

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



ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: VĂN HÓA DU LỊCH

Sinh viên : Phạm Thanh Tùng

Giảng viên hướng dẫn : Đào Thị Thanh Mai

HẢI PHÒNG - 2020

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

**TÌM HIỂU CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ Ở NHÀ HÀNG TONG
HUA, HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VĂN HÓA DU LỊCH**

Sinh viên : Phạm Thanh Tùng

Giảng viên hướng dẫn : Đào Thị Thanh Mai

HẢI PHÒNG – 2020

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Phạm Thanh Tùng Mã SV: 1412601017

Lớp: VH1801 Ngành: Văn hóa du lịch

Tên đề tài: *Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống ở nhà hàng Tong-Hua, Hải Phòng*

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

- Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp
 - Tìm hiểu tổng quan về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng.
 - Điều tra thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng *Tong-Hua*, từ đó đánh giá đúng thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng *Tong-Hua*.
 - Đưa ra các giải pháp cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng *Tong-Hua*.
- Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.
 - Các công trình, bài viết nghiên cứu về kinh doanh dịch vụ nhà hàng.
 - Các số liệu, tài liệu về hoạt động kinh doanh của nhà hàng trong các năm 2017-2019.
- Địa điểm thực tập tốt nghiệp.
 - Nhà hàng *Tong-Hua*, Số 3, Đường Trần Quang Khải, Quận Hồng Bàng, thành phố Hải Phòng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên: Đào Thị Thanh Mai

Học hàm, học vị : Thạc Sĩ

Cơ quan công tác : Trường đại học quản lý và công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: *Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ở nhà hàng Tong-Hua, Hải Phòng*

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 07 tháng 10 năm 2019

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 31 tháng 12 năm 2019

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Phạm Thanh Tùng

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Đào Thị Thanh Mai

Hải Phòng, ngày tháng năm 2020

HIỆU TRƯỞNG

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: Ths. Đào Thị Thanh Mai

Đơn vị công tác: Trường đại học quản lý và công nghệ Hải Phòng

Họ và tên sinh viên: Phạm Thanh Tùng Chuyên ngành: Văn hóa du lịch

Đề tài tốt nghiệp: Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua, Hải Phòng

- 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. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp :**

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng năm 2020

Giảng viên hướng dẫn

MỤC LỤC

| | |
|---|--|
| PHẦN I: MỞ ĐẦU : lí do chọn đề tài | |
| PHẦN II : | |
| CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH NHÀ HÀNG | |
| 1.1 Tổng quan về nhà hàng và dịch vụ ăn uống trong nhà hàng | |
| 1.1.1 Khái niệm về nhà hàng | |
| 1.1.2 Phân loại nhà hàng | |
| 1.1.3 Khái niệm về dịch vụ ăn uống | |
| 1.1.4 Đặc điểm của dịch vụ ăn uống | |
| 1.1.5 Quy trình cung ứng dịch vụ ăn uống | |
| 1.1.6. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ bộ phận kinh doanh ăn uống | |
| 1.2 Chất lượng dịch vụ ăn uống | |
| 1.2.1 Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống | |
| 1.2.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống | |
| 1.2.3 Các điều kiện ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ nhà hàng | |
| 1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong nhà hàng | |
| 1.3.1 Chất lượng dịch vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cho nhà hàng | |
| 1.3.2 Tăng khả năng cạnh tranh, tăng giá bán hợp lí trên thị trường | |
| 1.3.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ giúp giảm thiểu chi phí kinh doanh cho nhà hàng | |
| Tiểu kết chương 1 | |
| CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH TẠI NHÀ HÀNG TONG-HUA | |
| 2.1 Giới thiệu về nhà hàng Tong-Hua | |
| Hệ thống dịch vụ tại nhà hàng Tong-Hua: | |
| 2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của nhà hàng | |
| 2.1.2 Cơ cấu tổ chức | |
| 2.1.2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhà hàng Tong-Hua | |
| 2.1.2.2 Nhiệm vụ và chức năng của từng bộ phận | |

| | |
|--|--|
| 2.1.2.3 Ý nghĩa mối quan hệ giữa các bộ phận trong nhà hàng..... | |
| 2.1.3 Vốn đầu tư..... | |
| 2.1.4 Phát triển cơ sở vật chất..... | |
| 2.1.5 Nâng cao và phát triển chất lượng thương hiệu..... | |
| 2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng Tong-Hua. | |
| 2.2.1.Giới thiệu các món ăn, thức uống hiện có tại nhà hàng..... | |
| 2.2.2 Quy trình phục vụ ăn uống..... | |
| 2.2.3 Thực trạng về chất lượng dịch vụ ăn uống | |
| 2.2.4 Đánh giá chung về lợi thế cạnh tranh ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống..... | |
| Tiểu kết chương 2..... | |
| CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG TONG-HUA | |
| 3.1 Định hướng phát triển của nhà hàng Tong-Hua | |
| 3.1.1 Tầm nhìn của nhà hàng | |
| 3.1.2 Mục tiêu phát triển của nhà hàng..... | |
| 3.1.3 Định hướng phát triển chung của nhà hàng..... | |
| 3.2 Một số giải pháp hoàn thiện chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua. | |
| 3.2.1 Giải pháp 1: Cải tiến và bổ sung cơ sở vật chất và trang thiết bị trong nhà hàng | |
| 3.2.1.1 Cơ sở của giải pháp..... | |
| 3.2.1.2 Phương án thực hiện | |
| 3.2.1.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp..... | |
| 3.2.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng đồ ăn-thức uống. | |
| 3.2.2.1 Cơ sở của giải pháp..... | |
| 3.2.2.2 Phương án thực hiện | |
| 3.2.2.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp..... | |
| 3.2.3 Giải pháp 3: Hoàn thiện quy trình phục vụ ăn uống..... | |
| 3.2.3.1 Cơ sở của giải pháp..... | |
| 3.2.3.2 Phương án thực hiện | |

| | |
|----------|---|
| 3.2.3.3 | Đánh giá hiệu quả của giải pháp..... |
| 3.2.4 | Giải pháp 4: Nâng cao chất lượng nhân viên nhà hàng..... |
| 3.2.4.1 | Cơ sở của giải pháp..... |
| 3.2.4.2. | Phương án thực hiện..... |
| 3.2.4.3 | Đánh giá hiệu quả của giải pháp..... |
| 3.3 | Kiến nghị..... |
| 3.3.1 | Kiến nghị đối với giám đốc nhà hàng Tong-Hua..... |
| 3.3.2 | Kiến nghị đối với một số bộ phận có liên quan đến hoạt động của nhà hàng..... |
| 3.3.3 | Kiến nghị về việc duy trì và tăng lượng khách hàng..... |
| | Tiểu kết chương 3. |
| | KẾT LUẬN..... |
| | TÀI LIỆU THAM KHẢO..... |
| | MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ NHÀ HÀNG..... |

***1 Lý do chọn đề tài:**

Xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu giao lưu và hội nhập giữa các dân tộc và quốc gia ngày càng tăng. Con người không chỉ muốn thưởng thức những món ăn đồ uống của quê hương của dân tộc mà còn muốn thưởng thức những món ăn đồ uống khác lạ của các dân tộc khác trên thế giới. Nhu cầu của con người không chỉ “ ăn no. mặc ấm” nữa mà còn phải “ ăn ngon, mặc đẹp “. Biết hưởng thụ và tận hưởng tất cả những gì hiện đại và tiên tiến nhất. Nhu cầu ăn uống, vui chơi giải trí, nghỉ ngơi cũng vì thế mà tăng lên. Do đó, nhà hàng, khách sạn và các trung tâm giải trí, thương mại được mở ra ngày càng nhiều và phát triển.

