，应当考虑与质量和食品安全要求的符合性、满足顾客的需求和期望以及产品价格和交付等方面的情况。

3、内部审核控制程序

为落实执行本公司的食品安全管理系统，进而发现问题、改善问题、解决问题，需透过本身内部查核程序，方能提出改善建议，为使

内部查核的相关作业有所遵循，特制定本程序。

4、产品监视和测量控制程序

我公司建立了监视，测量、分析和改进过程，明确对包括统计在内的适用方法及其应用程度，确保公司采购的产品符合规定的要求。适用于采购的产品以及生产的产品（含半成品）的监视和测量过程。营运部负责对产品质量进行监视和测量，仓库负责采购产品数量的验收。

5、不合格和潜在不安全品控制程序

目的在于对不合格品进行有效控制，并给予适当的处置，确保前一过程的不合格品不输入下一过程，防止不合格品原预期的使用和交付。适用于本公司采购产品、服务的不合格以及建筑智能化（包括计算机系统集成）、机电和安全技术防范系统等工程的涉及、安装和服务的不合格的控制。

6、纠正和预防措施控制程序

为使本公司因活动、产品、服务所产生的不符合事项及潜在不符合事项，采取必要的纠正及预防措施，以消除潜在不合格的原因，防止不合格发生，并使所有纠正与预防措施有所遵循，特制定本程序。预防措施与潜在问题的影响程度要相适应。

本公司因活动、产品、服务所产生的不符合事项（亦称异常状况）及潜在不符合事项都在此程序控制的范围内。

7、生产和服务提供过程控制程序

本公司的膳食服务的生产过程是在收空格条件下生产的，其受控条件在质量体系文件和产品实现的策划文件中进行了规定。目的在于使生产和服务过程得以有效控制，保证产品按计划实现，并符合规定的要求。适用于产品生产过程的管理，包括食品制作和窗口五福过程的控制。

8、突发事件准备和响应

此程序用以识别潜在事故、紧急情况 and 事件，对其规定预案，以做出响应，防止和解决可能伴随的食品安全影响。应对突发事件处理方案进行评审或操练，保持相关记录以证实对其进行管理，其结果应

作为管理评审的输入。尤其在发生实际事故或紧急情况之后，应确保评审和修#from 本文来自高考资源网 end# 改其应急准备和响应程序。

9、与产品有关的要求和评审

本公司各部门应充分了解客户的要求和期望，准确地理解客户意图，确定客户对膳食服务的要求，并在制度上予以明确，以达到客户满意。针对客户对产品有关的要求，公司在对客户做出承诺之前，要对其内容做出评审。

10、客户沟通

公司有关人员应采取积极的方式保持与客户的沟通。

沟通的方式包括：电话、电子邮件、会议、文件、传真、信函、研讨会、座谈等。沟通的内容包括产品和服务的需求信息、合同信息、产品和服务效果的评价信息等。特别应识别和评价客户对于产品的安全要求。

二、公司用工管理

文化及技术结构符合标准

第一条：本公司需用员工一律实行聘用制：聘任的基本原则：

- （一）按需设岗，按岗定人，按岗按责计酬。
- （二）任人为贤，择优录用，不求全责备，鼓励能人兼职。
- （三）坚持双向选择，优化组合，逐级聘任。
- （四）确定编制，从严掌握。

