

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG



ISO 9001:2008

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH : QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Sinh viên : **NGUYỄN THỊ MINH PHƯƠNG**

Giảng viên hướng dẫn : **ThS. VŨ THỊ THANH HƯƠNG**

HẢI PHÒNG - 2018

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**
.....

**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ TIỆC TẠI TRUNG TÂM HỘI NGHỊ TIỆC CƯỜI
LẠC HỒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP HỆ ĐẠI HỌC CHÍNH QUY
NGÀNH QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH**

Sinh viên : Nguyễn Thị Minh Phương
Giảng viên hướng dẫn : ThS. Vũ Thị Thanh Hương

HẢI PHÒNG - 2018

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG
.....

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Minh Phương Mã số: 1412405018
Lớp: DL1801 Ngành: Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành

Đề tài: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày tháng năm

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày tháng năm

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2018

Hiệu trưởng

GS.TS. NGUYỄN Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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...):

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):

.....

.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Trước hết em xin chân thành cảm ơn các thầy, cô giáo trong khoa Văn hóa du lịch cũng như các thầy cô giáo trong trường đã trang bị cho em những kiến thức tổng hợp trong suốt khóa học.

Đó là cơ sở để em có thể hoàn thành luận văn tốt nghiệp của mình. Em cũng xin chân thành cảm ơn Thạc sỹ Vũ Thị Thanh Hương- người đã giúp đỡ em tận tình trong việc hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này.

Đồng thời em xin bày tỏ lòng biết ơn đối với ban lãnh đạo xùg tập thể nhân viên của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng đã giúp đỡ tạo điều kiện cho em trong suốt thời gian thực tập tại Trung tâm.

Do lượng kiến thức có hạn, kinh nghiệp thực tế cũng như thời gian thực tập không nhiều nên khóa luận cũng không tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong thầy cô giáo và các bạn góp ý, chỉ bảo đề tài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn !

Sinh viên

Phương

Nguyễn Thị Minh Phương

LỜI MỞ ĐẦU

1) Lý do chọn đề tài

Du lịch Việt Nam trên đà phát triển và hội nhập thế giới, du khách quốc tế đến với Việt Nam ngày càng tăng và du lịch nội địa cũng tăng nhanh do đời sống kinh tế của người dân được nâng cao cũng như nhu cầu về mặt thư giãn tinh thần của người lao động được quan tâm đúng mức.

Nắm bắt được xu thế của thời đại, nhiều doanh nghiệp đã mạnh dạn đầu tư vào khai thác vào nguồn lợi du lịch, đây là lý do ra đời của hàng loạt các đơn vị cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống nhằm đáp ứng nhu cầu của khách bình dân cho tới cao cấp.

Trong môi trường kinh doanh hiện nay, yếu tố quan trọng mà khách hàng quan tâm khi quyết định mua một sản phẩm nào đó của doanh nghiệp là chất lượng sản phẩm. Vì vậy mỗi doanh nghiệp luôn phải đảm bảo và không ngừng nâng cao chất lượng nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng mà doanh nghiệp hướng đến. Hơn nữa, đối với các doanh nghiệp thì chất lượng còn có thể trở thành công cụ cạnh tranh chính và lành mạnh trong nền kinh tế thị trường ngày nay. Đặc biệt trong kinh doanh dịch vụ ăn uống thì chất lượng cao cùng với sự khác biệt còn trở thành yếu tố hấp dẫn góp phần thu hút khách hàng đến với doanh nghiệp và là một trong những yếu tố để khách hàng quyết định lựa chọn đến với doanh nghiệp những lần sau đó. Và từ đây tạo nên những cuộc cạnh tranh gay gắt trong kinh doanh dịch vụ ăn uống. Chính vì sự cạnh tranh này đã thúc đẩy sự tìm tòi khám phá của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống nhằm tạo ra những sản phẩm mới lạ, hấp dẫn để thu hút khách cũng như không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ để có thể làm hài lòng khách hàng. Cho nên để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và sự khắt khe của khách hàng thì các doanh nghiệp cần phải có những giải pháp cụ thể để có được khách hàng lớn và đảm bảo được sự tồn tại, phát triển của doanh nghiệp là việc cần thiết.

Xuất phát từ ý nghĩa đó, sau 4 năm học đại học và từ thực tiễn của quá trình thực tập tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng, em đã lựa chọn đề tài:

“ Thực trạng, giải pháp và nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng” làm đề tài khóa luận tốt nghiệp.

2) Mục đích nghiên cứu

- Hệ thống hóa một vấn đề lý luận về khái niệm dịch vụ tiệc, chất lượng dịch vụ tiệc và nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm.
- Nghiên cứu, phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc, tìm ra những thành công, tồn tại và nguyên nhân dẫn đến những thực trạng đó tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.
- Đề xuất những giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc góp phần thu hút, nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng với dịch vụ tiệc và hiệu quả kinh doanh của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

3) Phương pháp nghiên cứu

- Khóa luận sẽ được trình bày dựa trên các phương pháp nghiên cứu chủ yếu sau: phương pháp nghiên cứu lý luận kết hợp với quan sát tìm hiểu và khảo sát thực tế, phương pháp thu thập và xử lý thông tin, phương pháp thống kê phân tích và tổng hợp.

4) Phạm vi nghiên cứu

- Nghiên cứu toàn bộ hoạt động kinh doanh dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng trên các mặt: cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh ăn uống, lao động và tổ chức lao động trong kinh doanh dịch vụ tiệc, loại hình sản phẩm trong kinh doanh dịch vụ tiệc.

5) Thời gian nghiên cứu

- Thời gian để phục vụ cho việc hoàn thành báo cáo thực tập tổng hợp, báo cáo chuyên đề tốt nghiệp và khóa luận tốt nghiệp là từ tháng 8/2018 đến tháng 11/2018.

KẾT CẤU CỦA KHÓA LUẬN

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận, khóa luận được kết cấu gồm 3 chương:

Chương I

Cơ sở lý luận của chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới lạc hồng

Chương II

Thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Chương III

Những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

CHƯƠNG I:

CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC TẠI TRUNG TÂM HỘI NGHỊ TIỆC CUỐI LẠC HỒNG

1.1. Một số khái niệm về nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc

1.1.1. Khái niệm dịch vụ

Theo quản trị marketing của Philip Kotlet: dịch vụ là mọi hành động và kết quả của một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất.

Theo quan điểm của chuyên gia lĩnh vực marketing dịch vụ thì dịch vụ bao gồm toàn bộ các hỗ trợ mà khách hàng mong đợi, nó phù hợp với giá cả, uy tín ngoài bản thân hàng hóa và dịch vụ đó.

Như vậy, có rất nhiều quan điểm khác nhau về khái niệm dịch vụ nhưng khái niệm dịch vụ được sử dụng nhiều nhất là khái niệm dịch vụ theo (ISO 9004-2:1991E): Dịch vụ là kết quả mang lại nhờ các hoạt động tương tác giữa người cung cấp và khách hàng, cũng như nhờ các hoạt động của nhà cung cấp để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

- **Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ**

Sản phẩm dịch vụ nói chung đều có những đặc điểm chung dưới đây:

- a) **Tính vô hình một cách tương đối của dịch vụ**

- Đặc tính này nó phản ánh một thực tế là hiếm khi khách hàng nhận được sản phẩm thực từ kết quả hoạt động dịch vụ mà là sự trải nghiệm hơn là sở hữu.

Dịch vụ thuần túy không thể đánh giá bằng các giác quan mà nó là sự trừu tượng.

Ví dụ: khi ta đi cắt tóc thì trước khi cắt ta không thể biết kiểu tóc sau khi cắt sẽ như thế nào.

- Tính vô hình của dịch vụ làm cho khó có thể đánh giá được các dịch vụ cạnh tranh, khi tiêu dùng dễ gặp rủi ro. Vì vậy, khách hàng thường dựa vào thông tin cá nhân và sử dụng giá cả làm cơ sở để đánh giá chất lượng.

b) Tính đồng thời và sản xuất tiêu dùng

Sản xuất và tiêu dùng đồng thời xảy ra không tách rời nhau được, không có khoảng thời gian giữa sản xuất và tiêu dùng, sản phẩm hỏng là không thể kiểm tra được.

c) Sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ

Vì sản xuất và tiêu dùng đồng thời xảy ra nên không thể thiếu khách hàng hoặc là nhà cung cấp. Để có sản phẩm dịch vụ thì phải có khách hàng. Trên thực tế khách hàng có tính chất quyết định việc sản xuất dịch vụ.

d) Tính không đồng nhất

Tính không đồng nhất ở đây là cùng một chủng loại dịch vụ cùng sản xuất với chất lượng như nhau nhưng với những đối tượng khách khác nhau thì lại có thể có những cách đánh giá khác nhau về chất lượng dịch vụ đó. Khách hàng có sự phong phú về nhu cầu sở thích, khẩu vị,... do đó khó có thể đưa ra được một tiêu chuẩn chung của dịch vụ để thỏa mãn mọi nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng.

Vì vậy, người cung ứng dịch vụ cần đặt bản thân vào vị trí khách hàng, hay còn gọi là sự đồng cảm để có thể hiểu được nhu cầu của họ từ đó mà cung cấp dịch vụ được tốt nhất.

e) Tính không lưu giữ được

Cũng do tính đồng thời mà sản phẩm dịch vụ không thể lưu giữ được như sản phẩm hữu hình và dễ bị hư hỏng.

Ví dụ: nếu bữa tối của Trung tâm này chỉ phục vụ được một ít đối tượng, đồ ăn và đồ uống đã sản xuất hôm nay không bán được thì không thể lưu giữ đến ngày mai bán.

f) Không có sự dịch chuyển về quyền sở hữu khi thực hiện dịch vụ

Khi mua hàng hóa hữu tính thì khách hàng được sở hữu một cái gì đó. Nhưng với sản phẩm dịch vụ thì khách hàng không thể sở hữu một hàng hóa cụ thể mà chỉ trải qua một tiến trình dịch vụ là chủ yếu.

g) Kiểm tra chất lượng sản phẩm dịch vụ trước khi bán là rất khó

Do đặc điểm sản xuất và tiêu dùng xảy ra đồng thời nên không có thời gian để đo lường kiểm tra chất lượng sản phẩm. Mặt khác, người sản xuất chỉ đánh giá chất lượng dịch vụ theo cảm tính chủ quan của mình. Tuy nhiên sản phẩm sản xuất ra ở đây là để bán, để giành cho người tiêu dùng, vì vậy chỉ người tiêu dùng và thông qua tiêu

dùng thì chất lượng dịch vụ mới có thể đánh giá chính xác được. Ngoài ra chất lượng phục vụ còn phụ thuộc vào tâm trạng của khách, việc thỏa mãn nhu cầu của nhiều đối tượng khác nhau tại các thời điểm khác nhau là rất khó, điều đó rất khó đánh giá chất lượng dịch vụ.

1.2. Khái niệm về chất lượng dịch vụ

1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Theo tiêu chuẩn Việt Nam ISO-9000 chất lượng dịch vụ tiệp được xác định:

Chất lượng dịch vụ tiệp là mức phù hợp của sản phẩm dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu đề ra, định trước hoặc tiềm ẩn của người mua.

Như vậy dịch vụ càng phù hợp với nhu cầu, sở thích, thị hiếu... của khách thì họ sẽ cho là dịch vụ là dịch vụ của nhà cung ứng càng cao.

Chất lượng dịch vụ là sự tạo nên trừu tượng , khó nắm bắt bởi các đặc tính riêng có của dịch vụ. Việc đánh giá chất lượng được hình thành lên trong quá trình cung cấp và tiêu dùng dịch vụ, thường xảy ra trong sự gặp gỡ giữa người bán và người mua dịch vụ.

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ còn được đánh giá là sự thỏa mãn của khách hàng được xác định bởi việc so sánh giữa chất lượng cảm nhận và chất lượng trông đợi. Việc so sánh này có thể tóm tắt bằng đẳng thức:

Sự thỏa mãn = sự cảm nhận – sự trông đợi

$$S = P - E$$

Satisfaction = Perception – Expectation

Thông thường khách thường có những trông đợi sau đối với Trung tâm:

- Độ tin cậy: khách muốn phục vụ dịch vụ ăn uống một cách đúng giờ, chính xác, nhất quán về chất lượng và đáng tin cậy.
- Tinh thần trách nhiệm: khách muốn nhân viên Trung tâm tận tình phục vụ và cung ứng dịch vụ một cách mau lẹ.

- Sự đảm bảo: đảm bảo ở đây là về trình độ chuyên môn nghiệp vụ, hiểu biết cũng như là về tinh thần thái độ phục vụ của nhân viên, đảm bảo về cơ sở vật chất, vệ sinh an toàn của đồ ăn thức uống,...

- Sự quan tâm, thấu hiểu khác: khách tới Trung tâm luôn muốn được nhân viên phục vụ quan tâm tới khẩu vị, nhu cầu, sở thích,... cá nhân của họ.

- Tính hữu hình: trông đợi về các yếu tố tồn tại hữu hình tại Trung tâm như cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị tiện nghi phục vụ, vấn đề thẩm mỹ trong bài trí, nghệ thuật trang trí, ngoại hình và phong cách phục vụ của nhân viên,...

- Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ

- Chất lượng món ăn đồ uống: là chỉ tiêu đầu tiên đánh giá chất lượng của một bữa tiệc. Món ăn phải phù hợp với mỗi loại tiệc từng phần trong món ăn. Đảm bảo cả về dinh dưỡng lẫn cảm quan trong đó, phương pháp chế biến cũng hấp dẫn khách hàng. Đồ uống đảm bảo chất lượng màu sắc cũng như nhiệt độ thích hợp với từng loại.

- Sự tiện nghi sang trọng: tiện nghi sang trọng, hiện đại sẽ tạo cho khách cảm giác tin tưởng hơn vào dịch vụ. Trang thiết bị hiện đại, đầy đủ và màu sắc hài hòa tạo nên không gian trang trọng lịch sự.

- Thái độ phục vụ của nhân viên: nhân viên phục vụ cũng là bộ mặt của của Trung tâm. Điều này được thể hiện qua thái độ của nhân viên có nhiệt tình hay không, kỹ năng phục vụ, trình độ hiểu biết cũng như trình độ giao tiếp của nhân viên,... Tất cả các yếu tố trên là để đánh giá thái độ của nhân viên. Nếu nhân viên được đào tạo tốt, có kinh nghiệm, độ tuổi phù hợp sẽ tạo cảm giác thoải mái cho khách dự tiệc.

- Vệ sinh: vệ sinh không chỉ là vệ sinh phòng tiệc, xung quanh phòng tiệc mà còn là vệ sinh dụng cụ ăn uống, vệ sinh cá nhân con người, vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh Trung tâm, hành lang, kính,... Điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến sự đánh giá của khách hàng dành cho Trung tâm mà còn là sức khỏe của khách.

- Nghệ thuật trang trí: các bước chuẩn bị cho bữa tiệc, phải thể hiện được phong cách, tính chất của từng bữa tiệc,... tạo ra giá trị nghệ thuật cao cho Trung tâm. Đây cũng là một tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ, đặc biệt những buổi tiệc lớn, có nhiều khách mà thông qua đây đánh giá được vị trí của khách sạn.

Vì vậy, những doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống cần phải quan tâm chú ý đến các tiêu chí, không được xem thường các tiêu chí nào. Cố gắng kiểm tra giám sát, đôn đốc các bộ phận làm tốt công việc của mình.

Tất cả những yếu tố trên góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ nói riêng, góp phần thu hút khách hàng và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Khái niệm: . Nâng cao chất lượng dịch vụ là những hoạt động tiến hành trong toàn bộ tổ chức nhằm nâng cao hiệu quả và hiệu suất của các hoạt động vào quá trình để tạo thêm lợi ích cho cả tổ chức và khách hàng của tổ chức đó.

- Một số chỉ tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ

a) Cơ sở vật chất kỹ thuật và tiện nghi phục vụ

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những nhân tố quan trọng của Trung tâm. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận dịch vụ của khách. Một Trung tâm với trang thiết bị tiện nghi, phục vụ lịch sự, sang trọng, có tính thẩm mỹ cao,... sẽ hấp dẫn du khách vì nó tạo ra cảm giác yên tâm về các món ăn đồ uống và các dịch vụ khác của Trung tâm. Điều này sẽ tác động ngay đến cảm nhận và đánh giá chất lượng dịch vụ Trung tâm.

Tính hiện đại: mỗi Trung tâm tiến hành hoạt động trong điều kiện về trình độ công nghệ hiện đại của máy móc thiết bị và quy trình công nghệ phục vụ khác có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ, đặc biệt những Trung tâm có hệ thống máy móc hiện đại sẽ phù hợp với nhu cầu mong đợi của khách hàng đảm bảo phục vụ vệ sinh, nhanh chóng.

b) Đội ngũ nhân viên

Bởi vì do đặc điểm của dịch vụ là lao động sống và chỉ có người tiếp xúc mới hiểu được tâm lý của nhau. Nhân viên phục vụ là người tiếp xúc trực tiếp và nhiều nhất với khách hàng, do đó trình độ chuyên môn nghiệp vụ, phong cách phục vụ của nhân viên cũng ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ. Vì vậy, nếu Trung tâm nào có đội ngũ nhân viên giỏi về nghiệp vụ, phong cách phục vụ tốt thì sẽ thu hút được khách.

