第一图书网, tushu007.com

# <<餐饮原料采购与管理>>

## 图书基本信息

书名：<<餐饮原料采购与管理>>

13位ISBN编号：9787313087829

10位ISBN编号：7313087829

出版时间：2012-8

出版时间：朱水根 上海交通大学出版社 (2012-08出版)

作者：朱水根 编

页数：232

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

## 内容概要

《全国示范性高职高专院校建设重点专业规划教材：餐饮原料采购与管理》分上下两篇共11章，上篇主要讲述餐 饮原料采购组织、采购规划与管理，餐饮原料质量检验、生产管理等。
共5章，每章有理论有实际的操作应用。
下篇主要讲述肉类原料及其副产品的 采购，水产类原料及其加工性原料的采购，果蔬类与粮食类原料采购，调 味品与食用油采购，食用中药原料采购，茶叶采购等，共6章。
每章讲述基 础知识的同时设计有具体的应用操作，以提高学生对原料质量的判断能力 。
本教材适用于应用性本科与高职高专烹饪与餐饮管理专业学生用书，也适用于烹饪与餐饮行业从业人员培训。

# <<餐饮原料采购与管理>>

## 书籍目录

基础知识篇 第一章绪论 第一节采购内涵及其研究意义 第二节餐饮原料采购研究主要内容 第三节餐饮原料采购特点 第四节餐饮原料采购人员职责和职业道德 第二章餐饮原料采购组织 第一节餐饮原料采购组织结构 第二节餐饮原料采购工作程序 第三节餐饮原料采购部门与其他部门关系 第三章餐饮原料采购规划与管理 第一节餐饮原料采购规划概述 第二节餐饮原料采购市场调查 第三节餐饮原料采购方法 第四节餐饮原料采购计划管理 第五节餐饮原料采购控制 第六节餐饮原料采购管理制度 第四章餐饮原料质量检验概述 第一节餐饮原料的生物性质 第二节餐饮原料感官鉴别 第三节餐饮原料发展趋势和特点 第五章餐饮生产管理 第一节厨房组织机构与人员配置 第二节厨房生产业务流程 第三节厨房生产质量管理 第四节餐饮产品成本核算 实践应用篇 第六章肉类原料及其副产品的采购 第一节肉类原料的选购 第二节生鲜肉品的选购 第三节加工性肉类的选购 第四节乳及乳制品的选购 第五节蛋及蛋制品的选购 第七章水产类原料及其加工性原料的采购 第一节生鲜水产类原料的选购 第二节加工性水产品的选购 第八章果蔬类与粮食类原料的采购 第一节蔬菜类原料的选购 第二节果品类原料的选购 第三节粮食类原料的选购 第九章调味品与食用油的采购 第一节咸味调味料的选购 第二节甜味调味料的选购 第三节酸味调味料的选购 第四节鲜味调味料的选购 第五节辣味调味料的选购 第六节香味调味料的选购 第七节食用油的选购 第十章食用中药物原料的采购 第一节补血药物原料的选购 第二节养阴药物原料的选购 第三节益气药物原料的选购 第四节助阳药物原料的选购 第十一章茶叶的采购 第一节茶叶质量检验 第二节茶叶品种特点及选购 附录1《餐饮原料采购与管理》课程标准 附录2学习情境设计

## 章节摘录

版权页： 插图： 原料 了解原料的市场供应情况，目标是达到为餐饮企业实现节约或降低与采购相关的成本，同时也可以为餐饮企业减少因寻找替代原料以及替代供应来源而带来的风险。
对原料市场供应状况的统计，可以结合餐饮企业本身用料的特点进行分类统计，每一大类又可以根据原料品种进行分类，每一种品种还可根据加工规格、质量等级进行分类。
通过分类以后的原料，对其来源、供应情况、供应商、价格等数据进行汇总，并记录统计时间和其他特殊因素。
供应商 与供应商有关的研究主要涉及与供应商的合作关系，通过对供应商的市场调查，除掌握供应商供应原料的质量、价格、服务外，还应注重供应商的金融状况、商业信誉和优惠条件等信息，目的就是为餐饮企业寻找合适的有长期合作关系的供应商，培育成为原料供应的合作伙伴。
建立系统程序 良好的原料采购信息系统对所有采购企业都是至关重要的，建立采购信息系统，改善信息交流环境，通过信息技术提高采购资讯有效率，为采购规划提供强有力的支持。
采购信息系统的建立，可以将原料的各类市场信息、供应商的信息以及原料开发信息与餐饮企业内部用料情况、库存情况统一起来，并保持经常性的数据更新和维护，使采购规划更加现实和有效。
（2）餐饮企业内部原料采购分析。
餐饮企业原料采购是为生产和销售服务的，原料的内部需求、采购政策和预算等是采购实施的重要依据。
只有充分了解餐饮企业内部采购政策、用料特点和预算，才能组织有效的采购信息，做好采购规划，提供更好更有效的服务。
餐饮原料采购金额占企业经营总成本或总收入的百分比 原料采购需要资金和成本，采购经费的状况直接影响到采购数量、支付方式和合约签订等采购工作。
采购对达成餐饮企业目标的机会或威胁对原料进行分类，为一些大宗原料进行决策，是采购工作的重点，从管理上必须严格审批手续，防止因决策错误而导致发展机会的流失或带来严重的危机。
采购内部分析之前，可以创造一个二维的四象限矩阵，用于展示各类原料在企业运营中的地位和作用，再对各类原料进行不同的采购规划。
见图3—2。
一般原料：这种原料的价值通常较低，在市场上供应量比较充足和稳定，而且存在大量可供选择的供应商，如常见的肉类、果蔬类和鱼类等。
这些常年可供应的原料很少造成餐饮企业生产与销售的威胁。
战略原料：这些原料的数量很大，通常按照订货清单提供。
这种原料的特点是一方面是餐饮企业生产产品的主要原料或特色原料，另一方面原料的来源稀少或只有一个供应来源，而且对企业销售业绩影响较大，因此在短期内很难改变供应来源，以免造成主要或特色原料的短缺，给餐饮企业带来重大损失。

## 编辑推荐

第一图书网, tushu007.com



## 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