

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH : VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Bùi Trần Thảo Uyên

Giảng viên hướng dẫn: ThS Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG – 2019

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG
TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Bùi Trần Thảo Uyên

Giảng viên hướng dẫn: ThS Nguyễn Thị Phương Thảo

HẢI PHÒNG – 2019

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Bùi Trần Thảo Uyên **Mã SV:** 1512601003

Lớp : VH1901 **Ngành:** Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng

Hải Đăng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

- Về lý luận, tổng hợp và phân tích những giải pháp về nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng
- Về thực tiễn tìm hiểu về chất lượng dịch vụ tại nhà hàng
- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

- Các tài liệu lý luận cơ bản về quản trị kinh doanh nhà hàng
- Các dữ liệu về tình hình hoạt động của nhà hàng

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

Nhà hàng Hải Đăng – Trần Khánh Dư, Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Nguyễn Thị Phương Thảo

Học hàm, học vị : ThS

Cơ quan công tác : Trường Đại học Quản lý và công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 20 tháng 03 năm 2019

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 12 tháng 06 năm 2019

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Bùi Trần Thảo Uyên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Hải Phòng, ngày 12 tháng 06 năm 2019

HIỆU TRƯỞNG

GS.TS. NGUYỄN *Trần Hữu Nghị*

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Đơn vị công tác: Trường Đại học Quản lý và công nghệ Hải Phòng

Họ và tên sinh viên: Bùi Trần Thảo Uyên Chuyên ngành: Văn hóa du lịch

Đề tài tốt nghiệp: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

- Thực hiện nghiêm túc các yêu cầu để phục vụ nội dung nghiên cứu.
- Có ý thức kỷ luật tốt, chăm chỉ, chịu khó học hỏi.
- Hoàn thành đề tài đúng thời hạn.

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T.T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

-
- Đề tài đáp ứng yêu cầu đề ra về lý luận và thực tiễn, đạt chất lượng tốt của khóa luận tốt nghiệp đại học ngành Việt Nam học (Văn hóa du lịch)
-

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày 12 tháng 06 năm 2019

Giảng viên hướng dẫn

ThS. Nguyễn Thị Phương Thảo

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	1
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	4
VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH NHÀ HÀNG.....	4
1.1 Khái niệm, đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng.....	4
1.1.1 Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống	4
1.1.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống:	7
1.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng	10
1.2.1 Vị trí, cơ sở vật chất kỹ thuật	10
1.2.2 Đội ngũ lao động và cơ cấu tổ chức lao động	11
1.2.3 Thực đơn, chất lượng, chủng loại sản phẩm ăn uống	13
1.2.4 Quy trình phục vụ	14
1.2.5 Giải quyết các ý kiến của khách hàng.....	14
1.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng	15
1.3. 1 Khái niệm	15
1.3.2 Nội dung	15
1.3.3 Ý nghĩa của nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng .	18
1.4 Đo lường chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng	19
1.4.1 Khái niệm	19
1.4.2 Phương pháp đo lường	19
Tiểu kết chương 1	23
Chương 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG	25
2.1 Khái quát chung về nhà hàng Hải Đăng	25
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển	25
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của nhà hàng.....	27
2. 2 Tình hình hoạt động kinh doanh ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng.....	28
2.2.1 Thị trường khách.....	28
2.2.2 Doanh thu	30

2.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng Hải Đăng	31
2.3.1 Vị trí, cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng	31
2.3.2 Quy trình phục vụ của nhà hàng	33
2.3.3 Thực đơn, chất lượng, chủng loại sản phẩm phục vụ ăn uống.....	38
2.3.4 Trình độ, thái độ của đội ngũ lao động, nguồn nhân lực của nhà hàng.....	40
2.3.5 Một số nhân tố khác	41
2.4 Đo lường chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng Hải Đăng	43
2.4.1 Đo lường chất lượng dịch vụ thông qua đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng .	43
2.4.2 Ưu điểm:	46
2.4.3 Hạn chế - nguyên nhân.....	46
Tiểu kết chương 2	47
Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN	
UỐNG TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG	48
3.1 Định hướng, mục tiêu phát triển của nhà hàng Hải Đăng	48
Định hướng của nhà hàng:	48
3.2 Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh tại nhà hàng	
Hải Đăng	49
3.2.1 Cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng	49
3.2.2 Nâng cao trình độ, thái độ phục vụ của đội ngũ lao động	51
3.2.3 Nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hóa thực đơn.....	54
3.2.4 Hoàn thiện quy trình phục vụ của nhà hàng.....	56
3.2.5 Tăng cường công tác chăm sóc, lấy ý kiến khách hàng.....	59
3.3 Kiến nghị	60
3.3.1 Kiến nghị với Ban Lãnh Đạo.....	60
3.3.2 Đối với nhà hàng Hải Đăng.....	60
Tiểu kết chương 3	62
KẾT LUẬN	63
TÀI LIỆU THAM KHẢO	64

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Du lịch Việt Nam đang trên đà phát triển và hội nhập với các nước trên thế giới, nền kinh tế ngày càng được nâng cao chính vì thế nhu cầu đi du lịch của mọi người ngày càng tăng. Họ đi du lịch để tận hưởng những phút giây thư giãn bên người thân và bạn bè, để tận hưởng những dịch vụ tốt nhất và một phong cách phục vụ chuyên nghiệp.

Ngành kinh doanh nhà hàng của Việt Nam còn khá non trẻ, các doanh nghiệp kinh doanh phải đương đầu với những khó khăn, thử thách ngày càng nhiều. Hoàn thiện cơ cấu tổ chức, nâng cao hiệu quả kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ là các bước đi, các tiền đề quan trọng giúp ngành kinh doanh nhà hàng của Việt Nam trở nên vững mạnh, vươn xa ra thế giới và giới thiệu đến du khách về ẩm thực của Việt Nam.

Kinh doanh ăn uống là một mảng hoạt động không thể thiếu trong du lịch bao gồm việc sản xuất, bán và phục vụ cho khách với mục đích để tăng doanh thu kiếm thêm lợi nhuận.

Để đáp ứng được những nhu cầu đó của khách du lịch các cơ sở kinh doanh ăn uống mở ra ngày một nhiều, từ bình dân cho đến cao cấp sang trọng. Việc mở ra rất nhiều cơ sở kinh doanh như vậy khó có thể tránh khỏi việc cạnh tranh với nhau, chính việc cạnh tranh này đã bắt họ phải nghĩ ra nhiều dịch vụ mới lạ và hơn hết là một phong cách phục vụ chuyên nghiệp. Để hài lòng với những yêu cầu của khách hàng các doanh nghiệp cần những giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ trong ăn uống.

Nhà hàng Hải Đăng thành lập vào năm 2017, trải qua 12 năm hình thành và phát triển nhà hàng đã có nhiều hoạt động trong kinh doanh dịch vụ ăn uống. Trải qua những nỗ lực và đổi mới không ngừng, đến nay, nhà hàng đã tạo dựng được một hệ thống cơ sở vật chất quy mô, sang trọng với đa dạng các loại hình kinh doanh gồm: trung tâm hội nghị tiệc cưới, nhà hàng ẩm thực, bar cafe, hầm rượu, hầm bia, trung tâm thể thao và chăm sóc sức khỏe, trung tâm thương mại xuất nhập khẩu, trung tâm du lịch quốc tế và nội địa, phòng vé máy bay,...hiện

đã có mặt trên toàn quốc. Ngày nay có rất nhiều chuỗi các nhà hàng nổi tiếng mở ra như: Hệ thống nhà hàng Sen; Chuỗi nhà hàng Golden Gate,..., để cạnh tranh được với những chuỗi nhà hàng trên thì Hải Đăng phải ngày càng phát triển hoàn thiện về chất lượng dịch vụ để nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế của mình trên thị trường kinh doanh dịch vụ ăn uống.

Vì vậy em chọn đề tài “**Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng**” làm đề tài nghiên cứu tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Tổng quan về chất lượng dịch vụ ăn uống và nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng

Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng: Nghiên cứu chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Không gian: Đề tài tập trung nghiên cứu tại nhà hàng Hải Đăng

Thời gian: năm 2015 – 2018

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập, xử lý số liệu :

Phương pháp thu thập số liệu từ tham khảo tài liệu

Phương pháp này là dựa trên nguồn thông tin sơ cấp và thứ cấp thu thập được từ những tài liệu nghiên cứu trước đây để xây dựng cơ sở luận cứ để chứng minh giả thuyết.

Phương pháp điều tra xã hội học:

Phát phiếu điều tra để thăm dò ý kiến khách hàng về các dịch vụ, về nhân viên phục vụ, về món ăn,... xem khách có hài lòng với những mục đã nêu trong bảng hỏi không. Phần này sẽ được tác giả trình bày cụ thể trong mục 2.4. Đo lường chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng Hải Đăng trong chương 2

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, đề tài gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ ăn uống và nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng.

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng.

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng.

Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN

VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH NHÀ HÀNG

1.1 Khái niệm, đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng

1.1.1 Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống

Chất lượng là một phạm trù phức tạp và có nhiều định nghĩa khác nhau. Có rất nhiều quan điểm khác nhau về chất lượng. Hiện nay có một số định nghĩa về chất lượng đã được các chuyên gia chất lượng đưa ra như sau:

" Chất lượng là sự phù hợp với nhu cầu" (theo Juran - một Giáo sư người Mỹ).

" Chất lượng là sự phù hợp với các yêu cầu hay đặc tính nhất định" Theo Giáo sư Crosby.

" Chất lượng là sự sự thoả mãn nhu cầu thị trường với chi phí thấp nhất" Theo Giáo sư người Nhật – Ishikawa.

Theo Joseph Juran & Frank Gryna “Chất lượng là sự phù hợp đối với nhu cầu”.

Theo Armand Feigenbaum (1945) “Chất lượng là quyết định của khách hàng dựa trên kinh nghiệm thực tế đối với sản phẩm hoặc dịch vụ, được đo lường dựa trên những yêu cầu của khách hàng- những yêu cầu này có thể được nêu ra hoặc không nêu ra, được ý thức hoặc đơn giản chỉ là cảm nhận, hoàn toàn chủ quan hoặc mang tính chuyên môn – và luôn đại diện cho mục tiêu động trong một thị trường cạnh tranh”.

Theo American Society for Quality “Chất lượng thể hiện sự vượt trội của hàng hóa và dịch vụ, đặc biệt đạt đến mức độ mà người ta có thể thoả mãn mọi nhu cầu và làm hài lòng khách hàng”.

Trong mỗi lĩnh vực khác nhau, với mục đích khác nhau nên có nhiều quan điểm về chất lượng khác nhau. Tuy nhiên, có một định nghĩa về chất lượng được thừa nhận ở phạm vi quốc tế, đó là định nghĩa của Tổ chức Tiêu chuẩn hoá Quốc

té. Theo điều 3.1.1 của tiêu chuẩn ISO 9000:2005 định nghĩa chất lượng là: "Mức độ đáp ứng các yêu cầu của một tập hợp có đặc tính vốn có"

Chất lượng là khái niệm đặc trưng cho khả năng thoả mãn nhu cầu của khách hàng. Vì vậy, sản phẩm hay dịch vụ nào không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng thì bị coi là kém chất lượng cho dù trình độ công nghệ sản xuất ra có hiện đại đến đâu đi nữa. Đánh giá chất lượng cao hay thấp phải đứng trên quan điểm người tiêu dùng. Cùng một mục đích sử dụng như nhau, sản phẩm nào thoả mãn nhu cầu tiêu dùng cao hơn thì có chất lượng cao hơn.

Yêu cầu của khách hàng đối với sản phẩm hay dịch vụ thường là: tốt, đẹp, bền, sử dụng lâu dài, thuận lợi, giá cả phù hợp.

Chất lượng dịch vụ ăn uống

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rộng và có rất nhiều định nghĩa khác nhau tùy thuộc vào từng loại dịch vụ, nhưng bản chất của chất lượng dịch vụ nói chung được xem là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Mỗi khách hàng có nhận thức và nhu cầu cá nhân khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng khác nhau.

Theo quan điểm của Gronroos (1984) cho rằng, chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh: chất lượng kỹ thuật và chất lượng kỹ năng. Chất lượng kỹ thuật liên quan đến những gì được phục vụ còn chất lượng chức năng nói lên

Chất lượng dịch vụ được cảm nhận (perceived service quality): là một quá trình đánh giá dựa trên các tính chất bề ngoài của sản phẩm dịch vụ. Người tiêu dùng không thể kiểm tra chất lượng trước khi mua và họ cũng ít khi có đầy đủ thông tin về các đặc tính căn bản của sản phẩm dịch vụ, do vậy họ có khuynh hướng sử dụng cảm giác cảm nhận được trong khi tiêu dùng dịch vụ để đánh giá chất lượng dịch vụ như: hình thức bên ngoài và thái độ của nhân viên phục vụ trực tiếp, vẻ bề ngoài của cơ sở vật chất kỹ thuật của cơ sở cung cấp dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ được tìm thấy (search service quality) là những tính năng quan trọng của dịch vụ có thể cho phép khách hàng nhìn thấy hay sờ được

Chất lượng dịch vụ trải nghiệm (experience service quality) là chất lượng mà khách hàng chỉ có thể đánh giá được sau khi đã được sử dụng dịch vụ, hoặc đã tiếp xúc với nhân viên phục vụ trực tiếp, tức là sau khi đã có sự trải nghiệm nhất định về việc cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp.

Chất lượng dịch vụ tin tưởng (credence service quality) là chất lượng của sản phẩm mà khách hàng phải dựa trên khả năng, uy tín, tiếng tăm của nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ để đánh giá.

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá tích lũy lâu dài của khách hàng dựa trên sự so sánh chất lượng mong đợi (hay dự đoán) và mức độ chất lượng thực hàng đã nhận được. Có thể nói chất lượng dịch vụ luôn được so sánh với mức độ thỏa mãn như cầu của khách hàng sau khi đã tiêu dùng dịch vụ.

Khách hàng sẽ bị thất vọng nếu sự cảm nhận của họ thấp hơn sự mong chờ mà họ có trước đó, khi đó chất lượng dịch vụ của nhà hàng mà nó sẽ kéo theo dây truyền tới sự mong đợi của nhiều khách hàng. Nếu khi tiêu dùng dịch vụ của nhà hàng sự cảm nhận của khách hàng đúng bằng sự mong chờ thì chất lượng dịch vụ chỉ được coi là tạm được. Mục tiêu của nhà hàng là phải thiết kế một mức cung cấp dịch vụ ở mức độ cao hơn so với những gì khách hàng kỳ vọng. Các nhà hàng phải nắm rõ những nhu cầu đòi hỏi của khách hàng mục tiêu để đưa vào những tiêu chuẩn bắt buộc cho toàn bộ hệ thống để mọi thành phần, mọi người trong hệ thống phải tuân thủ.

Trong kinh doanh dịch vụ ăn uống, khách hàng đến nhà hàng ngoài mục đích ăn uống họ còn muốn nhận được một sự phục vụ sao cho họ thấy thoải mái, và được tôn trọng. Sản phẩm của nhà hàng bao gồm cả sản phẩm vật chất và sản phẩm dịch vụ, do vậy chất lượng dịch vụ trong nhà hàng luôn bao gồm cả chất lượng của sản phẩm vật chất của nhà hàng cung cấp và chất lượng phục vụ của nhân viên.

Dịch vụ cung cấp tốt hay không là tùy thuộc vào người cung cấp dịch vụ qua thái độ, quan hệ bên trong công ty, hành vi, tinh thần phục vụ, sự biểu hiện

bên ngoài, tiếp cận và tiếp xúc khách hàng. Muốn tạo dịch vụ tốt, phải có sự giao thoa giữa chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

1.1.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống:

Chất lượng dịch vụ ăn uống khó đo lường và đánh giá

Đặc điểm này xuất phát từ chính bản chất và đặc điểm của sản phẩm ăn uống. Sản phẩm ăn uống bao gồm bốn thành phần cơ bản: phương tiện thực hiện, hàng hóa bán kèm, dịch vụ hiện và ẩn. Vì thế khi đánh giá chất lượng sản phẩm ăn uống, người ta phải đánh giá chất lượng của cả bốn thành tố trên.

Trên thực tế, đánh giá chất lượng của hai thành phần đầu tiên là phương tiện thực hiện dịch vụ và hàng hóa bán kèm có thể thực hiện dễ dàng hơn bởi đó là những vật cụ thể hiện hữu. Người ta hoàn toàn có thể sờ, nhìn thấy, đo đếm được bằng các số đo có tính quy ước cao. Vì bản thân chúng đều có tính chất cụ thể như kích thước, khối lượng, màu sắc, mùi vị,... . Song với hai thành phần sau là dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn thì ta không nhìn thấy được, không sờ được và không có những thước đo cụ thể vì thế rất khó đánh giá. Những yếu tố này luôn có thể thay đổi theo thời gian. Vì vậy, cùng một dịch vụ mà khách hàng sẽ cảm nhận khác nhau do tâm lý, sức khỏe ,... nên sẽ có những nhận xesy khác nhau về dịch vụ của nhà hàng. Quản lý của nhà hàng sẽ đánh giá những hoạt động có thể nhìn thấy cho dù đó không phải là những sản phẩm dịch vụ như: số lượng khách đến ăn hàng ngày, thái độ phục vụ của nhân viên.

Chất lượng dịch vụ ăn uống chỉ được đánh giá chính xác qua cảm nhận của người dùng trực tiếp sản phẩm.

Đặc điểm này xuất phát từ các lý do sau:

Do chất lượng dịch vụ ăn uống khó đo lường và đánh giá nên nó phụ thuộc rất lớn vào sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp các món ăn, đồ uống của nhà hàng.

Do đặc điểm của sản phẩm dịch vụ ăn uống là quá trình tạo ra và quá trình tiêu dùng của các dịch vụ diễn ra gần như đồng thời về thời gian và không gian đã khẳng định rằng, khách hàng đóng vai trò quan trọng đối với sản phẩm dịch vụ nhà hàng. Khách hàng chính là một thành viên không thể thiếu và tham gia

trực tiếp vào quá trình này. Họ là “nhân vật chính” trong hoạt động thực hiện dịch vụ của nhà hàng với tư cách là người tiêu dùng dịch vụ ăn uống. Vì vậy họ vừa có cái nhìn của người trong cuộc vừa có cái nhìn của người bỏ tiền ra mua sản phẩm của nhà hàng. Đánh giá của họ về chất lượng dịch vụ của nhà hàng là chính xác nhất.

Từ đó có thể suy ra cảm nhận của khách hàng càng tốt thì khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng với chất lượng dịch vụ đồng thời những người chưa dùng dịch vụ của nhà hàng sẽ không cảm nhận chính xác chất lượng dịch vụ.

Phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của nhà hàng

Một quá trình cung cấp dịch vụ ăn uống bao giờ cũng dựa trên hai yếu tố cơ bản, đó là cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng và những nhân viên tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ. Khách hàng thường có xu hướng dựa vào chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng để đánh giá chất lượng dịch vụ.

