

基于电子商务餐饮企业经营探电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E5_9F_BA_E4_BA_8E_E7_94_B5_E5_c40_645652.htm

随着网络经济时代的到来，电子商务作为一种新型的贸易方式，为旅游餐饮市场带来了崭新的挑战和机遇。本文通过旅游电子商务在我国餐饮行业的发展现状研究，以SWOT框架为基础，分析了自贡“盐帮菜”餐饮企业实施电子商务的优势、劣势、机遇和挑战，进而提出了基于旅游电子商务的自贡“盐帮菜”餐饮企业经营管理对策。自贡“盐帮菜”是川菜三大组成部分“小河邦”派系的代表，有着两千多年的历史人文底蕴，是自贡盐文化旅游资源中的重要组成项目。以经营“盐帮菜”为主的自贡餐饮企业，是该区域旅游餐饮市场中最具代表性的产业，其在拉动旅游消费需求、促进就业、增加税收、促进交流与合作等方面发挥着重要作用。随着互联网的不断普及与深入，我国越来越多的传统餐饮企业开始与网络结合，走出了自己的新路子，自贡“盐帮菜”餐饮企业也急需依靠先进的电子信息工具，不断提高市场的应变能力，增强企业的核心竞争力。

1、旅游电子商务在我国餐饮企业中的应用情况

1.1 旅游餐饮企业的内部E化

目前，我国旅游餐饮市场应用较为广泛的企业内部信息化手段是POS点菜系统，如北京旅游餐饮盛店全聚德。此类电子信息系统的优势是它能针对餐馆的所有环节，如点菜、退菜、重做、合并账单、分账、转账等常见现象采用信息化手段进行整合，能够有效地控制出菜的节奏和时间，缩短结账时间和提高准确性。除此以外，旅游餐饮企业内部的E化还包括利用自动控制设备控制厨房产品

的生产加工过程；单独使用电子收银机以提高销售服务的准确率和速度；利用互联网进行远距离连锁加盟店之间的信息传输；利用有线点菜机为顾客提供方便准确的服务；利用计算机软件系统帮助顾客进行营养分析并指导顾客消费等。

1.2 旅游餐饮电子商务网站

(1)企业门户网站。这种位于旅游资源地，展现本企业饮食特色招揽旅游者的小网站虽然建立容易、成本低，在企业宣传方面起到一定作用，但实际上并不存在任何形式的网络交易商务性质，对原材料成本的降低和市场的拓展起的作用不大；

(2)综合性网站。这一类网站主要是介绍饮食文化、营养保健、各家菜系、有名的餐馆等。如中华美食网、中国饮食文化网、食在中国网、中国餐馆网、吃好啦网等，为消费者提供各旅游资源地的饮食风俗，消费者可以通过浏览网站了解本地餐饮信息，但由于仅停留在介绍层面，且覆盖面太宽，深入性不够，因此收效甚微；

(3)互动式网站。此类网站商家可以免费注册网店，发布店铺和优惠活动信息等，从而吸引更多的客流。成立于2003年的饭统网目前已经在全国发展了7万多家餐厅会员，每天的网上订餐量超过1万多人次，日网络流量超过120多万人次，是目前国内最大的餐饮服务网站。但此类网站由于涉及范围广，信息化要求程度较高，因此更新与维护投资较大，且特色性不够，因此并不适用于以旅游特色为吸引的区域性旅游餐饮企业。

2、自贡“盐帮菜”餐饮企业实施旅游电子商务的SWOT分析

2.1 优势(Strengths)

(1)组织机构精炼，管理结构简单。自贡“盐帮菜”餐饮企业以中小企业为主，如天地盐府人家、蜀江春、阿细等餐饮集团公司，其植根于自贡井盐文化，主要业务范围也以自贡市为主，辐射四川及周边地区。其企业规模