Mặt khác do tính chất phức tạp của công việc là chuyên môn hóa từng khâu nên để có được chất lượng ổn định đòi hỏi từng nhân viên phải có kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ vững vàng thì mới có thể đáp ứng được tốt các nhu cầu của khách hàng.

c) Sự cảm nhận của khách hàng

Khách hàng là người quyết định sự sống còn đối với một doanh nghiệp, là người hưởng thụ chất lượng do người cung ứng đem lại và là người đặt ra yêu cầu cụ thể về chất lượng cho người cung ứng. Khách hàng sẽ thừa nhận hay không thừa nhận, sẽ hài lòng hoặc không hài lòng với chất lượng dịch vụ.

Nói tóm lại, để có chất lượng dịch vụ cao thì cần phải chú trọng đến các chỉ tiêu cơ bản. Trên mỗi chỉ tiêu giữa một vai trò nhất định nhưng trong đó chỉ tiêu thỏa mãn (sự cảm nhận) của khách hàng được quan tâm chú ý nhiều hơn cả. Bởi vì chỉ có sự thỏa mãn của khách hàng thì mới có sự lựa chọn lần sau đến với Trung tâm hay không.

1.3. Khái niệm tiệc và quy trình phục vụ tiệc.

1.3.1. Khái niệm tiệc

Tiệc là một loại sự kiện được tổ chức mà tại đó mọi người đến cùng một lúc, cùng ăn một bữa ăn. Loại hình tiệc cũng rất đa dạng từ các tiệc cá nhân để thưởng thức đồ ăn và cùng chung vui tới các bữa tiệc mang tính nghi thức trang trọng. Số lượng khách từ vài người cho đến nghìn người.

- Phân loại tiệc: tiệc được phân thành nhiều loại khác nhau tùy vào cách tiếp cận, mục đích bữa tiệc.

- Căn cứ vào chủ đề tiệc để tiệc được phân ra những loại sau:

- Tiệc cưới: Tổ chức cho đám cưới đặt trước.
- Tiệc hội nghị: Tổ chức cho hội nghị
- Tiệc sinh nhật: Tổ chức cho sinh nhật
- Ngoài ra còn có tiệc mừng thọ, liên hoan gia đình, họp lớp, họp trường,...

- Căn cứ vào cách thức tổ chức tiệc ta có:

- Tiệc ngồi: là loại tiệc trong khi ăn mọi người đều được sắp xếp ngồi ở những vị trí nhất định trong phòng tiệc. Tiệc ngồi thường mang tính trang trọng và có nhiều người tham gia.

- Tiệc đứng: là loại tiệc thường dùng đồ ăn nguội, được đặt trên bàn cùng với dụng cụ ăn được đặt ở góc bàn, trong khi ăn khách không ngồi chỗ riêng mà tự do đi

lại trong phòng tiệc. Loại tiệc này thường ít khách tham gia hơn tiệc đứng. Các loại đồ ăn thường là đồ ăn nhẹ và một số loại đồ uống như cocktail, rượu, trà,... Thời gian diễn ra tiệc ngắn.

1.3.2. Lợi ích của phục vụ tiệc

Đối với hầu hết các cơ sở kinh doanh phục vụ ăn uống bao gồm cả các cơ sở kinh doanh phục vụ ăn uống trong khách sạn, phục vụ tiệc mang lại nhiều lợi ích hơn các hoạt động phục vụ thông thường khác vì phục vụ tiệc vừa mang lại nhiều lợi nhuận hơn hoạt động phục vụ thông thường vừa mang lại cơ hội quảng bá cho cơ sở phục vụ.

1.3.2.1. Phục vụ tiệc mang lại nhiều lợi nhuận hơn:

Tất cả các bữa tiệc đều được đặt trước và lên lịch phục vụ trước và số khách tới ăn thường lớn. Vì lý do đó mà chi phí và mức độ lãng phí thường thấp.

Về mặt chi phí, khi phục vụ tiệc chi phí thực phẩm và bảo quản thực phẩm thấp hơn do nhà hàng biết trước được sẽ cần bao nhiêu thực phẩm và khi nào cần đến. Do vậy nhà hàng chỉ cần mua đúng số lượng cần vào thời điểm cần và do đó không phải lưu thực phẩm nhiều trong kho, ít rủi ro hỏng thực phẩm do để lâu hoặc có những món ăn phải sơ chế trước nhưng không có ai gọi phải đổ bỏ. Chi phí nhân công cũng thấp hơn bởi khi phục vụ tiệc các cơ sở thường dùng nhân viên bán thời gian, hơn nữa các cơ sở cũng biết chính xác cần có bao nhiêu người phục vụ nên không xảy ra tình trạng thừa người đi làm hơn mức cần thiết gây lãng phí nhân công. Mặt khác các quy trình làm việc chặt chẽ cũng như khách ăn cùng lúc cũng khiến nhân viên làm việc với năng suất và hiệu suất cao hơn.

Về mặt lãng phí nguyên liệu, số lượng người đến ăn tiệc luôn được đặt tiệc đảm bảo trước vì vậy thông thường nhà hàng sẽ nấu vừa đủ không gây lãng phí thực phẩm. Nếu như có sự lãng phí do lượng khách đến ít hơn so với bảo đảm thì người đặt tiệc phải chịu khoản lãng phí đó chứ không phải nhà hàng.

1.3.2.2. Phục vụ tiệc là một cơ hội quảng bá cho nhà hàng

Trong thời gian phục vụ tiệc nhà hàng có cơ hội giới thiệu và quảng bá các sản phẩm và dịch vụ của mình cho một số lượng khác lớn. Không có gì thuyết phục khách hàng hơn là chính mình được trải nghiệm các món ăn và dịch vụ tuyệt vời của nhà hàng. Điều quan trọng hơn cả là việc sau đó khách có thể kể với người khác về trải nghiệm tuyệt vời của mình. Đây là điều mà quảng cáo và các hoạt động marketing khác khó có thể làm được. Hơn nữa nhà hàng không mất tiền cho các hoạt động này.

1.3.3. Bán dịch vụ tiệc và nhận đặt tiệc

1.3.3.1. Bán dịch vụ tiệc:

Việc bán dịch vụ tiệc bao gồm việc tiếp thị các dịch vụ và cơ sở vật chất cho các bữa tiệc, buổi gặp gỡ, hội nghị, hội thảo tới các đối tượng có nhu cầu như các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, cơ quan chính phủ...; tìm kiếm, tư vấn, thuyết phục khách hàng sử dụng các dịch vụ và cơ sở vật chất của nhà hàng hay khách sạn. Công việc này do bộ phận thị trường hay trưởng bộ phận phục vụ tiệc trong khách sạn, nhà hàng đảm trách. Đôi khi cả hai người này cùng đảm trách công việc trên. Cho dù ai là người đảm trách công việc bán dịch vụ tiệc đi chăng nữa thì một khi khách hàng đồng ý sử dụng dịch vụ của nhà hàng, khách sạn thì các công việc kế tiếp bao giờ cũng do trưởng bộ phận phục vụ tiệc tiếp quản và bắt tay vào hoạch định bữa tiệc hay sự kiện với người chủ tiệc.

Những người phụ trách hoạt động bán hay phục vụ tiệc phải có kiến thức sâu về các loại đồ ăn, đồ uống bởi rất nhiều người khi tổ chức tiệc hay sự kiện cần tới sự tư vấn về các loại đồ ăn, trình tự ăn và loại đồ uống đi kèm cũng như hình thức phục vụ, kiểu kê bàn ghế và lên lịch trình. Bên cạnh kiến thức thì những người này cần có kỹ năng tổ chức, giao tiếp. Việc tư vấn cho khách hàng về việc tổ chức tiệc hay sự kiện không đơn giản. Vì vậy để trợ giúp cho việc tư vấn cho khách hàng ngoài kỹ năng về giao tiếp, truyền đạt thì cần phải có các công cụ trợ giúp như các thực đơn trọn gói (set menu), sơ đồ mặt bằng của các phòng tiệc hay phinfg hợp ghi rõ sức chứa của từng phòng ứng với các hình thức kê bàn ghế khác nhau, các mẫu quà tặng cho khách,.. Bên cạnh đó các chương trình tiệc trọn gói như tiệc cưới cũng rất hữu ích. Sau khi khách đã đồng ý đặt tiệc tại nhà hàng thì quá trình sau sẽ bắt đầu.

1.3.3.2. Nhận đặt tiệc

Đây là giai đoạn đầu của quy trình phục vụ tiệc. Nhận hợp đồng là sự thỏa thuận những nội dung trong bản hợp đồng đã định trước như thời gian, địa điểm, giá cả,... Tất cả được ghi vào hợp đồng đã được hai bên ký. Hợp đồng được chia làm ba bản, mỗi bên giữ một bản, 1 bản lưu và có hiệu lực kể từ lúc có hiệu lực cho đến lúc hoàn tất buổi tiệc (tức là kết thúc hợp đồng)

Khách hàng liên hệ với Trung tâm để đặt tiệc cần ghi chép các thông tin và số đặt tiệc của hệ thống Trung tâm. Các thông tin cần ghi chép lại bao gồm:

- Tên của khách hàng hoặc nhóm, người đại diện hay người tổ chức.
- Địa chỉ và số điện thoại
- Ngày tiệc sẽ diễn ra
- Ngày nhận đặt tiệc
- Thời gian bắt đầu và kết thúc
- Loại tiệc
- Phòng tiệc hay phòng họp
- Số lượng người tham dự dự kiến
- Mức giá
- Yêu cầu đặc biệt của khách hàng.

+ Lập bảng chỉ định tiệc (bảng phân công chi tiết)

Sau khi họp đồng được ký kết thì người nhận đặt tiệc sẽ gửi chỉ định tiệc đến tất cả các trưởng bộ phận liên quan từ đó các trưởng bộ phận có kế hoạch phân công công việc cho từng cá nhân chịu trách nhiệm cho công việc của mình.

1.3.4. Quy trình phục vụ tiệc

Các công việc của các bộ phận:

- Chuẩn bị trước giờ ăn: Đây là công đoạn nhân viên chưa tiếp xúc với khách. Nhân viên phục vụ cần chuẩn bị một số công đoạn sau:

+ Vệ sinh phòng tiệc, bàn ghế và dụng cụ liên quan đến bữa tiệc.

+ Sắp xếp và bày trí bàn ghế, dụng cụ ăn theo kiểu tiệc được chỉ định, số lượng phù hợp với số lượng khách và dụng cụ có dự trữ khi khách có yêu cầu.

+ Phân công phục vụ: Trưởng bộ phận bàn phân công cho từng cá nhân sẽ phục vụ theo từng dãy bàn (khu vực) nhất định tránh tình trạng chồng chéo tập trung cho từng khu vực quá đông.

+ Kiểm tra lần cuối: trước khi khách đến trưởng bộ phận phải đi kiểm tra tránh việc thiếu sót.

- Đón tiếp và hướng dẫn khách đến nơi tiệc: bộ phận lễ tân đón tiếp khách.

- Phục vụ khách trong tiệc

- + Trước khi mang đồ ăn lên cho khách bộ phận bàn phải kiểm tra số lượng, gia vị đi kèm, chất lượng có đúng với thực đơn không.

Tiệc ngồi: nhân viên phục vụ cùng lúc, trong khi khách dùng bữa quan sát tốc độ ăn của khách để căn cứ vào đó khi nào dọn bàn và phục vụ món kế tiếp.

Tiệc đứng: tất cả đồ ăn được bày trên bàn trước khi khách đến. Các đồ ăn, đồ uống nóng lạnh cần bày trong các dụng cụ phù hợp để giữ được chất lượng của sản phẩm.

Ngoài ra trong khi phục vụ tiệc không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách mà còn xử lý các tình huống xảy ra và yêu cầu của khách.

- Thanh toán: chủ bữa tiệc sẽ gặp bộ phận kế toán để thanh toán sau khi tiệc kết thúc theo hợp đồng đã được ký kết trước đó và các chi phí phát sinh trong quá trình diễn ra tiệc.

- Tiễn khách: chào và hướng dẫn khách lối ra.

- Thu dọn: nhân viên phải thu dọn dụng cụ, phân loại để cho việc làm vệ sinh dễ dàng, kê xếp bàn ghế vào nơi quy định sau đó làm vệ sinh sàn của phòng tiệc.

1.4 Ý nghĩa

1.4.1 Chất lượng phục vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cho Trung tâm

Chất lượng phục vụ cao giúp Trung tâm giữ chân các khách hàng cũ và tạo ra nhiều khách hàng chung thủy và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

Chúng ta đều biết phục vụ trong Trung tâm rất khó đo lường và đánh giá chất lượng. Khách hàng đến với Trung tâm thường dựa vào độ tin cậy như thông tin truyền miệng hoặc kinh nghiệm đã có của bản thân để đưa ra quyết định đến sử dụng các sản phẩm dịch vụ Trung tâm. Như vậy, chất lượng phục vụ cao không chỉ tác dụng giữ khách cũ mà còn kéo thêm khách hàng mới đến với

Trung tâm mà không hề tốn các chi phí cho hoạt động marketing, quảng cáo. Khi Trung tâm không quan tâm tới chất lượng phục vụ và quản lý chất lượng phục vụ kém sẽ làm cho khách hàng không hài lòng thỏa mãn, khi đó họ sẵn sàng quyết định chuyển sang tiêu dùng sản phẩm dịch vụ của đối thủ cạnh tranh. Khách hàng sẽ thông tin không tốt về Trung tâm cho những người chưa biết. Kết quả là Trung tâm mất đi khách hàng cũ và cả những khách hàng tiềm năng. Nếu không Trung tâm sẽ tốn rất nhiều chi phí và nỗ lực cho hoạt động marketing và còn phải mất nhiều thời gian nữa mới lấy lại lòng tin của khách hàng.

Như vậy việc nâng cao chất lượng phục vụ Trung tâm sẽ giúp Trung tâm giữ chân khách cũ và thu hút khách hàng tiềm năng. Điều đó tạo ra nhiều lợi ích cho Trung tâm giảm thiểu chi phí marketing, chi phí quảng cáo, tức làm giảm giá thành sản phẩm cho Trung tâm tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về chỉ tiêu khách sẽ làm tăng doanh thu cho Trung tâm tăng khách hàng thủy chung là biện pháp nhằm khuếch trương uy tín cho thương hiệu Trung tâm-điều mà mọi quản lý Trung tâm muốn đạt được trong thị trường cạnh tranh như hiện nay ở Việt Nam.

1.4.2. Tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán một cách hợp lý trên thị trường

Thị trường khách du lịch là thị trường chính, quan trọng nhất của Trung tâm. Đây cũng là thị trường khách khó tính nhất, có khả năng thanh toán cao và cũng luôn đòi hỏi rất cao về chất lượng phục vụ.

Mặt khác nhu cầu du lịch là nhu cầu của con người mong muốn rời khỏi nơi cư trú thường xuyên và môi trường sống đầy bận rộn, căng thẳng, nhàm chán hàng ngày để đến một nơi thú vị hơn. Họ mong muốn được thực sự nghỉ ngơi, thư giãn một cách thoải mái. Khách du lịch không bao giờ muốn tốn thời gian, tiền bạc của mình để chuốc lấy những sự phiền toái, bức mình hay khó chịu... Chính vì vậy họ sẵn sàng bỏ ra nhiều tiền hơn nếu biết trước chắc chắn rằng họ mua được những sản phẩm có chất lượng tốt. Trên thực tế Trung tâm đã biết lợi dụng đặc điểm này để tìm mọi cách nâng cao chất lượng phục vụ của mình lên cao hơn đối thủ cạnh tranh nhằm mục đích tăng giá bán sản phẩm một

cách hợp lý. Vì vậy vẫn đảm bảo tăng cạnh tranh trên thị trường. Đầu tư vào chất lượng phục vụ, các Trung tâm một mặt đã giữ chân được khách hàng vốn có của doanh nghiệp, thu hút nhiều thêm khách hàng mới mà không tốn chi phí quảng cáo, marketing.

Mặt khác còn là công cụ giúp các doanh nghiệp tăng giá bán sản phẩm mà vẫn giữ được uy tín, danh tiếng và khẳng định vị thế trên thị trường.

Điều đó cũng có nghĩa là nâng cao chất lượng phục vụ Trung tâm giúp các doanh nghiệp Trung tâm nâng cao được khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường.