Chất lượng kỹ thuật bao gồm chất lượng của cơ sở vật chất của nhà hàng như: mức độ tiện nghi, hiện đại của các trang thiết bị, mức độ thẩm mỹ trong trang trí nội thất và thiết kế nhà hàng, mức độ đảm bảo an toàn trong thiết kế và lắp đặt các trang thiết bị máy móc,..

Chất lượng chức năng bao gồm những yếu tố liên quan đến con người, đặc biệt là nhân viên phục vụ. Đó là thái độ, cách ứng xử, khả năng giao tiếp, hình thức bên ngoài của nhân viên, trình độ tay nghề, trình độ học vấn, sức khỏe, độ tuổi, giới tính,...

Cả hai yếu tố trên đều tác động đến hình ảnh của nhà hàng và quyết định đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng đó. Các nhà quản lý cần phải thường xuyên kiểm tra và thay thế cơ sở vật chất của nhà hàng.

Tính chất nhất quán cao

Tính nhất quán thể hiện qua hai góc độ:

Thứ nhất: là sự thống nhất cao và thông suốt trong nhận thức và hành động của tất cả các nhân viên trong nhà hàng từ trên xuống dưới về mục tiêu chất lượng của nhà hàng cần đạt được.

Thứ hai: là sự đồng bộ, toàn diện, trước sau như một và đúng như lời hứa mà nhà hàng đã công bố với khách hàng. Chất lượng dịch vụ ăn uống đòi hỏi phải tốt ở mọi lúc mọi nơi, cho mọi khách hàng và tất cả nhân viên của nhà hàng. Điều đó có nghĩa không thể tồn tại chất lượng dịch vụ chỉ chú trọng áp dụng cho một vài khu vực nhất định nào đó.

Chất lượng dịch vụ ăn uống không phải chỉ diễn ra trong một thời điểm nào đó nhất định nào đó, cũng không thể xây dựng một lần rồi cứ thế áp dụng mãi mãi mà không thay đổi. Nó cần hoàn thiện không ngừng và phải điều chỉnh phù hợp với nhu cầu thực tế của thị trường.

Tính không đồng nhất

Do khách hàng rất muốn chăm sóc như những con người riêng biệt nên dịch vụ thường bị cá nhân hóa và không đồng nhất. Doanh nghiệp kinh doanh ăn uống rất khó đưa ra các tiêu chuẩn dịch vụ nhằm làm thỏa mãn tất cả các khách hàng trong mọi hoàn cảnh vì sự thỏa mãn tất cả khách hàng trong khách hàng vì sự thỏa mãn đó phụ thuộc và sự cảm nhận và trông đợi của từng khách hàng.

Donald Davidoff đã cho rằng sự thỏa mãn của khách hàng về dịch vụ được đo lường bằng sự so sánh giữa dịch cảm nhận và sự trông đợi của bản thân khách hàng. Mối quan hệ giữa ba yếu tố S,P,E (S: sự thỏa mãn; P: sự cảm nhận; E: sự trông đợi) có tính quyết định mọi vấn đề của dịch vụ. Các biến số P,E đều phụ thuộc rất nhiều vào phong tục, tập quán dân tộc, tôn giáo và tâm sinh lý, nhu cầu chủ quan của cá nhân khách hàng.

Các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống thường gặp phải sai lầm khi điều khiển các trông đợi của khách hàng không xuất phát từ khách hàng, mà thường từ ý muốn chủ quan của họ. Để khắc phục điều này các nhân viên phục vụ cần có sự đồng cảm, tức là đặt bản thân vào vị trí của khách hàng để phát hiện ra các nhu cầu và trông đợi của họ thì mới cung cấp dịch vụ đảm bảo sự thỏa mãn khách hàng.

Khi khách hàng trông đợi vào mức nhất định của dịch vụ và cảm nhận sự tương đương hay mức cao hơn đã được tạo ra, họ sẽ thỏa mãn, thậm chí khi một dịch vụ tốt được thực hiện, mà trông đợi của khách hàng đối với dịch vụ cao hơn,

khách hàng sẽ không thỏa mãn. Điều đó khiến các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống quản lý sự trông đợi của khách hàng và thực hiện chất lượng dịch vụ

1.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng

1.2.1 Vị trí, cơ sở vật chất kỹ thuật

Vị trí nhà hàng có ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả kinh doanh và khả năng thu hút khách. Những yếu tố sau đây có thể ảnh hưởng đến việc chọn địa điểm:

Tâm nhìn: Nhà hàng mở tại ngã tư nơi đông đúc sẽ được nhiều người chú ý hơn là những nơi vắng vẻ ít người qua lại. Vì vậy nhà hàng cần phải tránh những địa điểm có tầm nhìn kém.

Khu vực giao thông: Cần xác định xem vị trí nhà hàng có thuận lợi trong việc đi lại hay không. Một khu vực có giao thông thuận lợi sẽ làm tăng lượng khách của nhà hàng.

Bãi đậu xe: Kinh tế ngày càng tăng số lượng nhà có ô tô riêng ngày càng nhiều, mọi người sẽ thất vọng khi chỗ đỗ xe bị hạn chế hoặc không có chỗ đỗ xe. Chính vì vậy chỗ đậu xe là rất quan trọng, trong trường hợp nếu không có bãi đỗ xe thì phải có đủ nhân viên để phục vụ khách đỗ xe vào vị trí mà nhà hàng thuê bãi đỗ.

Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng là toàn bộ những tư liệu lao động của nhà hàng tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh và dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách. Bao gồm: phòng ăn, phòng tiệc, các trang thiết bị, đồ dùng của nhà hàng.

Vai trò: cơ sở vật chất có một vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và hoạt động kinh doanh nhà hàng nói riêng. Là yếu tố không thể thiếu trong quá trình kinh doanh của nhà hàng, cấu thành nên các sản phẩm, góp phần quan trọng quyết định loại sản phẩm, hình thức kinh doanh, chất lượng, giá cả,.. của hàng hóa, dịch vụ.

Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ ăn uống tại nhà hàng có tốt hay không luôn có sự ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng phục vụ, từ đó ảnh hưởng đến việc

khách có quyết định tiêu dùng dịch vụ ở đây hay không. Cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ sẽ tăng năng suất và doanh thu cho nhà hàng.

Khách hàng khi đi ăn tại nhà hàng sẽ muốn một không gian cao cấp và sang trọng, chính vì vậy mà nhà hàng cần phải thỏa mãn các nhu cầu của khách hàng. Nhưng để có được sản phẩm tốt trước tiên yêu cầu về cơ sở vật chất kỹ thuật phải đáp ứng được cho việc chế biến tốt và bảo quản thức ăn phục vụ khách, với điều kiện văn minh, hiện đại, đồng bộ và đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh, thẩm mỹ, nhất là trong nhà hàng cao cấp. Ngược lại nếu cơ sở vật chất nghèo nàn, lạc hậu sẽ làm cho khách hàng không hài lòng. Chính vì thế cần phải đồng bộ trang thiết bị, đồng bộ trong việc bố trí và phải thường xuyên bảo trì, bảo dưỡng, thay thế cơ sở vật chất kỹ thuật.

1.2.2 Đội ngũ lao động và cơ cấu tổ chức lao động

Lực lượng lao động trực tiếp làm trong nhà hàng rất đa dạng về cơ cấu ngành nghề, giới tính, tuổi tác.

Tính tổ chức, khả năng phối hợp của các bộ phận trong nhà hàng đòi hỏi phải đồng bộ, nhịp nhàng với mục tiêu phục vụ khách với chất lượng cao nhất, nhằm đáp ứng yêu cầu và đòi hỏi của khách.

Tính chất làm việc trong nhà hàng thường là 8 tiếng (nhà hàng Hải Đăng làm việc từ 9 giờ đến 13 giờ và từ 17 giờ đến 21 giờ) và sẽ có người ở lại trực đến khoảng 22 giờ hoặc 23 giờ tùy vào lượng khách. Nhà hàng hoạt động quanh năm thậm chí cả ngày nghỉ lễ, đối với những ngày lễ đây là lúc nhà hàng trở nên bận rộn nhất.

Lao động trong nhà hàng cần những người trẻ và khoảng 20 – 40 tuổi. độ tuổi này thay đổi theo từng bộ phận của nhà hàng:

Bộ phận lễ tân: từ 20 – 25 tuổi

Bộ phận bàn, bar: 20 – 30 tuổi

Tạp vụ: 40 tuổi

Ngoài ra bộ phận có độ tuổi cao nhất là bộ phận quản lý từ 40 – 50 tuổi.

Theo giới tính: chủ yếu là lao động nữ vì họ rất phù hợp với các công việc phục vụ ở các bộ phận như bàn, bar, lễ tân, còn nam giới thì thích hợp với các bộ phận như quản lý, bảo vệ, bếp.

Đội ngũ lao động có vai trò rất quan trọng trong việc kinh doanh nhà hàng vì nhân viên là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng. Nhân viên phục vụ có thể làm cho một sản phẩm dịch vụ đạt đến chất lượng tốt nhờ vào quá trình phục vụ của mình. Thái độ và cách phục vụ của nhân viên sẽ tác động tới mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng phục vụ. Khách du lịch không chỉ thỏa mãn về những nhu cầu tiện nghi mà còn đòi hỏi rất cao về tính chuyên nghiệp, trình độ và khả năng của nhân viên. Do vậy một đội ngũ nhân viên có trình độ cao, phẩm chất tốt, hiểu rõ chức năng nhiệm vụ của mình là điều kiện tốt ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, làm cho khách hài lòng, khai thác tối đa khả năng thanh toán của khách, làm tăng doanh thu và lợi nhuận cho nhà hàng.

Lao động trong nhà hàng có: lao động thuộc nghề lễ tân; nghề nấu ăn (chế biến nấu ăn) ; nghề bàn và pha chế đồ uống,... để đánh giá đặc điểm lao động nhóm này có thể thông qua đánh giá đặc điểm lao động của các nghề cơ bản sau:

Lao động thuộc nghề chế biến món ăn: Để có món ăn trang trí đẹp mắt đòi hỏi người đầu bếp phải có kiến thức về thẩm mỹ, kiến thức về sử dụng gia vị, kiến thức về cân bằng âm – dương trong ăn uống và đặc biệt phải có kỹ năng về cắt tỉa, thái, gọt rau củ để trình bày lên đĩa. Khách hàng ngày nay thường quan tâm đến dinh dưỡng trong món ăn và bữa ăn không chỉ ngon miệng mà đảm bảo được sức khỏe.

Lao động thuộc nghề phục vụ ăn uống (phục vụ bàn): Sản phẩm lao động của người phục vụ bàn là các dịch vụ được thể hiện bằng cường độ lao động, và thái độ ứng xử với khách. Một nhà hàng có những nhân viên với kỹ năng nghề nghiệp tinh thông, khả năng giao tiếp tốt, ngoại ngữ giỏi thì chắc chắn sẽ đem lại hiệu quả kinh tế cao và có danh tiếng uy tín lớn. Về mặt nghề nghiệp, đòi hỏi người phục vụ phải biết được những kiến thức cơ bản về trình bày bàn ăn sao cho phù hợp với các món ăn và đồ uống sẽ phục vụ khách như: biết cách phục

vụ các món ăn và đồ uống với những thao tác cơ bản được gọi tắt là bung, bê, gấp, rót; biết cách phục vụ các loại tiệc khác nhau,...

Lao động thuộc nghề pha chế và phục vụ đồ uống (phục vụ bar): Những người này phải có kiến thức về đồ uống tự nhiên và đồ uống pha chế, đồ uống có cồn và đồ uống không có cồn; đồ uống có cồn nhẹ, trung bình và nặng; các dòng rượu nặng cơ bản để pha chế cocktail; các loại cocktail (có hàng nghìn loại cocktail khác nhau), cách pha chế như thế nào? Theo công thức nào? Quy trình như thế nào và trang trí ra sao? Được đựng vào các ly loại nào?

Cơ cấu tổ chức lao động: Là hệ thống các nhiệm vụ, mối quan hệ báo cáo và quyền lực nhằm duy trì sự hoạt động của tổ chức. Cơ cấu tổ chức xác định cách thức phân chia, tập hợp và phối hợp các nhiệm vụ công việc trong tổ chức nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức. Bổ sung thêm: cơ cấu tổ chức càng gọn nhẹ, tinh giản, khoa học thì hiệu quả lao động sẽ càng cao

1.2.3 Thực đơn, chất lượng, chủng loại sản phẩm ăn uống

Thực đơn hay Menu là một bản liệt kê những món dự định sẽ phục vụ trong bữa ăn, bữa tiệc, liên hoan,...trên cơ sở tính toán khoa học nhằm đảm bảo số lượng và chất lượng món ăn phù hợp với tính chất bữa ăn; đồng thời đáp ứng yêu cầu cung cấp dinh dưỡng cho cơ thể và hợp khẩu vị người ăn.

Thông thường, thực đơn được chia thành 3 loại chính, đó là: thực đơn tự chọn (Buffet Menu), thực đơn theo món ăn (A La Carte Menu) và thực đơn theo bữa ăn (Set Menu hay Table D' Hoote Menu). Xây dựng nhiều thực đơn khác nhau sẽ cho khách có nhiều lựa chọn khác nhau. Từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong nhà hàng.

Để có được một thực đơn tốt là rất quan trọng vì nó sẽ ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Thực đơn càng phong phú, đa dạng, có nhiều món ngon của nhiều quốc gia, nhiều món đặc trưng của các vùng miền thì sẽ đáp ứng được nhu cầu của khách du lịch và cả khách trong nước. Như vậy khách hàng đến với nhà hàng sẽ cảm thấy hài lòng và họ sẽ đánh giá cao về chất lượng dịch vụ, sẽ thu hút được nhiều khách hơn tăng thu nhập cho nhà hàng.

Chất lượng và chủng loại sản phẩm ăn uống: Để có được một sản phẩm dịch vụ chất lượng cao thì chủng loại sản phẩm phong phú, đa dạng thôi là chưa đủ. Yêu cầu đặt ra là hàng hóa dịch vụ được sản xuất ra, được nhà hàng cung cấp phải đảm bảo về khối lượng, chất lượng, thời gian, địa điểm, các tiêu chuẩn vệ sinh, về độ an toàn và tiện lợi,... . Đặc biệt là phải phù hợp thói quen tiêu dùng, tâm lý và sở thích của từng đối tượng khách. Chất lượng và chủng loại sản phẩm dịch vụ ăn uống có ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của nhà hàng.

1.2.4 Quy trình phục vụ

Doanh nghiệp cần phải có quy trình phục vụ một cách chuẩn mực và quản lý tốt những vấn đề có thể xảy ra làm ảnh hưởng tới quy trình phục vụ của các bộ phận kinh doanh trong nhà hàng. Nhờ đó mà nhà hàng thiết lập một quy trình phục vụ phù hợp với các yêu cầu đòi hỏi của thị trường khách hàng mục tiêu.

Quy trình phục vụ bao gồm các giai đoạn, các bước để nhân viên có thể phục vụ khách hàng tốt nhất. Tổ chức quy trình phục vụ tốt thì nhân viên làm việc với phong cách phục vụ chuyên nghiệp và hiệu quả hơn, tránh được những sai sót trong khi phục vụ. Khách hàng thấy được nhân viên phục vụ theo một quy trình như thế sẽ đánh giá cao chất lượng phục vụ.

1.2.5 Giải quyết các ý kiến của khách hàng

Bất cứ lúc nào khi người khách phàn nàn, lời phàn nàn phải giải quyết trong một dáng điệu nhà nghề. Mục đích là chỉ những tình huống có khả năng xảy ra

Người phục vụ phải chú ý lắng nghe một cách cẩn thận những lời phàn nàn. Người phục vụ phải lặp lại những dữ kiện bằng một sự tóm tắt và chính xác. Bất kỳ ai sai thì người phục vụ phải tỏ ra một sự hối tiếc thật sự về những điều nhà hàng làm

Những gì xảy ra kể đó phụ thuộc vào tài trí của nhà hàng có liên quan đến sự phàn nàn của khách.

Giải quyết ý kiến khách hàng nhanh chóng là điều cần thiết vì xây dựng hình ảnh một nhà hàng chuyên nghiệp quan trọng hơn là xác định xem lời phàn nàn của khách là đúng hay sai. Khi cả hai bên không đưa ra một tiếng nói chung sẽ dẫn

đến kiện tụng là tổn thời gian của hai bên. Vì vậy, cần phải trả lời phàn nàn của khách càng nhanh càng tốt, như vậy sẽ nâng cao hình ảnh của nhà hàng lên.

Nhà hàng có thể nhận được những lời khiếu nại, phàn nàn từ khách hàng qua đó nhà hàng sẽ hiểu được những nguyên nhân khiến khách hàng không được hài lòng và đó sẽ là cơ hội để cải tiến dịch vụ của nhà hàng để khách hàng được hài lòng hơn.

1.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng

1.3.1 Khái niệm

Nâng cao chất lượng dịch vụ được hiểu đồng nghĩa với cải tiến chất lượng, bởi vì cải tiến chất lượng là toàn bộ những hoạt động nhằm đưa vào chất lượng sản phẩm lên mức cao hơn trước nhằm giảm dần khoảng cách giữa những mong muốn của khách hàng và thực tế chất lượng đạt được, thỏa mãn như cầu của khách hàng ở mức cao hơn.

Theo TCVN ISO 9001: 1996 nâng cao chất lượng dịch vụ là những hoạt động được tiến hành trong toàn tổ chức nhằm không những duy trì mà còn nâng cao hơn nữa hiệu quả và hiệu suất của các hoạt động và quá trình để tạo thêm lợi ích cho cả doanh nghiệp và khách hàng của tổ chức đó.

Vì vậy, nâng cao chất lượng dịch vụ được hiểu là toàn bộ những hoạt động để duy trì và đưa chất lượng dịch vụ lên mức cao hơn trước nhằm thỏa mãn trông đợi của khách và đem lại hiệu quả cho doanh nghiệp.

1.3.2 Nội dung

Theo khái niệm nâng cao chất lượng thì nội dung của nâng cao chất lượng dịch vụ bao gồm hai nội dung chính là duy trì và cải tiến chất lượng thường xuyên.

Dựa trên mô hình quản lý chất lượng dựa vào quá trình, việc nâng cao chất lượng dịch vụ “được thông qua việc sử dụng chính sách chất lượng, mục tiêu chất lượng, kết quả đánh giá, việc phân tích dữ liệu, hành động khắc phục, phòng ngừa và sự xem xét của lãnh đạo” (ISO 9000:2000)

- Duy trì chất lượng: Theo ISO 9001 : 2000, việc duy trì chất lượng dịch vụ tập trung vào hai nội dung chính là các hoạt động phục hồi và phòng ngừa.

Hoạt động phục hồi.

Mặc dù chiến lược của nhiều doanh nghiệp là thực hiện một nền văn hóa dịch vụ không sai sót bằng các chương trình cải tiến không ngừng, nhưng sự sai sót là khó tránh khỏi. Việc sửa chữa lỗi dịch vụ của các doanh nghiệp chính là các hoạt động khắc phục hay còn gọi là sự phục hồi dịch vụ. Quá trình khắc phục đạt hiệu quả sẽ phục hồi sự tin cậy và nó cũng tạo ra cơ hội củng cố hơn nữa lòng trung thành của khách nếu việc phục hồi chuẩn bị chu đáo và thực hiện tốt. Điều này hết sức quan trọng vì tâm lý của khách thường chú ý tối thiểu đến sự trôi chảy, nhưng họ lại rất chú ý đến sự sai hỏng của dịch vụ.

