

2010.11 10
星期三

www.scxw.com.cn

热线 0551-5223791

办最有价值的都市报

创富

财经

同一道菜,六分靠“标准”四分靠“厨艺” 皖服务业离“标准化”有多远?

“吃的都是‘肥西老母鸡’,但感觉有一些差别。”家住省城曙光路的小方平时为了方便,经常吃中式快餐,他甚至称自己是典型的“鸡丝”。他经常光顾合肥不同的“肥西老母鸡”店,但却发现有些区别,最明显的就体现在分量上,不是说肥西老母鸡都是“标准化”模式的吗?

这样的疑惑,让学经济的小方想探个究竟:究竟什么是“标准化”?“标准化”会给企业带来什么?安徽服务业的“标准化”建设处于什么水平上?又该从哪些方面提升安徽服务业的“标准化”水平? 记者 宛月琴

缘起:六分靠“标准”四分靠“厨艺”

接到小方的报料,记者于11月8日中午来到肥西老母鸡黄山路店,点了一份“红烧鸡杂”,当晚,记者又来到肥西老母鸡舒城路店,点了同样一份“红烧鸡杂”。从外观上看,前后两者分量上差距明显。前者除去汤之后重为93克,后者去汤后重为115克。

但是肥西老母鸡黄山路店店长在接受记者采访时透露,总公司对每道菜制作都

有严格流程,在重量上,“红烧鸡杂”这道菜带汤220克,去汤部分应重110克。他表示,黄山路店都是“按照标准制作的”。

“肥西老母鸡”餐饮集团董事长束从轩在接受记者采访时介绍,客观来说,因为品种繁多、岗位繁多、原材料也异常丰富,中餐最多60%的产品能实现“标准化”,比如原料供应、烹调技术、工艺流程、操作模式等能有“标准化”模式,但剩下

40%的部分应该属于“厨艺”,需要展示和发挥,这一部分很难用完全“标准化”来要求。

众所周知,作为本土知名品牌,“肥西老母鸡”无论是原料、工艺、人员,还是企业文化,都已形成了一套相对完善的“标准化”操作模式。但即使这样,“标准化”难,已经是整个服务行业共同面临的课题,一位行业协会负责人介绍道。

分析:标准化是企业“最高境界”

“家乐福、沃尔玛、希尔顿,甚至肯德基、麦当劳住的都是中国房子,用的都是中国原料,员工也大多来自中国,但它们为什么能遍地开花、越做越大?”安徽服务业标准化研究中心副主任耿天霖用三个字来回答自己的“设问”:标准化。

“正是有了一系列的标准化模式,才能保证这些连锁服务品牌在任何一片土地上都没有失去‘核’,也才能促使它们不断做大做强。”在耿天霖看来,“标准化”就是企业尤其是服务型企业的核心竞争力,是已经融入、渗透到企业管理“内在的魂”,也是一个企业经历制

度化、规范化之后的管理“最高境界”。

安徽标准化研究院副主任张士胜也认为,一流的企业卖“标准”,说的就是这个道理,一旦一个企业创造出了自己的“标准化”模式,并成为行业标准,就基本为这个企业做大做强提供了一条“有效的途径”。

试水:已有安徽服务企业“走在前面”

实际上,不光是餐饮服务,旅游服务的“标准化”也渐受关注。记者了解到,2009年7月,经过国家标准委同意,安徽中青旅成为全国旅行社行业唯一一家国家级标准化一类试点单位,试点期限为2009年7月至2011年7月。

安徽中青旅总经理张剑表示,作为全国旅行社行业的唯一试点,目前安徽

中青旅已经成功上报旅行社服务网点通则、旅行社服务安全规范等4个地方标准。同时,采用统一的形象标志、规范语言、操作流程等标准化工作流程,企业对外界树立了明晰的企业形象。与此同时,塞纳河畔酒店“标准化”模式也开始接受专家评审。

而记者昨日从省质监局获悉,近年

来,我省积极开展服务标准化项目建设,先后创建9个国家级、100个省级服务标准化试点,制定110多项服务业地方标准。日前省发改委首次明确安排200万元,重点支持16个服务标准化项目建设,涉及现代物流、行政审批、旅游、物业、餐饮和服务业标准基础研究等多个领域,每个项目给予10万元至25万元不等的资金支持。

困扰:标准化“发威”需一个漫长过程

“标准化”如此重要,安徽服务业“标准化”又处在什么水平上?

“整体来说,还是很弱的。”耿天霖用一个案例来打比方:航空服务应该说目前国内标准化服务的“最高层次”,但跟国外相比,经常延误2小时、3小时却很正常,“从这里就可以看出来我们

国家跟国外在标准化方面的差距。”

安徽大学现代管理研究所所长陈来教授也表达出同样看法,他认为安徽企业的标准化水平处于“初级到中级过渡的阶段,特别是民营企业比较滞后”。

张士胜也分析,安徽服务行业的

标准化还处于起步阶段,主要原因还是因为意识不到位,尤其是中小企业意识薄弱。而且,最令人头疼的问题是,标准化“发威”是一个漫长的过程,不能立竿见影,马上见到成效,也不能马上用数字来说话,这就需要企业有长远眼光、有内在需求。

延伸:服务业标准化不能“一刀切”

服务业“标准化”也不是意味着一成不变,更不能“一刀切”。采访中,陈来一再强调这样的观点,尤其对于中餐服务企业来说,标准化更多是一种内在模式,包括文化建设、绩效管理、CIS设计、对外公共危机管理规范等等。

“值得指出的是,中餐服务型企业与

其他服务企业不同”,陈来认为,中餐的魅力就在于一个“变”字,在营养搭配上、在食品样式上、在食物口味上,可以允许因地制宜地进行一些变动,不同的企业有不同的分类,不能强求所有的中餐企业进行统一的“标准化”。

耿天霖也分析,餐饮服务企业的“标

准化”跟机械化的工业化标准不同,更讲究一种人文性的思想,企业要真正将“尊重人”的理念融入到企业日常管理的每个细节,才能深刻体现“标准化”的内涵。好比说服务行业要求微笑服务,那么笑几次才算标准化?嘴咧多大才算标准化?“这些都可能因人而异”。