1.4.3. Nâng cao chất lượng phục vụ giúp Trung tâm giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp

Ngoài việc giảm thiểu các chi phí marketing và chi phí cho hoạt động quảng cáo trung tâm, việc không ngừng hoàn thiện chất lượng phục vụ còn là biện pháp hữu hiệu nhằm tiết kiệm các chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp

Chất lượng phục vụ được đảm bảo sẽ giảm khả năng mắc lỗi trong quá trình phục vụ. Điều đó sẽ giúp:

Tối thiểu hóa các hao phí về thời gian và chi phí cho hoạt động kiểm tra, giám sát quá trình phục vụ.

Giảm các chi phí cho việc sửa chữa cho các sai sót: Chi phí đền bù thiệt hại cho khách, chi phí đối phó với các dư luận không tốt về trung tâm, chi phí xử lý cho các phàn nàn của khách hàng...

Chất lượng phục vụ cao sẽ làm giảm các chi phí bất hợp lý về nhân lực vì:

Những Trung tâm duy trì đảm bảo chất lượng phục vụ tốt sẽ cung cấp cho người lao động môi trường làm việc tích cực. Nhân viên có khuynh hướng gắn bó lâu dài và trung thành hơn với doanh nghiệp. Do đó hệ số luân chuyển lao động của Trung tâm sẽ giảm, chi phí việc tuyển mộ, lựa chọn nhân viên do sự xáo trộn thường xuyên giảm.

Nhân viên thường cảm thấy tự hào khi được làm việc ở những doanh nghiệp có uy tín, danh tiếng trên thị trường, họ nhận thấy những lợi ích của Trung tâm gắn chặt với lợi ích của bản thân mỗi người lao động. Để được gắn

bó với doanh nghiệp người nhân viên thường tự giác hơn trong công việc đồng thời tự học hỏi và nâng cao trình độ nghiệp vụ của bản thân, tự hoàn thiện những mặt còn thiếu để đáp ứng được yêu cầu của thực tế. Như vậy chất lượng phục vụ cao của Trung tâm giúp giảm thiểu các chi phí đào tạo bồi dưỡng, huấn luyện nhân viên cho trung tâm.

Tóm lại, không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ đem lại rất nhiều lợi ích cho Trung tâm kinh doanh trong điều kiện Việt Nam hiện nay.

Bên cạnh đó chất lượng phục vụ Trung tâm còn đòi hỏi tất yếu các doanh nghiệp Trung tâm Việt Nam muốn tồn tại và phát triển trong điều kiện kinh doanh còn qua nhiều thăng trầm và biến động phức tạp. Nói cách khác: đầu tư nhằm hoàn thiện và nâng cao chất lượng phục vụ phải trở thành “Sự lựa chọn bắt buộc” đối với các Trung tâm trong giai đoạn phát triển hiện nay.

Tiểu kết chương I

Chương I đã hệ thống hóa được những nội dung cơ bản về chất lượng sản phẩm dịch vụ của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống cùng những nhân tố ảnh hưởng đến công tác xây dựng chiến lược về chất lượng dịch vụ nói chung và đặc điểm của chất lượng dịch vụ tiệc nói riêng.

Trong chương II, em muốn đề cập đến tình hình chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ nói riêng của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

TIỆC TẠI TRUNG TÂM HỘI NGHỊ TIỆC CƯỚI LẠC HỒNG

2.1. Giới thiệu khái quát về Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Tên tiếng Việt: Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Tên tiếng Anh: Lac Hong Palace

Địa chỉ: Số 20A Khu Đô Thị Mới Ngã 5 Sân Bay Cát Bi, Đường Lê Hồng Phong, Phường Đông Khê, Quận Ngô Quyền, Thành Phố Hải Phòng, Việt Nam.
(Tòa Nhà TD Plaza – Tầng 1-5)

Số điện thoại: 0939.263.666 – 01626.778.555

Fax: 00225.555718

Web: <http://lachongpalace.com/>

Gmail: lachongpalace@gmail.com

Giấy phép kinh doanh số: 0200845124

Giám đốc: Ngô Văn Kiều

Vị trí khách sạn:

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng tọa lạc tại vị trí đắc địa của thành phố Hải Phòng.

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng nằm trên đường Lê Hồng Phong thuận tiện đi lại, đây là trục đường chính lớn của thành phố. Trung tâm được xây dựng với phong cách hiện đại, sang trọng. Nội thất tiện nghi đảm bảo sự thoải mái cho khách hàng khi đến với Trung tâm.

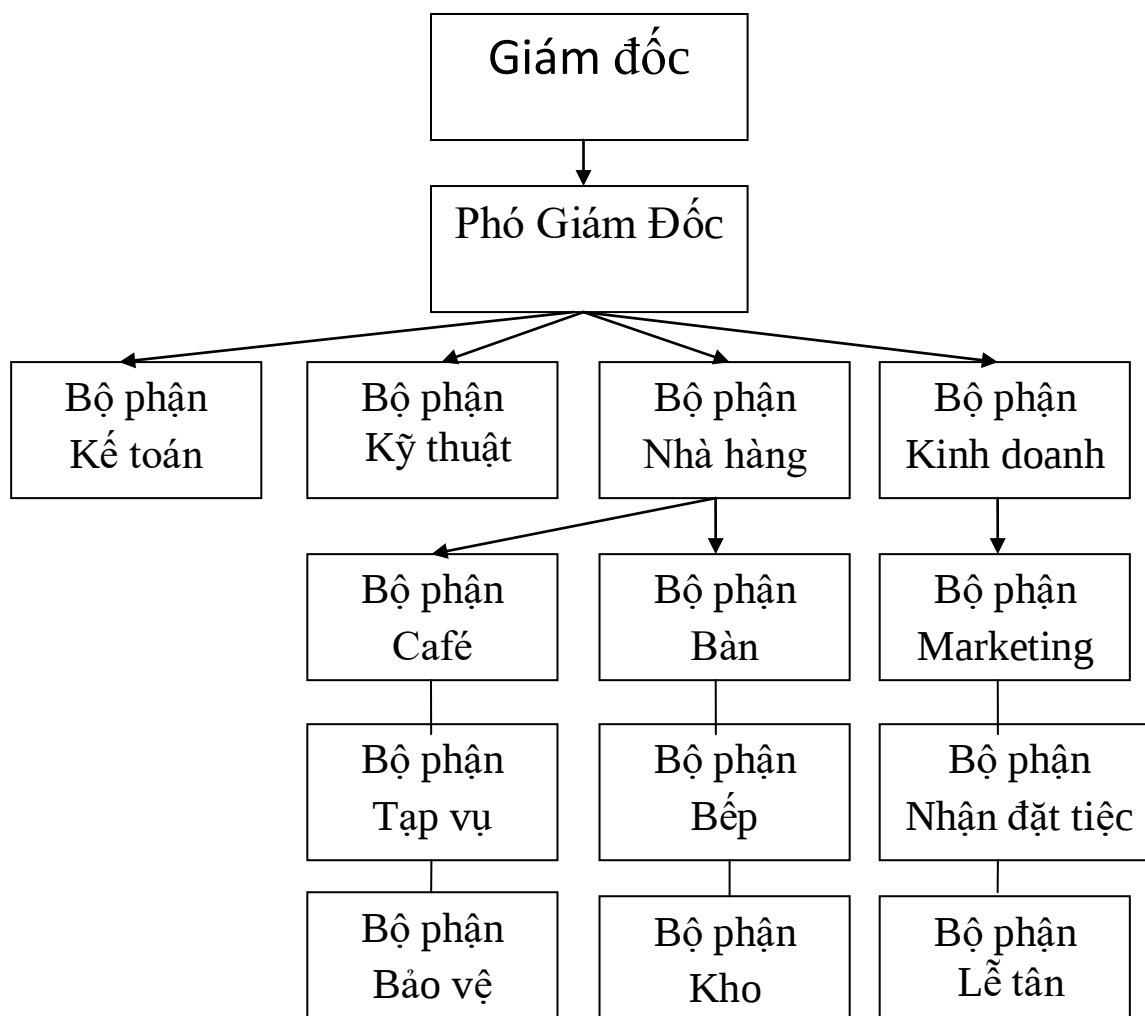
Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng tự hào với vị trí thuận lợi, đội ngũ nhân viên phục vụ nhiệt tình, chuyên nghiệp. Chắc chắn sẽ là điểm đến lý tưởng cho quý khách hàng.

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng được thành lập vào tháng 10/2017 với đội ngũ nhân viên cán bộ nhân viên có trình độ trong lĩnh vực kinh doanh Trung tâm dịch vụ ăn uống. Bộ máy tổ chức chuyên nghiệp, cán bộ nhân viên được sàng lọc kỹ lưỡng để phục vụ khách hàng được tốt nhất. đội ngũ nhân viên hiện giờ có tổng số 91 người. Với các hội trường, phòng ăn được lắp đặt các trang thiết bị tốt nhất để luôn sẵn sàng đón khách.

2.1.2. Tổ chức bộ máy của Trung tâm

Sơ đồ 1: sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy



2.1.2.1. Chức năng , nhiệm vụ của các phòng ban.

Xuất phát từ đặc điểm hoạt động của Trung tâm mà hình thành nên cơ cấu tổ chức quản trị trực tuyến, chức năng, bao gồm các bộ phận như sau:

- Giám đốc: là người đứng đầu Trung tâm, có chức năng cao nhất về quản lý điều hành, có quyền quyết định, bao quát chung mọi hoạt động của Trung tâm, thường xuyên khảo sát tình hình thực hiện của các bộ phận trong Trung tâm. Giám đốc có nhiệm vụ thường xuyên phối hợp với phó giám đốc vạch ra các mục tiêu, chiến lược kinh doanh, tổ chức hoạt động quản lý Trung tâm, đề ra các quy định, điều lệ Trung tâm, đơn đốc kiểm tra chất lượng dịch vụ, thường xuyên theo dõi sự biến động của thị trường để bắt kịp với cơ chế thị trường. Giám đốc chịu trách nhiệm chung với mọi hoạt động kinh doanh của Trung tâm trước toàn bộ cán bộ công nhân viên trong Trung tâm và trước pháp luật. Giám đốc là người hiểu biết rộng về kinh doanh, ứng phó tốt với mọi tình huống.

- Phó giám đốc: có trách nhiệm phối hợp với giám đốc trong việc đề ra các quy định cho các bộ phận của mình, các kế hoạch đề ra. Ngoài ra, phó giám đốc có nhiệm vụ thường xuyên kiểm tra đơn đốc và chỉ đạo các bộ phận thực hiện các công việc được giao. Chịu trách về kết quả thực hiện công việc của các nhân viên cấp dưới trước giám đốc.

- Bộ phận kế toán: đứng đầu bộ phận là trưởng phòng kế toán, chuyên thực hiện các công việc như tiền lương, chứng từ, sổ sách kế toán, thống kê các khoản chi trong Trung tâm, thuế phải nộp,... chuẩn bị diễn giải báo cáo tài chính cung cấp cho quản lý các bộ phận, báo cáo định kỳ tình hình tài chính của Trung tâm, cung cấp thông tin và số liệu một cách nhanh chóng, kịp thời, chính xác khi cấp trên cần. Theo dõi, thanh lý các hợp đồng kinh tế.

- Bộ phận kỹ thuật: có nhiệm vụ thiết kế, trang trí theo yêu cầu của khách hàng khi có tiệc, đảm bảo, sử dụng trang thiết bị âm thanh ánh sáng, sửa chữa, bảo dưỡng các trang thiết bị trong Trung tâm và thực hiện chương trình bảo dưỡng thường xuyên hệ thống để phòng ngừa rắc rối có thể xảy ra với các trang thiết bị trong Trung tâm và đảm bảo chúng không bị hư hỏng.

- Bộ phận kinh doanh:

1. Bộ phận Marketing: có chức năng nghiên cứu thị trường, điều tra tìm hiểu thị trường, khách hàng thông qua hoạt động quảng cáo khuếch trương để giới thiệu sản phẩm của Trung tâm nhằm thu hút khách hàng. Ngoài ra trợ giúp giám đốc trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh.

2. Bộ phận Nhận đặt tiệc: nhiệm vụ của này là làm về công việc bán hàng, nhận đặt tiệc, tư vấn cho khách hàng lựa chọn sử dụng sản phẩm của Trung tâm, đưa ra các chỉ định tiệc, yêu cầu đặc biệt của khách hàng đến từng bộ phận, giám sát tiệc, xử lý các sự cố phát sinh trong suốt quá trình tiệc diễn ra.

3. Bộ phận Lễ tân: nhiệm của bộ phận lễ tân là đón tiếp khách tại sảnh, hướng dẫn khách lên phòng tiệc, mời khách dùng nước tại bàn chờ, ngoài ra bộ phận lễ tân làm thêm công việc làm lễ cho tiệc cưới như: bê nhẫn, thắp nến, bê rượu cho cô dâu chú rể,...

4. Bộ phận Nhà Hàng:

- Bộ phận kho: nhập xuất các thực phẩm, dụng cụ liên quan đến tiệc. kho luôn sẵn sàng và đầy đủ để cung cấp cho các bộ phận liên quan khi có tiệc to hay nhỏ.

- Bộ phận bếp: đây là bộ phận có chức năng chế biến các món ăn phục vụ theo nhu cầu ăn uống của khách hàng, bữa ăn của nhân viên và làm theo chỉ định tiệc được đặt sẵn của khách hàng thông qua bộ phận nhận đặt tiệc.

- Bộ phận bàn: đây là bộ phận quan trọng của Trung tâm, phục vụ tiệc, sắp xếp bố trí bày các dụng cụ liên quan chuẩn bị cho trước tiệc và dọn dẹp sau tiệc. Hỗ trợ và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình diễn ra tiệc.

- Bộ phận Café: pha chế và phục vụ khách hàng đến uống café tại tầng 1 của Trung tâm. Sắp xếp và dọn trước và sau khi khách đến đi.

- Bộ phận tạp vụ: chức năng của bộ phận này là dọn dẹp, lau dọn, làm vệ sinh cho cơ sở vật chất của Trung tâm.

- Bộ phận bảo vệ: chịu trách nhiệm về an ninh cho Trung tâm và nhân viên trong Trung tâm, đảm bảo không thất thoát tài sản của Trung tâm, phối hợp

xử lý các hiện tượng, trông xe cho nhân viên và khách hàng. Ngoài ra, bộ phận bảo vệ còn có trách nhiệm khác là chăm công cho nhân viên.

2.1.2.2. Tình hình nhân lực của Trung tâm

Bảng 1: Cơ cấu đội ngũ cán bộ công nhân

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Trình độ học vấn			
		Nam	Nữ	Thạc sỹ	Đại học	Cao đẳng	THPT
				SL	SL	SL	SL
BGD	2	2		2			
Kế toán	6		6		6		
Kỹ thuật	4	4			4		
Bảo vệ	6	6				2	4
Marketing	2		2		2		
Nhận đặt tiệc	5	1	4	1	4		
Lễ Tân	6		6		6		
Kho	4	1	3		3	1	
Bếp	15	9	6		9	5	1
Bàn	18	12	6		4	3	11
Tạp vụ	12		12				12
Café	11	5	6		5	3	3
Tổng	91	40	51	3	43	14	31

(Nguồn: phòng kế toán của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng)

Nhận xét: qua bảng 1 ta thấy trình độ học đại học và trên đại học trong đội ngũ cán bộ nhân viên của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng cần nâng cao hơn nữa. Trình độ đại học chiếm số lượng lớn nhất trong đội ngũ nhân viên của Trung tâm, trong khi đó nhân viên có trình độ trung học phổ thông chiếm tới 31 người, là một con số khá lớn. Qua đó, ta thấy việc nâng cao trình độ đội ngũ nhân viên của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng là một việc làm cấp thiết

hiện nay vì trong thời buổi cạnh tranh diễn ra trên khắp đất nước và thế giới, việc có một đội ngũ nhân viên trình độ chuyên môn không cao sẽ khó đáp ứng khả năng cạnh tranh của Trung tâm đối các đối thủ cạnh tranh khác.

2.1.3. Cơ sở vật chất và trang thiết bị của Trung tâm

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng có 5 tầng và các tầng bao gồm:

Tầng 1: quán café và sảnh đón tiếp khách có nhân viên lễ tân được trang bị hình thức không gian sang trọng, hiện đại, rộng rãi. Cơ sở vật chất như bàn ghế, đèn, cốc chén, dụng cụ pha chế,.. được nhập khẩu từ nước ngoài.

Tầng 2: có 3 hội trường nhỏ. đều được trang bị màn hình led hiện đại, cơ sở vật mới, hiện đại.

- Âu Cơ: với sức chứa 80 người
- Trống Đồng: với sức chứa 100 người
- Lạc Long Quân: với sức chứa 120 người.

Tầng 3: hội trường Amber với sức chứa 300 người

Tầng 4: hội trường Ruby với sức chứa 400 người, sảnh bàn chờ uống nước và 6 phòng VIP.

Tầng 5: hội trường Gold với sức chứa 1200 người. Đây là hội trường lớn nhất ở Trung tâm. Tầng 5 được thiết kế 2 tầng, phong cách hiện đại, không gian rộng.