Để thực hiện phục hồi dịch vụ, hai tác giả Berry và Parasuraman đã hướng dẫn những nội dung chính như sau:

Tạo điều kiện thuận lợi nhất cho việc trao đổi thông tin khi khách hàng không thỏa mãn

Các doanh nghiệp cần tạo cho khách hàng dễ dàng tiếp cận với các cá nhân như việc cung cấp số điện thoại nóng, miễn phí và đảm bảo rằng sẵn sàng có ai đó để giải quyết khiếu nại của khách hàng. Nhân viên phục hồi cần được đào tạo, trao quyền để tích cực giải quyết vấn đề, không được trốn tránh trách nhiệm.

Để có thông tin, để biết được suy nghĩ của khách có thể bằng nhiều cách:

Thông tin từ người phục vụ trực tiếp

Thu thập ý kiến từ hội nghị khách hàng

Thu thập ý kiến bằng các phiếu trưng cầu ý kiến cá nhân phát cho khách hàng hoặc phỏng vấn trực tiếp

Thu thập ý kiến từ các hội thảo và từ các hội chợ triển lãm

Thu thập từ các tạp chí tiếp thị, kinh tế,...

V.v...

Biến sự phục hồi thành cơ hội diễn tả sự quan tâm tới khách hàng.

Các doanh nghiệp cần phân bổ nguồn nhân lực thích đáng để biến sự phục hồi thành cơ hội diễn tả sự quan tâm tới khách hàng. Có những doanh nghiệp trao quyền cho nhân viên để làm khách hài lòng. Khi thực hiện những kiểu phục hồi

như vậy khách hàng sẽ hài lòng, chắc chắn những sai sót về dịch vụ nhanh chóng qua đi và ấn tượng được quan tâm đặc biệt sẽ được lưu giữ mãi trong lòng khách.

Nghiên cứu các phàn nàn của khách hàng.

Nhiều điều tra đã chỉ ra rằng có rất đông khách hàng không phàn nàn bởi vì họ không tin rằng nó sẽ được làm khác đi. Khi đó các trông đợi của khách hàng sẽ không được đáp ứng và họ đi kiếm dịch vụ ở những doanh nghiệp kinh doanh ăn uống khác. Trông đợi của khách hàng không ngừng thay đổi theo thời gian, các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống phải tiến hành nghiên cứu khách hàng một cách thường xuyên, định kỳ. Thông tin phản hồi từ đội ngũ nhân viên phải là một quá trình tiếp diễn liên tục làm cơ sở cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

Với mỗi điểm thất bại giả định, doanh nghiệp cần phải tìm ra các nguyên nhân rồi đưa ra các biện pháp phục hồi sau đó tiến hành đào tạo nhân viên. Bằng cách đó khi gặp phải sự cố thì các nhân viên sẽ đối phó một cách hết sức chủ động, khi đó chất lượng dịch vụ nhanh chóng được phục hồi. Tuy nhiên, việc dự đoán tất cả các sai sót rất khó nhưng doanh nghiệp cần phải cố gắng dự đoán những điểm thất bại cơ bản nhất để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ.

Không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống

Để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ các doanh nghiệp cần xây dựng một chương trình cải tiến chất lượng phù hợp cần xác định được bốn nguyên tắc cơ bản của việc nâng cao chất lượng dịch vụ:

Một là, xác định chất lượng là trước hết chứ không phải là lợi nhuận. Các doanh nghiệp cần xác định mục tiêu của mình được bắt đầu bằng lợi ích của dịch vụ đem lại cho khách hàng chứ không phải bằng lợi nhuận tài chính. Điều này thể hiện rất rõ trong mô hình quản lý mới (MBP), mô hình hướng tới chất lượng, coi thỏa mãn của khách hàng là mục tiêu cao chất lượng của một tổ chức. Mọi tác động quản lý đều hướng tới khách hàng chứ không phải là người sản xuất.

Hai là, coi trọng chất lượng đội ngũ lao động, cần áp dụng các biện pháp thích hợp để huy động hết tài năng của mọi người nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ba là, nâng cao chất lượng dịch vụ phải được giải quyết một cách tổng thể, đầy đủ các mặt, các khâu, mọi nơi, mọi lúc của quá trình hình thành chất lượng, từ việc nghiên cứu nhu cầu, trông đợi của khách hàng để định ra các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ đến việc thiết kế, sản xuất và cung ứng dịch vụ.

Bốn là, kiểm tra với mục đích hạn chế và ngăn chặn sai sót, tìm ra biện pháp khắc phục nhằm không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ.

Trên cơ sở nguyên tắc đó, các doanh nghiệp cần xây dựng cho mình một chương trình nâng cao chất lượng dịch vụ thích hợp với nội dung.

1.3.3 Ý nghĩa của nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng

Nâng cao chất lượng dịch vụ được hiểu đồng nghĩa với cải tiến chất lượng, bởi vì cải tiến là toàn bộ những hoạt động nhằm đưa chất lượng sản phẩm lên mức cao hơn trước nhằm giảm dần khoảng cách giữa những mong muốn của khách hàng và thực tế chất lượng đạt được, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng ở mức cao hơn.

Đối với khách hàng: Việc nâng cao chất lượng sẽ làm thỏa mãn ngay từ đầu nhu cầu của khách hàng. Khi sản phẩm dịch vụ vượt mức trông đợi của khách hàng sẽ khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ nhiều lần hơn, ngoài ra họ sẽ tuyên truyền cho những người xung quanh.

Đối với doanh nghiệp: Từ chất lượng dịch vụ sẽ tạo nên uy tín, danh tiếng cho doanh nghiệp, thu hút khách hàng tiềm năng và đó chính là cơ sở cho sự tồn tại lâu dài của doanh nghiệp.

Chất lượng dịch vụ giúp gia tăng lợi nhuận cho nhà hàng. Chất lượng dịch vụ cao sẽ giữ chân được khách hàng cũ và tạo ra nhiều khách hàng mới, điều đó sẽ làm giảm chi phí marketing và phí quảng cáo.

Chất lượng dịch vụ giúp tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán hợp lý trên thị trường. Nhiều nhà hàng đã coi trọng việc nâng cao chất lượng sản phẩm của mình hơn so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, nâng cao chất lượng mà vẫn giữ được uy tín, danh tiếng tức là nhà hàng đã đạt được một vị thế cao trên thị trường.

Đối với xã hội: Việc doanh nghiệp kinh doanh phát triển tốt sẽ góp phần làm tăng kinh tế đất nước, đem lại nguồn thu nhập cho người lao động, cải thiện đời sống của nhân dân, thu hút khách du lịch nước ngoài đến với Việt Nam.

1.4 Đo lường chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng

1.4.1 Khái niệm

Vì đặc tính của dịch vụ là vô hình, nên rất khó đo lường chất lượng và nó được định nghĩa bằng nhiều cách khác nhau tùy thuộc vào đối tượng và môi trường nghiên cứu. Chất lượng dịch vụ có thể được xem như là mức độ đáp ứng của dịch vụ với nhu cầu hoặc mong đợi của khách hàng, hoặc là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi sử dụng qua dịch vụ.

1.4.2 Phương pháp đo lường

Phương pháp đo lường căn cứ vào đánh giá của các chuyên gia

Phương pháp chuyên gia là phương pháp sử dụng trí tuệ của đội ngũ chuyên gia có trình độ cao của một chuyên ngành để xem xét, nhận định bản chất một sự kiện khoa học hay thực tiễn phức tạp, để tìm ra giải pháp tối ưu cho các sự kiện đó hay đánh giá một sản phẩm khoa học.

Trong giáo dục, đó là phương pháp thu thập thông tin khoa học, nhận định, đánh giá một sản phẩm khoa học giáo dục, bằng cách sử dụng trí tuệ một đội ngũ chuyên gia giáo dục có trình độ cao, ý kiến của từng người sẽ bổ sung lẫn nhau, kiểm tra lẫn nhau cho ta một ý kiến đa số, khách quan về một vấn đề giáo dục.

Phương pháp đo lường dựa vào sự thỏa mãn khách hàng

Mỗi một chỉ số hài lòng của khách hàng là một hình ảnh doanh nghiệp được ghi lại tại thời điểm. Nhưng quan điểm người tiêu dùng và quá trình sử dụng dịch vụ sản phẩm cũng thay đổi liên tục. Chính vì thế sự hài lòng của khách hàng cũng luôn thay đổi. Đó chính là lý do tại sao đánh giá sự hài lòng của khách hàng phải là một quá trình liên tục.

Với câu hỏi được đặt ra là “*Bạn cảm thấy như thế nào khi sử dụng dịch vụ/ sản phẩm của chúng tôi*”, doanh nghiệp có thể khảo sát khách hàng ngay quá trình trải nghiệm dịch vụ sản phẩm theo phương thức truyền thống phiếu điều tra hoặc công nghệ hiện đại như hệ thống tablet, wifi lắp đặt các phần mềm rating. Từ đó,

các nhà quản lý sẽ nắm được mức độ hài lòng chung của khách hàng. Tổng hợp, phân tích và đánh giá số liệu hài lòng khách hàng từ tổng quan đến chi tiết. Đây chắc chắn là điều mà bất cứ một doanh nghiệp nào cũng phải thực hiện để phát triển thành công trên con đường kinh doanh vững bền.

Các phương pháp khác: so sánh chất lượng dịch vụ của hãng với dịch vụ của hãng tốt nhất, tham dự các giải thưởng trong nước và quốc tế,...

Trên thế giới các phương pháp kể trên vẫn còn đang sử dụng, nhưng phổ biến và đem lại hiệu quả hơn cả là phương pháp đo lường căn cứ vào sự thỏa mãn của khách hàng. Đại diện cho phương pháp này là hai phương pháp SERVQUAL của A.Parasuraman, Valarie A.Zeithaml, Leonard L.Berry (1998) và phương pháp của Tomy D.Anderson (1994).

Các tác giả của phương pháp này đã đưa ra một qui mô nhiều khoản mục gọi là SERVQUAL cho việc đo lường năm chỉ tiêu của chất lượng dịch vụ: Sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm, tính hữu hình trên cơ sở khoảng cách giữa dịch vụ trông đợi và dịch vụ cảm nhận của khách hàng hay còn gọi là lỗ hổng chất lượng dịch vụ.

SERVQUAL là công cụ được phát triển chủ yếu với mục đích đo lường chất lượng dịch vụ trong marketing. Thang đo này được thừa nhận là có độ tin cậy cao và chứng minh tính chính xác trong nhiều ngành dịch vụ khác nhau: nhà hàng, khách sạn, bệnh viện, trường học, hàng không,... Lý do bởi thang đo này hoạt động dựa trên sự cảm nhận của chính khách hàng sử dụng dịch vụ.

Mặc dù là một công cụ đo lường chất lượng dịch vụ khoa học song cũng hết sức phức tạp, để áp dụng SERVQUAL vào nước ta cần những điều kiện cơ bản sau:

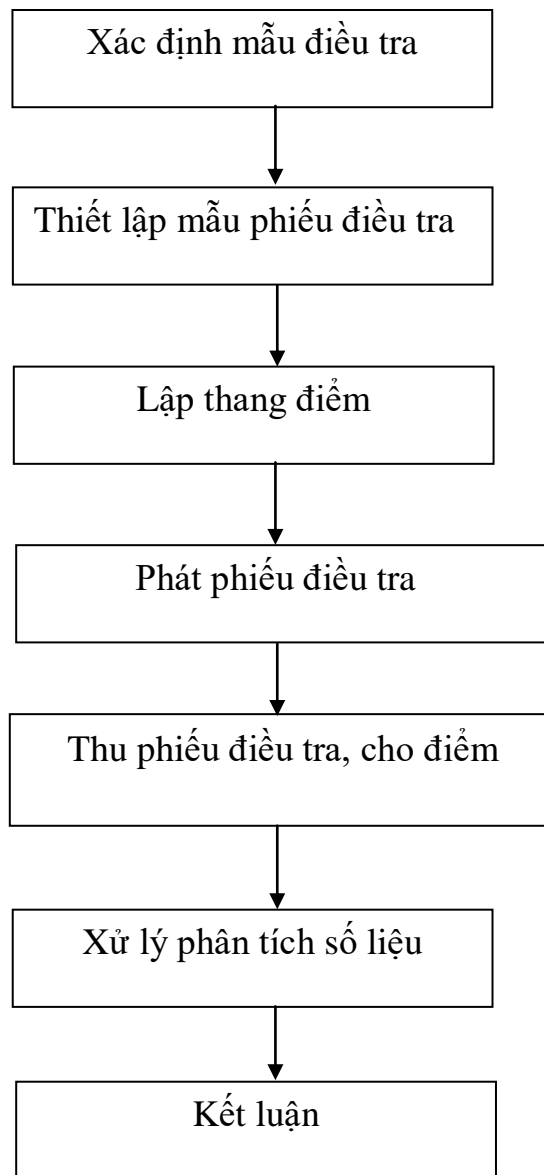
Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ và khách hàng phải có những hiểu biết nhất định về dịch vụ

Phải có các công ty tư vấn dịch vụ hoặc cơ quan đo lường riêng về chất lượng dịch vụ để đánh giá hiệu lực của SERVQUAL và tìm cách áp dụng chúng vào nước ta

Trên cơ sở phê phán phương pháp SERVQUAL và bằng việc sử dụng các học thuyết kinh tế học, thống kê học và tâm lý học Tommy D. Anderson đã đưa ra một mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ vào năm 1994. Trong phương pháp này tác giả đo lường các nguyên nhân cũng như kết quả của chất lượng dịch vụ. Sự sẵn sàng thanh toán của khách hàng được coi là thước đo thỏa đáng nhất cho các nguyên nhân và kết quả của chất lượng dịch vụ.

Ở nước ta hiện nay, với rất nhiều lý do khác nhau nên các phương pháp trên chưa được sử dụng rộng rãi để đo lường chất lượng dịch vụ tại các nhà hàng. Để phù hợp với điều kiện nước ta và có thể thực hiện được, chúng ta có thể áp dụng phương pháp đơn giản hơn nhưng cũng hết sức hiệu quả là phương pháp đo lường dịch vụ căn cứ vào sự thỏa mãn chung của khách hàng và nhà cung ứng về chất lượng dịch vụ. Phương pháp này bao gồm các bước được thể hiện ở sơ đồ.

Sơ đồ 1.1: Sơ đồ mô hình phương pháp đo lường căn cứ vào sự thỏa mãn chung của khách hàng và nhà cung ứng.



Như vậy, ở đây có hai đối tượng cần điều tra về sự đánh giá chất lượng dịch vụ, đó là nhà cung ứng dịch vụ và khách hàng.

Thang đo SERVQUAL đo lường chất lượng dịch vụ dựa trên sự cảm nhận bởi chính các khách hàng sử dụng dịch vụ. Bất kì dịch vụ, chất lượng dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng có thể có 10 thành phần:

Tin cậy: nói lên khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu

Đáp ứng: nói lên sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp các dịch vụ cho khách hàng

Năng lực phục vụ: nói lên trình độ chuyên môn để thực hiện dịch vụ. Khả năng phục vụ biểu hiện khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng, nhân viên trực tiếp thực hiện dịch vụ, khả năng nghiên cứu để nắm bắt thông tin liên quan cần thiết cho việc phục vụ khách hàng.

Tiếp cận: liên quan đến việc tạo mọi điều kiện dễ dàng cho khách hàng trong việc tiếp cận dịch vụ như rút ngắn thời gian chờ đợi cho khách hàng, địa điểm phục vụ và giờ mở cửa

Lịch sự: nói lên tính cách phục vụ niềm nở, tôn trọng và thân thiện với khách hàng của nhân viên

Thông tin: liên quan đến việc giao tiếp, thông đạt cho khách hàng bằng ngôn ngữ mà họ hiểu biết dễ dàng và lắng nghe về những vấn đề liên quan đến họ như giải thích dịch vụ, chi phí, giải quyết khiếu nại thắc mắc.

Tín nhiệm: nói lên khả năng tạo lòng tin cho khách hàng, làm cho khách hàng tin cậy vào công ty. Khả năng này thể hiện qua tên tuổi và tiếng tăm của công ty, nhân cách của nhân viên phục vụ giao tiếp trực tiếp với khách hàng.

An toàn: liên quan đến khả năng bảo đảm sự an toàn cho khách hành, thể hiện sự an toàn về vật chất, tài chsinh, cũng như bảo mật thông tin.

Hiểu biết khách hàng: thể hiện qua khả năng hiểu biết và nắm bắt nhu cầu của khách hàng thông qua việc tìm hiểu những đòi hỏi của khách hàng, quan tâm đến cá nhân họ và nhận dạng được khách hàng thường xuyên.

Phượng tiện hữu hình: thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên phục vụ, các trang thiết bị hỗ trợ.

Mô hình mười thành phần chất lượng dịch vụ nêu trên có ưu điểm là bao quát hầu hết mọi khía cạnh dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình này có nhược điểm là phức tạp trong việc đo lường. Hơn nữa mô hình này mang tính chất lý thuyết, có thể sẽ có nhiều thành của mô hình chất lượng dịch vụ không đạt được giá trị phân biệt. chính vì vậy các nhà nghiên cứu đã nhiều lần kiểm định mô hình này và đi đến kết luận thang đo SERVQUAL gồm năm thành phần cơ bản đó là: tiếp cận, đáp ứng, năng lực phục vụ, hiểu biết khách hàng, phương tiện hữu hình

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã trình bày cơ sở lý luận cho đề tài khóa luận “**Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng**”. Ở chương 1 này em đã nêu ra khái niệm liên quan đến chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng và chất lượng đo lường trong kinh doanh nhà hàng. Đây sẽ là cơ sở để tác giả tìm hiểu và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ trong chương 2.

Chương 2

THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG

2.1 Khái quát chung về nhà hàng Hải Đăng

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển

Nhà hàng Hải Đăng thành lập từ tháng 12 năm 2007, hướng đến những sản phẩm – dịch vụ cao cấp với mục tiêu mang đến cho khách hàng những trải nghiệm về chất lượng hoàn hảo và đẳng cấp khác biệt. Trải qua những nỗ lực và đổi mới không ngừng, đến nay, công ty đã tạo dựng được một hệ thống cơ sở vật chất quy mô, sang trọng với đa dạng các loại hình kinh doanh gồm: trung tâm hội nghị tiệc cưới, nhà hàng ẩm thực, bar cafe, hầm rượu, trung tâm thể thao và chăm sóc sức khỏe, trung tâm thương mại xuất nhập khẩu, trung tâm du lịch quốc tế và nội địa, phòng vé máy bay,... hiện đã có mặt trên toàn quốc. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ, nhân viên nhà hàng Hải Đăng cũng được đào tạo bài bản, phong cách chuyên nghiệp đáp ứng những yêu cầu khắt khe của khách hàng và thị trường hiện đại.