Đặc biệt ở Hải Phòng, nơi luôn là những điểm du lịch được ưa thích của khách hàng trong và ngoài nước với nền ẩm thực phong phú thì việc kinh doanh nhà hàng là một dịch vụ đầy tiềm năng. Vì vậy đã có không ít nhà hàng được mở ra ở Hải Phòng trong thời gian gần đây nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách trong nước cũng như ngoài nước. Trong đó phải nhắc tới nhà hàng như một hiện tượng của giới trẻ cũng như người dân Thành Phố Cảng : **Nhà Hàng Tong-Hua**, một nhà hàng với phong cách Hongkong ngay tại Hải Phòng. Cho tới nhà hàng đã đạt được những thành công nhất định, thu hút một lượng lớn khách tiêu dùng dịch vụ và tạo được dấu ấn của mình trong lòng khách hàng. Bên cạnh những thành công thì nhà hàng Tong-Hua cũng không tránh khỏi được những thách thức đặc biệt là sự cạnh tranh trong ngành càng cao, và công suất của nhà hàng cũng có hạn. Nhà hàng là nơi mà sự hài lòng của khách hàng là thước đo của chất lượng dịch vụ ăn uống. Điển hình như một vài trường hợp nhân viên quá bận do khách đông lên không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, nhân viên phục vụ không order đúng đồ ăn thức uống mà khách yêu cầu . cũng như trường hợp khách hàng yêu cầu món ăn trong menu, mà sơ suất hoặc lượng dùng quá nhiều dẫn đến hết không đáp ứng được nhu cầu khách hàng. Đó là một trong những trường hợp mà nhà hàng vẫn chưa thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Do đó em lựa chọn đề tài : “ ***Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua, Hải Phòng***, hy vọng sẽ đóng góp một phần nhỏ nào đó vào việc cải thiện, hoàn thiện chất lượng dịch vụ ăn uống nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của nhà hàng và là người tài liệu tham khảo cho những ai quan tâm đến vấn đề mà và muốn tìm hiểu về nhà hàng ẩm thực

2. Mục tiêu nghiên cứu

Thứ nhất : hệ thống hóa lý luận về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-hua

Thứ hai : điều tra thu nhập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-hua, từ đó đánh giá đúng thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng

Thứ ba : từ việc đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ , đưa ra các giải pháp cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong – Hua

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu : Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua

Phạm vi nghiên cứu : Nghiên cứu tại nhà hàng ẩm thực HongKong Tong-Hua . số 3 Trần Quang Khải, Hồng Bàng , thành phố Hải Phòng

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp quan sát, khảo sát thực tế

Phương pháp tổng hợp, phân tích số liệu

Phương pháp điều tra xã hội học bằng bảng hỏi

5. Dự kiến kết quả nghiên cứu

+ Đối với nhà hàng Tong-hua : đề tài giúp đánh giá , và tìm hiểu hiểu chất lượng dịch vụ hiện tại và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ của nhà hàng trong tương lai để đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng hiện tại và tương lai.

+ Đối với sinh viên thực hiện đề tài : thông qua việc thực hiện đề tài, em đã có được sự so sánh lí thuyết học ở nhà trường và kiến thức thực tế công việc tại nhà hàng. Một phần giúp em hiểu biết sâu sắc hơn về ngành nghề, công việc của mình trong tương lai. Qua đề tài này được tự đánh giá năng lực bản thân của mình trong việc học tại nhà trường và cũng như năng lực làm việc thực tế trong công việc.

6. Kết cấu đề tài

Đề tài được chia thành 3 chương :

Chương 1 : Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh tại nhà hàng

Chương 2 : Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh tại nhà hàng Tong-Hua , Hải Phòng

Chương 3 : Các giải pháp hoàn thiện nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH NHÀ HÀNG

1.1 Tổng quan về nhà hàng và dịch vụ ăn uống trong nhà hàng

1.1.1 Khái niệm về nhà hàng

Nhà hàng là một cơ sở chuyên kinh doanh về việc nấu nướng và phục dịch các món ăn và đồ uống cho khách hàng đến mua và chủ yếu dùng ngay ở đó. Ngoài ra nhiều nhà hàng cũng có thêm dịch vụ gói món ăn lại để khách tiện mang đi thay vì dùng bữa ngay tại quán. Nhà hàng có ngoại hình đa dạng và đặc thù ở mỗi quốc gia, mỗi vùng, mỗi cộng đồng khác nhau cũng như những dịch vụ ăn uống, hình thức phục vụ, thực đơn, các món ăn, đồ uống ... bao gồm một loạt các món ăn của đầu bếp chính (bếp trưởng). (Theo Wikipedia)

1.1.2 Phân loại nhà hàng

- Theo thực đơn: nhà hàng Á (chuyên phục vụ các món ăn theo phong cách châu Á), nhà hàng Âu (chuyên phục vụ các món ăn theo phong cách châu Âu), nhà hàng Pháp (chuyên phục vụ các món ăn theo phong cách Pháp), nhà hàng Ý (chuyên phục vụ các món ăn theo phong cách Ý), nhà hàng Hoa (chuyên phục vụ các món ăn theo phong cách Hoa), ...
- Theo hình thức phục vụ: nhà hàng phục vụ theo định xuất –Set menu service, nhà hàng chọn món – A la carte, nhà hàng phục vụ-Bufferet, nhà hàng phục vụ đồ ăn nhanh-Fast Food, ...
- Theo món ăn chuyên phục vụ: nhà hàng hải sản/ đặc sản, nhà hàng lẩu, nhà hàng nướng,....
- Theo quy mô, đẳng cấp: quán ăn bình dân/ các quầy ăn di động, căn tin, nhà hàng trung- cao cấp, nhà hàng sang trọng.

Mỗi loại hình nhà hàng có phong cách phục vụ khác nhau, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

1.1.3 Khái niệm về dịch vụ ăn uống

Kinh doanh dịch vụ ăn uống là một mảng không thể thiếu trong xã hội ngày nay. Đặc biệt khi đời sống ngày càng được nâng cao, ăn uống không chỉ là để thỏa mãn nhu cầu sinh lý của con người nữa mà còn để thỏa mãn nhu cầu tâm lý. Ăn uống bên ngoài giúp khách hàng thỏa mãn được các nhu cầu đó tại nhà hàng, nhà hàng chính là nơi để khách hàng thỏa mãn các nhu cầu về sinh lý lẫn tâm lý.

Trong từ điển Oxford, công nghệ dịch vụ được định nghĩa là “cung cấp dịch vụ, không phải là hàng hóa” hay là “cung cấp thứ gì đó vô hình”.

Theo James Fitzsimmons (1874-1966) chuyên gia ẩm thực hoa kỳ, dịch vụ là một trải nghiệm vô hình, có tính mau hỏng theo thời gian được đem đến cho khách hàng.

Từ những khái niệm về dịch vụ, ta có thể hiểu sơ qua: dịch vụ ăn uống là tổng thể các hoạt động sản xuất, bán, phục vụ... liên quan đến các món ăn, thức uống, người bán cung cấp dịch vụ này cho khách hàng nhằm thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống cho khách hàng với mục đích có lãi.

Nhưng ở nhà hàng là một nơi để khách hàng thỏa mãn nhu cầu về thẩm mỹ bởi các dịch vụ giải trí như: nghe nhạc, hay hát Karaoke tại chính nhà hàng nơi họ tiêu dùng sản phẩm ăn uống.

Như vậy nội dung của dịch vụ ăn uống có ba hoạt động chính là:

- Hoạt động sản xuất vật chất: chế biến thức ăn cho khách.
- Hoạt động lưu thông: bán sản phẩm chế biến của mình và hàng chuyển bán (là sản phẩm của các ngành khác).
- Hoạt động tổ chức phục vụ: tạo điều kiện để khách hàng tiêu thụ sản phẩm tại chỗ.