Nhìn chung các trang thiết bị tiên nghi, sang trọng, hiện đại, phù hợp và đủ tiêu chuẩn để đáp ứng nhu cầu của đối tượng khách hàng mà Trung tâm hướng đến.

Về mặt thẩm mỹ, các trang thiết bị sắp xếp các trang thiết bị gọn gàng thuận tiện sử dụng cho nhân viên. Màu sắc trong phòng được thiết kế trang nhã hài hòa tạo cảm giác nhẹ nhàng, ấm cúng.

Nói tóm lại, với điều kiện cơ sở vật chất hiện nay của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng đã đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy, Trung tâm cần bảo dưỡng, nâng cấp cơ sở kỹ thuật nhằm sử dụng có hiệu quả , tránh lãng phí, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt nhất.

2.1.4. Các loại hình dịch vụ và đối tượng khách của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

*** Các loại hình dịch vụ chủ yếu**

- Dịch vụ tiệc cưới: đây là dịch vụ chủ yếu của Trung tâm, doanh thu từ dịch vụ này nhiều nhất trong các dịch vụ có tại trung tâm. Nói cách khác là nó chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu.
- Dịch vụ nhà hàng : đây cũng được xếp là dịch vụ chính của Trung tâm chỉ sau dịch vụ tiệc cưới. Tại Trung tâm có các phòng VIP nhỏ, các bàn ở sảnh và các phòng ở tầng 2 phục vụ dịch vụ này.
- Dịch vụ hội nghị: tổ chức hội nghị cho các doanh nghiệp, công ty làm hội nghị, họp, tọa đàm. Đôi khi kết hợp cả ăn uống.
- Dịch vụ tiệc sinh nhật, họp lớp, hội khóa,...
- Dịch vụ café: dịch vụ tầng 1 dành cho mọi đối tượng cả khách vắng lại lẫn khách ăn tiệc của Trung tâm.

*** Đối tượng khách hàng của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng**

Nguồn khách hàng được tập trung chủ yếu ở đối tượng khách làm dịch vụ tiệc cưới, ngoài ra các đối tượng khách có nhu cầu về ăn uống, hội nghị, hay tiệc sinh nhật đều được đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Và hiện nay, Trung tâm hướng đến cả đối tượng là người nước ngoài như khách Trung Quốc và Hàn Quốc,... Tuy nhiên, đối tượng khách của Trung tâm là khách hàng tự tìm đến và dựa vào mối quan hệ có từ trước đến nay. Trung tâm rất ít hoạt động xúc tiến, khuyến trương cho Trung tâm.

2.1.5. Kết quả hoạt động của Trung tâm quý I và quý II năm 2018

*Bảng 2: Kết quả hoạt động của Trung tâm quý I và quý II năm 2018
(không bao gồm dịch vụ café)*

Stt	Chi tiêu	Đvt	Quý I	Quý II	So sánh Quý I và Quý II	
					+/-	%
1	Tổng Doanh Thu	Trđ	980	1121	41,00	4,32
	Doanh thu tiệc cưới	Trđ	498	611	113,00	1,40
	Tỷ trọng	%	54,53	55,23	0,70	1,1
	Doanh thu Trung tâm	Trđ	301	320	19,00	7,01
	Tỷ trọng	%	47,12	48,13	1,01	2,98
	Doanh thu hội nghị	Trđ	181	190	9,00	1,89
	Tỷ trọng	%	7,41	7,5	0,09	1,23
2	Tổng số lao động	Ng	91	91	0,00	0,00
	Lao động trực tiếp	Ng	75	75	0,00	0,00
	Lao động gián tiếp	Ng	16	16	0,00	0,00
3	Tổng số vốn kinh doanh	Trđ	1529	1793	264	9,72
	Vốn cố định	Trđ	1021	1021	0,00	0,00
	Vốn lưu động	Trđ	715	808	93,00	29,02
4	Tổng chi phí	Trđ	567	490	-77,00	-4,23
	Chi phí nguyên vật liệu	Trđ	419	351	-68,00	-3,72
	Chi phí khác	Trđ	148	139	-9,00	-0,51
5	Tổng lợi nhuận	Trđ	501	592	91,00	13,81
	Lợi nhuận sau thuế	Trđ	482	531	49,00	8,09
6	Tổng quỹ lương	Trđ	542	621	79,00	14,7
	Lương bình quân	Trđ	0,55	0,6	0,10	10,32

(Nguồn: Phòng kế toán của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng)

Nhận xét:

Qua bảng số liệu ta nhìn thấy tình hình hoạt động kinh doanh của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng quý I và quý II năm 2018 tương đối tốt, thể hiện ở một số chỉ tiêu: tổng doanh thu quý II so với quý I là tăng 4,32%. Để có mức doanh thu tăng như vậy do doanh thu tiệc cưới và Trung tâm tăng lên.

Doanh thu tiệc cưới tăng 113 triệu đồng do chênh lệch giữa quý I và quý II. Để đạt được mức doanh thu như vậy là nhờ Trung tâm đẩy mạnh việc quảng cáo, áp dụng biện pháp thu hút khách hàng, ngoài ra còn có sự chỉ đạo tốt của ban quản lý và sự nỗ lực của từng nhân viên nhiệt tình trong công việc dẫn đến tăng công suất.

Tỷ trọng tiệc cưới quý I chiếm tỷ trọng 54,53% và quý II chiếm tỷ trọng 55,23%, chênh lệch giữa 2 quý là (+ 0,70%) điều này chứng tỏ doanh thu tiệc cưới chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu.

Doanh thu Trung tâm quý I và quý II tăng 19 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 2,98%. Doanh thu Trung tâm chiếm tỷ trọng là 47,12% quý I và quý II chiếm tỷ trọng là 48,13%.

Doanh thu hội nghị quý I so với quý II tăng 9 triệu tương ứng tỷ lệ tăng 1,23% doanh thu. Nhưng trong tổng doanh thu thì thấp nhất. Nguyên nhân là dịch vụ cưới hỏi và dịch vụ Trung tâm trong thời gian này tăng mạnh.

* Tổng số lao động quý I và quý II vẫn là 91 người. Trong đó có 75 người là lao động trực tiếp và 16 là lao động gián tiếp. Số lượng nhân viên không có gì thay đổi.

* Tổng vốn kinh doanh tăng 264 triệu là do chênh lệch giữa quý I (1529 triệu đồng) và quý II (1793 triệu đồng). Vốn cố định không tăng (vẫn là 1021 triệu đồng). Chỉ có vốn lưu động là tăng (93 triệu đồng). Đây cũng được xem là tin vui đối với Trung tâm vì qua đây cho thấy được tỷ lệ khách hàng đến với Trung tâm đông hơn nên Trung tâm đã phải tăng vốn lưu động để phù hợp với tình hình hiện tại.

* Qua bảng ta thấy được tổng chi phí giữa thực hiện và kế hoạch cụ thể là giảm từ 567 triệu đồng quý I xuống còn 490 triệu đồng quý II với chi phí giảm

là 77 triệu đồng. Trong đó, có 68 triệu đồng giảm từ chi phí nguyên vật liệu và 9 triệu đồng cho các chi phí khác. Đây cũng đồng nghĩa với việc Trung tâm tiết kiệm chi phí nguyên liệu hàng hóa, sử dụng vốn có hiệu quả tốt dẫn đến chi phí trên một đơn vị sản phẩm giảm. Ngoài ra vai trò lãnh đạo cũng góp phần đáng kể vào việc giảm chi phí này.

* Tổng quỹ lương tăng lên 79 triệu đồng quý II so với quý I. Nguyên nhân tăng do số nhân viên lao động tăng ca, thuê part time bàn làm việc. Vì vậy, ta thấy được kết quả kinh doanh của Trung tâm đạt được kết quả tốt, do đó khiến cho tổng quỹ lương tăng lên.

* Tổng lợi nhuận tăng lên 91 triệu đồng quý II so với quý I. Đây là con số đáng mừng, Trung tâm tiêu thụ được nhiều hàng hóa.

Kết luận: xét tổng thể thì hoạt động kinh doanh của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng trong 2 quý I và quý II năm 2018 là có hiệu quả. Doanh thu tăng lên đáng kể còn chi phí thì giảm xuống mà không làm giảm chất lượng sản phẩm dịch vụ từ đó đem lại cho Trung tâm một khoản lợi nhuận sau thuế khá cao.

Tổng quỹ lương tăng, tiền lương bình quân tháng tăng. Điều đó cho thấy ban giám đốc Trung tâm đã quan tâm hơn tới đời sống của công nhân viên nên cuộc sống của họ đã được nâng cao lên mức cao hơn.

Tất cả những bằng chứng trên cho đã cho thấy tình hình kinh doanh trong 2 quý I và quý II năm 2018 vừa qua của Trung tâm là có hiệu quả.

2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

2.2.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật

2.2.1.1. Cơ sở vật chất thuộc khu vực bàn

*Ưu điểm

- Thẩm mỹ

Trung tâm có khu vực hội trường, sảnh, các phòng ăn đa dạng về diện tích có thể tổ chức phục vụ hàng nghìn người cùng một lúc. Đối với tiệc cưới có thể đồng thời tổ chức được 4 tiệc cùng lúc tại 4 tầng từ số lượng 120 người – 1200

người cùng một lúc. Bên trong hội trường , phòng ăn được tranh trí nghệ thuật độc đáo, cây cảnh hài hòa, hợp lý, sáng tạo. Sảnh ăn tầng 4 hướng nhìn ra đường Lê Hồng Phong. Sự bố trí hài hòa hợp lý còn được thể hiện qua những đèn chùm đèn hình họa, hệ thống đèn chiếu sáng và âm thanh tạo cảm giác ấm cúng cho khách khi ngồi ăn.

***Đồng bộ**

Bàn ăn ở khu vực hội trường,sảnh và phòng ăn sử dụng 2 loại là bàn tròn và bàn vuông, có thể sắp xếp chỗ ngồi thích hợp theo từng lượng khách. Đa số bàn, ghế và khăn trải bàn màu trắng và phủ thêm một lớp khăn trang trí màu trắng và phủ thêm một lớp màu vàng đồng tạo nên cảm giác hài hòa. Các bàn được bố trí tách rời nhau để tạo lối đi lại dễ dàng cho khách cũng như nhân viên phục vụ. ghế tựa có đệm mút có váy phủ màu trắng và nơ trang trí màu đồng nhất rất sang trọng và lịch sự. các dụng cụ phục vụ ăn uống của khách đa số là đồ nhập ngoại hoặc là hàng Việt nam chất lượng cao của các hãng nổi tiếng trong nước. Với diện tích rộng, thiết kế đẹp, trang thiết bị khá hoàn hảo luôn sẵn sàng phục vụ mọi nhu cầu của khách.

***Tiện lợi**

Các phòng ăn đều thiết kế để tiện cho việc phục vụ cũng như việc đi lại của khách. Các hội trường có cửa thông từ bếp để nhân viên phục vụ bàn có thể mang thức ăn đến các khu vực trong Trung tâm một cách nhanh nhất mà không ảnh hưởng đến khách đang ăn. Trong các phòng ăn được trang bị hệ thống điều hòa nhiệt độ cùng các đồ nội thất khác hiện đại và không gian rộng rãi, thoáng mát. Trong mỗi khu vực đều có máy điện thoại để phục vụ khách và nhân viên dùng vào việc liên lạc với các bộ phận khác.

*** Vệ sinh**

Khu vực bàn của Trung tâm nhìn chung là khá sạch sẽ. Sau mỗi đợt khách ăn đều được dọn dẹp và lau chùi ngay nên lúc nào cũng giữ được thơm mát. Khi bước chân vào trung tâm, khách hàng luôn có cảm giác thoáng mát và dễ chịu.

2.2.1.2. Cơ sở vật chất thuộc khu vực quầy bar

***Thẩm mỹ**

Trung tâm có 1 quầy bar, khu vực quầy bar rộng khoảng 50m² được đặt ở sảnh tầng 4. Khu quầy bar được chia làm 2 khu vực: khu vực bên trong và khu vực bên ngoài. Trong quầy được trang bị bởi hệ thống đèn chiếu sáng, trên mặt bàn quầy bar luôn có một lọ hoa tươi, một máy điện thoại và hệ thống thực đơn. Phía trong quầy bar, sát tường là một tủ kính bao gồm rất nhiều ngăn để bày các loại rượu. Ngoài ra còn có tủ làm lạnh đồ uống và một số loại ly, cốc,...

***Đồng bộ**

Tại quầy bar được đặt những chiếc ghế chuyên dùng cho quầy bar, có thể xoay tròn rất tiện lợi cho khách. Bàn và ghế được trải khăn lụa có tính thẩm mỹ rất cao.

***Tiện lợi**

Quầy bar luôn được phục vụ để đáp ứng nhu cầu giải khát của du khách với chủng loại đồ uống khá phong phú và mức giá phù hợp. Hơn thế, khu vực này còn được đặt những chậu cây cảnh tạo vẻ ấm cúng, lãng mạn, gần gũi với thiên nhiên.

***Vệ sinh**

Nhìn chung trang thiết bị và cơ sở vật chất của quầy bar tương đối hoàn chỉnh, cảnh quan hấp dẫn.

2.2.1.3. Cơ sở vật chất thuộc khu vực bếp

***Thẩm mỹ**

Nhà bếp với diện tích 200m² được thông với khu vực chuẩn bị bằng một lối đi rộng chừng 1m. Hơn nữa, nhà bếp đã được làm sàn nhà lát gạch chống trơn. Xung quanh tường cũng được ốp gạch sáng màu. Trong bếp còn được trang bị hệ thống quạt gió để làm mát, thông thoáng không khí và hệ thống đèn chiếu sáng, các trang thiết bị để phòng chống cháy.

***Đồng bộ**

Khu nhà bếp bao gồm 3 phần chính: khu vực sơ chế và chế biến, khu nhà kho, khu làm thức ăn chín. Khu sơ chế và chế biến rộng khoảng 80m² được

trang bị bằng inox, các loại rổ, rá, dao, thớt, máy gọt củ quả, máy xay nghiền, tủ lạnh để bảo quản nguyên liệu.

Khu làm thức ăn chín: được trang bị hệ thống bếp gas công nghiệp bố trí liên hoàn và ở phía trên được lắp bằng chụp để hút mùi khi nấu nướng. Hệ thống bếp gas bao gồm 2 loại: hệ thống bếp gas dành cho nấu các món Á, bếp dành cho nấu món ăn Âu và hệ thống nồi cơm nấu bằng gas. Bên cạnh đó còn có lò nướng, lò quay và các đồ dùng dụng cụ phục vụ nấu nướng.

Khu nhà kho gồm: một kho dùng để bảo quản đồ kho và một kho lạnh dùng để bảo quản thực phẩm, rau quả, thịt cá,...

*Tiện lợi

Khu vực bếp được đặt ở đằng sau của Trung tâm gần lối ra vào dành cho nhân viên. Trong bếp có một lối đi bằng cầu thang máy thông lên khu vực hội trường nên rất thuận lợi cho nhân viên bàn khi phục vụ.

*Vệ sinh

Nói chung các trang thiết bị của khu bếp tương đối hoàn chỉnh. Tuy nhiên còn một số xoong nồi dùng lâu nên gỉ bám vào rửa không sạch. Chính vì thế Trung tâm nên chú ý đến điều này để trang thiết bị trong bếp đồng bộ. Mặt khác, không gian của bếp không được thông thoáng, kiến trúc xây dựng khác lâu đã xuống cấp không phù hợp với yêu cầu của bếp hiện đại.

*Hạn chế

- + Một số khăn phủ bàn, ghế không đồng bộ
- + Các trang thiết bị, đồ dùng phục vụ cho khách ăn uống như bát, đĩa đã cũ và có vết nứt
- + Nhiều bát đĩa sứ mẻ, chất lượng không cao, không đảm bảo an toàn khu ăn uống.
- + Ở quầy bar ly cốc vẫn chưa đa dạng, chủng loại rượu vẫn còn ít. Cũng cần bố trí sắp xếp lại khu vực quầy bar để hấp dẫn khách hơn.
- + Khu vực nhà bếp chưa được thông thoáng, kiến trúc xây dựng đã lâu không phù hợp với yêu cầu của bếp hiện đại, một số nồi, chảo dùng lâu nên bám gỉ vào rửa không sạch,

2.2.2. Ca làm việc của đội ngũ lao động của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng chia làm 2 kiểu giờ làm việc cho từng bộ phận

- Bộ phận làm việc giờ hành chính:

Sáng: 08 giờ - 11 giờ 30 phút

Chiều: 14 giờ - 18 giờ 30 phút

Được nghỉ chiều thứ 7 và cả ngày chủ nhật (đối với bộ phận nhận đặt tiệc thứ 7 và chủ nhật đều có người trực và được nghỉ phép là 4 ngày/tháng)

Các bộ phận làm việc theo giờ này: Giám đốc, phó giám đốc, kế toán, nhận đặt tiệc, marketing, kho

- Bộ làm việc theo ca:

Sáng: 08 giờ - 15 giờ

Chiều: 15 giờ - 21 giờ

Làm việc các ngày trong tuần và được nghỉ 2 ngày/tháng

Các bộ phận làm việc theo giờ này: kỹ thuật, bảo vệ, lễ tân, bếp, bàn, tạp vụ, café.