Trải qua 12 năm, giờ đây nhà hàng Hải Đăng ngày càng phát triển không chỉ ở Hải Phòng mà còn có các thành phố khác và có rất nhiều dịch vụ dành cho khách hàng:

Trung tâm hội nghị tiệc cưới

Với hệ thống trung tâm hội nghị tiệc cưới hiện đại, sang trọng, ấm cúng và lịch sự, đặc biệt với đội ngũ nhân viên năng động và chuyên nghiệp, hệ thống trung tâm Hội nghị Tiệc cưới Hải Đăng chính là sự lựa chọn tuyệt vời cho ngày của bạn.

Hệ thống nhà hàng – bar

Nét đặc sắc của hệ thống nhà hàng – bar Hải Đăng chính là những mô hình kiến trúc độc đáo, sang trọng với thiết kế hiện đại. Nhà hàng luôn chinh phục

khách hàng bằng phong cách ẩm thực sáng tạo với nguồn thực phẩm tươi ngon, phong phú được lựa chọn kỹ lưỡng...

Tiệc dã ngoại

Hiện nay, xu hướng tiệc dã ngoại đã dần trở thành trào lưu trong những dịp nghỉ lễ hay cuối tuần. Việc thưởng thức ẩm thực đặc biệt là tiệc nướng trong không gian vô cùng xanh mát của Hải Đăng sẽ đem lại những giây phút thư giãn, những trải nghiệm thú vị và sự gắn kết giữa mọi người.

Trung tâm lữ hành quốc tế

Trung tâm điều hành hướng dẫn Du lịch Hải Đăng là đơn vị được cấp Giấy phép Lữ hành Quốc tế của Tổng cục Du lịch Việt Nam, hoạt động chuyên nghiệp trên các lĩnh vực: tổ chức tour quốc tế và nội địa, kinh doanh vận tải hành khách, các sản phẩm liên quan đến du lịch, dịch vụ...

Trung tâm thương mại

Nhà hàng Hải Đăng là nhà nhập khẩu và phân phối thực phẩm, đồ uống có uy tín tại Hải Phòng. Chính sách bán hàng của nhà hàng bao gồm cả bán buôn và bán lẻ với dịch vụ nhanh chóng, cam kết chất lượng và nhiều chương trình ưu đãi...

Trung tâm luyện tập thể thao và chăm sóc sức khỏe

Đến Trung tâm chăm sóc sức khỏe và luyện tập thể thao Sao Mai, Quý khách sẽ được tận hưởng các dịch vụ hiện đại, hoàn hảo như dịch vụ xông hơi, Thai Massage cao cấp và trải nghiệm những thiết bị thể hình khoa học tại phòng tập gym chuyên nghiệp của nhà hàng.

Trụ sở chính

- Số 19-21-35 Trần Khánh Dư, Ngô Quyền, Hải Phòng
- T:(0225)3.831.555 – F: (0225)3.628.666
- Hotline: 088.959.1818
- Web: <http://haidangplaza.com>

Văn phòng chi nhánh Hà Nội

- 24 Trần Thái Tông, Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội
- T: 0904.275.768

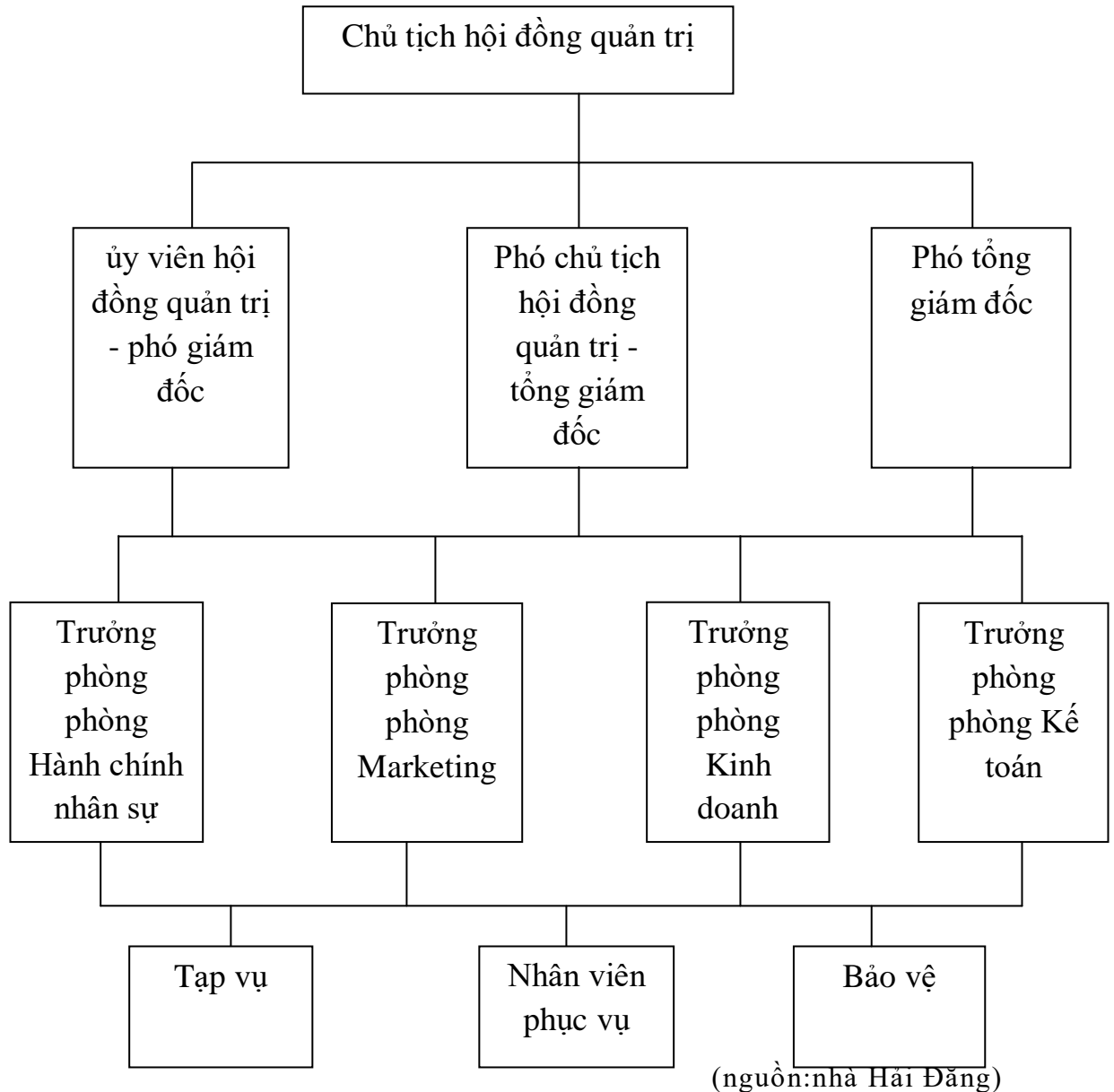
- Hotline: 08888.666.16

Chi nhánh Hồ Chí Minh

- 653 Lê Hồng Phong, phường 10, quận 10, HCM
- T: (028)6.2741.876
- Hotline:0903.214.196

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của nhà hàng

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhân sự nhà hàng Hải Đăng



Các ban lãnh đạo

Ban lãnh đạo bao gồm 4 người, họ là người điều hành kinh doanh hằng ngày của nhà hàng, chịu trách nhiệm trước pháp luật, thực hiện quyền và nghĩa vụ của mình.

Phòng hành chính nhân sự:

Phòng hành chính nhân sự gồm 5 người, phòng có vai trò quan trọng để nhà hàng hoạt động có hiệu quả, tuyển dụng nhân sự là một vấn đề khó nhưng phục vụ như thế nào còn khó hơn.

Phòng marketing

Phòng marketing gồm 6 người, bộ phận Marketing là phần không thể thiếu trong bất kỳ công ty, doanh nghiệp nào. Họ là những nhân tố quan trọng góp phần thúc đẩy thương hiệu phát triển, tăng doanh thu, thương hiệu cho doanh nghiệp.

Phòng kinh doanh:

Phòng kinh doanh gồm 6 người, nhiệm vụ của phòng kinh doanh thực hiện xây dựng chiến lược, kế hoạch ngân sách hàng năm, kế hoạch công việc của phòng từng tháng để trình Tổng giám đốc phê duyệt.

Phòng kế toán:

Phòng kế toán có nhiệm vụ tham mưu cho ông giám đốc xây dựng xây dựng quy chế quản lý tài chính và quy chế chi tiêu nội bộ. Trực tiếp thực hiện các chế độ, chính sách kế toán, tài chính, thống kê. Thực hiện thanh toán tiền lương và các chế độ khác cho người lao động;

2. 2 Tình hình hoạt động kinh doanh ăn uống tại nhà hàng Hải Đăng

2.2.1 Thị trường khách

Khách quốc tế:

Hiện nay thị trường khách nước ngoài đến Hải Phòng để du lịch và công tác nhiều hơn so với nhiều năm trước chủ yếu là Trung Quốc và Hàn Quốc. Các khách nước ngoài họ thường đi theo đoàn, chính vì thế để đáp ứng được nhu cầu của khách nước ngoài nhà hàng Hải Đăng đã cùng với đầu bếp và những ý kiến của khách hàng cho ra những món ăn sáng tạo hơn, cung cấp nhiều món ăn mới lạ như món ăn kết hợp nét văn hóa ẩm thực giữa phương Đông và phương Tây. Nhà hàng được xây dựng có tính chủ đề rõ nét như nhà hàng Việt Nam, Nhật Bản ,hầm rượu mang phong cách của Anh Quốc,...

Chỉ có một số ít khách du lịch nước ngoài là đi lẻ đến với nhà hàng, thường khách du lịch họ sẽ đến vào tháng 5 cho đến tháng 8, còn đối với khách đi công tác thì không có tháng nào cố định. Khách du lịch và khách đi công tác họ sẽ chọn cho mình những dịch vụ cao cấp hay những món ăn đắt tiền.

Khách nội địa:

Chủ yếu là khách ở nội thành Hải Phòng đặt tiệc cưới tại nhà hàng với số lượng khách lớn sẽ góp phần tăng doanh thu cho nhà hàng, còn khách đi lẻ thì là khách du lịch hay khách đi công tác hoặc đi cùng gia đình thì ít hơn, độ tuổi của khách lẻ sẽ từ 30 – 40 tuổi và có khả năng thanh toán cao.

Về căn bản, có hai loại thị trường mà nhà hàng muốn khai thác triệt để, đó là người tiêu dùng cá nhân và doanh nghiệp. Ngoài những thị trường khách nói trên thì mục tiêu mà Hải Đăng muốn hướng đến đó là mở thêm nhiều cơ sở ở các thành phố lớn nơi có nhiều khách du lịch đến Việt Nam, thị trường các nước Đông Nam Á như Thái Lan, Lào, Singapore,... và các nước khu vực Châu Âu và Châu Mỹ. Đó là những khu vực khách đầy tiềm năng để khai thác và sẽ khai thác những khách thu nhập vừa đến những khách có thu nhập cao. Khách hàng khi đến ăn ở nhà hàng Hải Đăng phần lớn là khách trong nước chiếm khoảng 60% tổng lượng khách, còn khách quốc tế chiếm ít hơn khoảng 40% tổng lượng khách đến với nhà hàng.

Về lượng khách

Bảng 2.1 bảng thống kê lượng khách từ năm 2015 – 2018

Năm	2015	2016	2017	2018
Tổng lượng khách	53.938	64.827	80.762	93.386

(Nguồn: nhà hàng Hải Đăng)

Qua bảng số liệu trên ta có thể thấy vào năm 2015 - năm có ý nghĩa to lớn và quan trọng, năm cuối thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2011-2015 đã khép lại. Kinh tế đất nước năm 2015 tăng rõ rệt về tất cả các ngành nhưng với ngành du lịch vẫn chưa tăng rõ rệt nên lượt khách không tăng mạnh so với năm 2014. Năm 2016 ngành du lịch nước ta phát triển mạnh mẽ

lượng khách vào nước ta du lịch nhiều hơn chính vì thế lượt khách của nhà hàng cũng tăng hơn so với 2015 là 1,2 lần. năm 2017 là một năm có mức tăng GDP ấn tượng nhất, cao nhất trong 6 năm qua. Vì thế lượt khách đến với nhà hàng tăng cao hơn 1,2 lần so với năm 2016. Năm 2018 nhà hàng có rất nhiều khách không chỉ đặt tiệc trong nhà hàng mà có nhiều khách đặt tiệc ngoài trời nên lượng khách tăng hơn năm 2017 là 1,1 lần.

Khách hàng đến với Hải Đăng phần lớn là khách bình dân trở lên. Vì vậy, ban giám đốc đã mở thêm khu tổ chức tiệc cưới với nhiều mức giá, tùy thuộc vào khách hàng mà chọn cho mình một sự lựa chọn hoàn hảo vừa với túi tiền.

2.2.2 Doanh thu

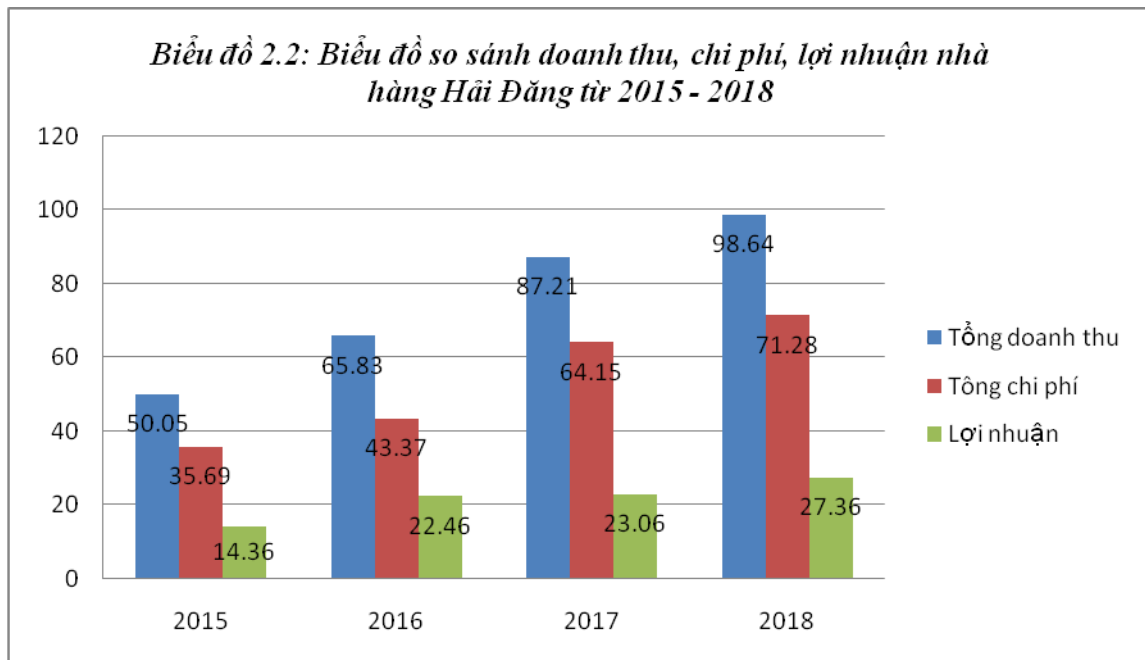
Về doanh thu, lợi nhuận

Bảng 2.2: Bảng báo cáo doanh thu của nhà hàng Hải Đăng

Đơn vị tính: tỷ đồng

Năm	2015	2016	2017	2018	Tốc độ tăng so với năm trước	
					2016/2015	2018/2017
Tổng doanh thu	50.05	65.83	87.21	98.64	Tăng 1,3 lần	Tăng 1,1 lần
Tổng chi phí	35.69	43.37	64.15	71.28	Tăng 1,2 lần	Tăng 1,1 lần
Lợi nhuận	14.36	22.46	23.06	27.36	Tăng 1,5 lần	Tăng 1,1 lần

(Nguồn: Nhà hàng Hải Đăng)



Từ số liệu ở bảng 2.2 và sơ đồ 2.2 ta có thể thấy doanh thu cũng như lợi nhuận của nhà hàng tăng dần qua các năm. Điều đó chứng tỏ sự quản lý hiệu quả của ban lãnh đạo cùng với sự nỗ lực của toàn thể nhân viên. Nếu như năm 2015 tổng doanh thu đạt 50.05 tỷ đồng thì đến năm 2016 tổng doanh thu đã tăng lên 65.83 tỷ đồng, tăng 15.78 tỷ đồng so với năm 2015. Đến năm 2017 tổng doanh thu là 87.21 tỷ đồng nhiều hơn năm 2016 là 18.38 tỷ đồng. Đến năm 2018 do nhà hàng có nhiều chương trình khuyến mãi, tặng quà tặng nên doanh thu trong năm 2018 tăng lên đến 98.64 tỷ đồng nhiều hơn năm 2017 là 11.43 tỷ đồng. Từ đây ta có thể thấy tổng doanh thu càng về sau càng tăng, nhưng tổng chi phí phải chi cũng tăng không kém. Vì vậy muốn nâng cao lợi nhuận cho nhà hàng thì phải nâng cao chất lượng dịch vụ để thu hút khách và giảm chi phí

2.3 Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng Hải Đăng

2.3.1 Vị trí, cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng

Vị trí của nhà hàng

Nhà hàng Hải Đăng tọa lạc tại Số 19 Trần Khánh Dư, Ngô Quyền, Tp Hải Phòng cách trung tâm thành phố khoảng 1 km rất thuận tiện cho việc đi lại của khách hàng. Nằm trên con đường trung tâm của thành phố nên rất thuận tiện trong việc đi lại của khách hàng với đường 2 chiều, dân cư đông đúc nhiều người qua lại, giao thông thuận lợi đường to rộng thuận tiện cho xe ô tô đi, đi từ

xa cũng có thể nhìn thấy biển của nhà hàng. Nhà hàng Hải Đăng chuyên phục vụ tiệc cưới, hội nghị, sinh nhật, hội thảo, tiệc ngoài trời, họp mặt khách lẻ và khách tiệc cung cấp dịch vụ ẩm thực ăn uống. Với diện tích lên đến 20000m² và được bao quanh bởi rất nhiều cây xanh.

Nhìn chung vị trí của nhà hàng rất thuận lợi cho việc kinh doanh, tầm nhìn tốt khách hàng dễ dàng nhìn thấy nhà hàng, đây là điểm thuận lợi rất lớn của nhà hàng.

Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng:

Toàn bộ trang thiết bị trong nhà hàng đều được trang bị đầy đủ chủng loại và số lượng có thể đáp ứng nhu cầu phục vụ vào mùa đông khách với số lượng lớn. Đối với một nhà hàng như Hải Đăng thì hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như trang thiết bị, máy móc hiện có trong nhà hàng để phục vụ cho nhu cầu ăn uống của du khách là rất đầy đủ và hợp lí, đặc biệt thị trường là khách trong nước, khách quốc tế - họ là những người có khả năng chi trả cao nhưng lại cũng đòi hỏi rất khắt khe về chất lượng dịch vụ nên với một lượng lớn về trang thiết bị, máy móc như trên nhưng cũng đảm bảo về mặt tiêu chuẩn sẽ đáp ứng tốt nhu cầu ăn uống đa dạng của khách. Khu vực chế biến của nhà hàng được bố trí một cách hợp lí, chiếm 1/3 trong tổng diện tích nhà hàng, giữa khu vực phòng ăn và khu vực chế biến được ngăn cách bởi một cánh cửa đảm bảo khách không thể nhìn thấy được khi dùng bữa, vừa đảm bảo sự thuận tiện cho nhân viên khi phục vụ khách. Toàn bộ nhà hàng đều được trang bị đầy đủ các dụng cụ, trang thiết bị cần thiết. Các loại trang thiết bị bên trong cũng như bên ngoài nhà hàng rất đa dạng và phong phú. Trang thiết bị, máy móc sử dụng cũng như các dụng cụ ăn uống của nhà hàng đều gắn liền với mức độ hiện đại của khách sạn. Trang thiết bị trong nhà hàng được trang bị đầy đủ và hiện đại phù hợp với kiến trúc xây dựng của nhà hàng. Bàn ăn được trang trí khá đẹp với các màu chủ đạo: khăn trải bàn là màu trắng và phủ lên trên một khăn trang trí màu vàng làm nổi bật khung cảnh của nhà hàng. Tuy nhiên, cách trang trí được thay đổi hàng ngày tùy vào tính chất bữa tiệc tạo cho khách một cảm giác mới lạ, không gây nhàm chán, đơn điệu. Quầy bar là nơi phục vụ các đồ uống cho khách với thực đơn đồ uống đa dạng về chủng loại khách có thể lựa chọn phù hợp với sở thích của

minh và khả năng chi trả. Nhưng bàn ghế ở khu vực quầy Bar được thiết kế với kiểu dáng khác so với bàn ghế phục vụ các bữa ăn cho khách

Nhà hàng Hải Đăng có lợi thế là có diện tích lớn 20000m² chính vì thế ngoài các phòng tổ chức tiệc cưới ra thì nhà hàng còn có các loại phòng dành cho khách quan trọng (phòng VIP – 15 phòng), phòng đa năng có sức chứa khoảng 30 khách (5 phòng) đó là những phòng cho những vị khách muốn có sự riêng tư, yên tĩnh. Bãi đỗ xe của nhà hàng có diện tích rộng trải đều xung quanh nhà hàng có sức chứa lên đến khoảng 50 xe ô tô 4 – 7 chỗ.

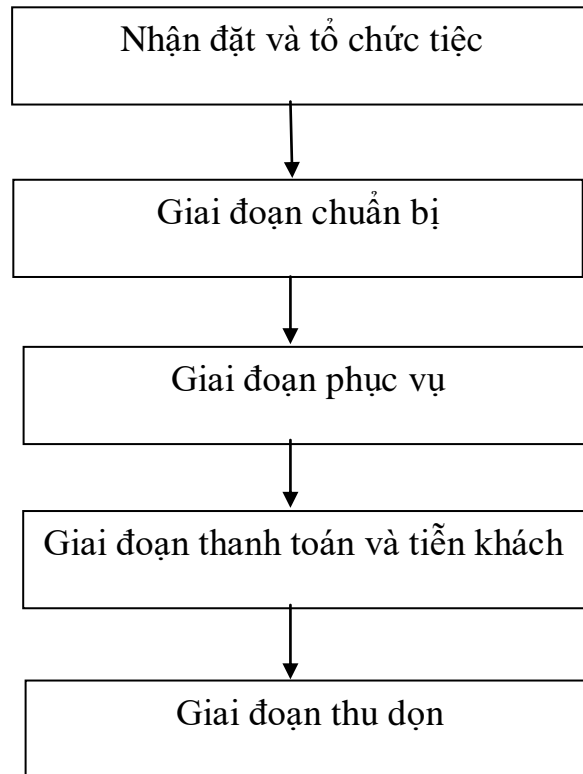
Nhìn chung cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng đầy đủ trang thiết bị cơ bản, phần lớn trang thiết bị đều hiện đại tuy nhiên vẫn cần phải đầu tư thêm để phục vụ tốt hơn

Bảng 2.3 thống kê các trang thiết bị của nhà hàng

Stt	Trang thiết bị	Số lượng	Hiện trạng sử dụng
1	Bàn ăn	210	Tốt
2	Ghế	1700	Tốt
3	Dao, đĩa, thìa, đũa	2000	Tốt
4	Ly, cốc	500	Tốt
5	Bát	2000	Tốt
6	Máy điều hòa	30	Tốt
7	Chậu hoa, cây cảnh	15	Tốt
8	Đèn chiếu sáng	30	Tốt
9	Máy tính	2	Tốt
10	Ti vi	3	Tốt
11	Điện thoại	2	Tốt
12	Máy pha chế	2	Tốt
13	Máy sinh tố	5	Tốt
14	Khăn bàn, khăn trang trí	500	Tốt
15	Gạt tàn thuốc	10	Tốt
16	Tủ lạnh	10	Tốt
17	Và một số dụng cụ khác		Tốt

2.3.2 Quy trình phục vụ của nhà hàng

Sơ đồ 2.3: Sơ đồ quy trình phục vụ tiệc của nhà hàng Hải Đăng



Giai đoạn nhận đặt và tổ chức tiệc

Quy trình nhận đặt tiệc: Công việc này sẽ do quản lý của nhà hàng Hải Đăng đảm trách và sẽ chịu hoàn toàn trách nhiệm trước lãnh đạo của nhà hàng Hải Đăng.

Chào hỏi khách

Mời khách ngồi, lấy nước mời khách

Hỏi thăm lý do đến liên hệ phòng tiệc

Nếu đặt giữ chỗ hỏi trước những thông tin sau:

Ngày tháng năm, giờ tổ chức (dương/âm lịch)

Số bàn dự định tổ chức (để sắp xếp cho từng khu vực)

Kiểm tra số liệu có đáp ứng được nhu cầu của khách không

Nếu không còn chỗ, thực hiện quy trình sau:

Thuyết phục khách dời ngày hoặc dời buổi tổ chức

Cập nhật thông tin khách hàng (tên, số điện thoại) để trong trường hợp nếu có tiệc hoặc thay đổi thì liên hệ với khách

Nếu còn chỗ thực hiện quy trình sau:

Dẫn khách xem mặt bằng.

Giới thiệu dịch vụ (giá thực đơn, phần ưu đãi, dịch vụ,...). Diễn giải ngắn gọn xúc tích cho khách hiểu.

Khi khách đã hài lòng và đồng ý, viết thỏa thuận giữ chỗ (đặt cọc lần một) và ghi thông tin vào sổ nhận tiệc. Sau đó, gọi thu ngân nhận cọc và bàn giao biên nhận cho khách.

Giai đoạn chuẩn bị phục vụ

Nếu chuẩn bị tốt thì việc phục vụ sẽ tiến hành trôi chảy hơn, việc chuẩn bị trước càng chu đáo càng có điều kiện chăm sóc khách hàng tốt hơn lúc phục vụ.

Thông thường tiệc sẽ bắt đầu sớm nhất vào lúc 18 giờ. Vì vậy, nhân viên phục vụ phải có mặt vào đầu ca chiều giờ làm việc là 14 giờ để chuẩn bị dụng cụ phục vụ và sắp xếp bàn tiệc, công việc bao gồm:

Lau và chuẩn bị công cụ ăn: bát, đĩa, muống, đũa, bát mắm, đĩa lót, khăn, ly và dụng cụ phục vụ như xô đá, đồ gấp đá, lọ tắm,...

Sắp đặt bàn ghế tùy theo yêu của khách đặt tiệc mà bàn ghế được sắp xếp theo hình thức dạng bàn tròn kính xoay (10 người/bàn).

Nhân viên sẽ sắp xếp bàn ghế sao cho đẹp mắt và thuận tiện cho việc đi lại phục vụ khách.

Trải khăn bàn, bao ghế và thắt nơ

Gấp khăn ăn

Bày biện đồ gia vị: nước mắt, nước tương, tắm, ớt,...

Setup bàn tiệc: bát được úp trên đĩa ăn, bên phải đặt theo thứ tự đũa (có đồ gác), muống; bên trái đặt đĩa lót khăn, ở trên đặt ly. Cứ như vậy, setup mười bộ cho bàn tròn kính xoay.

Đặt khăn lên bát, thực đơn được đặt giữa bàn kính để cho mọi người dễ dàng nhìn thấy.

Khi đã hoàn thành công việc chuẩn bị, tổ trưởng kiểm tra lần cuối các khu vực, lên sơ đồ phục vụ, kiểm tra các dụng cụ phục vụ, kiểm tra các dụng cụ phục vụ đặt tại bàn.

Trước lúc phục vụ, quản lý nhắc nhở nhân viên ở từng khu vực phân chia bàn để phục vụ khách tốt hơn. Mặc dù phân chia bàn nhưng các nhân viên trong

khu vực phải hỗ trợ nhau. Nhân viên được phân công phải kiểm tra có đầy đủ đồ mở, bật lửa đầy đủ cho nhân viên phục vụ.

Chuẩn bị đầy đủ các dụng cụ trên bàn dụng dụng cụ và bàn dụng cụ phải được đặt ở vị trí thuận lợi cho việc lấy đồ. Tránh tình trạng khi cần lấy dụng cụ lại không có ảnh hưởng đến việc phục vụ

Từ đó nhân viên phải chuẩn bị dụng cụ đầy đủ cho khu vực của mình hoàn thành theo các nguyên tắc sau:

Tuân theo quy trình làm việc một cách cẩn thận

Công việc chuẩn bị được tiến hành trên một quy trình thống nhất. Mỗi người làm một việc khác nhau.

Trong khi chuẩn bị phải xem xét các món một cách cẩn thận, đồ chưa sạch hay bị sứt mẻ phải trả lại nhà bếp.

Kiểm tra mọi dụng cụ đầy đủ và đúng chỗ.

Ngoài ra nhân viên còn phải chuẩn bị ghế cho em bé ngồi tránh việc khi cần phải đi lấy mất thời gian.

Giai đoạn phục vụ

Bàn nào đã có khách ngồi đủ thì rút bao đĩa, rót nước và đặt khăn lạnh lên cho khách.

Phục vụ nước uống: hỏi khách có dùng đá không và khách muốn dùng loại đồ uống nào (bia, nước ngọt, nước khoáng). Nếu khách muốn một loại nào khác mà không có trong thực đơn thì nhân viên phải hỏi ý kiến của chủ tiệc.

Sắp xếp chỗ ngồi cho khách đủ số lượng ghế trong một bàn thì tiến hành trải khăn cho khách, lật bát ăn và bắt đầu khai tiệc.

Phục vụ theo trình tự: món khai vị, món soup, các món nướng chiên hấp, món lẩu rồi cuối cùng là món tráng miệng. Khi khách đã ăn gần hết xin phép mang lên món mới.

Riêng đối với nhà hàng Hải Đăng, nhiệm vụ chỉ cần đặt món ăn lên bàn rồi để tự khách dùng, không cần phải gấp thức ăn cho mỗi khách.

Trước khi dọn món mới lên phải thay đĩa cho khách, dọn hết tất cả các đồ bẩn trên mặt bàn xuống.

Những điều cần lưu ý trong cách phục vụ:

Trong lúc phục vụ luôn phải để ý tới khách, phải lấy đá vào xô khi gần hết.

Phải lên thức ăn liên tục, khi khách đã ăn gần hết một món thì gấp phần còn lại vào đĩa con rồi mang món mới lên cho khách.

Trong khi ăn, khách đánh rơi dụng cụ thì ta phải nhanh chóng thay cái mới cho khách. Nếu khách làm đổ nước lên bàn thì phải nhanh chóng lấy khăn trải lên chỗ bị ướt.

Đối với món soup: nhân viên cầm tô soup trên tay khuấy nhẹ rồi múc ra bát con để trên bàn, khách sẽ tự lấy bát của mình.

Đối với món lẩu: dọn hết những đồ đã ăn xong, sau đó đặt nồi lẩu và đồ ăn kèm như hải sản, rau, và bún ăn kèm.

Phục vụ món tráng miệng: rút toàn bộ chén ăn, đồ ăn, chỉ để lại ly nước. Tránh tình trạng đặt món tráng miệng lên mà đồ bẩn vẫn còn trên bàn. Xin phép khách đặt đũa trái cây lên bàn.

Giai đoạn thu dọn

Trước khi thu dọn, nhân viên phải xin phép khách, nếu khách đồng ý thì mới được thu dọn.

Khi thu dọn, đứng phía sau lưng khách xoay người gạt nhẹ thức ăn thừa, tránh vẩy bắn thức ăn vào người khách.

Trong trường hợp tiệc đông người nhân viên có thể thu dọn bằng xe đẩy.

Giai đoạn thanh toán và tiễn khách

Công việc này sẽ do quản lý nhà hàng đảm nhiệm.

Sau khi tan tiệc, người quản lý sẽ mời chủ tiệc kiểm tra số bàn bị tăng (nếu có phát sinh), số lượng bàn chính thức đã sử dụng.

Kiểm tra số lượng thức uống đã sử dụng.

Giải thích từng mục và giá cả trong hợp đồng cho khách.

Ghi nhận ý kiến khách hàng trong tiệc về tiện nghi phục vụ, thực phẩm, đồ ăn, đồ uống, thái độ nhân viên,...

Những điểm cần lưu ý trong giai đoạn thanh toán:

Giải quyết vấn đề với khách một cách lịch sự

Ghi các thông tin vào thời điểm thanh toán

Thông báo cho khách số tiền cần phải trả sau khi đã đặt cọc

Sau khi giao dịch xong đưa biên lai cho khách

Cảm ơn và hẹn gặp lại.

Nhìn chung sơ đồ phục vụ của nhà hàng khá hợp lý tuy nhiên vẫn cần thêm vài bước và sơ đồ để sơ đồ phục vụ hoàn hảo hơn (phần này sẽ được tác giả trình bày trong phần giải pháp chương 3)

2.3.3 Thực đơn, chất lượng, chủng loại sản phẩm phục vụ ăn uống

Thực đơn

Vai trò của thực đơn

Ngoài việc là bảng liệt kê giúp khách hàng nhận biết các món ăn, đồ uống có trong bữa ăn hay có tại cơ sở thì thực đơn còn đóng góp vào một hay nhiều vai trò khác nhau trong hoạt động kinh doanh ăn uống.

Thực đơn tại nhà hàng Hải Đăng rất đa dạng và phong phú với hàng trăm món ăn trên thế giới, phân chia ra rất nhiều loại khác nhau. Phong cách của nhà hàng Hải Đăng là sang trọng nên phần thực đơn cũng phải làm một cách kỹ lưỡng như: bìa của quyển thực đơn làm từ da, giấy in thuộc loại cứng ép plastic, chữ in to rõ ràng có tiếng Anh, tiếng Việt và có cả tiếng Trung. Thực đơn được in rõ từng phần: các món khai vị sẽ đặt ở sau trang dành cho những món ăn nổi tiếng của nhà hàng – phân loại khai vị kiểu Á (gỏi tôm súp tái chanh kiểu Sài Gòn, gỏi cá hồi tái giấm kiểu Nhật,...) hay khai vị kiểu Âu (phomai Nga xông khói, olive Tây Ban Nha,...), tiếp theo là món chính cũng sẽ phân chia thành món Á (miến xào cua bê Hải Phòng, cơm chiên hải sản,...) và món Âu (bò Mỹ filet tươi áp chảo, lườn vịt Pháp,... phân chia các món hải sản và các món thịt riêng rẽ), còn món tráng miệng những loại quả thì sẽ có sẵn còn những loại tráng miệng khác như bánh (bánh crepe, kem các loại,...) hay chè (chè Huế, chè thập cẩm,...) thì phải đặt trước thì mới có.

Tính thẩm mỹ của thực đơn tại nhà hàng Hải Đăng được thể:

Quyển thực đơn sạch sẽ không lem nhem, bản thủ. Thiết kế sang trọng đúng với phong cách của nhà hàng, cách sắp xếp món ăn hợp lý, phong chữ hài

hòa, màu sắc nhã nhặn không sử dụng những màu quá rực rỡ. Cách trình bày giá của từng món ăn khoa học hợp lý, thường những món nổi tiếng của nhà hàng sẽ có cỡ chữ to hơn những món khác và thường sẽ đắt hơn những món khác và sẽ được in lên trang đầu của quyển thực đơn.

Chất lượng và chủng loại dịch vụ ăn uống có ảnh hưởng rất lớn đến uy tín và thứ hạng của nhà hàng, quyết định đến doanh thu của nhà hàng. Đối với nhà hàng càng lớn thì yêu cầu về chất lượng dịch vụ càng cao và các loại sản phẩm càng đa dạng.

Khách đến với nhà hàng chủ yếu là khách đặt tiệc cưới nên nhà hàng sẽ giới thiệu cho khách những thực đơn có sẵn từ đó khách có thể chọn cho mình một thực đơn dành cho riêng mình, còn khách đi lẻ sẽ có quyền thực đơn sẵn. Ngoài ra còn có tiệc tổ chức ngoài trời và nhiều hình thức phục vụ tùy thuộc yêu cầu của khách hàng. Nhà hàng có hình thức phục vụ đồ uống như phục vụ bar rượu, các loại đồ uống thì bao gồm đồ uống có sẵn và đồ uống tự pha chế.

Về chất lượng sản phẩm của dịch vụ ăn uống.

Khi quyết định đến tiêu dùng sản phẩm dịch vụ ăn uống tại nhà hàng, điều kiện mà khách hàng quan tâm đến là chất lượng của sản phẩm dịch vụ ăn uống tại nhà hàng là như thế nào. Chính vì thế các nguyên liệu mà nhà hàng chế biến ra món ăn đều là nguyên liệu nhập khẩu từ nước ngoài và hải sản thì vẫn còn sống, đối với những thực phẩm nhập trong nước đều có dấu kiểm tra của bộ y tế, những loại rau củ quả sẽ nhập từ những nông trại sử dụng công nghệ Vietgap (công nghệ do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành – sẽ có giấy chứng nhận sử dụng công nghệ này) ngoài ra nhà hàng sẽ nhập thực phẩm từ các siêu thị lớn hay các chợ đầu mối uy tín đảm bảo chất lượng. Chất lượng của dịch vụ ăn uống thể hiện ở việc đảm bảo đủ chất dinh dưỡng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, tính thẩm mỹ cao, phục vụ theo đúng từng kiểu loại và văn hóa ẩm thực của các đối tượng khách. Việc bảo quản thực phẩm là rất quan trọng vì không bảo quản đúng cách sẽ ảnh hưởng đến chất lượng của món ăn, thậm chí là ngộ độc. Những hải sản tươi sống cần thay nước ở bể hằng ngày, những thức ăn đã chế biến qua thì phải bảo quản cẩn thận trong tủ lạnh không để cùng với

những thực phẩm sống. Việc nâng cao chất lượng dịch ăn uống đối với nhà hàng là hết sức cần thiết vì nó là nhân tố quan trọng quyết định khả năng cạnh tranh của nhà hàng, tạo lên uy tín, danh tiếng cho nhà hàng, từ đó thu hút “câu”, tăng doanh thu, là cơ sở cho sự tồn tại lâu dài khả năng cạnh tranh của nhà hàng.