第二条：新进员工的聘用，根据工作的需要由用人部门申报，由人力资源部统筹计划，经批准后录用。

第三条：被聘人员以学识、品德、能力、经验、体格适合于职务或工作为原则；但特殊需要时不在此限。

（一）管理干部

1、对外招聘的管理干部，必须具备大专以上学历，身体健康、热爱本职工作，并具有一门以上专业技术等素质。

2、对内招聘的管理干部，应具有一定的文化程度和写作表达能力，有一定的管理经验，爱岗敬业，遵纪守法，具有良好的专业技术。

（二）一般员工

男性 45 岁以下，女性 40 岁以下，初中以上文化程度，身体健康，五官端正，遵纪守法，具有专业岗位技术。经全面考核面试后才能聘用。

试用及报到

第一条：新聘人员由人力资源部面试过后才能试用，试用期为二个月，期满合格者方予录用。

餐饮管理方案 3

现在餐饮管理方案的新思路就是运用市场经济的原则，而不再是早期的计划时代，顾客消费的选择性小，消费的不理性导致早期的餐饮经营者是以“走一步算一步”。因为前期的餐饮市场供不应求，而当今餐饮市场已从卖方市场转入买方市场，以及消费者消费理念也日渐成熟。因此，依笔者视，餐饮业的管理与经营应实行“计划管理”。所谓的“计划”管理，就是从餐饮的筹备、设计到中长期的经营，均应有组织、有计划去进行。依笔者之见应从以下几个方面来进行。

餐饮管理方案一、 市场经营的定位

市场调查与分析，建立一个餐饮场所，首先要进行市场调查，做好市场定位。因为这两个经营市场的消费者均非属餐饮消费市场的主导，所以在餐位数确定后，在餐饮经营之前应将制订《市场营销计划》放在首位，并考虑如下事宜，再对本餐厅进行定位。

1.当地的饮食习惯爱好：包括：菜品的原料、配料是否便采购。当地人对菜肴的口味要求，制作方式的接受程度，价格接受能力等。

2.就餐人员就餐形式；当地消费市场的消费结构是趋于一个什么样的状态，是商务宴请为主或是公款消费或者是家庭宴请居多。

3.就餐人员的交通方式；此点尤为重要，也决定了一个餐厅的地理位置的选址，是否有利于消费者方便用餐。

綜上新述，说明一个餐馆只能适应一部分的顾客需求，必须分析自身的能力条件，分析当地市场对本餐厅具威胁的竞争对手，慎重确定本餐厅的顾客主导群是哪一阶层。

餐饮管理方案二、 经营场所的布置

确定了以上因素后，就必须对经营场所的场地进行布局，在布局

时务必要考虑下述工作的内容：

- 1.厨房的设备配置与餐位的配比；
- 2.厨房菜系与楼面服务的配合工作；
- 3.餐具选择、摆台与各类灯光的配合；
- 4.客用通道与走菜通道及与厨房距离的确认与布置；
- 5.海鲜池与水台的选择及污物处理的设置；
- 6.卫生防疫设施，设备的配置；

餐饮管理方案三、 人员

餐厅业经营成功与否，在硬件已成为定局以后，就取决于餐厅的管理人员。餐厅在确定自己的经营定位及场地的布局后就应组织各级人员给予实施。怎样使餐厅运营起来？这就是一个用人的问题。而用人首先要制订用人计划，对各岗人员要有目的去选择和利用。制订出一套适合本餐厅的人力组织结构体系。

其内容主要为：

- 1.每一位员工都有自己的工作岗位名称、职级、配合人员、工作职责范围、工作质量标准；
- 2.详细说明各部门人员之间的隶属关系，并实行逐级汇报，逐级负责制的工作方式；
- 3.制定严格的培训计划，包括日常培训及计划培训；
- 4.明文规定每一岗位的工资收入情况及相应的激励机制；

餐饮管理方案四、 管理制度

餐饮管理方案的制度是一个餐厅的生命，当今社会是知识经济时代，管理越来越为企业所重视。管理水平的高低直接影响着餐厅的经营效益。故“管理出效益”是硬道理，在制订日常的管理制度时应着重考虑以下三个方面事宜。

- 1.人力资源方面：包括：用工制度、薪金制度、激励制度等；
 - 2.经营销售方面：包括销售对象、促销方式、菜品特色、服务特色，创新要求；
 - 3.财务成本方面：包括采购制度、成本控制方法、资产管理制度；
- 根据以上三点真正做到“人人有岗位，办事有依据，行动有目标，