Nhưng đối với những hôm có tiệc diễn ra thì những bộ phận này phải đứng tiệc cho đến khi hết khách: nhận đặt tiệc, kho, kỹ thuật, bàn, tạp vụ. Đối với bộ phận nhận đặt tiệc thì mỗi tiệc đang hoạt động thì phải có người đứng giám sát tiệc, đảm bảo cho tiệc hoạt động đúng theo yêu cầu của khách và xử lý sự cố khi xảy ra.

Do tính chất công việc là ngành dịch vụ nên phân công công việc rất quan trọng. Đối với những ngày có tiệc, khách hàng yêu cầu tiệc của họ bắt đầu sớm như hội nghị thì các bộ phận có liên quan phải phối hợp và phân chia giờ làm việc cho phù hợp và đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

Do làm việc theo ca nên tổng số lao động được chia ca làm việc tùy theo lượng khách vì khách đến Trung tâm đa số là khách đặt trước. Vào dịp cuối năm khách đến họp, hội nghị, khách tiệc cưới khá đông nên nhân viên huy động đến mức tối đa, họ phải làm thêm ca sau đó sẽ được nghỉ bù vào thời gian vắng

khách. Ngoài ra bộ phận Trung tâm có số lượng nhân viên làm thêm giờ, hầu hết nhân viên Trung tâm phục vụ cho tiệc cưới hoặc là các tiệc sinh nhật, hội nghị,...

2.2.3. Cơ cấu đội ngũ lao động

Bảng 3. Cơ cấu lao động tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng năm 2018

Stt	Bộ phận	Bàn		Bếp	
	Chỉ tiêu	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1	Về giới tính				
	Nam	12	66,7	9	60
	Nữ	6	33,3	6	40
2	Về độ tuổi				
	Từ 18 – 25	14	77,8	5	33,3
	Từ 26 – 35	1	5,5	4	26,7
	Trên 35	3	16,7	6	40
3	Về trình độ tay nghề				
	Bậc 2	0	0	0	0
	Bậc 3	2	11,1	4	26,4
	Bậc 4	10	55,5	3	20,1
	Bậc 5	6	33,4	6	40,2
	Chuyên gia	0	0	2	13,4
4	Trình độ ngoại ngữ				
	Không có	13	72,2	13	86,7
	có	5	27,8	2	13,3
5	Tổng cộng	18	100	15	100

(Nguồn: phòng kế toán của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng)

Nhận xét:

Tổng số lao động của bộ phận bàn và bộ phận bếp gồm 33 người trong đó có 18 người của bộ phận bàn và 15 người của bộ phận bếp. Mỗi bộ phận có một trưởng bộ phận, ngoài ra còn có các tổ trưởng chịu trách nhiệm trực tiếp quản lý nhân viên. Nói chung họ đều là những người chịu trách nhiệm trước Giám đốc Trung tâm về hoạt động của nhân viên của bộ phận đó.

- Bộ phận bàn:

Bộ phận này bao gồm 18 người trong đó có 12 nam và 6 nữ làm 2 ca. Số lao động nam chiếm 66,7% còn lại lao động nữ chiếm 33,3% . Số lao động nam cao hơn số lao động nữ là đặc điểm của ngành kinh doanh dịch vụ ở Việt Nam đặc biệt là ngành kinh doanh vì nó đòi hỏi tính chịu đựng cao, kiên trì, chu đáo trong giao tiếp cũng như phục vụ.

Về độ tuổi từ 18 đến 25 chiếm 77,8 %, ta thấy tỉ lệ lao động này là hợp lý. Với độ tuổi lao động trẻ, có sức khỏe, nhanh nhẹn, sáng tạo sẽ góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như chất lượng phục vụ khách.

Về trình độ tay nghề của bộ phận này thì hầu hết đều được qua đào tạo nên có khả năng làm tốt mọi công việc. Tuy nhiên, trình độ ngoại ngữ còn chưa tốt nên chưa đáp ứng được hết nhu cầu của khách.

- Bộ phận bếp:

Nhìn độ tuổi lao động của bộ phận bếp khá cao vì tỷ lệ lao động trên 35 tuổi chiếm 40%. Điều này chứng tỏ trình độ tay nghề của bếp khá cao, có kinh nghiệm hoạt động lâu năm, trong số đó trình độ lao động bậc 5 chiếm 40,2% và chuyên gia chiếm 13,4%.

2.2.4. Thị trường khách sử dụng dịch vụ ăn uống của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

- Khách sử dụng dịch vụ tiệc cưới là đối tượng khách chủ yếu của Trung tâm. Đối tượng khách này đều được đặt trước về số lượng, cơ cấu, chất lượng cũng như giá cả của bữa ăn. Doanh thu từ đối tượng khách này rất lớn, chiếm tới 70% doanh thu của Trung tâm.

- Khách hội nghị hội thảo: đối tượng khách này cũng giống như khách tiệc cưới đều được đặt trước về số lượng, chất lượng và giá của bữa ăn.

* Đặc điểm nhu cầu ăn uống của khách:

Hiện nay, nguồn khách đến với Trung tâm rất đa dạng và khả năng thanh toán cũng khác nhau tùy theo loại khách. Nhưng nhìn chung khả năng thanh toán của các loại khách đến đây là trung bình. Khách chủ yếu của Trung tâm là khách đặt tiệc cưới, vì vậy họ sử dụng dịch vụ họ quan tâm đến giá cả của mỗi suất ăn, cảm giác thỏa mái trong khi ăn và các trang thiết bị phục vụ. Đối với khách hội nghị, hội thảo của những công ty lớn và công ty nước ngoài họ thường quan tâm đến chất lượng dịch vụ cao.

2.2.5. Sản phẩm dịch vụ của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng là Trung tâm mới thành lập nhưng Trung tâm có tiêu chí phục vụ mọi đối tượng khách. Do đó, sản phẩm dịch vụ của Trung tâm đáp ứng được nhu cầu của khách từ bình dân đến sang trọng, với các món ăn và đồ uống được thể hiện qua hệ thống thực đơn của Trung tâm.

Một số món ăn của Trung tâm

Các món súp

- Súp cua tươi	50.000đ
- Súp ghẹ	50.000đ
- Súp gà	30.000đ

Các món salad

- Salat rau mầm đĩa nhỏ	115.000đ
- Salat rau mầm đĩa to	185.000đ
- Salat Lạc Hồng đĩa nhỏ	185.000đ
- Salat Lạc Hồng đĩa to	285.000đ

Thực đơn theo ngày

- Cơm tấm	35.000đ/đĩa
- Cơm rang Dương Châu	65.000đ/đĩa
- Cơm rang hải sản	75.000đ/đĩa

- Mỹ xào hải sản 95.000đ/đĩa
- Mỹ xào bò 85.000đ/đĩa
- Canh cua mùng tơi 85.000đ/bát
- Canh ngao chua 135.000đ/bát

Các món baba

- Baba rang muối 675.000đ
- Baba nướng hải sản 675.000đ
- Baba om chuối đậu 685.000đ
- Baba hầm hải vị 795.000đ

Các món thịt bò Úc

- Thịt bò Úc nướng than loại vừa 1.115.000đ
- Thịt bò Úc sốt kem nấm loại vừa 1.115.000đ
- Thịt bò Úc sốt phomai xanh loại vừa 1.115.000đ
- Thịt bò Úc xiên nướng 1.115.000đ

Các món ngao

- Ngao nướng than hoa 85.000đ
- Ngao vàng nướng kiểu Cát bà 165.000đ
- Cháo ngao vàng 195.000đ
- Ngao vào xào húng quế 185.000đ

Các món cá hồi

- Cá hồi Nauy chiên khoai tây bào 995.000đ
- Cá hồi Nauy nướng phomai 995.000đ
- Cá hồi ăn gỏi mù tạt 995.000đ
- Lẩu cá hồi 995.000đ

Một số thực đơn đặt theo suất (1 bàn 10 người)

Thực đơn số 13 – Giá 2.800.000vnd/bàn

1. Khoai (tây, khoai lang, ngô) chiên
2. Nộm sứa
3. Mực trứng (hấp, chao dầu. nướng sa tế)
4. Gà ta hấp lá sen
5. Lơ xanh xào tôm nõn
6. Thăn ngỗng sốt mật ong
7. Cá lăng nướng dân tộc
8. Cá lăng thuyền chài (cháo đỗ xanh)
9. Bưởi 5 roi

Thực đơn số 9 – Giá 3.500.000vnd/bàn

1. Súp hải sản
2. Salad dấm dầu (salad Nga)
3. Mực ống chiên bơ
4. Đùi gà KFC
5. Tôm rảo ủ muối
6. Lơ xanh xào tôm nõn
7. Sò huyết cháy tỏi (hấp)
8. Cá trình nướng + nhúng (thuyền chài)
9. Nho không hạt

Thực đơn số 5 – Giá 3.000.000vnd/bàn

1. Súp cua tươi
2. Củ quả luộc
3. Cá lăng nướng dân tộc
4. Tôm sú sốt bơ tỏi
5. Chả mực đã rôi
6. Ngao 2 vôi hấp chua cay
7. Bò sốt tiêu đen kèm bánh mỳ
8. Lẩu thuyền chài cá lăng
9. Bưởi năm roi

Thực đơn số 19 – Giá: 4.000.000vnd/bàn

1. Salad cải mầm bò nhừ
2. Súp cá tầm
3. Sườn cừ Úc bỏ lò rượu vang kiểu Pháp
4. Bò sốt tiêu đen kèm bánh mỳ
5. Cá tầm nướng dân tộc
6. Rau xào (muống, cải xanh, mỏng tươi)
7. Mực 1 nắng nướng
8. Cá tầm nấu chuối đậu
9. Bưởi 5 roi

Nhận xét: nhìn chung thực đơn của Trung tâm đa dạng phong phú, nhiều món ăn phù hợp với khẩu vị mọi người, món ăn được chế biến đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Tuy nhiên theo phản hồi của khách hàng do Trung tâm đông khách, một số món ăn nóng thời gian còn lâu nên phần nào làm giảm hương vị món ăn, giá bán đồ ăn còn cao, chưa thực sự hợp lý. Đa phần các món ăn đều là các món ăn phổ biến, chưa có nhiều món ăn đặc biệt theo phong cách riêng của Trung tâm.

2.2.6. Quy trình nhận đặt tiệc

Công việc này sẽ do các quản lý của Trung tâm đảm trách và sẽ chịu hoàn toàn trách nhiệm trước trưởng bộ phận trung tâm.

- 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 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 xem có đáp ứng được nhu cầu của khách hàng 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 hủy hoặc thay đổi thì liên hệ với khách.

Nếu còn chỗ, thực hiện quy trình sau:

- Dẫn khách xem hội trường, phòng ăn.
- 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.

* Những điểm cần lưu ý khi nhận đặt và tổ chức tiệc

Khi tiến hành làm hợp đồng:

Nhanh nhẹn, chính xác không làm mất nhiều thời gian của khách

Tư vấn khách về số lượng đặt bàn: bàn dài, bàn tròn...

Tư vấn về thực đơn, các món ăn phù hợp với từng đối tượng, số lượng, cách phục vụ, nguyên liệu, cách nấu nướng các món ăn cân đối, đủ chất bổ dưỡng cần thiết, tránh hai nguyên liệu chính trùng nhau, món ăn hợp thời tiết.

Khi khách đưa ra giá phải chọn thực đơn phù hợp với giá tiền và mang lại lợi nhuận cho Trung tâm.

Thực đơn tối thiểu phải gồm: món khai vị, món mặn, món tráng miệng. Giá tiền phải rõ ràng và phù hợp.

Tư vấn các dịch vụ và chi phí: bao ghế, bong bóng, dàn âm thanh, nghi thức chúc mừng của đội văn nghệ...

Tư vấn về thức uống: số lượng các loại. Giới thiệu quy trình phụ vụ nước, phí nước đá, các chi phí phát sinh khi có yêu cầu thêm hoặc khi khách mang thức uống vào.

Kiểm tra lần cuối tất cả các thông tin tiệc, giao cho khách ký xác nhận, gọi thu ngân nhận tiền. Kết thúc một hợp đồng đối với khách.

Ghi vào bảng chi tiết về tiệc

Ghi vào sổ nhận hợp đồng, giao cho bếp ký tên

Kiểm tra các chi tiết có trong hợp đồng đã đầy đủ chưa

Tiếp xúc và hỏi thăm chủ tiệc trước và sau tiệc: những gì đáp ứng cho khách đã đáp ứng đầy đủ không? Theo dõi sự hài lòng của khách. Ghi nhận tất cả các ý kiến của khách vào sổ ý kiến khách hàng.

Nói tóm lại đây là giai đoạn đầu và là giai đoạn quan trọng, gây ấn tượng mạnh mẽ nhất cho khách đến đặt tiệc.

Giai đoạn này quyết định cho các giai đoạn sau. Do đó, đòi hỏi người quản lý đảm nhận công việc nhận tiệc cần phải có cách nói chuyện thuyết phục khách. Bằng cách đưa cho khách xem các hợp đồng mà Trung tâm đã tổ chức và hợp đồng trong thời gian sắp tới sẽ thực hiện để khách tham khảo.

Tùy đối tượng khách mà người quản lý giới thiệu cách tổ chức cho phù hợp với kinh tế của họ. Đối với khách thượng lưu có thể giới thiệu thêm các dịch vụ bổ sung hay đáp ứng theo những sáng kiến độc đáo của khách mà Trung tâm có khả năng thực hiện được.

2.2.7. Quy trình phục vụ

Các bước trong quy trình phục vụ tiệc

* Quy trình chuẩn bị:

Đây là giai đoạn có nhiều công việc nhất. Để chuẩn bị tốt cho một bữa tiệc, Trung tâm cần phải lên kế hoạch cụ thể, chi tiết cho từng bộ phận. Các bộ phận sẽ phân công công việc cho từng cá nhân căn cứ vào kỹ năng, năng lực của từng người để phân công đúng người, đúng việc tạo nên hiệu quả lao động cao. Ngoài ra còn phải có sự kết hợp giữa các bộ phận với nhau và cá nhân với nhau: Công việc cụ thể của từng bộ phận là:

+ Bộ phận bảo vệ: Có công việc trông giữ và bảo vệ tài sản cho khách cũng như Trung tâm trong suốt quá trình diễn ra buổi tiệc. Ngoài ra, tổ bảo vệ còn có nhiệm vụ hướng dẫn cho khách nơi tổ chức tiệc, lối vào. Kết thúc tiệc nhân viên bảo vệ có trách nhiệm trả lại phương tiện, tài sản cho khách.

+ Bộ phận lễ tân: Nhiệm vụ chủ yếu là chào đón khách và hướng dẫn khách. Thái độ của nhân viên lễ tân có ảnh hưởng tới tâm lý của khách hàng, chất lượng của buổi tiệc. Nhân viên lễ tân mà nhiệt tình, tôn trọng khách sẽ gây

được ấn tượng tốt về Trung tâm đối với khách. Trái lại, nó sẽ gây ra sự khó chịu của khách đối với Trung tâm khi nhân viên lễ tân tỏ ra không nhiệt tình, thiếu tôn trọng khách hàng.

+ Bộ phận bàn: Đây là bộ phận chịu trách nhiệm trực tiếp phục vụ khách trong quá trình diễn ra bữa tiệc. Ngoài ra còn phải sắp xếp bàn ghế, bố trí không gian để tiến hành bữa tiệc một cách thuận lợi. Công việc này chuẩn bị trước khi diễn ra bữa tiệc vài giờ tùy thuộc vào lượng tiệc được đặt của trung tâm. Cụ thể công việc của bộ phận gồm có kê bàn ghế, làm vệ sinh phòng tiệc bày những đồ uống lên bàn (theo thực đơn của buổi tiệc)... tất cả những cái gì chuẩn bị trước được là bộ phận này phải làm xong trước. Việc sắp xếp phải căn cứ vào lượng khách ăn tiệc và loại hình tiệc để sắp xếp, lên kế hoạch cho thật tốt. Công việc còn lại là phục vụ khách khi khách ăn tiệc, các nhân viên bộ phận này được tổ trưởng phân công chịu trách nhiệm phục vụ một khu vực nào đó để khỏi bị chông chéo trong khi phục vụ khách. Nhân viên phục vụ phải nhận các thông tin từ khách và có trách nhiệm trả lời, giải quyết những vấn đề phát sinh trong khi khách ăn tiệc.