2.3.4 Trình độ, thái độ của đội ngũ lao động, nguồn nhân lực của nhà hàng

Nhà hàng Hải Đăng hiện nay có 9 quản lý (2 quản lý về hầm rượu, 3 quản lý về tiệc cưới, 1 quản lý về nhà hàng Nhật, 1 quản lý về quán bar, 1 quản lý về CLB rượu, 1 quản lý về dịch vụ massage) tất cả quản lý trên đều có trình độ Đại học và từng đi ra nước ngoài học tập, học có độ tuổi trung bình là 40 tuổi, đa phần đều là giới tính nam.

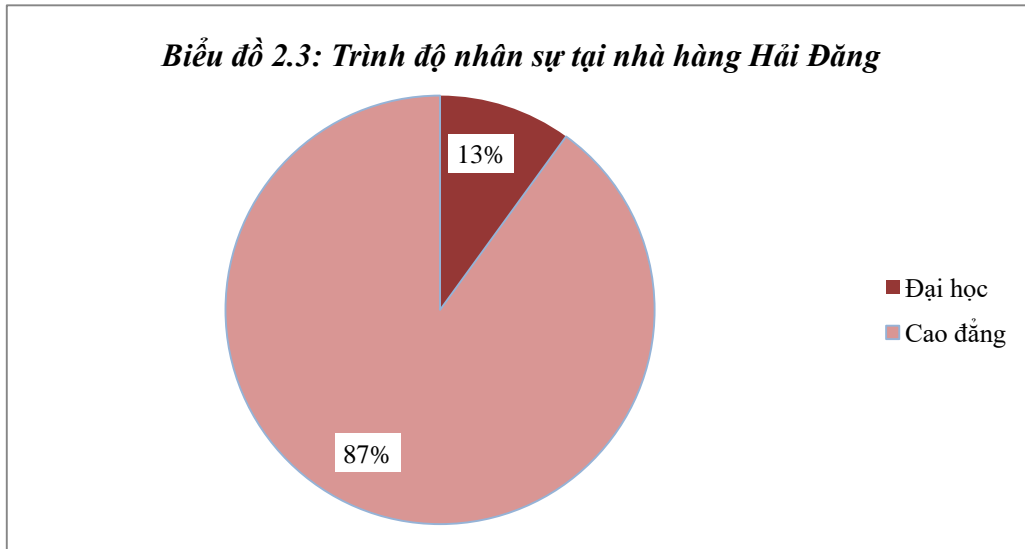
Nhân viên phục vụ có 60 người, trình độ chủ yếu là Cao đẳng, độ tuổi trung bình là 20 tuổi, có cả nam và nữ nhưng nhân viên nữ vẫn chiếm nhiều hơn. Với nhân viên tạp vụ và bảo vệ thì công cần chuyên môn cao nên chỉ tốt nghiệp Trung học phổ thông và độ tuổi trung bình là 50 tuổi, nhân viên tạp vụ là nữ còn bảo vệ là nam.

Còn đối với nhân viên bếp là 10 người, họ đã tốt nghiệp trường Cao đẳng và Trung cấp và một năm họ lại được sang nước ngoài học tập, bộ phận này có độ tuổi trung bình là 30 tuổi và các đầu bếp tại nhà hàng sẽ chia ra đầu bếp làm món Á, đầu bếp làm món Âu, đầu bếp làm các món tráng miệng.

Nhân sự là yếu tố quan trọng góp phần làm nên thành công của nhà hàng trong việc làm hài lòng khách hàng và giữ chân khách hàng

Đội ngũ nhân viên của nhà hàng khá đông và được đào tạo chuyên môn đầy đủ từ bậc trung cấp đến bậc đại học.

Biểu đồ 2.3: Trình độ nhân sự tại nhà hàng Hải Đăng



Về trình độ Đại học: theo hệ thống nhà hàng cho biết trình độ đào tạo hệ Đại học của nhân viên cũng còn chiếm ít chỉ 13% nhân viên được đào tạo chuyên môn và phân đúng theo chuyên ngành.

Về trình độ Cao đẳng: chiếm nhiều 87% nhân viên. Họ có tinh thần trách nhiệm làm việc cao, nhanh nhẹn, nhạy bén trong công việc.

Nhiều nhân viên của nhà hàng là nhân viên làm thời vụ, các bạn thường là sinh viên đi làm kiếm tiền, cho nên thường xuất phát từ những ngành nghề khác nhau, chỉ có một số ít là xuất phát từ ngành du lịch và đã được học qua về nhà hàng. Nên khi nhận vào các bạn chưa có kiến thức chuyên môn cũng như kỹ năng xử lý tình huống, các bạn chỉ được hướng dẫn qua 1 hoặc 2 buổi về kỹ năng chia thức ăn và sắp xếp, bày trí bàn ghế, dao đĩa thìa. Chính vì điều này đã làm cho nhà hàng thiếu đi sự phục vụ chuyên nghiệp, khi gặp tình huống phát sinh không biết phải làm thế nào.

Trình độ ngoại ngữ của tất cả nhân viên trong nhà hàng không đồng đều cần phải cải thiện hơn để giao tiếp cũng như đáp ứng nhu cầu của khách. Ngoại ngữ hiện nay rất quan trọng trong mọi lĩnh vực, nhất là đối với ngành du lịch. Do phần lớn nhân viên là part time, nên trình độ ngoại ngữ của phục vụ của nhà hàng rất kém, khi gặp khách nước ngoài, nhân viên phục vụ thường lúng túng, không biết xử lý và đáp ứng như thế nào.

2.3.5 Một số nhân tố khác

Sự phối hợp giữa các bộ phận trong nhà hàng: Để phục vụ khách hàng tốt cần có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận với nhau và các bộ phận đều phải nắm rõ nhiệm vụ của mình. Các bộ phận phải giúp đỡ nhau không được ý lại hay trốn tránh trách nhiệm như vậy mới nâng cao được chất lượng dịch vụ của nhà hàng.

Thiết lập tiêu chuẩn phục vụ: Thời gian làm việc: nhân viên phải đi làm đúng giờ. Có mặt sớm 15 phút trước mỗi ca làm việc. Ngày nghỉ hàng tuần phải tuân thủ theo sự sắp xếp của quản lý. Nếu trong trường hợp muốn đổi ca thì phải báo trước cho quản lý và người muốn đổi trước ít nhất 2 ngày.

Mặc đồng phục đúng quy định, gọn gàng, sạch sẽ. Trong giờ làm việc nhân viên mặc đồng phục sẽ giúp đảm bảo tác phong chuyên nghiệp và nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng. Thẻ tên cần đeo ngay ngắn, không được đeo ngược thẻ hoặc không đeo thẻ. Không để móng tay dài, sơn màu lòe loẹt và không được có mùi nước hoa nặng.

Đối với khách hàng: Chào và hướng dẫn khách khi bắt đầu phục vụ, luôn vui vẻ, ân cần với khách, không được tỏ thái độ khó chịu, kém lịch sự với khách. Giọng nói phải nói đủ lớn để cho khách nghe thấy, nói rõ ràng mạch lạc để khách hiểu.

Đối với đối thủ cạnh tranh: Muốn cạnh tranh được với những đối thủ cũng kinh doanh nhà hàng giống mình thì bên Marketing phải giới thiệu sản phẩm, nhà hàng cũng phải biết cách giữ chân khách cũ và thu hút khách mới như tặng quà, tặng thẻ giảm giá,...

Giải quyết phàn nàn: Khách sạn sẽ tiếp thu ý kiến của khách hàng từ đó sẽ rút kinh nghiệm cho những lần phục vụ sau.

Khách hàng ngày nay họ muốn tiếp cận và giải quyết nhanh chóng. Họ thích được đối xử lịch sự, trung thực và quan tâm, làm tốt những điều trên chính là những biện pháp hoàn thiện chất lượng phục vụ của nhà hàng. Nhờ đó nhà hàng sẽ giữ chân được khách hàng và họ sẽ trở thành khách hàng lâu dài với nhà hàng.

Vấn đề được đặt ra là làm thế nào nhà hàng nâng cao chất lượng dịch vụ của mình. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ chưa bao giờ là đủ với bất kỳ doanh nghiệp nào. Khi nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ tăng doanh thu, giảm chi phí và nâng cao vị trí của nhà hàng.

2.4 Đo lường chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng Hải Đăng

2.4.1 Đo lường chất lượng dịch vụ thông qua đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng

Để khảo sát chất lượng dịch vụ của nhà hàng Hải Đăng, tác giả đã thực hiện phát 100 phiếu cho khách. Đối tượng khách là khách đặt tiệc cưới, khách đi ăn với gia đình và bạn bè tại nhà hàng trong 2 tháng tháng 3 và tháng 4 của năm 2019. Tác giả đã phát 50 phiếu mỗi tháng cho khách chủ yếu là khách dự tiệc cưới (với tỉ lệ 70% là khách dự tiệc cưới còn 30% còn lại là khách lẻ đi cùng gia đình) sau đó sẽ tổng kết những phiếu được đánh giá. Việc phát phiếu điều tra nhằm hiểu được mức độ hài lòng và không hài lòng về dịch vụ tại nhà hàng để từ đó đánh giá được chất lượng dịch vụ của nhà hàng về các mặt cơ sở vật chất kỹ thuật, thái độ phục vụ, món ăn, thực đơn... của nhà hàng

Qua hai tháng khảo sát với số phiếu được phát ra là 100 phiếu, số phiếu thu về là 100 phiếu và số phiếu đạt yêu cầu là 82 phiếu.

Bảng 2.3: Kết quả khảo sát ý kiến khách hàng

STT	Nội dung	Mức độ hài lòng			
		Không hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng	Ý kiến cụ thể (nếu có)
1	Quý khách có cảm thấy hài lòng với không gian nhà hàng hay không?	40% khách không hài lòng	40% khách hài lòng	20% khách rất hài lòng	Cần thêm không gian và chỗ chơi cho trẻ em
2	Quý khách có thích cách thiết kế, trang trí của nhà hàng không?	19% khách không hài lòng	46% khách hài lòng	35% khách rất hài lòng	
3	Quý khách có hài lòng về vấn đề vệ sinh của nhà hàng?	15% khách không hài lòng	45% khách hài lòng	40% khách rất hài lòng	
4	Quý khách đánh giá thế nào về chất lượng các món ăn của nhà hàng	20% khách không hài lòng	44% khách hài lòng	36% khách rất hài lòng	
5	Quý khách thấy thực đơn nhà hàng có phong phú, đa dạng không?	23% khách không hài lòng	63% khách hài lòng	14% khách rất hài lòng	Nên thêm nhiều món cho trẻ em, và thêm món tráng miệng
6	Quý khách có hài lòng với thái độ của nhân viên không?	43% khách không hài lòng	38% khách hài lòng	19% khách hài lòng	Đôi khi không quan tâm tới khách
7	Quý khách cảm thấy hài	47%	28%	25%	Thời gian lên món

	lòng với thời gian lên món ăn?	khách không hài lòng	khách hài lòng	khách rất hài lòng	chậm làm mất thời gian
8	Quý khách thấy hài lòng với giá cả của nhà hàng?	17% khách không hài lòng	53% khách hài lòng	30% khách rất hài lòng	
9	Quý khách thấy hài lòng với dịch vụ khác của nhà hàng (massage, CLB rượu,...)?	14% khách không hài lòng	56% khách hài lòng	30% khách hài lòng	
10	Quý khách ấn tượng hay thích điều gì nhất ở Hải Đăng	Phong cách của nhà hàng mang nét Châu Âu và các món ăn đều ngon			
11	Quý khách có muốn quay lại nhà hàng Hải Đăng không?	50% khách muốn quay lại nhà hàng lần nữa			

Từ bảng trên nhìn chung ta có thể thấy không gian của nhà hàng, thái độ phục vụ và thời gian lên món và thực đơn chưa phong phú là có nhiều khách phàn nàn nhất. Nhà hàng cần nhìn nhận những đóng góp của khách hàng để đưa ra những giải pháp cải tiến chất lượng phục vụ hơn. 40% khách không hài lòng không gian bên trong nhà hàng còn hơi bé, chưa có chỗ chơi cho trẻ em 40% khách không hài lòng về thái độ của nhân viên, thái độ của nhân viên chưa thực sự tốt đôi khi vẫn còn bị khách phê bình và nhắc nhở, 47% khách không thấy hài lòng về thời gian lên món, lên món chậm sẽ khiến khách hàng không thấy hài lòng, có 23% khách có em nhỏ muốn nhà hàng có thêm món ăn dành cho các bé ví dụ các món cháo dinh dưỡng cho trẻ từ 1 – 3 tuổi hoặc những món ăn mà trẻ con thích như khoai lắ phô mai, sườn sốt me, ngô xào với thịt,...

Những mục còn lại là số phần trăm không hài lòng đều dưới 20%. Và điều mà khách hàng khi đến đây đều nhận thấy là nhà hàng mang phong cách Châu Âu mới lạ, các món ăn đều ngon. Chúng ta cần phân tích ưu điểm và hạn chế để nâng cao chất lượng dịch vụ.

2.4.2 Ưu điểm:

Nhà hàng tọa lạc tại tuyến đường gần với trung tâm thành phố, đông dân cư. Sức chứa cùng lúc lên đến hơn 200 bàn, đảm bảo nhu cầu tiệc cưới của khách.

Nhà hàng có được lợi thế là có khuôn viên rộng, với những cây cỏ thụ xanh mát và bãi đậu xe rộng lớn sẽ mang lại cảm giác thoải mái cho khách.

Tuy chỉ thành lập được 12 năm nhưng nhà hàng là một địa chỉ lý tưởng và để cho các cặp đôi kết hôn.

Giá cả phải chăng, phù hợp với nhiều tầng lớp khách hàng.

Các món ăn ở đây đều được trang trí đẹp, bắt mắt, sạch sẽ.

Thiết kế của nhà hàng được rất nhiều khách yêu thích và khách hàng ít phàn nàn về vấn đề vệ sinh

Độ tuổi trung bình của nhân viên nhà hàng là 24 tuổi nên các nhân viên đều có sức khỏe, sức trẻ, sự nhanh nhẹn và hoạt bát. Nhân viên ở đây đều làm từ 2 năm trở lên nên có nhiều kinh nghiệm để giải quyết các tình huống phát sinh. Tinh thần và thái độ làm việc nghiêm túc.

2.4.3 Hạn chế - nguyên nhân

Bên cạnh điểm mạnh thì vẫn còn các điểm yếu, nếu biết khắc phục thì chất lượng dịch vụ nhà hàng sẽ đi lên.

Thái độ phục vụ và cách phục vụ của nhân viên chưa tốt, chưa chu đáo đối với khách, đôi khi còn bị khách nhắc nhở.

Thực đơn chưa thực sự phong phú đa dạng, gia đình có trẻ nhỏ chưa biết phải chọn món gì cho các em bé ăn

Còn hạn chế các chương trình khuyến mãi.

Nên mở rộng thêm không gian nhà hàng để khách cảm thấy thoải mái.

Đa phần nhân viên phục vụ đều là part-time, chưa được đào tạo bài bản kỹ lưỡng, chưa có kiến thức chuyên môn nên quy trình phục vụ và xử lý tình huống còn chậm thiếu sự nhanh nhẹn.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã trình bày sơ lược về lịch sử hình thành và phát triển của nhà hàng, đánh giá chất lượng dịch vụ của nhà hàng và các điều kiện ảnh hưởng đến chất lượng của nhà hàng. Dựa trên cơ sở lý thuyết đã được nêu ra ở chương 1 thì ở chương 2 đã phân tích sâu hơn những vấn đề mà chương 1 đã đề cập đến.

Dựa trên những mục tiêu mà nhà hàng hướng đến, cùng những vấn đề đang còn tồn tại của nhà hàng từ đó đưa ra các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng Hải Đăng tại chương 3.

Chương 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG

3.1 Định hướng, mục tiêu phát triển của nhà hàng Hải Đăng

Định hướng của nhà hàng:

Để nhà hàng ngày càng phát triển hơn nữa thì việc nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng là điều hết sức cần thiết. nắm bắt được điều này nhà hàng Hải Đăng đã tập trung vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ qua việc: cải thiện cơ sở vật chất, nâng cao trình độ, chuyên môn của đội ngũ nhân viên, quy trình phục vụ và các yếu tố khác.

Với phương châm “*hướng đến những sản phẩm – dịch vụ cao cấp*” mà nhà hàng đã đưa ra từ khi thành lập đến nay. Để làm được phương châm đã đề ra thì nhà hàng phải nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ để cạnh tranh với những nhà hàng khác. Vì thế ban lãnh đạo của nhà hàng đã không ngừng cải tiến chất lượng dịch vụ của mình.

Cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật:

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những nhân tố quan trọng đối với quá trình sản xuất kinh doanh. Nó là yếu tố đảm bảo về điều kiện cho hoạt động sản xuất kinh doanh được thực hiện. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng được tạo ra là yếu tố quan trọng tác động đến mức độ thỏa mãn như cầu của khách bởi năng lực và tính tiện ích của nó.

Nâng cao, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên:

Ngày nay mọi ngành nghề đều phải sử dụng đến ngoại ngữ đặc biệt là tiếng Anh còn nếu biết thêm tiếng Trung hay tiếng Nhật cũng là một lợi thế của nhà hàng, sẽ phục vụ được nhiều khách hơn. Để được như thế cần phải đào tạo cho đội ngũ nhân viên về ngoại ngữ.

Thường xuyên cho nhân viên đi tập huấn tại các lớp tập huấn, học hỏi thêm kinh nghiệm để từ đó biết cách phục vụ sao cho tốt.

Đa dạng hóa sản phẩm trong thực đơn:

Cần có thêm nhiều món mới lạ, nhiều món ăn đặc trưng của Việt Nam và nhiều món trên thế giới.

Đưa ra các chính sách về môi trường:

Thực hiện công tác quản lý môi trường theo tiêu chuẩn ISO 14001:2004.

Đưa ra các giải pháp giảm thiểu khí thải, xử lý ô nhiễm .

Giáo dục ý thức về bảo vệ môi trường, phân loại rác thải.

Thực hiện công tác diệt côn trùng như chuột, kiến, muỗi đảm bảo vệ sinh nhà hàng

Chính sách đầu tư vào hoàn thiện cơ sở vật chất

Chính sách ngăn đầu tư ngắn hạn và dài hạn cho cán bộ nhân viên đi tham gia các khóa đào tạo nâng cao trình độ cho đội ngũ nhân viên.

Mục tiêu của nhà hàng:

Mục tiêu của nhà hàng là đưa thương hiệu của mình trở thành một địa chỉ quen thuộc để tổ chức tiệc cưới hay những cuộc gặp gỡ bên gia đình và bạn bè. Nhà hàng sẽ ngày càng trở thành một nơi cao cấp, sang trọng nhưng vẫn hợp với túi tiền của nhiều khách. Để làm được như vậy thì nhà hàng phải nỗ lực hết mình trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

3.2 Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh tại nhà hàng Hải Đăng

3.2.1 Cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng

Cơ sở vật chất của nhà hàng đóng vai trò rất quan trọng trong việc kinh doanh nhà hàng. Thành lập từ năm 2007 cho đến bây giờ, nhà hàng Hải Đăng luôn đầu tư các trang thiết bị hiện đại nhất để phục vụ khách hàng. Tuy nhiên, vẫn cần phải cải thiện hơn nữa để Hải Đăng là nhà hàng sang trọng và đẳng cấp, để nhà hàng luôn có ấn tượng tốt với khách.