Vậy có thể rút ra định nghĩa như sau:

Kinh doanh dịch vụ ăn uống bao gồm các hoạt động chế biến thức ăn, bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác

nhằm đáp ứng nhu cầu ăn uống và giải trí tại nhà hàng cho khách nhằm mục đích có lãi

1.1.4 Đặc điểm của dịch vụ ăn uống

Là một loại hình dịch vụ nên dịch vụ ăn uống có những đặc điểm giống với dịch vụ như sau:

✓ Tính vô hình một cách tương đối của dịch vụ ăn uống

Tính vô hình phản ánh một thực tế là hiếm khi khách hàng nhận được sản phẩm thực từ kết quả của hoạt động dịch vụ. Khách hàng nhận được dịch vụ ăn uống thông qua sản phẩm là những món ăn, thức uống, bên cạnh đó là các yếu tố như trang thiết bị, cơ sở vật chất của nhà hàng, sự đa dạng của thực đơn, trang phục của nhân viên... tất cả chúng đều có tính hữu hình. Tuy nhiên, đây không phải là tất cả sản phẩm mà khách hàng có được. Qua món ăn khách hàng có thể cảm nhận được mùi, vị, độ ngon của món ăn, cũng có thể nhận thấy được thái độ, phong cách phục vụ của nhân viên, qua các dịch vụ giải trí để thỏa mãn nhu cầu thẩm mỹ... đó là những yếu tố vô hình mà

Khách hàng chỉ có thể cảm nhận được sau khi được phục vụ chứ không thể cầm, nắm, sờ vào. Chính vì vừa có yếu tố vô hình vừa có yếu tố hữu hình nên dịch vụ ăn uống mang đặc tính vô hình một cách tương đối.

✓ Tính sản xuất và tiêu dùng đồng thời:

Khách hàng trên thực tế sẽ quyết định việc sản xuất dịch vụ ăn uống. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống không thể tạo ra dịch vụ nếu không có đầu vào là khách hàng. Khách hàng vừa là người tiêu dùng, vừa là người tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất dịch vụ. Quá trình sản xuất dịch vụ ăn uống không được thực hiện trước khi có sự xuất hiện của khách hàng. Không thể thực hiện quá trình sản xuất trước khi khách hàng xuất hiện. Món ăn có thể thực hiện trước trong một số trường hợp, nhưng dịch vụ ăn uống mà khách hàng tiêu dùng chỉ thực sự được tạo ra khi có hoạt động phục vụ của nhân viên trong quá trình khách hàng

tiêu dùng dịch vụ. Khi khách hàng bắt đầu có cảm nhận về dịch vụ chính là lúc dịch vụ đang được tạo ra.

✓ **Sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ:**

Khi khách hàng đến nhà hàng ăn uống và lựa chọn các món ăn thì lúc ấy quá trình tạo ra dịch vụ mới bắt đầu. Vì chỉ khi có sự xuất hiện của khách hàng mới xảy ra hoạt động phục vụ của nhân viên từ khâu tiếp đón, xếp chỗ cho đến nhận yêu cầu về món ăn, chế biến món đó... Như vậy, khách hàng đóng vai trò là người quyết định loại sản phẩm ăn uống, giải trí sẽ được tạo ra.

✓ **Tính không đồng nhất của dịch vụ:**

Các dịch vụ ăn uống được cung cấp bởi con người (người cung cấp) cho con người (người tiêu dùng). Con người có thể yêu cầu chất lượng dịch vụ cao hay thấp.

Ví dụ như trong quá trình thanh toán mà nhân viên thanh toán nhầm cho khách cũng dẫn tới cảm nhận về chất lượng dịch vụ kém đối với nhà hàng của khách hàng. Điều này yêu cầu các nhà cung ứng dịch vụ ăn uống quan tâm nhiều hơn vào việc tuyển chọn, đào tạo, bố trí và đãi ngộ nhân viên để cung ứng chất lượng dịch vụ cao. Dịch vụ nhà hàng được tạo ra với sự tham gia của khách hàng, khách hàng rất đa dạng về sở thích, độ tuổi, giới tính, yêu cầu... vì vậy mà yêu cầu của khách hàng về dịch vụ rất khác nhau. Nói cách khác, dịch vụ ăn uống thường được cá nhân hóa và phụ thuộc nhiều vào tâm lý của khách hàng nên rất khó đưa ra các tiêu chuẩn dịch vụ. Do đó, muốn thỏa mãn được yêu cầu của khách hàng thì sản phẩm phải đa dạng, phong phú, đặc biệt là nhân viên phục vụ phải đặt mình vào vị trí của khách hàng và đồng cảm với họ, làm sao tạo cho khách hàng cảm giác được mình là người đặc biệt nhất, được phục vụ tận tình và chu đáo nhất.

✓ **Tính mau hỏng và không cất giữ được:**

Do tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng dịch vụ nên sản phẩm dịch vụ ăn uống không cất giữ được và rất dễ bị hư hỏng. Ví dụ như số bàn không có khách ăn ngày hôm nay không thể cất trữ được để chờ ngày mai có khách. Tính dễ hư hỏng, không lưu kho được của dịch vụ ăn uống yêu cầu các nhà quản lý phải đưa ra các biện pháp bằng việc sử dụng công cụ giá cả và các công cụ khác nhằm thu hút khách hàng trong từng thời điểm nhất định.

✓ **Quyền sở hữu:**

Khi mua hàng hóa, người mua có quyền sở hữu đối với hàng hóa và quyền sử dụng đối với hàng hóa sau đó. Nhưng với dịch vụ nhà hàng, sẽ không có quyền sở hữu nào được chuyển giao giữa người bán và người mua. Người mua chỉ đang mua quyền sử dụng tiến trình dịch vụ ăn uống chứ không có quyền sở hữu những yếu tố tạo ra quá trình đó.

✓ **Kiểm tra chất lượng sản phẩm dịch vụ ăn uống trước khi bán là rất khó:**

Do đặc điểm sản xuất và tiêu thụ đồng thời nên dịch vụ không được tạo ra từ trước để khách hàng có thể kiểm tra chất lượng trước khi bán. Đặc điểm này gây ra nhiều khó khăn cho cả khách hàng mua dịch vụ ăn uống và cả nhà hàng. Do đó, nhà hàng thường tập trung vào các yếu tố đầu vào hữu hình của dịch vụ như: cơ sở vật chất, trang phục nhân viên, thực đơn ăn uống, đồ uống, giải trí.

+ Ngoài ra, dịch vụ ăn uống còn có những đặc điểm riêng:

✓ **Thời gian làm việc của nhân viên tùy thuộc vào thời gian tiêu dùng dịch vụ của khách hàng:**

Do sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ ăn uống, và do tính sản xuất và tiêu thụ đồng thời mà thời gian làm việc của nhân viên trong nhà hàng phụ thuộc vào thời gian khách đến và sử dụng dịch vụ.

✓ **Tính đa dạng, phong phú của sản phẩm:**

Mỗi khách hàng có sự khác nhau về: độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, sở thích, tôn giáo, phong tục... tạo nên sự khác nhau về nhu cầu sản phẩm. Ví dụ,

khách hàng có sự lựa chọn khác nhau giữa các loại hình ăn uống khác nhau như tiệc cưới, tiệc đứng, buffet, tiệc hội nghị, tiệc hội thảo... hay lựa chọn món ăn theo phong cách: châu Âu, châu Á... Vì vậy, đòi hỏi nhân viên nhà hàng phải nắm bắt được nhu cầu về sản phẩm của khách hàng để có thể phục vụ một cách tốt nhất.

✓ **Sử dụng nhiều lao động:**

Khác với sản phẩm hàng hóa hữu hình, dịch vụ ăn uống đòi hỏi có sự tương tác trực tiếp giữa nhân viên phục vụ và khách hàng. Không như sản xuất sản phẩm có thể phân phối qua trung gian, quá trình tạo sản phẩm là quá trình tiếp xúc giữa nhân viên và khách hàng và quá trình này không thể sử dụng máy móc, trang thiết bị thay thế. Vì vậy, số lượng lao động trong nhà hàng đa số là lao động sống. Một số nhà hàng lớn còn sử dụng các lao động đồng thời vào những thời điểm đông khách hàng.