+ Bộ phận bếp: Công việc của tổ bếp là chịu trách nhiệm chế biến các món ăn theo thực đơn của buổi tiệc mà khách đặt trước. Bếp trưởng phải căn cứ vào lượng khách (số suất ăn) để tính toán lượng thực phẩm cần thiết để chế biến món ăn theo thực đơn và chịu trách nhiệm về kỹ thuật chế biến món ăn, sắp xếp bố trí lao động trong bếp.

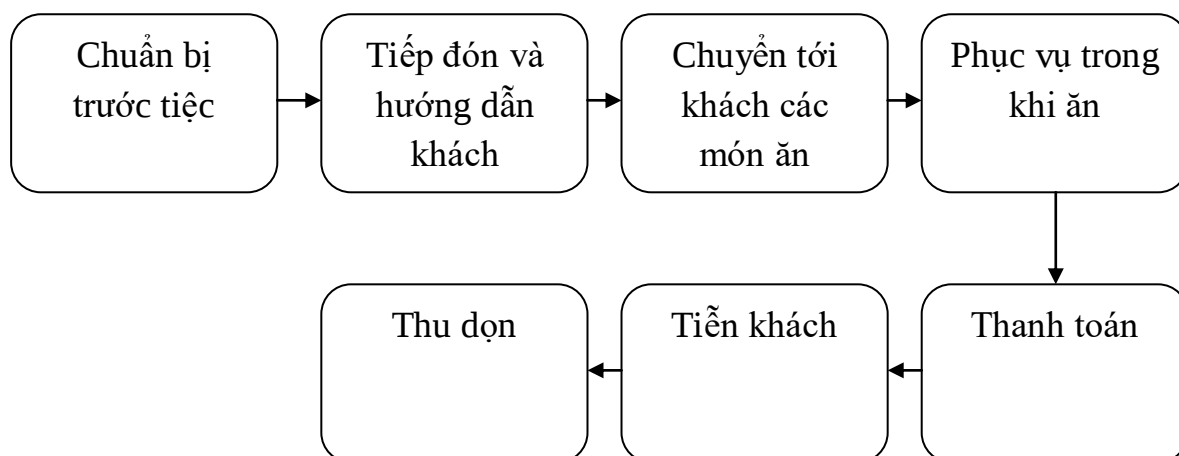
Chất lượng các món ăn phụ thuộc vào nhiều yếu tố trước hết là chọn được nguyên liệu tốt, kỹ thuật chế biến của đầu bếp. Vì vậy để có được chất lượng các món ăn tốt cần phải chuẩn bị kiểm tra nguyên liệu chế biến thật nghiêm ngặt. Ngay từ đầu, loại bỏ những nguyên liệu không đạt tiêu chuẩn, kiên quyết loại bỏ những thực phẩm kém chất lượng vì nó ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng món ăn cũng như chất lượng của bữa tiệc.

Sau đó là kỹ thuật chế biến món ăn của đầu bếp.

Tất cả các công việc trên đòi hỏi phải có khâu chuẩn bị trước, tính toán kỹ càng thì mới thành công được.

* Quy trình phục vụ tiệc tại Trung tâm:

Sơ đồ 2: sơ đồ quy trình phục vụ tiệc



Như vậy, quy trình phục vụ tiệc của Trung tâm ở mỗi công đoạn (mỗi khâu) là sự kết hợp của nhiều bộ phận, nhiều nhân viên với nhau. Sự chuyên môn hóa kết hợp với tổ chức tốt, chặt chẽ và một số yếu tố khác sẽ quyết định sự thành công của buổi tiệc.

2.2.8. Một số kết luận rút ra từ thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm:

Qua những đánh giá phân tích thì chất lượng dịch vụ tiệc ở Trung tâm có những ưu điểm, nhược điểm và do nguyên nhân sau đây:

* Ưu điểm: Nói chung tiệc được tổ chức tại Trung tâm đều đáp ứng được trông đợi của khách từ công đoạn đầu tiên cho đến khi kết thúc. Nhưng có nhiều yếu tố quyết định đến sự thành công đó là:

- Ưu điểm công tác marketing: Đây là công đoạn đầu tiên của Trung tâm nhằm tìm kiếm, thu hút khách hàng mục tiêu của mình. Để thu hút khách hàng, Trung tâm đã không ngừng xúc tiến quảng bá trên nhiều phương tiện thông tin, đặc biệt là các dịch vụ. Chuẩn bị trước giờ ăn Đón khách và hướng chuyển tới khách các món Phục vụ trong khi ăn Thanh toán Tiễn khách Thu dọn cơ bản của Trung tâm trong đó có dịch vụ tiệc. Trung tâm có đội ngũ nhân viên phòng

marketing năng động, nhiệt tình, sáng tạo, ham học hỏi đã góp phần nghiên cứu tâm lý khách hàng và đã đưa ra được những sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng mục tiêu của trung tâm: Giá cả phù hợp, sản phẩm phong phú, đa dạng khiến cho khách hàng dễ lựa chọn. Từ đó mà Trung tâm đã định ra hình ảnh của mình trong tâm trí của khách hàng và dần dần có được uy tín trên thị trường.

- Ưu điểm trong công tác chuẩn bị: Công tác chuẩn bị cực kỳ quan trọng. Để một công việc thành công thì công tác chuẩn bị đã giúp ta thành công hơn một nửa. Cũng như vậy, trong một buổi tiệc thì công tác chuẩn bị tốt sẽ nâng cao được chất lượng của cả buổi tiệc. Bởi vì các khâu có công tác chuẩn bị kỹ như bố trí sắp xếp về con người, bài trí các dụng cụ sẵn sàng, phân công cho từng bộ phận những công việc cụ thể từ đó sẽ chuyên môn hóa cao từng bộ phận, từng cá nhân nắm rõ được nhiệm vụ công việc của mình mà từ đó có sự chuẩn bị tốt hơn dẫn đến có được hiệu quả cao trong công việc.

Mỗi Trung tâm đều có những người chỉ đạo lập những kế hoạch cụ thể cho từng buổi tiệc, và giao nhiệm vụ cho từng bộ phận từ đó bộ phận lại căn cứ vào chuyên môn, năng lực của từng cá nhân để giao nhiệm vụ cụ thể sao cho mỗi người trong từng bộ phận làm việc với kết quả cao nhất, ít sai sót trong công việc nhất. Ví dụ, việc chuẩn bị thực phẩm được phân cho các bộ phận là thu mua, vận chuyển, bốc xếp sau khi hàng hóa được vận chuyển về tới Trung tâm những thực phẩm tươi sống để chuyên xuống bộ phận bếp bảo quản. Bộ phận giặt là phụ trách về khăn trải bàn... bộ phận bar chuẩn bị về các loại đồ uống cho buổi tiệc... Mọi công việc được hoàn tất trước khi tổ chức tiệc khoảng 1 - 2 giờ.

- Ưu điểm về cơ sở vật chất kỹ thuật: Trang thiết bị tiện nghi đầy đủ. Điều kiện để tổ chức những buổi tiệc sang trọng, có quy mô lớn là có thể. Bàn của Trung tâm có nhiều loại để phù hợp với từng loại tiệc như bàn tròn, bàn vuông, bàn hình chữ nhật... Phòng tiệc rộng rãi, thoáng có thể tổ chức cho những buổi tiệc lớn và có cả những khu tổ chức cho những bữa tiệc có lượng người mức vài chục người. Ngoài ra còn có những phòng dành cho khách VIP (nếu chủ tiệc có

yêu cầu). Rèm cửa được trang trí màu sắc hài hòa, các phòng tiệc có hệ thống âm thanh tốt, đèn chiếu sáng đạt được tiêu chuẩn, cung cấp đủ ánh sáng cho phòng tiệc. Tùy từng loại hình tiệc và chủ đề tiệc mà Trung tâm còn trang trí thêm một số đèn với những phong vải khác nhau.

-Ưu điểm trong quá trình phục vụ:

Văn minh phục vụ có vai trò không nhỏ đối với bất cứ một Trung tâm nào. Trong kinh doanh dịch vụ ăn uống nói chung và kinh doanh tiệc nói riêng thì văn minh phục vụ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cũng như góp phần vào nâng cao chất lượng dịch vụ của trung tâm. Trung tâm cũng không nằm ngoài tiêu chí đó. Với đội ngũ nhân viên nhiệt tình, được đào tạo và, kỹ năng trong phục vụ và đặc biệt là sự phân công công việc của tổ trưởng các tổ tới từng cá nhân gắn liền với nhiệm vụ và trách nhiệm cụ thể cho nên nhân viên đạt được hiệu quả tốt trong phục vụ khách hàng, được khách hàng đánh giá tốt về văn minh phục vụ. Sở dĩ có được như vậy là các tổ trưởng đã biết sử dụng đúng người, đúng sở trường công việc của từng cá nhân trong bộ phận để mỗi người phát huy được hết khả năng của mình trong công việc được giao.

Các ưu điểm khác: Là sự kết hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận có liên quan với nhau. Bộ phận này là khách hàng bên trong cho nên toàn Ekip vận hành nhẹ nhàng, đều đặn cung cấp cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng cao, ổn định và ít xảy ra sai hỏng trong quá trình phục vụ khách hàng.

Nói tóm lại: Ngoài cơ sở vật chất kỹ thuật thì điều cơ bản để có được những thế mạnh của Trung tâm là con người. Từng cá nhân mỗi con người ở từng bộ phận được đào tạo tốt, nắm vững kỹ năng chuyên môn và có ý thức trong công việc để có được những thành công trong công việc của trung tâm.

* Nhược điểm: Đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào cho dù là có uy tín trên thị trường nhưng cũng không thể tránh khỏi những khuyết điểm về nhiều mặt. Vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh Trung tâm cũng không nằm ngoài quy luật ấy. Bởi nó có những nguyên nhân do khách quan và chủ quan gây nên những sai sót. Những sai sót đó sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng dịch vụ của Trung tâm.

- Thiếu sót trong quá trình đặt vấn đề với khách.

Công việc nào cũng thường diễn ra giữa khách với nhân viên nhận đặt tiệc. Vì vậy, trong quá trình làm việc thường có sự thỏa thuận để đi đến điểm chung (giá cả) không phải là dễ dàng. Khâu này thường gặp phải những khó khăn là sự bất đồng giữa Trung tâm với khách là do hai bên không đi đến thống nhất. Khách thường trả giá thấp trong khi Trung tâm thường định giá cao, điều này đã làm cho khách không muốn đặt tiệc ở Trung tâm và có thể hủy hợp đồng.

Do vậy đây là vấn đề đã ra cho các nhà quản lý nhất là phòng marketing cần phải tìm hiểu sâu hơn về khách hàng để đưa ra những sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách nhằm thu hút khách hàng nâng cao uy tín của Trung tâm.

- Nhược điểm trong quá trình tổ chức.

Tuy khâu tổ chức được tổ chức tương đối tốt nhưng vẫn có những thiếu sót trong tổ chức công việc, phân công công việc. Điều này gây cho khách hàng sự không hài lòng vì những thiếu sót trong quá trình phục vụ. Do đặc điểm của sản phẩm dịch vụ khác với sản phẩm hàng hóa hữu hình là ở tính vô hình nên việc kiểm tra chất lượng sản phẩm là rất khó khăn. Chỉ với một sai sót nhỏ trong tổ chức cũng rất có thể dẫn đến sai hỏng. Cho nên yếu tố con người trong dịch vụ là rất quan trọng.

Nguyên nhân khách quan:

+ Trong thời gian vừa qua tình hình kinh doanh dịch vụ ăn uống nói chung gặp rất nhiều khó khăn. Lượng khách hàng tăng không đều, các nhà hàng mọc lên như nấm dẫn đến việc có chỗ thừa và có chỗ thiếu do quy hoạch không đồng bộ. Sự cạnh tranh giữa các nhà hàng ngày càng gay gắt dẫn đến việc giá cả tụt xuống gây khó khăn cho nhiều nhà hàng, Trung tâm.

Từ sự cạnh tranh về giá cả giữa các doanh nghiệp cho nên có thể chất lượng dịch vụ sẽ bị ảnh hưởng trực tiếp. Để hạ giá, các Trung tâm có thể cắt giảm chi phí dẫn đến chất lượng dịch vụ tiệc có thể bị giảm sút gây nên hậu quả là không thoả mãn được các trông đợi của khách hàng.

+ Công tác bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực vĩ mô chưa thực sự được tốt. Theo thông kê thì có 7,5% lao động trong Trung tâm có trình độ đại học.

78% được đào tạo qua các trường nghiệp vụ du lịch hoặc được đào tạo tại chỗ. 14,5% lao động trực tiếp trong Trung tâm chưa hề được đào tạo. Điều này gây ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng lao động của doanh nghiệp và cả ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng dịch vụ của Trung tâm vì đội ngũ lao động không được đào tạo thiếu những kỹ năng cần thiết để phục vụ khách hàng dẫn đến dễ bị sai hỏng đáng tiếc.

+ Các văn bản quy định về chất lượng dịch vụ chủ yếu mang tính hình thức, tính thực thi chưa cao.

- Nguyên nhân chủ quan:

Trong thực tế, có rất nhiều nguyên nhân chủ quan ảnh hưởng tới chất lượng của sản phẩm dịch vụ tiệc của Trung tâm nhưng chủ yếu tập trung ở một số nguyên nhân cơ bản sau đây:

+ Đội ngũ lao động:

Đa số cán bộ ở Trung tâm không được đào tạo chuyên ngành kinh doanh Trung tâm mà chủ yếu là các ngành kinh doanh khác chuyển sang còn lao động trực tiếp chủ yếu được đào tạo qua các lớp sơ cấp và trung cấp nghiệp vụ vì vậy công tác quản lý còn nhiều số hạn chế. Bên cạnh đó trình độ ngoại ngữ của Trung tâm cũng chưa được tốt mặc dù có người có bằng tiếng Anh. Ngoài ra kỹ năng giao tiếp và phục vụ đôi khi còn chưa đáp ứng được trông đợi của khách hàng. Do vậy để nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc, Trung tâm còn chú trọng hơn đào tạo con người nâng cao trình độ của mình mới đáp ứng được trông đợi của khách hàng.

+ Trung tâm chưa đưa ra những chính sách sản phẩm hợp lý: Mặc dù thực đơn tiệc của Trung tâm cũng có rất nhiều món ăn nhưng ít có sự thay đổi cho nên dẫn đến sự nhàm chán. Vấn đề này cần phải giao cho bếp trưởng và các thành viên trong tổ bếp sưu tầm và nghĩ ra những món ăn mới lạ để hấp dẫn khách, tránh sự nhàm chán.

+ Sự phối hợp giữa các bộ phận còn chưa tốt. Để phục vụ tốt khách hàng trước hết các bộ phận phải tổ chức tốt trong tổ của mình, lúc nào cũng sẵn sàng phục vụ khách và phải có sự phối hợp nhịp nhàng trong quá trình khách ăn tiệc

tại Trung tâm. Chẳng hạn khi tổ bàn yêu cầu bếp làm đồ ăn theo yêu cầu của khách thì tổ bếp luôn sẵn sàng để đáp ứng được về thời gian, số lượng cũng như chất lượng của món ăn. Khi tổ bếp ra món ăn thì bộ phận bung bê phải kịp thời mang đến cho khách ngay.

+ Trung tâm chưa có bộ phận quản lý chất lượng dịch vụ nên chưa có những bản quy định về chất lượng cụ thể hướng dẫn từng cá nhân thực hiện do đó quá trình cung cấp những dịch vụ với chất lượng không ổn định dẫn đến những sai sót khi cung cấp sản phẩm cho khách hàng gây hậu quả xấu tới chất lượng dịch vụ.

+ Hoạt động tổ chức bộ máy của Trung tâm còn ảnh hưởng của cách quản lý cũ, nó không còn phù hợp nhiều đối với ngày nay nên đôi khi chưa giải quyết được vấn đề nảy sinh của cơ chế thị trường.

Trên đây là những nguyên nhân cơ bản làm ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm. Từ những nguyên nhân này sẽ cho ta cái nhìn chính xác hơn về chất lượng dịch vụ tiệc trong Trung tâm và giúp các nhà quản lý đưa ra các giải pháp về nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

Tiểu kết chương II

Qua chương II chúng ta được giới thiệu sơ về bộ về quá trình hình thành và phát triển, cơ cấu bộ máy tổ chức, kết quả hoạt động kinh doanh và đặc biệt là chất lượng dịch vụ tiệc của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng trong 2 quý năm 2018. Trong 2 quý vừa qua thì hoạt động kinh doanh tương đối tốt, kết quả này được đánh giá là đã có sự lớn mạnh. Song sự lớn mạnh đó chỉ đem ra so sánh với kế hoạch và chỉ tiêu đặt ra của Trung tâm, còn nếu đem ra so sánh với các đơn vị hoạt động trong cùng khu vực thì còn rất khiêm tốn. bởi vậy trong chương này ngoài việc giới thiệu về thực trạng chất lượng dịch vụ nói chung cũng như dịch vụ tiệc của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng nói riêng thì em còn giới thiệu về những kết quả đạt được trong 2 quý vừa qua của Trung tâm, những tồn tại và nguyên nhân của sự tồn tại làm căn cứ cho em đưa ra đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng (ở chương III). Từ đó giúp chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ tiệc nói riêng cũng như hiệu quả kinh doanh của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng ngày càng được nâng cao.