较小，管理结构简单，决策权集中，从基层到最高层的中间环节较少，管理者的意图较容易体现，便于电子商务在企业中的全面推行。(2)餐饮业与旅游电子商务高度的适配性。餐饮业作为旅游六大构成要素：食、住、行、游、购、娱的首要组成部分，是典型的服务产业。自贡“盐帮菜”餐饮企业是自贡旅游服务的窗口行业，是地方的形象工程，个性化服务性质突出，多样化服务要求高，这些特征正好符合电子商务的定制特性，在经济学意义上亦具有同构性质。另外，自贡“盐帮菜”餐饮企业常使用的连锁联营、加盟经营、物流配送等都是电子商务的强项，二者具有高度的适配性。

2.2劣势(Weaknesses)

(1)资金周转能力不强，库存占用额较大。电子商务是一个需要长期投资的项目，特别是对于餐饮企业内部的E化，需要进行大量的基础投入，并且在短时间内无法直接获取收益。目前，绝大多数自贡“盐帮菜”餐饮企业信息化程度较低或者是基本上没有信息化，再加上餐饮行业特殊的原材料资金占用，就资本不太雄厚的中小企业而言，对企业流动资金提出了较高的要求。(2)员工文化素质不高。由于餐饮行业的传统特性，自贡“盐帮菜”餐饮行业进入门槛较低，企业从业人员特别是管理人员文化素质普遍偏低，知识结构也相对老化，缺乏系统的学习和培训。因此绝大多数员工对于电子商务的技术应用及管理上都缺乏优势，需企业有针对性地进行人才培养或引进。

2.3机会(Opportunities)

(1)市场发展潜力巨大。从全国范围看，近年来在我国旅游业高速发展的带动下，旅游餐饮行业业绩突出，其企业集团化、网络化、信息化经营趋势也逐步加快。饭统网CEO臧力在接受记者采访时表示，网络对中国餐饮业的改变才刚刚开始，餐

餐饮业电子商务前景广阔，市场规模可达几百亿元。对于自贡“盐帮菜”餐饮企业而言，电子商务的推广除了可以促使目标消费者了解餐厅和品牌外，也可以成为直接促销和推广的工具，用户在专业餐饮门户网上不仅可以方便地订餐，享受到优惠折扣，还可以体验到各种特色服务。而电子商务的无纸化绿色营销模式，也符合旅游的可持续发展时代需求，因此，电子商务对于整个“盐帮菜”餐饮行业拓宽传统的经营方式、提高竞争力有极大的意义与发展潜力。(2)相关行业信息化应用日益增多。“盐帮菜”餐饮企业要想与它的供应商、客户以及合作伙伴进行电子商务交易，前提是这些供应商、客户、合作伙伴已经实施了电子商务。随着互联网的飞速发展，西部大开发的优惠政策，使越来越多的管理者感受到电子商务给各行各业所带来的方便快捷的消费服务，与餐饮业相关的企业应用电子商务的形式也日益增多，为实现电子商务的真正价值提供了有利条件。

2.4威胁(Threats)

(1)网络安全与法律法规问题。电子商务独特的运作方式向现有的商务规范模式提出了交易安全等方面的挑战，旅游电子商务行业目前还缺乏专门的法律规范。这两个方面的问题一直是制约各级餐饮企业信息化高速发展的重要原因，网络交易的安全问题及相关法律法规的未完善，使部分消费者止步不前，同时也使餐饮业就电子商务的应用存在多项不确定性，从而缺乏使用信心。(2)物流发展滞后。虽然物流技术的运用可以为餐饮企业拓展销售的模式，但是由于经济体制等多方面的原因，我国物流建设缺乏统一规划和宏观管理，物流配送中心功能不全。自贡市物流配送的网点布局规范化程度有限，物流社会化程度较低，管理体制的差异，导致其缺乏系统化、