1.1.5 Quy trình cung ứng dịch vụ ăn uống



Sơ đồ 1.1: Quy trình cung ứng dịch vụ ăn uống

(Nguồn: Giáo trình QTKD nhà hàng-khách sạn, trường đại học kinh tế quốc dân)

- **Thứ nhất**, hoạt động xây dựng kế hoạch thực đơn: đây là bước đầu tiên của quy trình tổ chức hoạt động kinh doanh ăn uống, là cơ sở cho các hoạt động tiếp theo diễn ra. Thực đơn của nhà hàng chính là danh sách món ăn hay đồ uống mà nhà hàng hiện có, được đưa ra để khách hàng chọn lựa. Thực đơn của một nhà hàng cũng là công cụ tiếp thị hiệu quả cho nhà hàng, nó cũng có chức năng điều khiển việc quản lí bên trong nhà hàng, do đó việc lên kế hoạch xây dựng thực đơn là một công việc quan trọng. Trước khi bắt đầu một kế hoạch, chúng ta cần phải nắm vững những yêu cầu mà thực đơn cần được đáp ứng như sau:

+ Thực đơn phải thỏa mãn sự mong muốn của khách hàng chứ không phải của đầu bếp, của giám đốc ẩm thực hay của người quản lí

+ Bản thân thực đơn phải đạt mục tiêu tiếp thị. Mặc dù một phần của công việc tiếp thị là xác định điều mà khách hàng muốn gì, thì phần khác cũng quan trọng không kém, đó là cung cấp những gì mà khách hàng muốn vào đúng lúc và đúng nơi thích hợp với mức giá mà khách sẵn lòng chi trả. Thực đơn phải mang khách quay lại với dịch vụ của chúng ta.

+ Chi phí cho thực đơn phải hiệu quả. Những món trong thực đơn mà chúng ta chọn phải nằm trong ước tính chi phí thức ăn cho phép.

+ Thực đơn đòi hỏi sự chính xác. Cho dù nhà hàng chúng ta có tồn tại hay không những quy định tính chính xác trong thực đơn, thì chúng ta vẫn phải chịu trách nhiệm trình bày những món ăn trong thực đơn một cách chính xác.

• Thực đơn của nhà hàng bao gồm nhiều loại khác nhau như:

Thực đơn cố định: là thực đơn không thay đổi.

Thực đơn theo chu kỳ: là thực đơn thay đổi theo chu kỳ nhất định có thể là từ 1 đến 3 tháng.

Thực đơn không có sự lựa chọn: là thực đơn bao gồm tất cả các món ăn, đều sẽ được đưa ra phục vụ khách trong bữa ăn với một mức giá xác định.

Thực đơn nhiều lựa chọn: là thực đơn bao gồm nhiều chủng loại món ăn và đồ uống được sắp xếp theo một trình tự nhất định.

Thực đơn trong ngày: là thực đơn thay đổi hàng ngày trong tuần.

• Cho dù nhà hàng chọn loại thực đơn nào để sử dụng đi chăng nữa thì các loại thực đơn này cũng chỉ được thực hiện khi nhà hàng cân nhắc các vấn đề sau:

+ Cách bố trí những tiện nghi có sẵn.

+ Số lượng nhân công sẵn có.

+ Chi phí và thành phần thực phẩm có sẵn.

+ Kế hoạch tiếp thị.

+ Khả năng duy trì mức độ chất lượng.

+ Những mối quan tâm của công chúng về vấn đề sức khỏe.

• Và người chịu trách nhiệm chuẩn bị thực đơn cũng phải nắm vững yêu cầu mà thực đơn cần phải có sau:

+ Nhân viên phục vụ.

+ Dụng cụ nấu ăn và phục vụ.

+ Không gian phục vụ.

+ Chi tiết mua hàng.

+ Thời gian và cách thức chuẩn bị.

+ Quy trình quản lý chi phí.

+ Nguồn cung cấp dụng cụ phục vụ (chén, đĩa, đũa, ...).

• Một khâu cũng rất quan trọng trong kế hoạch xây dựng thực đơn là việc xác định giá bán cho thực đơn. Giá cả của các món ăn đồ uống trong thực đơn chính là nhân tố quyết định khả năng cạnh tranh của nhà hàng.

- **Thứ hai**, hoạt động tổ chức mua hàng - mua nguyên vật liệu hàng hóa. Hoạt động này bao gồm hai hoạt động cụ thể sau: lập kế hoạch luân chuyển hàng hóa và tổ chức mua hàng hóa nguyên vật liệu. " lập kế hoạch luân chuyển

hàng hóa là việc thiết lập sự cân bằng giữa nhu cầu hàng hóa nguyên vật liệu, thức ăn, đồ uống và khả năng đáp ứng nhu cầu đó của nhà hàng.

- **Thứ ba**, hoạt động tổ chức mua hàng hóa nguyên vật liệu. Dựa trên kế hoạch luân chuyển hàng hóa đã lập, nhà hàng tiến hành thu mua hàng hóa. Việc tổ chức mua hàng hóa gồm một số công việc như: tìm kiếm nhà cung cấp phù hợp, xác định yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng cho mặt hàng cần nhập, xác định khối lượng hàng hóa cần nhập, kí hợp đồng với nhà cung ứng.....

- **Thứ tư**, hoạt động tổ chức nhập hàng hóa nguyên vật liệu. Sau khi hợp đồng kí kết với nhà cung ứng đã hoàn thành thì quá trình nhập hàng hóa được tiến hành. Quá trình nhập hàng hóa gồm các công việc sau: kiểm tra số lượng, chủng loại, chất lượng hàng hóa. Nếu có sai sót gì thì giải quyết kịp thời, cuối cùng là chuyển hàng hóa vào kho và ghi nhận vào sổ nhập hàng.

- **Thứ năm**, hoạt động tổ chức lưu trữ và bảo quản hàng hóa trong kho. Đây là giai đoạn quan trọng nhằm đảm bảo cho hàng hóa duy trì được chất lượng tốt. Hoạt động này phải đảm bảo về điều kiện vệ sinh, nhiệt độ, ánh sáng .v.v... Phải có các trang thiết bị như tủ lạnh, tủ đá, ngăn kệ ... để chứa đựng các nguyên vật liệu tránh sắp chồng lên nhau quá nhiều. Thường xuyên kiểm tra lưu trữ kho định kì

- **Thứ sáu**, hoạt động tổ chức chế biến thức ăn. Quy trình này được chia thành hai giai đoạn: giai đoạn sơ chế thực phẩm và giai đoạn chế biến nóng. Hoạt động này cần tiến hành đúng quy trình, đảm bảo yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm và đảm bảo chất lượng cho món ăn.

1.1.6. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ bộ phận kinh doanh ăn uống

Dịch vụ ăn uống hay bất kỳ một loại dịch vụ nào khác cũng có chỉ tiêu chung về chất lượng dịch vụ. Có 5 chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ gồm: sự tin

cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm và tính hữu hình. Trong kinh doanh ăn uống, 5 chỉ tiêu trên được thể hiện như sau:

✓ **Công nghệ phục vụ (quy trình phục vụ):**

Bao gồm tất cả các công đoạn khách hàng được hưởng dịch vụ: từ đặt chỗ, tiếp đón, được phục vụ trong lúc sử dụng dịch vụ ăn uống, thanh toán, tiễn khách.

+ Đặt chỗ: áp dụng đối với khách ăn theo thực đơn. Việc đặt chỗ phải đảm bảo độ tin cậy và chính xác cao.

+ Đón, tiễn khách: “Ấn tượng đầu tiên là quan trọng nhất, nhưng ấn tượng cuối cùng sẽ lưu lại lâu nhất”. Đây là một yếu tố quan trọng trong sự cảm nhận của khách hàng về khách sạn.

+ Thanh toán: Hóa đơn thanh toán được nhân viên phục vụ kiểm tra chính xác, tạo độ tin cậy cao đối với khách hàng.

- **Chất lượng món ăn đồ uống:** Được đánh giá qua giá trị cảm quan, giá trị dinh dưỡng, thành phần nguyên liệu của món ăn.