Chương III

Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Qua quá trình lao động trực tiếp tại các bộ phận của Trung tâm và đặc biệt ở bộ phận kinh doanh, em đã có được sự hiểu biết thực tế về chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm nói chung và bộ phận kinh doanh nói riêng. Trong đó, hiểu biết được những ưu điểm và khuyết điểm của Trung tâm. Kết hợp với vốn kiến thức đã học được ở nhà trường em xin mạnh dạn đưa ra một số ý kiến để góp phần xây dựng Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng ngày một hoàn thiện hơn và trở thành một địa điểm đáng tin cậy cho khách hàng thường xuyên lui tới.

3.1. Cơ sở đề xuất

Muốn đưa ra ý kiến đóng góp nhằm thúc đẩy quá trình phát triển kinh doanh của một Trung tâm thì phải nắm được mục tiêu chiến lược của Trung tâm đó để giúp họ đi đúng con đường mà doanh nghiệp lựa chọn. Vì vậy, em đã đưa ra cơ sở để đề xuất này làm nền tảng kết hợp với tình trạng hiện tại của Trung tâm để đưa ra những đề xuất.

3.1.1. Xu hướng phát triển kinh doanh trên địa bàn Thành phố Hải Phòng.

Ngày nay, cùng với sự phát triển kinh tế của thành phố Hải Phòng, chất lượng cuộc sống ngày càng được nâng cao, nhu cầu về sử dụng dịch vụ ăn uống càng phức tạp và mang tính cao cấp hơn. Việc ăn uống tại Trung tâm nhiều khi rất mất thời gian trong khi đó, yêu cầu về tác phong công nghiệp nơi làm việc lại rất cao dẫn đến nhiều người không đủ thời gian để ăn uống tại nhà. Bên cạnh đó, đi ăn tại các nhà hàng, khách sạn luôn tạo ra những cảm giác thoải mái, lịch sự phù hợp với việc xã giao giữa bạn bè, đồng nghiệp. Đem với khách sạn, nhà hàng, người tiêu dùng còn có nhiều cơ hội được thưởng thức nét văn hóa ẩm thực đầy tính hấp dẫn từ mọi miền, mọi quốc gia. Ngoài ra, việc đi ăn uống tại các khách sạn, nhà hàng để mọi người thể hiện mình. Vì thế, nếu như trước kia việc đi ăn uống tại khách sạn, nhà hàng được coi là “ xa xỉ ” thì ngày nay việc

đó đang trở thành “ một ” và là một hiện tượng phổ biến trong đời sống hàng ngày.

Từ những nhận định trên cho ta thấy việc xu hướng phát triển chung của ngành kinh doanh dịch vụ ăn uống sẽ tăng lên rất nhanh là điều hoàn toàn có thể. Do đó, chiến lược mà các doanh nghiệp đặt ra là tiếp tục đầu tư hơn nữa vào việc kinh doanh dịch ăn uống để tăng doanh thu là hợp lý và có tính khả thi cao.

Để có thể thu hút khách hàng đến với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, các doanh nghiệp đã chuẩn bị cho mình kế hoạch phát triển cho riêng mình. Đó là nâng cao mặt bằng chất lượng dịch vụ ở Thành phố Hải Phòng. Nâng cao chất lượng dịch vụ được các doanh nghiệp coi trọng và đánh giá cao trong cạnh tranh. Đây cũng là chiến lược mà các cấp quản lý, lãnh đạo phụ trách về kinh doanh dịch vụ quan tâm hàng đầu. Bởi chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp trong thành phố hiện nay chưa đồng đều nên chưa đáp ứng được tốt nhu cầu của khách hàng hiện tại và tương lai. Nếu không quan tâm đầu tư một cách đúng mức thì sẽ không thu hút được khách hàng và sẽ kéo theo nhiều thứ bị mất do khách hàng đến ít.

Hiện nay, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống đã ý thức được vai trò của nâng cao chất lượng dịch vụ cho nên các doanh nghiệp đang và sẽ đầu tư mọi mặt và nâng cấp, cải tạo lại cơ sở của mình, đào tạo lại đào tạo mới các đội ngũ nhân viên có trình độ, nghiệp vụ chuyên nghiệp hơn. Vì vậy, mục tiêu của kế hoạch là nâng cao mọi mặt chất lượng dịch vụ để thu hút khách đến với doanh nghiệp.

3.1.2. Mục tiêu và nhiệm vụ của bộ phận kinh doanh tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

a) Mục tiêu

Mục tiêu mà Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng hướng đến là đưa chất lượng dịch vụ của Trung tâm lên một bậc cao hơn để thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách hàng trong tương lai. Giám đốc của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng khẳng định đây là một quá trình phấn đấu lâu dài của toàn bộ cán bộ nhân viên trong Trung tâm. Từ đó mà Trung tâm có thể nâng cao được mức

doanh thu và tiến tới kinh doanh hiệu quả. Để nâng cao vị thế của mình trên thương trường tạo niềm tin đối với khách hàng.

b) Nhiệm vụ

Để đạt được các mục tiêu đã đề ra như trên thì nhiệm vụ đặt ra đối với toàn bộ phận kinh doanh của Trung tâm là rất to lớn. Nhiệm vụ trước tiên và cơ bản nhất là làm thế nào để nâng cao được chất lượng phục vụ, từ đó sẽ góp phần nâng cao doanh thu cho Trung tâm. Chất lượng phục vụ bao gồm chất lượng dịch vụ và thái độ phục vụ nên việc nâng cao chất lượng chất lượng phục vụ chính là nâng cao chất lượng dịch vụ và thái độ phục vụ. Muốn chất lượng dịch vụ tốt thì phải đầu tư thêm cho trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật,... Cũng để nâng cao chất lượng phục vụ thì bộ phận kinh doanh cần phải xây dựng thêm chiến lược kinh doanh, đặc biệt tạo ra những sản phẩm chất lượng dịch vụ độc đáo, tìm thêm thị trường, đầu tư nâng cao chất lượng đồ ăn uống và đa dạng hóa thực đơn ăn uống nhằm thu hút ngày càng nhiều khách đến với Trung tâm. Bên cạnh đó, để nâng cao thái độ phục vụ của nhân viên thì bộ phận kinh doanh và bộ phận bàn cần sắp xếp đội ngũ nhân viên bàn một cách hợp lý, bổ sung thêm khoảng 4 – 6 nhân viên mới cho đội ngũ bộ phận bàn vì hiện nay khối lượng công việc tại đây rất là nhiều mà tổng số nhân viên là 18 người. Trong năm 2018, bộ phận bàn nên thường xuyên mở lớp đào tạo thêm nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên cũ để nâng cao trình độ chuyên môn. Đặc biệt, tăng cường về thái độ phục vụ khách bởi sự chu đáo, nhiệt tình, vui vẻ của nhân viên luôn tạo ra ấn tượng đối với khách, nó tác động đến việc quyết định của khách hàng tiêu dùng dịch vụ tại Trung tâm.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

3.2.1. Về cơ sở vật chất kỹ thuật.

Nhìn chung cơ sở vật chất trong Trung tâm đã đáp ứng được phần lớn nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, Trung tâm không được hài lòng với cơ sở vật chất hiện tại mà thường xuyên đổi mới, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, tạo ra

ấn tượng mới trong lòng khách hàng và không ngừng nâng cao khả năng cạnh tranh.

Trung tâm hiện tại mới đi vào hoạt động được một năm nên trang thiết bị cơ sở vật chất hiện vẫn còn mới. Tầng 1 2 3 là các tầng vừa được xây dựng, cải tạo và đi vào hoạt động vào ngày 01 tháng 10 năm 2018 nên cơ sở vật chất hoàn toàn mới, năng suất phục vụ cao và có tính thẩm mỹ. Tuy nhiên, tầng 4 và tầng 5 đã đi vào hoạt động được một năm nên có một số vật chất cần thay thế để được hoàn thiện hơn nữa. Tạo ra sự đồng bộ, đồng đều cho các tầng của Trung tâm.

Bên cạnh đó, một số khăn trải bàn và ghế đã cũ, có vết rách, ô thì cần thay mới. Sử dụng những khăn trải bàn mới, sạch sẽ, không vết bẩn và phẳng phiu không nhăn nhúm. Nhân viên khi trải khăn bàn và ghế cần lưu ý phui thẳng, không gấp mép, không cân bằng và sử dụng đồng nhất một màu khăn cho toàn bộ tầng đó hoặc cho từng phòng, hội trường khác nhau. Các dụng cụ phục vụ của Trung tâm như bát, đĩa bị sứt mẻ cần phải loại bỏ không được mang ra dùng vì nó sẽ làm ảnh hưởng chất lượng dịch vụ tiệc.

Các đèn chiếu, màn hình led, điều hòa bị hỏng, có vấn đề cần khắc phục và thay mới khi cần thiết, kịp thời.

Sau khi kết thúc tiệc, các xe đẩy chứa cốc ly rượu chưa có chỗ để hợp dễ gây ra tình trạng đổ vỡ. Cần phải thiết kế chỗ để hợp lý khi không thể rửa ngay được.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ thì Trung tâm cần tăng cường kiểm tra, cải tạo, bảo dưỡng, thay mới các thiết bị có vấn đề, lỗi thời bằng các thiết bị phù hợp xu hướng.

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên.

Đối với ngành kinh doanh dịch vụ ăn uống, chất lượng dịch vụ tốt mang lại cho khách hàng chủ yếu là do kết quả lao động của sống của đội ngũ nhân viên phục vụ mà không thể thay thế bằng máy móc hay cơ khí hóa được. Do nhân viên thường xuyên phải trực tiếp tiếp xúc với khách hàng nên yêu cầu về chất lượng chuyên môn, trình độ ngoại ngữ và khả năng giao tiếp phải tốt. Việc

tạo được ấn tượng tốt hay không, có thỏa mãn được nhu cầu khách hàng về phục vụ hay không phụ thuộc vào đội ngũ nhân viên.

Hiện nay đội ngũ nhân viên của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng là đội ngũ nhân viên trẻ, có năng xuất lao động tại bộ phận này khá cao. Trung tâm đã có những kế hoạch để đào tạo nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, nhưng để nâng cao hiệu quả kinh doanh dịch vụ ăn uống hơn nữa, Trung tâm cần có một số giải pháp mới để không ngừng bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên bộ phận bàn, bếp, bar. Nội dung cụ thể như sau:

- Khi tuyển chọn nhân viên vào làm việc, Trung tâm cần kiểm tra về trình độ chuyên môn, tối thiểu họ phải là những người đã học qua các lớp đào tạo về nghiệp vụ hoặc đã có kinh nghiệm đi làm ở vị trí tương đương, khả năng giao tiếp tốt, có lòng yêu nghề và có ngoại hình cân đối.
- Theo định kỳ mở các lớp nâng cao trình độ cho các quản lý, trưởng bộ phận.
- Thường xuyên mở các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ phục vụ, ngoại ngữ và khả năng giao tiếp cho nhân viên phục vụ tại bàn, bar. Hiện nay tại Trung tâm, trình độ ngoại ngữ của nhân viên bàn có thể nói là có số ít nhân viên có khả năng giao tiếp bằng tiếng Anh hoặc ngoại ngữ khác. Vì vậy, Trung tâm cần nắm bắt về kế hoạch cụ thể để lựa chọn sắp xếp nhân viên cần bồi dưỡng, đào tạo trước và nhân viên nào đào tạo, bồi dưỡng sau.
- Trung tâm cần có chính sách khen thưởng kịp thời như hàng tháng có bầu nhân viên xuất sắc, nếu ai đạt được doanh hiệu thì biểu dương khen thưởng thỏa đáng. Từ đó, khuyến khích động viên nhân viên cố gắng làm việc có trách nhiệm, chịu khó học hỏi hơn. Đồng thời có hình thức xử phạt thích đáng đối với nhân viên làm việc thiếu trách nhiệm, cố tình vi phạm nội quy hoặc có hành vi không đúng với khách để một mặt tránh ảnh hưởng đến hoạt động và uy tín của Trung tâm, mặt khác là để cho nhân viên khác rút kinh nghiệm .

- Trung tâm cần tổ chức cuộc thi tay nghề cho các nhân viên trong công ty ít nhất một năm một lần để nắm bắt được trình độ tay nghề, nghiệp vụ của nhân viên.

- Bên cạnh đó, các trưởng bộ phận cần thường xuyên và tăng cường hơn nữa việc ý thức trách nhiệm và tác phong làm việc của nhân viên. Họ phải rèn cho nhân viên ý thức được việc coi trọng, giữ gìn, bảo vệ tài sản cho Trung tâm. Ngoài ra, còn giúp cho nhân viên hiểu được: hiệu quả kinh doanh của Trung tâm phụ thuộc rất lớn vào ý thức làm việc, tinh thần trách nhiệm của mỗi nhân viên. Về tác phong phục vụ còn chậm, thái độ chưa niềm nở nhiệt tình với khách. Việc khách có cảm thấy ngon miệng, thỏa mái khi thanh toán đồng thời có quyết định quay lại hay không phụ thuộc rất lớn vào thái độ của nhân viên. Nếu hiệu quả kinh doanh tăng lên thì điều đó đồng nghĩa với việc thu nhập của nhân viên được tăng lên được cải thiện hơn.

- Tinh thần làm việc tập thể tại Trung tâm, đội ngũ nhân viên vẫn còn thiếu sự tinh thần đồng đội. Một số nhân viên còn đùn đẩy trách nhiệm, có thái độ ích kỷ và chưa giúp đỡ nhau trong những trường hợp để có thể làm việc một cách thỏa mái và hiệu quả hơn. Do đó, Trung tâm cần nâng cao, rèn luyện cho nhân viên có tinh thần đồng đội, tinh thần làm việc tập thể.

3.2.3. Tiết kiệm chi phí

Để tăng lợi nhuận trong kinh doanh dịch vụ ăn uống thì ngoài việc tăng doanh thu đến mức tối đa còn phải có giải pháp để giảm chi phí đến mức thấp nhất có thể. Tiết kiệm chi phí trong kinh doanh dịch vụ ăn uống chỉ thực sự mang lại hiệu quả kinh tế khi gắn với chất lượng phục vụ, nghĩa là tiết kiệm chi phí phải đồng thời với việc nâng cao chất lượng dịch vụ. Phương hướng mà bộ phận kinh doanh của Trung tâm đặt ra với việc tiết kiệm chi phí trong thời gian tới là:

- Tất cả các kế hoạch đầu tư vào kinh doanh dịch vụ ăn uống đều phải dựa trên quan điểm đầu tư để phục vụ cho kinh doanh tốt hơn. Tránh đầu tư không đúng mục đích gây lãng phí tiền của.

- Toàn bộ cơ sở vật chất kỹ thuật đầu tư vào kinh doanh dịch vụ đều phải được sử dụng một cách triệt để nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế.
- Hoàn thiện cơ cấu cán bộ công nhân viên, tính toán sử dụng hợp lý nguồn nhân lực để không lãng phí nguồn lao động.

3.2.4. Tăng cường hoạt động quảng cáo và thường xuyên thu nhận ý kiến phản hồi của khách hàng.

- Trong môi trường cạnh tranh lành mạnh nếu không tìm ra cho mình con đường đi đúng đắn thì thành công xa vời với thực tế. Không phải bất cứ sản phẩm nào ra đời cũng được biết đến mà không cần sự khuếch trương quảng cáo.
- Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng không phải ai cũng biết đến mà đặc biệt là các món ăn của Trung tâm. Đối với người có thu nhập cao thì cho rằng đó là món mình ưa thích nhưng đối với những người có thu nhập thấp thì đây là món ăn “ xa xỉ ”. Điều này đã gây ra không ít sự rụt rè cho khách hàng khi quyết định sử dụng dịch vụ tại Trung tâm. Vì vậy, Trung tâm cần có những chính sách quảng cáo , khuếch trương kịp thời và hiệu quả giới thiệu tới mọi đối tượng khách hàng các sản phẩm dịch vụ của Trung tâm.
- Bên cạnh việc quảng cáo thì bộ phận kinh doanh nên thường xuyên có các đợt phát phiếu thăm dò khách hàng, khuyến khích khách hàng bớt chút thời gian điền vào phiếu gợi ý. Thông qua ý kiến khách hàng phản hồi, Trung tâm biết được chất lượng dịch vụ của mình, điểm mạnh điểm yếu ở đâu. Từ đó, rút ra nên phát triển ở mảng nào và sửa đổi hoàn thiện những mảng còn yếu kém.