工作有效益”。

餐饮管理方案五、 经营运作

餐饮业的经营通常有以下七个方面指标，即：经营营业收入，经营直接成本，人力和人力资源费用，能源费用，设备维护费用。餐厅经营是否有利可图，关键是管理人员对前六个方面的管理所产生的业绩。而做好经营运作计划是餐饮管理方案能否成功的重要关键。因此在制订经营运作计划时应考虑如下因素：

1.营业收入方面：食品、酒水、香烟、物品；

2.经营成本方面：各经营项目的成本办公、通讯、运输、洗涤、垃圾处理、装饰、设备维护等等；

3.人力费用方面：工资、劳保（医保）福利、培训费用、食（宿）费用、制服费用（包括洗涤）等；

4.能源费用方面：水、电、燃油、燃气、排污、有线电视等费用；

在制订经营运作计划时，事先要对本地区的.餐饮市场进行有效的综合调查，根据上述内容获取第一手详细资料。然后测算出本餐厅的经营保本点，以次来制定与本餐厅切合实际的营业收入指标、成本费用指标、利润指标、等各种经营指标。

餐饮管理方案六、 市场营销及推广方面

1.树立知名度，提高本餐厅在当地餐饮市场的影响力及信誉度

餐厅在临开业前及开业后的一段时间内，要在当地具有较大影响力的媒介上做到“狂轰滥炸”式的宣传攻势，开业一段时间后，可以定期的组织一些公益性的促销或宣传活动。如：慰问当地驻军、敬老院、无偿献血等。或是在一些有纪念意义的节日，如：教师节、儿童节、护士节等节日时举办一些让利性的大促销。以此活动的名义邀请当地媒介给予新闻报道，以起到软性广告宣传及餐厅正面形象的树立之作用。

2.厨房特价

厨房可根据季节每周或每月推出一些特色菜肴或特价菜肴以此吸引或刺激顾客的消费。

3.赠品或赠券

餐厅可制作并赠送小工艺品，让顾客觉得到餐厅吃饭除了能享受多层次的气氛还能收到令人心爱的小玩意。这不仅能起到宣传作用，还能提高餐厅的档次，在发放上还可以根据消费程度的高低来决定赠品的价值与之相配。