- **Chất lượng đội ngũ nhân viên:** Thể hiện ở trình độ chuyên môn nghiệp vụ của nhân viên thông qua các thao tác kỹ thuật, sự nhiệt tình, chu đáo, quan tâm đến khách hàng, sự nhanh nhẹn, khả năng phản xạ tốt. Đây là một nhân tố quan trọng trong chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống vì nhân viên là người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ ăn uống.

- **Vệ sinh ăn uống:** Thể hiện trong việc vệ sinh các dụng cụ phục vụ cho quá trình ăn uống, trong quá trình chế biến các món ăn.

- **Cơ sở vật chất, trang thiết bị, khung cảnh:** Thể hiện ở sự sang trọng, tiện nghi đồng bộ của nhà hàng.

1.2 Chất lượng dịch vụ ăn uống

1.2.1 Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống

✓ **Khái niệm về chất lượng:**

“Chất lượng” có rất nhiều nghĩa và có thể sử dụng nhiều cách. Garvin (1984) xác định 5 phương cách để hiểu ý niệm về chất lượng: phương cách siêu việt, phương cách dựa trên sản xuất, phương cách dựa theo người sử dụng, phương cách dựa trên sản phẩm và phương cách dựa trên giá trị.

✓ **Khái niệm chất lượng dịch vụ:**

+ Chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa, do đặc điểm vô hình một cách tương đối, không thể cân đo đong đếm và khó kiểm soát chất lượng, không đồng nhất do sự khác nhau giữa người cung cấp, giữa các khách hàng và tại các thời điểm khác nhau, không thể tách rời giữa việc cung cấp và sử dụng, không thể cất giữ trong kho như các sản phẩm khác được. Vì vậy, việc đánh giá chất lượng dịch vụ một phần nào khó mang tính chủ quan và tương đối. Nhưng nhìn chung phương cách dựa theo người sử dụng thường được dùng để đánh giá chất lượng dịch vụ.

+ Theo Parasuraman & ctg (1988) định nghĩa: “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ mà họ đang sử dụng với cảm nhận thực tế về dịch vụ mà họ hưởng thụ”.

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là kết quả đánh giá của khách hàng dựa trên sự so sánh giữa chất lượng mong đợi và mức độ chất lượng khách hàng đã nhận được. Hay nói theo cách khác, chất lượng dịch vụ luôn được so sánh với mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng sau khi đã tiêu dùng dịch vụ.

✓ **Chất lượng dịch vụ ăn uống**

- Chất lượng dịch vụ ăn uống: là mức cung cấp dịch vụ ăn uống tối thiểu mà một nhà hàng đã lựa chọn nhằm thỏa mãn ở mức độ cao nhu cầu ăn uống của thị trường khách hàng mục tiêu của mình. Mức cung cấp dịch vụ này phải được đảm bảo duy trì nhất quán trong suốt quá trình kinh doanh.

1.2.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống

- Khó đo lường và đánh giá

Đặc điểm này xuất phát từ chính bản thân đặc điểm của dịch vụ ăn uống bao gồm 4 thành phần cơ bản: phương tiện thực hiện, hàng hóa bán kèm, dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn.

Việc đánh giá hai thành phần đầu tiên là phương tiện thực hiện dịch vụ và hàng hóa bán kèm có thể thực hiện dễ dàng do nó là vật cụ thể, hiện hữu, những với hai thành phần dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn ta không có những thước đo cụ thể, nên rất khó lượng hóa khi đánh giá.

✓ Chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm

Khách hàng là người trực tiếp bỏ tiền ra và tiêu dùng sản phẩm nên người đánh giá chính xác và khách quan nhất về chất lượng dịch vụ họ nhận được. Đánh giá của khách hàng cũng là quan trọng nhất vì mục tiêu kinh doanh dịch vụ nhà hàng là làm thỏa mãn khách hàng một cách tốt nhất, qua đó thu được lợi nhuận. Đánh giá của khách hàng cũng là một trong những tiêu chí để những người chưa trực tiếp sử dụng sản phẩm có thể thông qua đó biết thêm về sản phẩm và đưa ra quyết định có tiêu dùng sản phẩm hay không.

✓ Phụ thuộc và quá trình cung cấp dịch vụ của nhà hàng

+ Một quá trình cung cấp dịch vụ ăn uống bao giờ cũng thực hiện dựa trên hai nhân tố cơ bản là: cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng và những nhân viên tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ. Vì vậy, khi đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống khách hàng thường có xu hướng dựa vào chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng để đánh giá chất lượng dịch vụ.

Chất lượng kỹ thuật bao gồm những cơ sở vật chất kỹ thuật như mức độ hiện đại, tiện nghi của các thiết bị, mức độ thẩm mỹ trong trang trí nội thất, mức độ vệ sinh trong nhà hàng.

Chất lượng chức năng bao gồm các yếu tố liên quan đến con người, đặc biệt là những nhân viên tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ. Đó là thái độ, cách cư xử, khả năng giao tiếp, hình thức bên ngoài, trình độ học vấn, tình trạng sức khỏe, độ tuổi, giới tính... của nhân viên phục vụ.

+ Cả hai thành phần chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng đều tác động tới hình ảnh của nhà hàng trong tâm trí khách hàng và quyết định đến chất lượng dịch vụ ăn uống được khách hàng cảm nhận.

- Tính nhất quán cao

+ Thứ nhất là sự thống nhất cao và thông suốt trong nhận thức và hành động của tất cả các bộ phận các thành viên của nhà hàng về mục tiêu chất lượng cần đạt được của khách sạn.

+ Thứ hai là sự toàn diện, đồng bộ trước sau như một và đúng như lời hứa mà nhà hàng đã công bố với khách hàng, chất lượng dịch vụ nhà hàng đòi hỏi phải tốt ở mọi lúc mọi nơi, cho mọi khách hàng.

1.2.3 Các điều kiện ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ nhà hàng

- Cơ sở vật chất

Một trong những nhân tố ảnh hưởng lớn nhất đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng chính là cơ sở vật chất. Nếu như khách sạn, nhà hàng xây dựng với cơ sở vật chất tiện nghi, hiện đại, mang tính thẩm mỹ cao, vệ sinh và an toàn sẽ làm cho khách hàng cảm thấy thoải mái, đem lại sự hài lòng cho khách hàng. Không chỉ vậy, cơ sở vật chất đảm bảo về số lượng và chất lượng sẽ tạo điều kiện cho nhân viên phục vụ thể hiện được sự chuyên nghiệp hơn, tốt hơn giúp khách hàng hài lòng hơn. Ngược lại, cơ sở vật chất thiếu trước hụt sau, không vệ sinh, sẽ làm cho khách hàng có ấn tượng xấu và không hài lòng.

- Chất lượng đội ngũ nhân viên

Trong lĩnh vực Nhà hàng – Khách sạn, để có được hiệu quả kinh doanh cao, thì yếu tố con người luôn có một vai trò quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến cảm

nhận của khách hàng. Do đó, tất cả nhân viên trong nhà hàng từ nhân viên đến cấp quản lý đều phải cẩn trọng trong từng cử chỉ hay lời ăn tiếng nói. Bởi vì, cho dù nhà hàng dù có hệ thống cơ sở vật chất hiện đại tiện nghi đến thế nào nhưng đội ngũ nhân viên không thực sự chuyên nghiệp và không vững kỹ năng, thì cũng không đảm bảo chất lượng dịch vụ.

Vì thế, nhân viên trong nhà hàng phải trải qua quá trình đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, có trình độ ngoại ngữ tốt, khả năng giao tiếp cũng như xử lý tình huống linh hoạt. Bên cạnh đó, nhân viên cũng phải có thái độ tôn trọng, vui vẻ trong phục vụ đối với khách hàng và tinh thần tập thể trong thực hiện công việc.