规模化、专业化的货物配送企业。并且，其较高的物流成本导致应用电子商务的物流配送成本甚至可能超过传统商务模式下的配送成本，使得部分餐饮企业缺乏应用电子商务的动力。

3、基于旅游电子商务的自贡“盐帮菜”餐饮企业经营对策

3.1 建立由政府主导、企业联盟的“盐帮菜”餐饮企业电子商务模式

自贡“盐帮菜”菜肴与自贡盐业生产历史所致的饮食习俗有密不可分的关系，是该地区最具旅游代表性的菜品，如富含盐文化特色的火鞭子牛肉、水煮牛肉等。但是由于区域关系，自贡众多餐饮企业均以此类菜肴为主打产品，并各自建立门户网站，宣传自己的名厨、名菜等。这些网站有些页面死板，毫无新意；有的长时间不进行更新，信息陈旧；更有甚者网站长期出现故障，无法登陆。这样的现象造成了混乱的网络宣传市场，既无法对企业的宣传起到良好的促进作用，也无法解决制约餐饮业发展的采购和营销等问题，就整个行业的发展来说更是一种资源、资金、劳动力的浪费。为适应市场经济的需求，以及旅游业独有的服务特点，本文提出在区域内建立以政府为主导、各餐饮企业联盟的“盐帮菜”餐饮企业电子商务经营模式，对各种资源进行优化、整合，发挥单个的网站所不能发挥的作用。如由自贡政府主导对“盐帮菜”餐饮企业的相关信息资源进行整合后建立统一对外的官方网站。凡进入平台的企业，相关机构均对其资信情况进行严格审查，对于网站采用的各种支付方式进行严格筛选，既保障网络信息的准确，也提高了支付环节的安全性，同时规避企业各自建立网站的重复性，为消费者查询自贡“盐帮菜”信息提供了便利。平台设置有动画效果进入的各二级菜单，如餐饮企业介绍栏即包括自贡各知名“盐帮

菜”餐饮企业的企业文化、企业概况、代表性菜品等，以提高企业的宣传效应；盐都名菜一栏则包括各“盐帮菜”名菜的历史典故、用料做法、标准价格，使菜品的价格和质量得到了及时的监控；而网络订餐服务则展示了订餐的整个流程；原材料供应方面，通过平台将价格公示，鼓励客户之间的自愿合作，进行网上招标、采购。同时，在政府主导下建立相关的网络监管机制，加强对各项政策的制定及各组织之间的协调。这种模式既可以引导和督促餐饮企业严格执行行业标准，又为提高行业规范化管理水平提供了有利条件。

3.2 加强企业内部信息化建设

(1) 遵循循序渐进的实施原则，根据企业实际情况，不断加强企业内部的网络化建设。自贡“盐帮菜”属于区域性特点突出的旅游餐饮企业，绝大多数的销售餐品是本土性的，难以像其他工业企业那样采用批发、零售、直销等多种销售渠道，因此实行连锁经营是实现区域内规模化扩张的有效办法。成本控制是餐饮企业的首条要务，通过旅游电子商务，餐饮企业管理人员可以运用电子化系统跨区域查询营业收入统计、员工业绩统计、人均消费额、翻台率等，很好地控制联络经营下的成本和现金流量。对管理者而言，通过图形或者表格的形式还可以及时进行各种数据分析，例如财务状况分析、营销决策分析、营业收入分析等，为企业的发展提供准确的决策依据。

(2) 加强行业电子商务人才的培养。企业管理者是企业运行的核心力量，但是目前自贡“盐帮菜”餐饮企业的管理者大部分是从实践中成长起来的，并非科班出身，其文化素质和专业素质不高。而不高的薪酬也导致请不来、留不住有能力的人才，因此适用管理者一直是制约自贡餐饮业发展电子商务的瓶颈。作为餐饮企业

要想跟上信息时代的需求，必须通过各种渠道加强对该方面人才的培养，除了送企业优秀员工出外培训以外，还可以与本地高等院校合作，建立实习基地联合培养相关人才，务必使企业管理者具备相应信息处理的技术和能力，能够从网络经营的专业角度对企业进行观念创新、决策创新，以到达企业的快速发展。