4.创造良好的用餐环境

良好的用餐环境及气氛也能吸引客人前来消费，不要说整体，那怕就是在每一个包房的设计都有风格，就会使客人有每次来用餐都是其有赏心悦目、焕然一新的感受。

餐饮管理方案 4

食品烹调加工是保证食品卫生安全的重要环节之一，为保障师生生命健康与安全，特制定《食堂食品烹调加工管理制度》

一、食品烹饪厨师必须持有效健康证、卫生知识培训合格证，穿戴工作衣、帽上岗。

二、食品烹饪厨师必须加强政治、业务学习，熟悉各种烹调技艺，增强食品卫生安全意识与法制观念，提高业务能力。

三、烹饪食品盛装器具坚持生、熟分开、分类使用；抹布保持清洁，调味品、料要分类放置，用后及时加盖。

四、食品原料烹饪加工前应新鲜、洁净、卫生，腐败变质及感官性状异常不符合卫生要求的食品原料不得烹饪加工。

五、烹饪加工食品要烧熟煮透，方式科学合理，不破坏和降低食物的营养价值。

六、烹调的菜肴尽量做到色、香、味等感官性状俱佳，增进用餐者食欲。

七、学校食堂严禁加工凉菜、凉面、野生菌和皮蛋。四季豆、土豆等蔬菜的干煸，须经高温煮熟烧透。

八、食品菜肴烹饪严格按卫生要求规范操作，操作人员不得对着饭菜咳嗽、打喷嚏，不用手抠鼻屎、耳垢，上厕所后要洗手，不用抹布或围裙擦拭菜肴容器。

九、菜肴品调味必须符合烹调卫生要求，切忌用手指直接沾汤、沾菜品尝，不能用烹饪厨具盛菜和汤汁送入口中品尝。

十、烹制加工好的熟食菜肴，必须使用清洁、卫生消毒的餐具容器盛装，及时送入配菜间分配案台上，防止灰尘、蚊蝇、虫鼠等的二次污染。成品菜肴严禁放置于地面上。

十一、食品烹饪加工结束后，及时清洗各种用烹饪器具，打扫灶台、地面等烹饪环境卫生，保持器具、灶台清洁，地面无食渣，废物垃圾入桶。

十二、未经食堂管理人员许可，烹饪操作人员不得随意换岗和增减。

餐饮管理方案 5

邓超始终肩负着对企业负责、对社会负责的心态，带领着“金百万”人历经17年风雨彩虹路，在京城餐饮管理市场上乃至全中国占据了重要的战略地位。他们赢得了社会各界的一致好评，也取得了数不清的荣誉，可谓是硕果累累：餐饮管理上20xx年“金百万”荣获北京国际美食节“最具人气奖”称号；20xx年“金百万”荣获北京“最受市民喜爱餐馆”称号；2006年，“金百万”顺义美食广场荣获“国家特级酒家”称号；同年。

“金百万”集团董事长邓超还荣获京城餐饮管理界十大影响力人物；2007年，“金百万”被授予北京最具人气品牌……“天道酬勤”，上帝是公平的，有付出就有回报。在这个世界上走一遭，你必须留下痕迹。相信邓超和他的“金百万”还能创造更高的价值，还能给大众提供更优质的服务。在无数的荣誉面前，邓超及其团队指挥若定，带领着“金百万”秉承“领先一步”之专业化的企业家精神，正在向餐饮管理业以及其它领域发动更加广泛的进军。

餐饮管理方案 6

一、做好旺季与淡季的营销转换

别在春节旺季里看着天天顾客爆满就沾沾自喜，可能大年一过你就天天唱空城计。由于中国传统习俗的使然，一临近春节，全社会的消费力在短期内有一个喷发行情，大大小小的酒楼几乎家家爆满，而这很难说是因为你的营销工作做得多么出色。真正考验营销的成效，还在于到了淡季是不是一落千丈，一年里是不是能持续、稳定地经营，

在顾客中是不是享有较高的满意度和美誉度，在同行企业中是不是属于领先方阵的。

成功酒楼营销的目标都是非常明确的，策略都是很清晰的，且都是按计划有步骤地推进实施。有一点非常关键，那就是如何做好旺季与淡季营销策略的转换。

“旺季取利，淡季取势”，这应该是酒楼营销的核心思想。取利，就是要夺取最大的销量，获取最大的收益；取势，则是获取制高点，争取有价值的东西，包括经营人气、顾客口碑、品牌知名度，等等，从而建立长期的战略优势。这“势”和“利”的关系是截然不可分开的，没有淡季的“势”作为铺垫，就很难获得旺季的“利”；而没有旺季的“利”，也无法支撑酒楼在淡季里去取得所需要的“势”。往往淡季营销工作做得好的酒楼，到旺季不用再投入太大的营销成本也能获利颇丰，这就是水到渠成。

淡季里，营销工作重点可归纳为三个方面：

1、老客户的维护；

2、新客源的开发；

3、品牌形象的塑造。要做好这三方面的工作，适度的营销成本是必不可少的，而不是一味地没有策略性地压低经营成本。这个阶段应相对轻视收益率，而更重视上座率和顾客的满意度，终而实现旺季取利以及全年的收益目标。

二、认清市场变化，从容应对

这需要根据酒楼的市场定位，从客源构成、消费动机，以及节后餐饮市场的调整趋势等方面作出正确的判断和分析，然后把有限的营销资源投入到最有效的目标市场。

对于中、高档酒楼来说，春节旺季的时候最主要的顾客群体是官方(包括政府和军队)、商务以及其他社会团体的集团消费，这期间很多酒楼对一般的散客都无暇顾及，有所怠慢。但是春节过后一段时期，餐饮市场的客源结构就会发生变化。由于节前集中的突击消费，节后集团消费的热情会降低，消费的频次也明显降低。相应家庭消费和散客消费的份额就有所抬头。而节日期间淹没在众多团年宴、庆功宴之

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/877201003154010004>