- Quy trình phục vụ của nhà hàng

Sự chuyên nghiệp không chỉ thể hiện qua trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ mà còn thể hiện qua quy trình phục vụ chuẩn mực của nhà hàng. Quy trình phục vụ bao gồm các thao tác, giai đoạn để nhân viên thực hiện nhằm mang đến sự hài lòng nhất cho khách hàng. Nếu quy trình phục vụ tốt thì nhân viên sẽ có được phong cách phục vụ chuyên nghiệp và hiệu quả hơn, tránh được những thiếu sót trong quá trình phục vụ. Do đó, đòi hỏi các doanh nghiệp phải thiết kế quy trình phục vụ và quản lý tốt những rủi ro có thể ảnh hưởng đến quy trình phục vụ của các bộ phận kinh doanh khách sạn.

- Những yếu tố khác

Bên cạnh đó, để chất lượng phục vụ của nhà hàng được hoàn hảo nhất định phải có sự phối hợp đoàn kết, ăn ý giữa các bộ phận với nhau. Các bộ phận cần phải hỗ trợ nhau thành một thể thống nhất hướng đến mục đích mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ của nhà hàng còn phụ thuộc vào các yếu tố sau:

Đối thủ cạnh tranh:

- Nếu nhà hàng của bạn và đối thủ cùng bán những sản phẩm dịch vụ giống nhau, thì chất lượng phục vụ nhà hàng của bạn nhất định phải tốt hơn

nhiều ưu điểm hơn so với đối thủ, để giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới nhằm tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

Tiêu chuẩn phục vụ:

Bao gồm các tiêu chuẩn giúp cho quy trình phục vụ tốt hơn và đo lường được chất lượng dịch vụ của nhà hàng, như tiêu chuẩn về nhân viên phục vụ, tiêu chuẩn vệ sinh, tiêu chuẩn về thực đơn...

Giải quyết phàn nàn của khách hàng

- Trong quá trình làm dịch vụ, chắc chắn nhà hàng sẽ nhận được những lời phàn nàn khác nhau từ khách hàng. Từ đó, nhà hàng sẽ tìm ra nguyên nhân làm cho khách không hài lòng, đồng thời khắc phục yếu điểm để cải tiến dịch vụ, mang đến sự phục vụ tốt hơn cho khách hàng.

1.3 Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong nhà hàng

1.3.1 Chất lượng dịch vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cho nhà hàng

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng sẽ giúp cho các nhà hàng giữ chân được khách hàng cũ đã có (làm cho họ phải quay lại sử dụng sản phẩm của khách sạn nhiều lần) và thuyết phục thêm những khách hàng mới (tiềm năng). Điều này tạo ra rất nhiều lợi ích cho nhà hàng như:

- Giảm thiểu các chi phí marketing, chi phí quảng cáo... điều này đồng nghĩa với việc làm giảm giá thành của sản phẩm cho nhà hàng.

- Tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về chỉ tiêu khách của nhà hàng sẽ làm tăng doanh thu cho nhà hàng.

- Tăng lượng khách hàng chính là biện pháp giúp khuếch trương uy tín cho thương hiệu của nhà hàng – điều mà mọi nhà kinh doanh đều mong muốn đạt được trong một thị trường có tính cạnh tranh mạnh mẽ như hiện nay.

Những vấn đề trên đây đều dẫn đến kết quả là làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng.

1.3.2 Tăng khả năng cạnh tranh, tăng giá bán hợp lý trên thị trường

Thị trường khách du lịch và thị trường khách tại nơi địa bàn là thị trường khách chính và quan trọng nhất của các doanh nghiệp nhà hàng. Đây cũng là thị trường khách vừa khó tính vừa nhạy cảm nhất, có khả năng thanh toán cao và luôn đòi hỏi rất cao về chất lượng sản phẩm mà họ mua. 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, khách địa phương luôn có sự so sánh khắt khe trong việc sử dụng dịch vụ của nhà hàng... Vì đặc điểm có tính cao cấp này của nhu cầu du lịch mà khách du lịch sẽ dễ bị thuyết phục và chấp nhận bỏ ra nhiều tiền hơn nếu biết chắc chắn rằng họ sẽ mua được những sản phẩm có chất lượng cao hơn.

Trên thực tế, các nhà hàng, nhà hàng trong khách sạn đều biết lợi dụng đặc điểm trên để tìm mọi cách nâng cao chất lượng dịch vụ của mình lên cao hơn so với đối thủ cạnh tranh nhằm mục đích tăng giá bán sản phẩm lên một cách hợp lý (tăng giá bán nhưng vẫn được người tiêu dùng chấp nhận). Vì thế vẫn đảm bảo khả năng cạnh tranh trên thị trường. Điều đó chứng tỏ đầu tư vào chất lượng dịch vụ, các nhà hàng một mặt tăng được khả năng giữ chân khách hàng của mình đồng thời thu hút thêm nhiều khách hàng mới mà không phải tốn chi phí quảng cáo, marketing. Mặt khác còn là công cụ giúp các doanh nghiệp này tăng giá bán sản phẩm vẫn giữ được uy tín, danh tiếng và khẳng định trên thị trường. Điều đó cũng có nghĩa là nâng cao chất lượng dịch vụ các nhà hàng nâng cao trên thị trường

1.3.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ giúp giảm thiểu chi phí kinh doanh cho nhà hàng

Ngoài việc giảm thiểu các chi phí marketing và chi phí cho hoạt động quảng cáo cho nhà hàng, việc không ngừng hoàn thiện chất lượng dịch vụ còn là

biện pháp hữu hiệu nhằm tiết kiệm các chi phí kinh doanh nói chung cho doanh nghiệp này

- Chất lượng dịch vụ được đảm bảo sẽ giảm khả năng mắc lỗi trong quá trình cung cấp dịch 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 cung cấp dịch vụ.

+ Giảm các chi phí cho việc sửa chữa các sai sót như: chi phí đền bù thiệt hại cho khách, chi phí đối phó với các dư luận không tốt về nhà hàng, chi phí xử lý phản nàn khiếu nại của khách hàng...

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

+ Những nhà hàng duy trì và đảm bảo chất lượng dịch 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 khách sạn sẽ giảm, chi phí cho việc tuyển mộ, lựa chọn lại 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 nhà hàng gắn chặt với lợi ích của bản thân mỗi người lao động. Để khẳng định và giữ chỗ làm việc của mình, nhân viên thường tự giác, thường xuyên tự nâng cao trình độ nghiệp vụ, tự hoàn thiện những mặt còn thiếu để đáp ứng được yêu cầu của thực tế. Như vậy, chất lượng dịch vụ của các nhà hàng đã giúp giảm thiểu các chi phí đào tạo, bồi dưỡng, huấn luyện nhân viên cho khách sạn.

+ Chất lượng dịch vụ cao giúp tiết kiệm chi phí cho hoạt động marketing và chi phí quảng cáo

✓ **Tiểu kết chương 1**

Qua chương 1 đã cho ta hiểu thế nào về tổng quan về nhà hàng và dịch vụ ăn uống trong nhà hàng, cách phân loại nhà hàng. Bản chất ngành kinh doanh khách sạn nhà hàng luôn tồn tại song hành 2 quá trình : sản xuất và tiêu thụ dịch vụ. Góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Đồng thời chương 1 cũng đã trình bày những tiêu chí ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ để làm nền cho chương 2 phân tích thực trạng và chất lượng phục vụ tại nhà hàng. Trong nền kinh tế gay gắt cũng như tranh đua khốc liệt thì việc nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống là nhiệm vụ hàng đầu của các nhà hàng đều đang hướng tới. Mà Tong-hua là một trong số đó

CHƯƠNG 2

TÌM HIỂU CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TRONG KINH DOANH TẠI NHÀ HÀNG TONG-HUA

2.1 Giới thiệu về nhà hàng Tong-Hua

- Địa chỉ: số 3-Trần Quang Khải- quận Hồng Bàng, thành phố Hải Phòng
- Điện thoại: 0225.3569.599-0866.999.369
- Địa chỉ email: tonghuahotpot@gmail.com
- Giờ mở cửa: 10h00 – 22h00 các ngày trong tuần.
- Với tổng diện tích hơn 1000m vuông tọa lạc tại số 3 Trần Quang Khải, bên cạnh hàng loạt các nhà hàng và địa điểm ăn uống khác, Tong-hua vẫn khác biệt và thu hút bởi lối kiến trúc Hongkong truyền thống kết hợp với nghệ thuật đương đại. các món ăn với hương vị nước lẩu của ẩm thực Hồng Kông kết hợp cùng các món soup hải sản, gỏi, món tráng miệng và menu đồ uống phong phú để có thể phục vụ khách hàng khi đến với nhà hàng

Loại hình nhà hàng: phục vụ theo suất định sẵn (Set Menu Service), chọn món (A la carte), phục vụ theo các set buffet (buffet Hương Cảng. Buffet Cửu Long, Buffet Lan Quế Phường..