3.3 创建多种类型的营销模式

(1) 网站营销模式

。旅游者的特性是追新猎奇，因此“盐帮菜”餐饮企业的电子商务网站既要突出有盐文化特色的餐饮资讯信息，并且有专业实用的海量餐饮资料可下载，能为各餐饮企业开辟广阔的顾客渠道。以建立的区域性“盐帮菜”餐饮企业电子商务模式为平台基础，用户只需自由选择进入自己感兴趣的商家，点击喜欢的菜品，网站即自动显示菜品的各种状况(原料、色、味、份量、价格、营养成分、烹饪厨师信息等)，同时将这菜品以3D形式展现出来，给消费者以直观的认识。消费者选定菜品后，无论是外送菜品还是到店用餐，都只需将所选菜品及用餐要求提交到企业设置好的电子邮箱或即时对话系统，并通过设立在网点中的中间金融账户划账平台，如支付宝支付订金即可。网站营销模式不仅为消费者节省了时间，并在选择上提供了便利和更为广阔的空间。

(2) 移动信息服务

。资料证明，互联网发展的下一步目标将会向多媒体或者超媒体发展，因此把互联网和移动通讯结合起来是一个必然。目前，中国移动自贡分公司已建立了餐饮信息短信咨询平台，可通过短消息形式获取本地餐饮信息，但其还未将手机独有的移动定位功能发挥作用。政府主导下的“盐帮菜”企业电子商务平台将与移动、电信等营运商进一步开发此种功能，不仅使用户可以上网浏览餐饮信息，还可以利用定位功能

，通过地图搜索，准确找到所处周边的“盐帮菜”餐饮企业信息，方便快捷。(3)增值产品服务。旅游餐饮业向来重视地方特色，以独特的地方风味吸引游客，因此各类派系的风味餐饮大行其道。“盐帮菜”餐饮企业大可利用网络这一强大的传播工具，以盐文化旅游资源特色为背景创建一些能够与消费者产生互动的经营项目，如播出一些“盐帮菜”名菜历史故事专辑，既凸显菜品深厚的文化内涵，又为企业作了宣传；如建立由自贡“盐帮菜”名厨传授烹饪技艺的定期定时视频栏目，凡是在网站注册成为会员的消费者均能够收看，这样既能与消费者产生互动，又能以此为基础收集建议和信
息，建立潜在的客源市场信息库。增值产品服务的推出，将以前瞻性意识提高企业的创新性，吸引更多的消费者。3.4建立高效的合作机制(1)实现电子物流。餐饮企业电子商务中原材料供应链技术的运用可以大大降低餐饮企业的采购成本。“盐帮菜”企业实现电子商务的一体化服务，在餐饮物料的选购面上市场广阔，信息灵通，下单方便快捷，配送(含分捡、保鲜、运输等)上可交与第三方物流代理，在温度技术、保质期、物料需求的预测、进发货时间等，都有了安全、稳定、绿色的保障，对餐饮企业做大做强、出特色出效益具有很好的促进作用。(2)拓展综合业务。充分发挥网络服务的开放性和包容性，将“盐帮菜”餐饮企业与本地的其他旅游产业联合起来，配套发展。消费者可以通过区域“盐帮菜”电子商务平台，预定除就餐外的休闲、娱乐等其他项目，也可以通过平台随时查询这些项目的经营范围、营业时间、项目价格等等。综合性业务的拓展，将建立以“盐”为线索的一系列体验旅游项目，为自贡的区域旅游经济发展做出贡献。旅

游餐饮企业电子商务的发展方兴未艾，其以营销成本低、经营规模不受限制、便于收集和管理客户信息等特点迅速蔓延，并正在改变着整个餐饮行业的经济运行方式。自贡“盐帮菜”餐饮企业与旅游电子商务的结合，势必能企业提供新的经营扩展空间，为消费者提供更加快捷、清晰、全面的消费体验，为旅游餐饮行业的发展带来更为广阔的前景。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com