Nhà để xe cần được nâng cấp và mở rộng vào những ngày đông khách, chỗ để xe bé sẽ không có chỗ để nhiều ô tô, xe máy.

Hệ thống đèn nhiều chỗ của nhà hàng đã xuống cấp, ánh sáng yếu cần được thay thế bằng cái mới. Đồng thời, hệ thống đèn cũng cần nhân viên kỹ thuật bảo

trì thường xuyên kiểm tra đảm bảo hệ thống đèn luôn có được ánh sáng tốt nhất, nhanh chóng phát hiện ra bóng đèn yếu, hỏng để loại bỏ.

Hệ thống âm thanh cũng cần chú trọng cải thiện và hiện đại hóa, mang lại chất lượng tốt nhất cho các tiết mục biểu diễn trong suốt quá trình diễn ra buổi tiệc. Ngoài ra cũng thường xuyên kiểm tra loa và các micro để hạn chế những sự cố xảy ra.

Thỉnh thoảng nên thay đổi cách sắp xếp bàn ghế để mang lại không gian mới mẻ cho khách, nên thay toàn bộ những khăn trải bàn, ghế đã cũ bằng mẫu mới sang trọng hơn để phù hợp với nhà hàng.

Khu vực rửa tay ở bếp nên trang bị máy khử trùng để đảm bảo vệ sinh thực phẩm, tránh sự lây lan của vi khuẩn vào thức ăn.

Ngoài ra, để thể hiện sự chuyên nghiệp của nhà hàng thì ban lãnh đạo nên trang bị máy rửa bát để công việc diễn ra nhanh hơn và hợp vệ sinh.

Để nhà hàng hoạt động được trong lĩnh vực kinh doanh ăn uống thì cơ sở vật chất kỹ thuật phải luôn luôn trong tình trạng tốt nhất chính vì thế phải thường xuyên kiểm tra đảm bảo các trang thiết bị của nhà hàng luôn hoạt động tốt, cái nào hỏng thì phải thay thế cái mới.

Trang bị thảm chống trơn ở khu vực đi lại tại phòng tiệc, bộ phận bếp để tạo sự an toàn cho nhân viên, qua đó việc phục vụ sẽ trở nên nhanh hơn.

Bờ tường mốc, bong tróc hay phai màu thì phải sơn mới lại, thường xuyên lau chùi đánh bóng gương kính cũng như những bức tượng bằng đồng được trang trí tại sảnh cũng như các bức tranh tại phòng tiệc.

Nâng cấp nhà vệ sinh thay những cái cũ hỏng bằng cái mới hiện đại hơn, dễ dàng sử dụng hơn, trong nhà vệ sinh luôn luôn có đầy đủ giấy vệ sinh, nước rửa tay, khăn lau tay cho khách dùng.

Trang trí thêm nhiều cây cảnh tại phòng tiệc cũng như các không gian khác để tạo cảm giác trong lành khi khách đến nhà hàng.

Hiện tại những chỗ tổ chức tiệc cưới do phục vụ nhiều khách nên có xe đẩy để lúc dọn dẹp không cần phải bưng bê khay nặng tránh đổ vỡ ảnh hưởng đến phục vụ, tuy nhiên hầm rượu Hải Đăng chưa có xe đẩy nên cần phải đầu tư thêm.

Đầu tư trang thiết bị cơ sở vật chất sẽ giúp nhà hàng tăng thêm mức độ hài lòng của khách nhiều hơn, tăng mức độ hấp dẫn các món ăn, tạo ra một không gian sang trọng, ấm cúng khi khách đến với nhà hàng Hải Đăng. Ngoài ra, việc sửa sang, thay thế và thêm những thứ cần thiết cho nhà hàng sẽ góp phần nâng cao phục vụ, tăng hiệu quả làm việc và tiết kiệm được thời gian.

3.2.2 Nâng cao trình độ, thái độ phục vụ của đội ngũ lao động

Lý luận và thực tiễn đã khẳng định rằng sự thành công và phát triển của bất kì một lĩnh vực kinh doanh, hay một tổ chức kinh tế xã hội nào đều phụ thuộc trước hết vào yếu tố con người – con người ở đây đánh giá theo tiêu chuẩn: sự hiểu biết về lý thuyết và kỹ năng làm việc mà người đó có được, phẩm chất đạo đức và sức khỏe của người đó sự hiểu biết và kỹ năng lao động có được là nhờ quá trình đào tạo – đào tạo có thể là dài hạn hoặc ngắn hạn; đào tạo đầu vào và tiếp tục đào tạo, bồi dưỡng lao động đang trong khi làm việc.

Nguồn nhân lực là lực lượng nòng cốt của nhà hàng. Việc thực hiện phát triển lực lượng lao động chất lượng cao là vấn đề cần thiết của nhà hàng bởi vì đây là yếu tố quyết định đến năng suất, chất lượng sản phẩm và giá thành sản phẩm.

Hiện nay đội ngũ nhân viên của nhà hàng còn yếu vì chủ yếu nhân viên phục vụ là part-time nên không có chuyên môn, còn yếu kém trong việc xử lý tình huống phát sinh của khách. Để nâng cao hơn về mặt chuyên môn thì ban lãnh đạo nhà hàng cần tổ chức các buổi học xử lý tình huống, phối hợp với các trường đại học và cao đẳng có khoa du lịch để tổ chức các buổi tập huấn nâng cao kỹ năng phục vụ cho nhân viên, tiếp thu được những điều mới mẻ. Phần nội dung và thực hành cần bám sát lấy thực tế của nhà hàng.

Vì mục tiêu của nhà hàng là hướng đến các khách nước ngoài nên cần phải tuyển những người có chuyên môn ngoại ngữ cao thông thạo tiếng Anh, vì nhà hàng có khách Nhật, khách Trung Quốc và khách Hàn Quốc nên ngoài tuyển chọn những người biết tiếng Anh thì cần phải tuyển chọn thêm cả những người biết tiếng Nhật – Trung – Hàn.

Ban lãnh đạo hiểu được rằng số và chất lượng nguồn nhân lực chất lượng cao ở đây là nói đến việc đào tạo kiến thức quản lý, trình độ kỹ năng tay nghề trong công việc của lao động. Chất lượng tăng, giá thành hạ sẽ tạo ra sức mạnh vững chắc để các doanh nghiệp cạnh tranh lành mạnh trên thị trường trong và ngoài nước.

Đội ngũ nhân viên được đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực là điều kiện quyết định nhà hàng có phục vụ tốt hay không, các quản lý cũng phải đi học ở nước ngoài về kỹ năng quản lý của mình. Đội ngũ nhân viên phải 6 tháng đi thi các bằng quốc tế như TOIEC, IELTS, TOEFL, còn đối với những nhân viên sử dụng tiếng Nhật thì phải có bằng JLPT, Nat test N3,N2 còn đối với tiếng Trung thì phải có bằng HSK 3 trở lên.

Phát triển nguồn nhân lực giúp giúp nhân viên tự tin, tạo cho họ cảm giác yên tâm làm việc, gắn bó với nhà hàng, đem hết khả năng của mình phục vụ cho nhà hàng coi sự phát triển lớn mạnh của nhà hàng là sự phát triển của bản thân mình.

Công tác Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực có ý nghĩa rất to lớn đối với các nhà hàng:

Qua quá trình đào tạo nhân viên không ngừng nắm vững được lý thuyết mà còn tiếp thu được những kỹ năng nghề nghiệp.

Nhân viên tiếp thu, làm quen và có thể sử dụng thành thạo những công nghệ mới trong sản xuất kinh doanh và quản lý. Đặc biệt bây giờ là thời công nghệ 4.0 điều đó tạo điều kiện cho nhà hàng có thể áp dụng nhiều tiến bộ kỹ thuật vào trong quá trình sản xuất.

Nhà hàng có khả năng thích ứng với sự thay đổi của cơ chế thị trường và sự cạnh tranh với các doanh nghiệp khác để có thể tồn tại và phát triển.

Việc đào tạo, bồi dưỡng và phát triển nguồn nhân lực khuyến khích và tạo điều kiện để nhân viên nâng cao trình độ lành nghề của mình qua đào tạo, đào tạo lại.

Trình độ chuyên môn kỹ thuật là chỉ tiêu đánh giá chất lượng lao động của nhà hàng. Nhà hàng muốn phát triển tốt, cần thực hiện công tác đào tạo và nâng

cao chất lượng nguồn nhân lực. Để làm được điều đó doanh nghiệp cần thực hiện tốt những việc sau:

Sắp xếp lại đội ngũ cán bộ quản lý:

Tăng cường tuyển dụng lao động mới có trình độ chuyên môn cao.

Tạo điều kiện thuận lợi để cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp được tham gia đào tạo, bồi dưỡng chuyên môn, nâng cao nghiệp vụ kỹ thuật....

Đối với công nhân sản xuất không chỉ tăng về số lượng mà chất lượng cũng phải được tăng lên, đây là yếu tố quan trọng nhất.

Bố trí lao động làm công tác đúng chuyên ngành đào tạo để phát huy hết năng lực làm việc của công nhân và cán bộ lãnh đạo, kết hợp với các đơn vị, bộ phận để làm tốt hơn nữa việc sử dụng sắp xếp, bố trí lao động đảm bảo kết quả công việc cao nhất.

Có các chính sách ưu đãi, đặc biệt là về chính sách tiền lương để thu hút những lao động có trình độ, chuyên môn kỹ thuật và kinh nghiệm vào làm việc tại nhà hàng.

Việc nâng cao trình độ cho nhân viên và quản lý sẽ giúp nhà hàng hoạt động trôi chảy hơn và sẽ thực hiện đúng mục tiêu mà nhà hàng đề ra. Chế độ khen thưởng cũng sẽ giúp cho nhân viên cảm thấy vui hơn khi đi làm mỗi ngày, từ đó sẽ tăng doanh thu cho nhà hàng.

Kỹ năng phục vụ rất quan trọng vì nó thể hiện sự chuyên nghiệp của nhà hàng cũng như sự chuyên nghiệp của nhân viên, góp phần đem lại hài lòng cho khách hàng. Nhân viên phải phục vụ nhanh, gọn gàng, sạch sẽ, chu đáo sẽ khiến khách cảm thấy vui và sẽ quay lại nhà hàng vào lần sau.

Khi tuyển dụng nhân viên cho vị trí phục vụ bàn nhà hàng nên đưa ra các chỉ tiêu:

Ưu tiên chọn những người có tay nghề, kinh nghiệm trong lĩnh vực phục vụ bàn.

Khi có thời gian vào những giờ vắng khách hoặc giờ giao ca, tổ trưởng nên hướng dẫn cho nhân viên mới một cách kỹ càng hơn, như vậy sẽ

giúp cho nhân viên mới học hỏi thêm kinh nghiệm và nếu có những vấn đề khúc mắc thì tổ trưởng sẽ giải đáp cho.

Động viên, khuyến khích, tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các cuộc thi nghiệp vụ do ngành hay sở du lịch tổ chức để học hỏi, trau dồi thêm kiến thức, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ của nhân viên.

Ngoài ra phải có biện pháp thưởng phạt công minh dành cho nhân viên. Thái độ phục vụ và cách xử lý của nhân viên tốt thì nên đề bạt là nhân viên của tháng hoặc thưởng tiền cho họ vào cuối tháng vì đây là động cơ thúc đẩy để họ làm việc lâu dài tại nhà hàng, tăng thêm các mức phụ cấp và tiền thưởng cho nhân viên để họ đảm bảo cuộc sống. Còn những nhân viên mà chưa làm tốt, thái độ phục vụ kém thì nên phạt có thể là trừ ba ngày lương hoặc lao động.

Ngoài chính sách về vật chất, ban lãnh đạo cần thường xuyên quan tâm đến đời sống tinh thần của nhân viên: tổ chức tất niên hay tổ chức tiệc kỷ niệm ngày thành lập nhà hàng để nhân viên gặp gỡ, giao lưu, ăn uống; tổ chức các tour du lịch ngắn ngày, thăm hỏi khi mẹ đau ốm, giúp đỡ khi có khó khăn để họ yên tâm và gắn bó lâu dài.

Nâng cao năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng Hải Đăng. Năng lực chuyên môn thể hiện mức độ chuyên nghiệp và đẳng cấp của nhà hàng, đây là bước để trang bị cho toàn thể nhân viên có một kiến thức vững chắc nhất để phục vụ khách hàng.

3.2.3 Nâng cao chất lượng sản phẩm và đa dạng hóa thực đơn

Sản phẩm ăn uống đóng vai trò rất quan trọng trong nhà hàng nói chung và dịch vụ tiệc cưới nói riêng, khách hàng ngày nay không chỉ muốn đồ ăn ngon mà họ còn muốn đồ ăn phải đảm bảo chất lượng, trình bày đẹp mắt, đủ chất dinh dưỡng và hạn chế chất béo.

Nhà hàng nên thay đổi cách thiết kế của thực đơn để mang lại cái mới cho khách hàng như thiết kế thực đơn hình chiếc quạt, chai rượu, in thêm hình để minh họa các món ăn, hình ảnh món ăn phải là hình ảnh chất lượng cao để tăng thành phần, họa tiết và màu sắc của đĩa. Điều này sẽ khiến cho khách hàng mong muốn đặt món hơn nữa. Chính vì vậy, với chất lượng hình ảnh thấp sẽ làm

cho các món ăn có cảm giác không ngon miệng và không đẹp mắt. Thiết kế quyền thực đơn với màu sắc hài hòa nhưng không gây nhầm chán cho khách hàng khi họ xem thực đơn, màu đỏ và xanh nước biển là hai màu khiến cho thực khách khi nhìn vào sẽ càng mong muốn gọi thêm nhiều món nữa.

Thêm những món ăn dành cho trẻ em với tên gọi mà các bé cảm thấy thích như: “bông” súp lơ, bắp xào rục rỡ,... để khuyến khích bé ăn rau,; dành cho những người trẻ tuổi và những món ăn dành cho người lớn tuổi. Đối với những vị khách bình dân thì họ không có khả năng chi trả cho những món ăn đắt tiền vì thế nhà hàng nên đưa những món ăn với mức giá bình dân. Nhà hàng Hải Đăng luôn luôn có các loại hải sản tươi ngon để phục vụ khách hàng, món ăn của nhà hàng rất đa dạng và phong phú từ trong và ngoài nước, tuy nhiên sẽ có lúc bị nhỡ món do nhà hàng có nhiều khách đặt món ăn đó và khi bị nhỡ món người phục vụ sẽ gợi ý cho khách hàng một món ăn khác.

Ngoài ra nhà hàng chỉ có món kem và hoa quả là tráng miệng nên có thêm nhiều món ăn tráng miệng hơn như: các loại bánh ngọt, chè, và có thêm hoa quả theo mùa.

Nâng cao tay nghề đội ngũ nhân viên bếp và phát triển thực đơn.

Ban lãnh đạo nhà hàng cần tuyển chọn những đầu bếp có nhiều kinh nghiệm trong nước cũng như nước ngoài, không chỉ nấu được những món chính mà làm được cả những món tráng miệng.

Thường xuyên cử nhân viên bếp đi tập huấn các lớp nghiệp vụ nâng cao tay nghề tại các nghiệp vụ và các khóa học ngắn hạn ở nước ngoài để giao lưu học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm. Góp phần đóng góp vào thực đơn những món ăn mới lạ thu hút thêm nhiều khách.

Khuyến khích các đầu bếp của nhà hàng tham gia các cuộc thi như: Master Chef, Iron Chef, Bắn lĩnh chiếc thìa vàng,... để tranh tài học hỏi không chỉ từ các đầu bếp nổi tiếng mà còn học hỏi được từ những người tham gia, từ đó sẽ quảng bá được nhà hàng một cách rộng rãi hơn.

Ngày nay, có nhiều khách Trung Quốc và khách Hàn Quốc đến Việt Nam ngày càng nhiều chính vì thế nên thêm vào thực đơn những món ăn của nhà hàng.

Xây dựng món ăn có chất lượng tốt nhất.

Đầu bếp của nhà hàng phải tìm hiểu nắm bắt được khẩu vị của khách, sở thích của khách, nếu làm được điều này thì nhà hàng sẽ xây dựng được món ăn có chất lượng tốt nhất, hợp vệ sinh, đảm bảo thức ăn ngon, góp phần làm hài lòng khách hàng.

Hiện nay trên thị trường vấn đề đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm là rất cần thiết. nhất là trong những năm gần đây xuất hiện nhiều dịch bệnh như dịch cúm gia cầm, hiện tượng heo tai xanh và gần đây là dịch tả lợn Châu Phi. Để nâng cao chất lượng an toàn thực phẩm nhà hàng khi nhập nguyên liệu phải kiểm tra rõ nguồn gốc nguyên liệu đó, phải có dấu của bộ y tế trên thực phẩm. Thường xuyên kiểm tra khu vực nhà bếp, khi chế biến phải đeo găng tay, khẩu trang y tế tránh lây nhiễm vi khuẩn vào món ăn, phải rửa tay bằng xà phòng diệt khuẩn, nhân viên phải cho đi kiểm tra sức khỏe định kỳ,....

Nhà hàng luôn luôn phải sử dụng nguyên liệu tươi ngon nhất, giữ được chất lượng ban đầu vốn có của nó.

Xây dựng một thực đơn đa dạng sẽ làm cho khách hàng có nhiều lựa chọn để chọn món ăn cho mình. Một thực đơn với đầy đủ chất dinh dưỡng, đảm bảo sức khỏe sẽ tăng mức độ hài lòng của khách hàng và như vậy sẽ làm cho khách hàng đến với Hải Đăng vào những dịp khác. Để làm được điều đó các đầu bếp cần thực hiện đúng quy trình chế biến thức ăn để đảm bảo giữ lại các chất dinh dưỡng trong món ăn, sử dụng nguồn nguyên liệu tốt nhất cho sức khỏe, không gây ngán và cảm giác khó ăn cho khách hàng. Nhà hàng nên nhập rau từ những cửa hàng rau hữu cơ và cho thấy tầm ảnh hưởng của chúng.

Xây dựng một thực đơn, đa dạng phong phú có chất lượng góp phần quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Một thực đơn đa dạng, khác biệt, món ăn chất lượng đầy đủ chất dinh dưỡng, đảm bảo sức khỏe sẽ khiến khách hàng cảm thấy hài lòng và yên tâm khi dùng bữa tại nhà hàng Hải Đăng. Đặc biệt rất quan trọng trong việc khách hàng đặt tiệc cưới tại nhà hàng vì có thực đơn đa dạng nên khách hàng sẽ thấy hài lòng khi đến đây.

3.2.4 Hoàn thiện quy trình phục vụ của nhà hàng

Tiếp tục duy trì và ngày càng hoàn thiện hơn giai đoạn phục vụ để nhà hàng phục vụ một cách tốt nhất.

Đưa thêm nhiều món mới có thời gian chế biến nhanh, các món liên quan đến nướng thường thời gian chế biến lâu hơn các món khác, hạn chế có thêm món nướng vào thực đơn

Đón và tiễn khách một cách tận tình chu đáo nhất. Lễ tân sẽ ra tận cửa để đón và tiễn khách, dẫn khách vào đúng phòng mà khách đã chọn có thể hỏi thêm những câu như về sức khỏe đối với khách quen hoặc giới thiệu qua về nhà hàng với khách mới đến.