Hệ thống dịch vụ tại nhà hàng Tong -Hua:

- + Tổ chức tiệc sinh nhật với hàng loạt chương trình ưu đãi hấp dẫn cũng như tặng quà cho chủ tiệc...
- + Phục vụ tiệc tại gia đình với số lượng từ 5 bàn trở lên
- + Tiệc theo chủ đề: giáng sinh, 20/10, 8/3
- + Các dịch vụ khác về ăn uống và sự kiện

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của nhà hàng

Ngày 06/05/2017 tại số 3, đường Trần Quang Khải, quận Hồng Bàng, , thành phố Hải Phòng đã chính thức khai trương nhà hàng lẩu Tong-Hua với phong cách phục vụ món ăn kiểu lẩu 2 ngăn. Hệ thống nhà hàng Tong-Hua được thiết kế

theo kiến trúc không gian Hongkong truyền thống kết hợp với nghệ thuật đương đại. Đây chính là một điểm nhấn quan trọng của nhà hàng để hướng tới top 5 nhà hàng nổi bật tại Hải Phòng. Với sức chứa 500 thực khách, có cả phòng riêng và không gian chung, nội thất đậm đà bản sắc, cùng với ẩm thực lẩu và dimsum đa dạng tinh tế, Tong-hua sẵn sàng làm thỏa lòng tất cả khách hàng.

Nhà hàng chính: nhà hàng với không gian lớn, phù hợp với đại tiệc, phục vụ số lượng khách lớn. Hệ thống phòng VIP được bố trí với không gian riêng biệt và hệ thống máy lạnh tiêu chuẩn, đây là không gian tuyệt vời giành cho các buổi họp mặt, gặp gỡ, trao đổi công việc. Ngoài không gian tuyệt vời nhà hàng Tong-hua còn được khám phá chất lượng tuyệt hảo của bộ thực đơn phong phú, cảm nhận trọn vẹn được sự tinh túy, tươi ngon của các món ăn do những đầu bếp tay nghề cao trực tiếp chế biến. Với nhiều món ăn hấp dẫn, nhất là các món ăn được chế biến do các đầu bếp chuyên nghiệp, có kinh nghiệm lâu năm chế biến đem lại cho quý khách những bữa ăn ngon miệng nhất. Đội ngũ nhân viên phục vụ nhiệt tình, chu đáo đã qua đào tạo chuyên môn.

Trải qua 3 năm kinh doanh nhà hàng dần xây dựng được lòng tin với thực khách và ngày càng cố gắng phát triển lên vị trí cao hơn trong khu vực.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức

- Nhà hàng Tong-Hua có 25 nhân viên chính thức, ngoài ra còn có một số nhân viên tạm thời (part time), nhân viên không chính thức. Trong số đó có 20 nhân viên bàn, 6 nhân viên bếp và 3 nhân viên pha chế.

- Nhìn chung tỷ lệ lao động nam và nữ ở bộ phận bàn trong nhà hàng tương đối đồng đều nhau. Bộ phận bếp có số nam nhiều hơn nữ, điều này rất phù hợp cho hoạt động của nhà bếp vì tính chất vất vả của công việc.

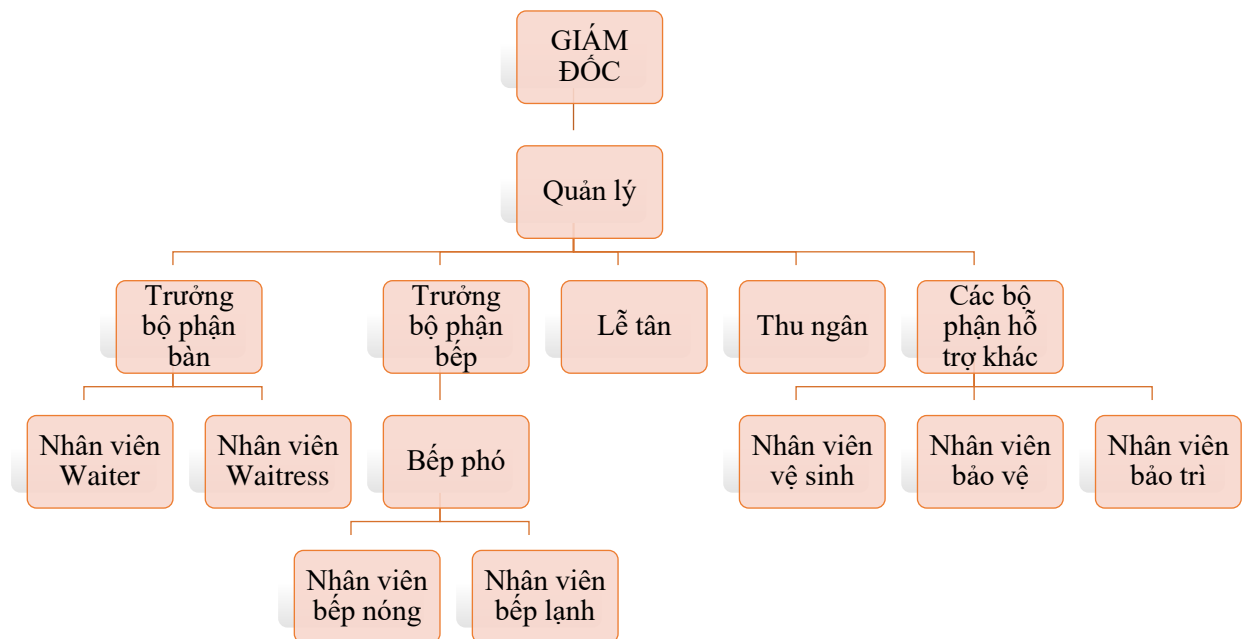
- Đội ngũ nhân viên bàn đa số còn trẻ, nhiệt tình và năng động, độ tuổi trung bình của đội ngũ nhân viên phục vụ bàn là khoảng 23 tuổi. Trong tổng số 20 nhân

viên bộ phận bàn có 3 người có trình độ đại học chiếm 15%, có 9 người có trình độ cao đẳng và trung cấp du lịch chiếm 45%, 8 người được đào tạo qua các lớp sơ cấp về nghiệp vụ nhà hàng chiếm 40%. Ngoài ra còn có thêm một số nhân viên không chính thức là lao động phổ thông làm vào các ngày cao điểm.

- Đội ngũ nhân viên bếp có 6 nhân viên, 2 đầu bếp nam và 4 phụ bếp. Các nhân viên bộ phận bếp đều đã qua các lớp đào tạo nghề nấu ăn. Nhà hàng Tong-hua luôn tạo điều kiện cho các nhân viên tham gia các cuộc thi về ẩm thực để nâng cao tay nghề, khuyến khích nhân viên tham gia các khóa học nâng cao hơn nữa về kỹ năng phục vụ đa dạng các đối tượng khách hàng, đặc biệt là đối tượng khách du lịch tại thành phố Hải Phòng.

2.1.2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhà hàng Tong-hua

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức nhà hàng Tong-hua



2.1.2.2 Nhiệm vụ và chức năng của từng bộ phận

***Giám đốc – ông Trần Khương Duy**

Là người điều hành nhà hàng Tong-hua, là người chịu trách nhiệm trước pháp luật về các hành vi kinh doanh của mình thông qua việc điều hành nhân viên.