3.2.5. Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ

Do nhu cầu của các đối tượng khách rất phong phú vì họ đến từ nhiều vùng, nhiều nước khác nhau, có phong tục tập quán khác nhau nên món ăn cũng phải rất đa dạng để thu hút ngày càng nhiều đối tượng khách nên Trung tâm cần đa dạng hóa sản phẩm. Có như vậy kinh doanh mới có hiệu quả.

- Sự đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ăn uống được thể hiện:
 - Đa dạng các món ăn: ngoài các món ăn đã có trong trung tâm, Trung tâm cần dựa vào nhu cầu của khách để làm ra các món ăn mới lạ, đặc sắc tránh

sự nhầm chán cho khách khi tiêu dùng dịch vụ của Trung tâm nhiều lần đồng thời vẫn mang bản sắc hương vị riêng của mình. Trung tâm phải có sự thay đổi kịp thời các sản phẩm khi nó trong tình trạng khan hiếm bằng các sản phẩm dịch vụ khác sẵn có nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng, tạo nên sự hoạt động liên tục của Trung tâm, như vậy thì kinh doanh dịch vụ ăn uống mới có hiệu quả.

- Đa dạng đồ uống: ngoài những đồ uống có sẵn trong Trung tâm, cần bổ sung những đồ uống đặc trưng, đặc sản của từng vùng.

Sự đa dạng của sản phẩm dịch vụ ăn uống không những đáp ứng yêu cầu của khách hàng mà còn tạo ưu thế cạnh tranh với các cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống khác.

3.2.6. Tăng năng suất lao động

Để tăng hiệu quả kinh doanh thì một trong những vấn đề mà các nhà quản lý quan tâm là phải làm sao để tăng năng suất lao động. Từ kết quả tính toán về chỉ tiêu năng suất lao động của bộ phận kinh doanh dịch vụ ăn uống tại Trung tâm như ở phần trên, ta thấy chỉ tiêu này của Trung tâm là khá cao so với một số Trung tâm khác. Tuy nhiên một thực tế tại Trung tâm là nhân viên thuộc bộ phận kinh doanh này vẫn thực sự chưa làm việc hết khả năng của mình và chưa sáng tạo, một số nhân viên còn ỷ lại công việc. Điều này dẫn đến hiệu quả lao động không cao. Đây là một bức xúc mà Trung tâm nên có biện pháp khắc phục kịp thời bởi vì nhìn nhận một Trung tâm hoạt động kinh doanh có tốt hay không người ta thường đánh giá thông qua trình độ và tác phong lao động của từng lao động. Việc tăng năng suất lao động sẽ giúp cho doanh nghiệp Trung tâm giảm định mức lao động, giảm chi phí về tuyển dụng nhân sự, chi phí tiền lương nhân công, chi phí đào tạo...từ đó giảm chi phí chung của toàn Trung tâm và tăng lợi nhuận kinh doanh. Để tăng năng suất lao động Trung tâm cần quan tâm đến những vấn đề sau:

- Đi sâu tổ chức lao động theo tổ, đội để áp dụng triệt để nguyên tắc khuyến khích vật chất để quan tâm đến quyền lợi và trách nhiệm kinh tế. Ngoài nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, tổ, đội còn giải quyết nhiệm vụ khác như: củng cố kỷ luật lao động, nâng cao tính tự giác, tinh thần trách nhiệm trong lao động.

- Sử dụng và bố trí lao động hợp lý vào thời vụ, thời điểm
- Có chế độ thưởng, phạt rõ ràng thì mới kích thích lao động tốt hơn.

3.2.7. Tạo nguồn cung cấp thực phẩm, nguyên liệu ổn định đảm bảo chất lượng

Do giá cả nguyên liệu, thực phẩm trên thị trường không ổn định. Có khi thời điểm mua nguyên liệu, thực phẩm là khan hiếm, nên chi phí tăng lên, trong khi đó thực đơn đã xây dựng với mức giá nguyên liệu ổn định. Chính vì thế nó làm giảm hiệu quả kinh doanh.

Bên cạnh sự khan hiếm về nguyên liệu, thì hiện nay trên thị trường có nhiều lương thực phẩm không đảm bảo về vệ sinh an toàn thực phẩm, không đảm bảo chất lượng dịch vụ đầu vào và làm ảnh hưởng đến uy tín của trung tâm.

Để khắc phục được tình trạng trên thì Trung tâm phải có cơ sở riêng để cung cấp nguyên liệu, thực phẩm cho mình, phải kí kết hợp đồng lâu dài để vừa đảm bảo an toàn vệ sinh vừa có giá cả hợp lý.

3.2.8. Các giải pháp khác

Bên cạnh những giải pháp cơ bản nêu trên Trung tâm cần chú trọng công tác quản lý kinh tế, đảm bảo tiết kiệm, hiệu quả kinh doanh bằng các hệ thống định mức hợp lý, khoa học. Cụ thể như: Tiết kiệm nước, tránh hoang phí nguyên liệu, tận dụng nguyên liệu dư thừa.

3.3. Một số kiến nghị, đề xuất

- *Đối với lãnh đạo Trung tâm và các trưởng bộ phận*

Cần củng cố lại cũng như thêm một số trang thiết bị kỹ thuật phục vụ cho Trung tâm như: trang trí thêm khu vực tầng 5, bar tầng 4, bổ xung thêm một số dụng cụ phục vụ cho bộ phận Trung tâm và đồng phục của đội ngũ nhân viên mới, đồng đều.

Đào tạo lại một số nhân viên để nâng cao nghiệp vụ, tăng cường ý thức làm việc cho các nhân viên, đặc biệt thái độ phục vụ phải nhiệt tình, chu đáo và vui vẻ hơn. Nâng cao tinh thần làm việc tập thể cho đội ngũ nhân viên .

Tham gia vào các cuộc triển lãm nghệ thuật ẩm thực, các cuộc thi nấu ăn giỏi do Tổng cục Du lịch, Sở Văn hóa Thể thao & Du lịch Hải Phòng và Thành Đoàn tổ chức.

Tiểu kết chương III

Trong chương III, em đã nghiên cứu và nêu lên những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trong Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng. Em đã tìm hiểu một số xu thế phát triển dịch vụ ăn uống từ đó áp dụng một số giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng như:

- Hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật
- Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động
- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ
- Tăng năng xuất lao động
- Đảm bảo nguồn cung thực phẩm, ổn định và chất lượng
- Tăng cường hoạt động quảng cáo và thường xuyên thu nhận ý kiến phản hồi của khách hàng

Ngoài ra, em còn đưa ra một số kiến nghị, đề xuất với lãnh đạo, các trưởng bộ phận của Trung tâm nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.

KẾT LUẬN

Cùng với sự phát triển của các loại hình doanh nghiệp khác trong các thành phần kinh tế, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống hiện nay đang trên đà phát triển phạm vi rộng. Xu thế này là tất yếu khách quan khi mà đời sống của toàn bộ các tầng lớp trong xã hội được nâng lên. Nên kinh tế được mở cửa cho hầu hết các quốc gia trên thế giới và bởi hiện nay mọi người muốn được giao lưu về mọi mặt như: kinh tế, văn hóa,... với nhiều nước khác nhau, đồng thời cùng với sự phát triển của các phương tiện giao thông, công nghệ thông tin. Đây là một trong những nguyên nhân để đưa ngành du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn của nhiều quốc gia hiện nay. Cũng với sự mở cửa của Nhà nước, chính quyền địa phương là sự bùng nổ cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống làm cho các doanh nghiệp cạnh tranh gay gắt để tạo ra được uy tín và đứng vững trong cơ chế thị trường hiện nay. Vì vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ là vấn đề quan trọng đối với các doanh nghiệp.

Qua quá trình học tập tại trường cùng với thời gian tìm hiểu tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng, được sự hướng dẫn tận tình của cô hướng dẫn và các thầy cô giáo trong trường Đại học Dân lập Hải Phòng, khóa luận tốt nghiệp của em đã quan tâm và giải quyết những vấn đề sau:

- Cơ sở lý luận về dịch vụ, chất lượng dịch vụ tiệc và nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc
- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động, chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng, cụ thể là: thực trạng về cơ sở vật chất, đội ngũ lao động và kết quả kinh doanh. Từ đó rút ra những ưu nhược điểm còn tồn tại.
- Đóng góp giải pháp và đồng thời đề xuất, kiến nghị, giải pháp với Ban lãnh đạo Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng nhằm mục đích nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như chất lượng dịch vụ tiệc trong thời gian tới.

- Do thời gian và trình độ lý luận, nhận thức và hoạt động thực tiễn còn hạn chế nên khóa luận của em không tránh khỏi những vấn đề sai sót về tư duy và phương pháp, nội dung và cách giải quyết vấn đề. Vì vậy, em rất mong được sự góp ý của thầy cô giáo, bạn bè và những người quan tâm đến khóa luận được đầy đủ và hoàn thiện hơn

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TH.S Đỗ Thiện Dụng (chủ biên), Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng, NXB Lao Động
2. TH.S Vũ An Dân, Quản trị dịch vụ ăn uống và nhà hàng, NXB Thanh Niên.
3. Các tài liệu về dịch vụ kinh doanh ăn uống trong nhà hàng và khách sạn.

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ

- Hệ thống các sơ đồ

Sơ đồ 1: sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy

Sơ đồ 2: sơ đồ quy trình phục vụ tiệc

- Hệ thống các bảng

Bảng 1: Cơ cấu đội ngũ cán bộ công nhân

*Bảng 2: Kết quả hoạt động của Trung tâm quý I và quý II năm 2018
(không bao gồm dịch vụ café)*

Bảng 3. Cơ cấu lao động tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng năm 2018

PHỤ LỤC

Một số hình ảnh của Trung Tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng



LAC HONG PALACE

WEDDING EVENT ENTERTAINMENT

Logo của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng

Tầng 1: Lạc Hồng Coffee



Sảnh trước của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng







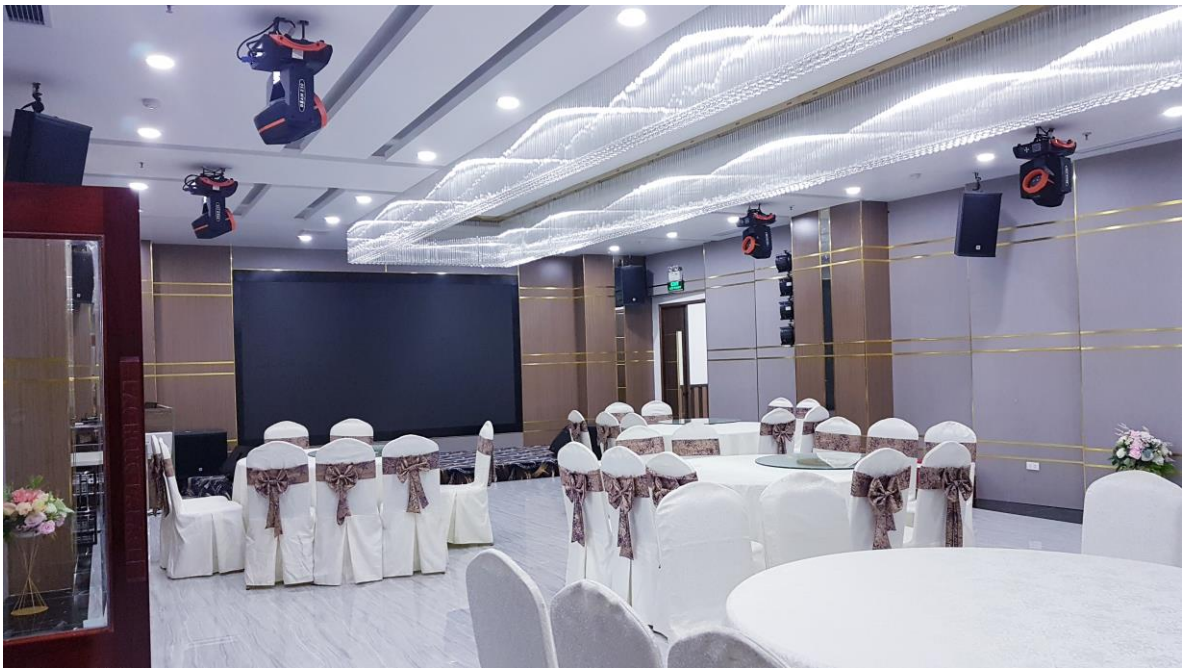
Tầng 2



Phòng Lạc Long Quân



Phòng Trống Đồng



Hội trường Âu Cơ



Sảnh tầng 2

Tầng 3



Sảnh tầng 3



Hội trường Amber



Tầng 4



Sảnh tầng 4



Quầy bar và các bàn ngoài sảnh



Hội trường Ruby

Tầng 5



Hội Trường Gold



Một số hình ảnh món ăn của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng



Tôm sú chiên



Bò sốt tiêu đen



Gà đồi rút xương sốt nấm



Súp lơ xanh xào nấm



Canh ngũ vị



Xôi xéo mỡ hành



Nộm cổ hũ dừa thịt xá xiu



Soup cua



Bưởi 5 roi



Cá hồi phi lê kiểu Pháp

Một số hình ảnh khác Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng







MỤC LỤC

Lời cảm ơn	1
Lời mở đầu	2
1) Lý do chọn đề tài	3
2) Mục đích nghiên cứu	3
3) Phương pháp nghiên cứu	3
4) Phạm vi nghiên cứu	3
5) Thời gian nghiên cứu.....	3
Kết cấu của khóa luận	4
CHƯƠNG I:CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC TẠI TRUNG TÂM HỘI NGHỊ TIỆC CUỐI LẠC HỒNG	5
1.1. Một số khái niệm về nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc.....	5
1.1.1. Khái niệm dịch vụ	5
1.2. Khái niệm về chất lượng dịch vụ.....	7
1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ.....	7
1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ.....	7
1.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ	9
1.3. Khái niệm tiệc và quy trình phục vụ tiệc.	10
1.3.1. Khái niệm tiệc	10
1.3.2. Lợi ích của phục vụ tiệc.....	11
1.3.2.1. Phục vụ tiệc mang lại nhiều lợi nhuận hơn:.....	11
1.3.2.2. Phục vụ tiệc là một cơ hội quảng bá cho nhà hàng.....	11
1.3.3. Bán dịch vụ tiệc và nhận đặt tiệc	12
1.3.3.1. Bán dịch vụ tiệc:.....	12
1.3.3.2. Nhận đặt tiệc.....	12
1.3.4. Quy trình phục vụ tiệc	13
1.4 Ý nghĩa.....	14
1.4.1 Chất lượng phục vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cho Trung tâm	14
1.4.2. Tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá	15

1.4.3. Nâng cao chất lượng phục vụ giúp Trung tâm giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp.....	16
Tiểu kết chương I	18
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ.....	19
2.1. Giới thiệu khái quát về Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng	19
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	19
2.1.2. Tổ chức bộ máy của Trung tâm.....	20
2.1.2.1. Chức năng , nhiệm vụ của các phòng ban.....	21
2.1.2.2. Tình hình nhân lực của Trung tâm.....	23
2.1.3. Cơ sở vật chất và trang thiết bị của Trung tâm	24
2.1.4. Các loại hình dịch vụ và đối tượng khách của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	25
2.1.5. Kết quả hoạt động của Trung tâm quý I và quý II năm 2018	26
2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	27
2.2.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật	28
2.2.1.1. Cơ sở vật chất thuộc khu vực bàn.....	28
2.2.1.2. Cơ sở vật chất thuộc khu vực quầy bar.....	30
2.2.1.3. Cơ sở vật chất thuộc khu vực bếp.....	30
2.2.2. Ca làm việc của đội ngũ lao động của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	32
2.2.3. Cơ cấu đội ngũ lao động.....	33
2.2.4. Thị trường khách sử dụng dịch vụ ăn uống của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	34
2.2.5. Sản phẩm dịch vụ của Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	35
2.2.6. Quy trình nhận đặt tiệc	36
2.2.7. Quy trình phục vụ.....	40
2.2.8. Một số kết luận rút ra từ thực trạng chất lượng	42
Tiểu kết chương II	48

Chương III: Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng	49
3.1. Cơ sở đề xuất.....	49
3.1.1. Xu hướng phát triển kinh doanh trên địa bàn Thành phố Hải Phòng.....	49
3.1.2. Mục tiêu và nhiệm vụ của bộ phận kinh doanh tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.....	50
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc tại Trung tâm hội nghị tiệc cưới Lạc Hồng.	51
3.2.1. Về cơ sở vật chất kỹ thuật.	51
3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên.	52
3.2.3. Tiết kiệm chi phí.....	54
3.2.4. Tăng cường hoạt động quảng cáo và thường xuyên thu nhận ý kiến phản hồi của khách hàng.	55
3.2.5. Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ	55
3.2.6. Tăng năng suất lao động.....	56
3.2.7. Tạo nguồn cung cấp thực phẩm, nguyên liệu ổn định đảm bảo chất lượng	57
3.2.8. Các giải pháp khác.....	57
3.3. Một số kiến nghị, đề xuất	57
Tiêu kết chương III.....	59
KẾT LUẬN.....	60
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	62