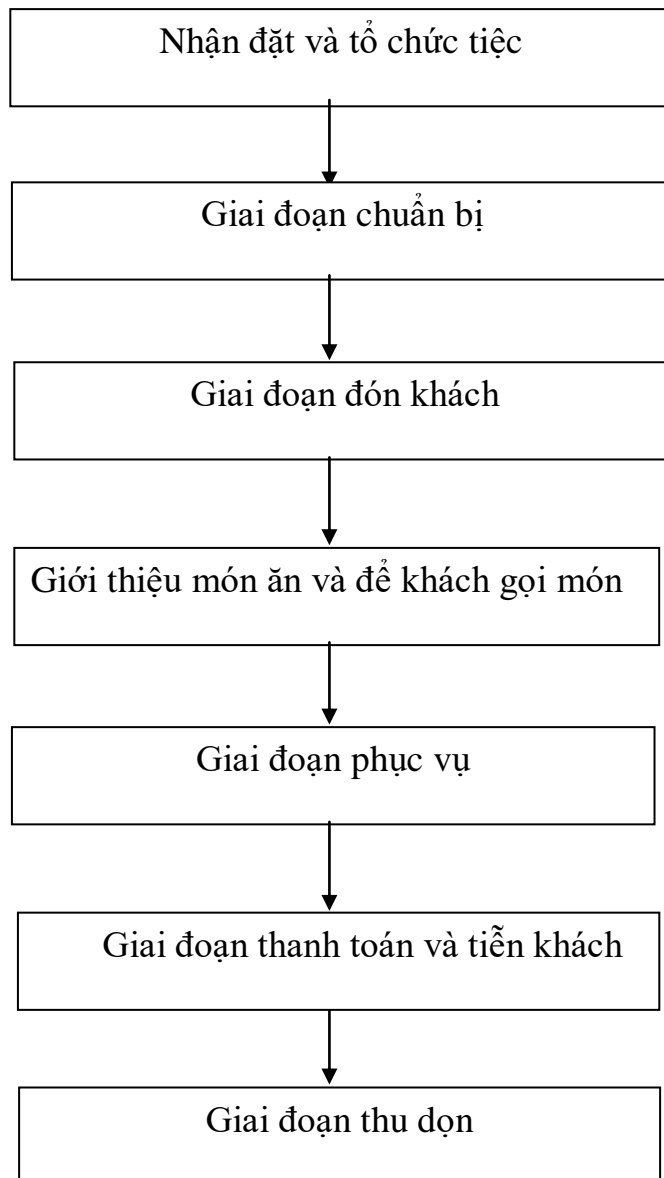
Quản lý cần phải thường xuyên quan sát tất cả nhân viên của mình, đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm tra quy trình phục vụ khách hàng. Tích cực di chuyển quanh phòng tiệc hay những phòng vip của nhà hàng để dễ dàng kiểm tra, nhắc nhở nhân viên thực hiện đúng quy trình phục vụ.

Khi tiếp đãi những vị khách quan trọng của nhà hàng thì ban giám đốc nên xuống các phòng tiệc để kiểm tra, từ đó đưa ra những nhận xét, đóng góp để nhân viên rút kinh nghiệm, khắc phục sai sót, phát huy năng lực của nhân viên. Ngoài ra ban giám đốc cũng có thể kiểm tra năng lực của toàn thể nhân viên, tìm ra lỗi sai và đưa ra biện pháp khắc phục, giúp hoàn thiện quy trình phục vụ và duy trì bầu không khí lamg việc nghiêm túc của nhân viên.

Các quy trình như: dọn dẹp, set-up hay share thức ăn cũng cần được giám sát, quản lý kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo đúng nguyên tắc và kỹ thuật, ngoài ra cũng cần nhắc nhở, hỗ trợ nhân viên giải quyết các khó khăn và xử lý sai phạm của họ một cách nghiêm khắc để quy trình phục vụ được đảm bảo.

Một quy trình phục vụ khách hàng hoàn thiện sẽ cho khách thấy được phong cách phục vụ chuyên nghiệp. Khách hàng đến đây sẽ cảm thấy thoải mái, sẽ được nghỉ ngơi thư giãn mà không phải bận tâm đến cách phục vụ của nhà hàng.

Trong quy trình phục vụ của nhà hàng đã nêu ở chương 2 thì nhà hàng còn thiếu *giai đoạn đón khách; giai đoạn giới thiệu món ăn và để khách gọi món* nên đã thêm vào để có được quy trình hoàn chỉnh hơn. Dưới đây là quy trình phục vụ sau khi đã thêm hai giai đoạn mới:



Ngoài việc tuân thủ những bước phục vụ nhà hàng ở trên, nhân viên phục vụ nào cũng phải biết và thực hiện những nguyên tắc cơ bản sau để rèn luyện thái độ phục vụ và xây dựng phong cách phục vụ chuyên nghiệp cho nhà hàng:

Xếp chỗ cho thực khách

Giới thiệu món ăn và tư vấn món ăn theo sở thích của khách hàng

Ưu tiên phục vụ trẻ nhỏ, người lớn tuổi và phụ nữ

Phục vụ nước uống

Quan tâm nhưng không làm phiền đến khách

Hóa đơn rõ ràng dễ đọc

Không dọn sạch bát đĩa cho tới khi khách về

Không bình luận bất cứ điều gì về khách

3.2.5 Tăng cường công tác chăm sóc, lấy ý kiến khách hàng

Về phần này nhà hàng chưa thực sự làm tốt vì thế bộ phận chăm sóc khách hàng cần phải thường xuyên gọi điện cho khách để hỏi về tình hình của khách và nhà hàng luôn cung cấp số đường dây nóng cho khách hàng hoặc số điện thoại của người quản lý để khách hàng dễ dàng đặt bàn và biết còn bàn hay không. Đảm bảo nhân viên lễ tân luôn nghe máy trong giờ làm việc để sẵn sàng giải quyết các vấn đề đến từ khách hàng. Đội ngũ cán bộ nhân viên luôn hướng đến khách hàng, với phương châm phục vụ khách hàng một cách chuyên nghiệp và nhiệt tình.

Nếu khách phàn nàn về đồ ăn, có thể thay một món lựa chọn khác do khách hàng lựa chọn và tất nhiên món ăn trước đó sẽ không tính tiền và loại bỏ khỏi hóa đơn tính tiền. Giám đốc hay quản lý được thông báo về sự không tính tiền này

Món tráng miệng hay thức uống không tính tiền có thể mang lên cho khách

Cách phản ứng tốt và quan trọng là cảm ơn sự phàn nàn của khách (tránh gây mất lòng). Điều này có thể cho họ cảm thấy vui hơn và thông thường họ sẽ quay lại

Để có được thông tin khách hàng và biết khách hàng suy nghĩ gì về nhà hàng thì có thể lấy bằng nhiều cách:

Thông tin từ người phục vụ trực tiếp

Thông tin từ hòm thư khiếu nại

Thông tin bằng bảng hỏi hoặc hỏi trực tiếp khách hàng

....

Khi có được thông tin rồi thì sau bữa ăn khách đã về thì nhân viên lễ tân nên gọi điện hỏi khách về buổi tiệc hoặc bữa ăn hôm nay như thế nào, có hài lòng với thái độ và cách phục vụ của nhân viên hay không, đồ ăn như thế nào,... phải cảm ơn khách và hẹn gặp lại khách vào dịp sau. Phải thường xuyên lấy ý kiến của khách hàng để nhà hàng biết được mình chưa tốt ở mảng nào và từ đó khắc phục.

Việc lấy ý kiến khách hàng được xem là giúp nhà hàng hiểu hơn được những vị khách của họ nghĩ gì. Sẽ có những ý kiến tốt cũng như sẽ có những ý

kiến không tốt, chỉ vì những ý kiến xấu mà nhà hàng lại bỏ qua việc lấy ý kiến của khách hàng. Những ý kiến tốt sẽ giúp nhà hàng thành công vì chúng là phương tiện tiếp thị truyền miệng hậu quả nhất mà không tốn chi phí. Ngược lại những ý kiến không tốt sẽ giúp nhà hàng thấy được nhà hàng chưa tốt ở mảng nào từ đó khắc phục. Học cách lắng nghe khách hàng sẽ giúp nhà hàng càng ngày càng phát triển hơn.

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị với Ban Lãnh Đạo

Ban lãnh đạo cần phải thường xuyên kiểm tra giám sát hoạt động kinh doanh, đảm bảo nhà hàng luôn thực hiện theo đúng tiêu chuẩn.

Phải xác định rõ thế mạnh của nhà hàng để có hướng đi đúng đắn. Thị trường mục tiêu phải xác định rõ ràng, không tràn lan, tập trung vào đối tượng khách mà nhà hàng có thể phục vụ một cách tốt nhất.

Nhà hàng phải thường xuyên đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, tiếp cận công nghệ cao, mới, hiện đại.

Cần phải vạch rõ mục tiêu mà nhà hàng muốn đạt được, tránh sự mơ hồ, không rõ ràng. Xây dựng những chiến lược, bước đi để đạt được mục tiêu đó.

Liên tục cập nhật những phương pháp của các nước phát triển, đặc biệt là những nước thành công trong hoạt động kinh doanh như Mỹ, Anh, Nhật,... . Cử nhân viên đi học để nâng cao tay nghề, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ

Việc tuyển chọn nhân viên cũng cần phải lựa chọn kỹ lưỡng, lựa chọn những người có trình độ nghiệp vụ, có thái độ yêu nghề, nghiêm túc trong công việc, nhân viên sau khi tuyển chọn phải được đào tạo một cách chuyên nghiệp. Sắp xếp nhân viên phải hợp lý, đúng người đúng việc, tạo tinh thần thoải mái cho nhân viên khi làm việc.

Thường xuyên phát phiếu thăm dò ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ, cần chỉ rõ được những gì nhà hàng đã làm được, những gì nhà hàng chưa làm và những gì nhà hàng cần phải làm tốt.

3.3.2 Đối với nhà hàng Hải Đăng

Cần liên kết chặt chẽ giữa các bộ phận với nhau. Trong quá trình thực tập em thấy được rằng có một số nhân viên phục vụ chưa thực sự cởi mở, các bộ phận chưa gắn kết hòa đồng với nhau.

Nhà hàng đề ra các biện pháp tiết kiệm mọi mặt nhưng vẫn đảm bảo kinh tế có hiệu quả, giữ vững thu nhập, ổn định đời sống của cán bộ công nhân viên. Ban lãnh đạo thường xuyên nhắc nhở nhân viên nâng cao thái độ phục vụ và chất lượng phục vụ.

Cần nâng cấp nơi để xe và hệ thống thoát nước làm cho khung cảnh mỹ quan hơn.

Cần đầu tư hơn nữa việc quảng cáo và chăm chút cho Website của nhà hàng.

Tiểu kết chương 3

Dựa trên thực trạng của nhà hàng mà chương 2 đã phân tích, chương 3 đã trình bày ra mục tiêu, định hướng của nhà hàng ở hiện tại và tương lai và đưa ra các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng Hải Đăng. Hy vọng trên đây là những giải pháp có hiệu quả, sẽ giúp nhà hàng Hải Đăng có vị trí thứ nhất trong lòng khách hàng khi họ muốn tổ chức tiệc cưới hay đơn giản chỉ là những cuộc gặp gỡ người thân và bạn bè, góp phần tăng lợi nhuận cho nhà hàng.

KẾT LUẬN

Sự cạnh tranh trong ngành kinh doanh nhà hàng là rất khốc liệt, nó đòi hỏi nhà hàng phải có nhiều điểm mạnh và hạn chế điểm yếu, phải có cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, cách phục vụ chuyên nghiệp,... như vậy mới thu hút được khách hàng mới và giữ chân được khách hàng cũ. Để làm được điều đó cần ban giám đốc phải giỏi và nhân viên cũng phải tự giác.

Trong thời gian thực tập tại nhà hàng em đã vận dụng kiến thức của trường, mặc dù bản thân em đã có gắng tìm hiểu song vẫn bị hạn chế, từ đó em đã phân tích về chất lượng phục vụ của nhà hàng và đưa ra một số giải pháp cho nhà hàng để nâng cao chất lượng phục vụ, đem lại lợi nhuận cao cho nhà hàng. Có thể những giải pháp của em đưa ra so với thực tế là chưa chính xác. Nhưng em vẫn rất cảm ơn sự đóng góp của ban giám đốc và các anh chị quản lý và giảng viên ThS Nguyễn Thị Phương Thảo đã giúp đỡ em trong quá trình làm luận án tốt nghiệp.

Em tin rằng trong tương lai nhà hàng Hải Đăng sẽ ngày càng phát huy mặt mạnh của mình và khắc phục điểm yếu, nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Mong rằng sau này em sẽ trở thành một nhân viên của nhà hàng để góp công sức xây dựng nhà hàng ngày càng lớn mạnh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. *Bảng báo cáo hoạt động kinh doanh*, Nhà hàng Hải Đăng
2. *Định hướng phát triển*, Nhà hàng Hải Đăng
3. Đồng chủ biên: GS.TS. Nguyễn Văn Đính, TS. Trần Thị Minh Hòa Giáo trình *Kinh tế du lịch*, ĐH Kinh tế quốc dân khoa du lịch và khách sạn
4. Đồng chủ biên: PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh, TS. Hoàng Thị Lan Hương, Giáo trình *Quản trị kinh doanh khách sạn, nhà hàng*, ĐH Kinh tế quốc dân khoa du lịch và khách sạn
5. Nguồn từ website của nhà hàng Hải Đăng Web: <http://haidangplaza.com>
6. Nguồn từ các trang:
 - Quy trình phục vụ món ăn: <https://123doc.org/document/5177795-quy-trinh-phuc-vu-khach-an-chon-mon.htm>
 - Mô hình đánh giá chất lượng phục vụ: <https://toc.123doc.org/document/644053-2-mo-hinh-danh-gia-chat-luong-phuc-vu-servqual.htm>
 - Xu hướng kinh doanh ẩm thực 2019 khi sự tiện lợi và giá trị dinh dưỡng lên ngôi: <https://www.cukcuk.vn/tin-tuc/newsid/466/xu-huong-kinh-doanh-am-thuc-2019/>

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG

1. Quý khách là khách du lịch hay là người địa phương:

.....

2. Giới tính:

Nam	Nữ
-----	----

3. Độ tuổi:

<p>< 20 tuổi</p> <p>Từ 20 <input type="checkbox"/> – 30 tuổi</p> <p>Từ 31 – 50 tuổi <input type="checkbox"/></p>	<p>Từ 51 – 60 tuổi</p> <p>> 60 tuổi</p>
---	--

4. Nghề nghiệp:

<p>Học sinh/ Sinh viên</p> <p>Hưu trí</p> <p>Nhân viên văn phòng</p>	<p>Doanh nhân</p> <p>Công chức nhà nước</p> <p>Khác (xin ghi cụ thể)</p> <p>.....</p>
--	---

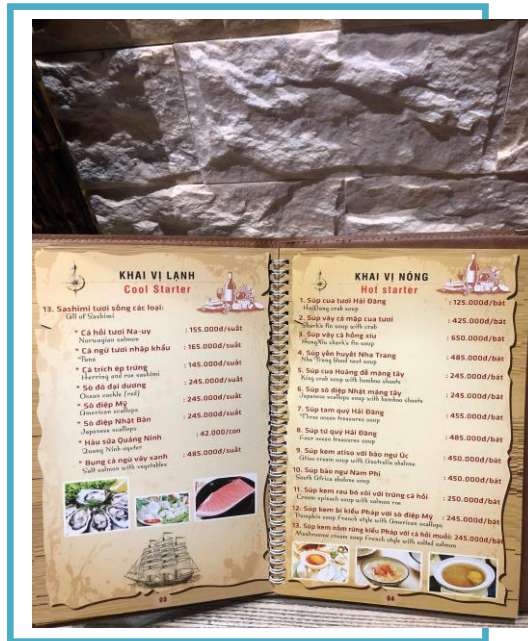
5. Xin vui lòng cho biết đánh giá của Quý khách về dịch vụ ăn uống của nhà hàng Hải Đăng

STT	Nội dung	Mức độ hài lòng			
		Không hài lòng	Hài lòng	Rất hài lòng	kiến cụ thể (nếu có)
1	Quý khách có cảm thấy hài lòng với không gian nhà hàng hay không?				

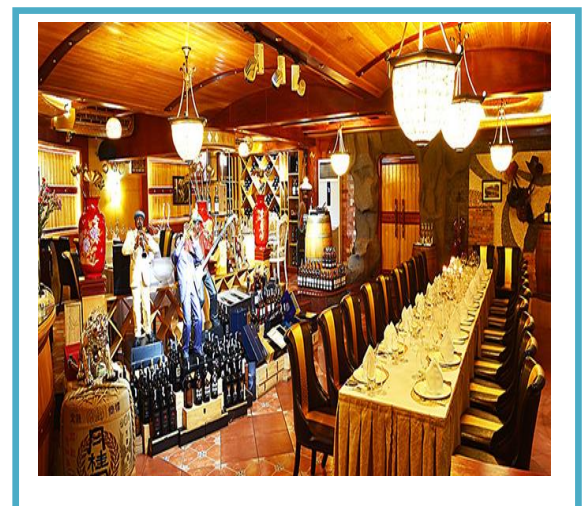
2	Quý khách có thích cách thiết kế, trang trí của nhà hàng không?				
3	Quý khách có hài lòng về vấn đề vệ sinh của nhà hàng?				
4	Quý khách đánh giá thế nào về chất lượng các món ăn của nhà hàng?				
5	Quý khách thấy thực đơn nhà hàng có phong phú, đa dạng không?				
6	Quý khách có hài lòng với cách phục vụ của nhân viên không?				
7	Quý khách cảm thấy hài lòng với thời gian lên món ăn?				
8	Quý khách thấy hài lòng với giá cả của nhà hàng?				
9	Quý khách thấy hài lòng với dịch vụ khác của nhà hàng (massage, CLB rượu,...)?				
10	Quý khách ấn tượng hay thích điều gì nhất ở Hải Đăng?				
11	Quý khách có muốn quay lại nhà hàng Hải Đăng không?				

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác quý báu của Quý khách.

PHỤ LỤC 2: MỘT SỐ HÌNH ẢNH NHÀ HÀNG HẢI ĐĂNG



Hình 1,2: Hình ảnh thực đơn cho khách dự tiệc và khách lẻ



Hình 3,4: Trung tâm tiệc cưới và hầm rượu của nhà hàng

PHỤ LỤC 3: THỰC ĐƠN

Thực đơn ăn sáng: Bún cá; Phở bò; Bánh đa cua và bánh mì trứng

Thực đơn dự tiệc cưới

(10 người/bàn)

Thực đơn 1:

Súp Hải Sản

Gà Ta Quay Lu – Xôi Chiên

Bò Sốt Tiêu Xanh Bánh Mì

Lẩu Hải Sản Chua Cay

Trái Cây

Thực đơn 2:

Súp Cua

Sườn Heo Quay Lu – Xôi Chiên

Cá Tai Tượng Chiên Xù – Cuốn Bánh Tráng

Lẩu Nấm Hải Sản

Trái Cây Thập Cẩm