

星级饭店餐饮业发展道路探讨

文/张 妮

一、目前形势分析

近年来,社会餐饮发展迅猛,民营企业异军突起,餐饮市场发生了很大变化,对星级饭店餐饮业的发展造成很大冲击。和社会餐饮相比,星级饭店餐饮业由于经营墨守成规,缺少对市场的研究和分析,设计的产品往往不能满足市场和消费的需求,加之饭店餐饮的价格偏高,其经营空间越来越狭小,饭店餐饮业将何去何从成为饭店管理者十分头痛的问题。面对来势汹汹的社会餐馆,星级饭店应该积极应战、一决雌雄,还是避其锋芒、另辟蹊径?是求同存异、不予理睬,还是落荒而逃、甘拜下风?作为星级饭店的餐饮经营者,如何应对现在的局面,采取什么对策扭转大局呢?要搞好搞活饭店餐饮,同社会餐饮竞争已是饭店管理中必须面对的一个现实问题。饭店餐饮如欲改变不利处境,必须对本地餐饮市场进行科学调研,对自身和社会餐饮的竞争条件做客观分析,才能在此基础上制定合理的竞争策略,才能切实有效地实施竞争。

二、星级饭店餐饮业的优势分析

星级饭店餐饮业和社会餐饮相比,具有以下优势:(1)星级饭店在管理过程中会形成自己的经营管理特色,无须从头积累,拥有一批技术高超的名厨和众多较高素质的员工,可以提供高质量的产品和服务。(2)星级饭店的功能设施齐全,而且拥有较大面积的仓库,菜单上的菜品一般都能及时提供。(3)星级饭店大都具备承办各种会议和大型宴会的能力,可以为顾客提供更丰富的餐饮组合产品。(4)星级饭店可以积极有效地获取资源,最大限度地综合调配,实现成本的最优化。(5)星级饭店往往有着十分深厚的管理文化,对用餐的顾客而言,是高雅的环境和高质量的服务的代名词。

三、星级饭店餐饮业未来发展道路

1、以体验经济理论为引导

体验经济包含轻松、时尚的文化、以人为本的思想、崇尚创新的追求,强调满足人的心理需求,提供人性化的环境和服务,把物质享受和精神享受结合了起来,以客户需求和体验为导向开展经营的方式。在饭店中体验经济的萌芽实际上已经存在,只是饭店并没有将其提高到理性上来认识。比如:许多游客不惜提前在和平饭店订座就餐,就是因为需要怀旧体验;和社会餐馆相比,顾客在五星级饭店用餐,所支付的价格虽然要高一些,但是顾客得到的体验却是截然不同的。顾客不仅品尝到富有特色的菜肴,还能获得优雅的氛围、就餐人员的修养及互动的感受。近年来,饭店餐饮业中已经出现有意识地应用体验经济的例子,在深圳和海南出现了威尼斯大饭店和金银岛大饭店,这就是典型的主题饭店,饭店环绕主题营造硬件和软件,从而制造出主题的体验。

2、加强餐饮品牌开发与经营管理

餐饮品牌是餐饮部经营的生命线。加强餐饮品牌开发与经营管理,可以提高饭店的声誉、消除人们认识上的误区,为吸引餐饮管理人才创造有利条件。要加强餐饮品牌开发与经营管理,应做到:(1)坚持“人无我有,人有我优,人优我强”的品牌战略。一个城市的文明建设包含物质文明和精神文明两方面,饭店业也是如此。深圳粤海饭店开业17年,连续10年获得全国外商投资先进饭店称号,这在全国饭店行业是罕见的。(2)实施“控制成本”战略,实现餐饮经济目标,是经营管理的目的。在营业费用方面,尽量降低各种不合理的开支。在采购制度和用料制度方面,强调公开性、科学性和监督性。目前,全国很多饭店都提倡绿色环保和能源节约,有效控制成本,开创特色经营。(3)“多样化与特色化”相结合。消费者饮食观念与品味的变化,势必对菜品提出新的要求。公款高档消费重视程式化和排场心理已成为过去,大众化自费消费成为市场的主体,多样化与特色化是菜肴发展的必然趋势。如今鸡、鸭、鱼、肉、蛋已不再是逢年过节的“奢侈品”,而是家常菜肴,如果厨师对这些原料进行粗料细做,做出特色菜,就能更好地满足客人的需要。

3、探求经营特色,开发风味特色餐厅

针对现在餐饮市场以及餐饮消费层次的特点,坚持从饭店实际出发,尽量多开发一些风味餐厅或特色餐厅,满足消费者的不同需求,可以带来一大批尝新的客人。过去许多饭店经营者一味地强调“饭店”定位,如五星级饭店高档豪华,就要接待高档客人,二星级饭店属经济型饭店,就要接待中低档客人,这种一味地定性是不可取的,条条框框束缚,反把企业固定在一个杠杆点上了。其实,消费者饮食分流大致形成了三个部分;一是“美食族”,这一层面的人很懂得吃,他们走进餐厅的目的,就是品尝顶级美食或特色菜肴。他们点菜讲究少而精,品尝讲究的是色、香、味、形、器。二是“猎奇族”,这个群体大部分是年轻人,他们对菜肴的质量不是很讲究,看重的是吃法的新鲜与否,尤其是外国菜肴以及大街小巷的“古怪”小餐馆,乃是他们出入最多的地方。三是“实惠族”,这是一个庞大的群体,由广大的普通市民汇集而成。他们选择餐厅的标准较简单,只要环境整洁、菜肴适口、价格实惠即可。不同层次的消费者在选择餐厅时注重点也不相同,这就要求饭店在设置餐厅时要注意不同档次、不同风格特色地布局,满足不同消费者的需求(作者单位:中南林业科技大学饭店管理咨询与研究中心)

从“格力国美事件”谈厂商博弈中厂家的对策
浅议城市经营与城市竞争力的提升
解决市场营销管理危机的策略
我国老年消费特点及营销策略
论报纸经营的差异化策略
浅析中国汽车营销模式
星级饭店餐饮业发展道路探讨
基于顾客价值的企业竞争优势
针对80后消费趋向 调整市场营销策略

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心