Xây dựng kế hoạch hoạt động, báo cáo kết quả hoạt động tài chính tổng hợp, bảng cân đối tài sản.

Có quyền đề nghị bổ nhiệm, miễn nhiệm các chức danh.

Có quyền quyết định xử lý và các vi phạm của nhân viên

***Quản lý nhà hàng – ông Đỗ Văn Lý**

Là người chịu trách nhiệm toàn bộ về tổ chức và hành chính của bộ phận nhà hàng hay của một khu dịch vụ, có thể bao gồm phòng chờ, sảnh, phòng phục vụ các món lẩu, phòng ăn và một vài phòng tiệc riêng biệt.

Là người đặt ra các tiêu chuẩn phục vụ và chịu mọi trách nhiệm về công tác quản lý, huấn luyện nhân viên kể cả huấn luyện tại chỗ hay một khóa huấn luyện riêng.

Lên lịch làm việc, lịch ngày nghỉ và giờ giấc làm việc, sao cho toàn bộ khu vực hoạt động một cách hiệu quả.

Bộ phận phục vụ bàn

*** Tổ trưởng**

Là người chịu trách nhiệm toàn bộ về nhóm/ đội ngũ nhân viên phục vụ, phụ trách một dãy bàn nhất định (ví dụ từ 4 đến bàn 10). Tổ trưởng phải có hiểu biết tốt về các món ăn và đồ uống, cách thức phục vụ đúng, phải có khả năng điều hành các thành viên khác của nhóm.

- Tổ trưởng là người sẽ tiếp nhận yêu cầu của chủ tiệc và phục vụ tại bàn, quan sát và điều hành nhân viên trong nhóm.

*** Phục vụ thức ăn**

Vai trò của nhân viên này là chú ý tới nhu cầu của khách, đặc biệt là khi khách vừa vào nhà hàng, người phục vụ phải tiếp đón-chào hỏi-mời khách ngồi . Trong thời gian bữa tối, trách nhiệm của người phục vụ là thông tin tới nhóm trưởng về nhu cầu thức ăn của khách. Người phục vụ phải luôn đảm bảo rằng nhu cầu của khách phải luôn được đáp ứng. Người phục vụ phải làm sao cho tới khi rời nhà hàng khách cảm thấy hài lòng với bữa ăn của họ. Thông thường người phục vụ là đầu mối giao tiếp với khách hàng, đó chính là cơ hội bán hàng. Tuy mới thành lập không lâu nhưng nhà hàng Tong-hua có đội ngũ nhân viên phục vụ được đào tạo khá tốt, phong cách làm việc chuyên nghiệp.

*** Phục vụ thức uống**

Người phục vụ có nhiệm vụ phục vụ mọi đồ uống có cồn hoặc không cồn trong suốt bữa ăn. Nhân viên này phải có hiểu biết sâu về mọi đồ uống, loại đồ uống nào phù hợp với món ăn nào và kiến thức về cách dùng các thức uống.

***Bộ phận lễ tân**

Đây là bộ mặt của nhà hàng, là nơi tiếp xúc đầu tiên với thực khách. Lễ tân ở nhà hàng công việc đơn giản hơn rất nhiều so với lễ tân trong khách sạn. Trong nhà hàng nhân viên lễ tân có nhiệm vụ chào đón khách, hướng dẫn khách lối đi đến bàn đã đặt trước hoặc đến bàn trống trong các khu phục vụ trong nhà hàng. Lễ tân luôn liên hệ với trưởng bộ phận nhà hàng về tình hình thực khách, số bàn trống, khu vực đã được đặt bàn trước để nhân viên lễ tân thực hiện công việc đưa dẫn khách của mình vào trong nhà hàng. Với nhân viên lễ tân nụ cười luôn hiện diện trên gương mặt của mình để tạo thiện cảm đầu tiên với thực khách.

***Bộ phận thu ngân**

Chịu trách nhiệm thanh toán tất cả các khoản chi phí mà thực khách sử dụng tại nhà hàng.

Xử lý các hóa đơn tính tiền một cách chính xác và thông báo cho các đồng nghiệp trong nhà hàng về các giá cả ngoại tệ và các loại thẻ tín dụng. Xuất hóa đơn đỏ cho khách khi khách hàng yêu cầu.

***Bộ phận bếp**

Bếp trưởng: là người đưa ra công thức món ăn, chế biến món ăn mới cho nhà hàng, hướng dẫn thợ bếp, thực hiện các công việc và là người trực tiếp đứng bếp chính, kiểm tra món ăn trước khi đem ra cho khách.

Là người đặt hàng và kiểm tra số lượng, chất lượng khi nhận hàng vào bếp, báo cáo thu chi cho trưởng hay phó bộ phận.

Là người điều phối các hoạt động trong khu vực bếp, chịu trách nhiệm về chất lượng của món ăn, đảm bảo an toàn thực phẩm cho khách hàng. Giám sát bếp phó và các nhân viên phụ bếp làm việc đúng với tiêu chuẩn của nhà hàng.

***Bộ phận kỹ thuật**

Có trách nhiệm bảo trì, sửa chữa toàn bộ trang thiết bị, tiện nghi của nhà hàng. Thực hiện các chương trình bảo dưỡng thường xuyên để tránh mọi hỏng hóc cho các trang thiết bị.

***Các bộ phận hỗ trợ khác...**

Nhân viên bảo vệ chịu trách nhiệm an ninh trong nhà hàng và khu vực trước nhà hàng. Đảm bảo tính mạng và tài sản của khách hàng cũng như nhân viên.

Nhân viên giữ xe: trong giữ và đảm bảo phương tiện đi lại của khách và nhân viên, đón taxi cho thực khách khi khách có yêu cầu.

Nhân viên vệ sinh: đảm bảo vệ sinh sạch sẽ trong nhà hàng, thu dọn khu vực rửa ly, chén, đĩa....thu dọn và mang rác ra khỏi nhà hàng bỏ ở nơi quy định.

2.1.2.3 Ý nghĩa mối quan hệ giữa các bộ phận trong nhà hàng

Các bộ phận trong nhà hàng cùng hợp tác làm việc với nhau để thực hiệnbachức năng chính của nhà hàng đó là:

+ Chức năng sản xuất: nhà hàng tổ chức chế biến ra các món ăn đồ uống cóchất lượng để phục vụ cho khách, trong đó bộ phận đảm nhận chính là bộ phận bếp đã đảm nhận việc sản xuất ra sản phẩm có chất lượng.

+ Chức năng bán sản phẩm: nhà hàng tiến hành bán các sản phẩm của mình,đó chính là các món ăn mà nhà hàng sản xuất ra và chuyển đến cho khách. Bộ phận phục vụ đảm nhận công việc này, là đại diện bán hàng trực tiếp của nhà hàng với khách hàng.

+ Chức năng tiêu thụ: nhà hàng tổ chức phục vụ trực tiếp cho khách tiêu dùng sản phẩm thức ăn tại chỗ những món ăn mà bếp và bar đã chế biến để khách thưởng thức và cảm nhận chất lượng sản phẩm thông qua cách thức phục vụ, thái độ ứng xử và cách làm việc của nhân viên bàn thì nghĩa làđã thực hiện chức năng tiêu thụ của mình

Mỗi bộ phận trong nhà hàng tuy là thực hiện những chức năng, nhiệm vụ khác nhau nhưng dịch vụ của nhà hàng là một dịch vụ hoàn chỉnh, xuyên suốt từ khâu chuẩn bị chế biến đến khâu phục vụ cho khách, do đó các chức năng này có mối quan hệ với nhau đòi hỏi các bộ phận phải liên kết với nhau thành một dây chuyền sản xuất. Nếu thiếu một trong ba chức năng hoặc mất sự liên kết giữa các bộ phận thì nhà hàng sẽ không còn là nhà hàng phục vụ với mức chất lượng cao mà sẽ trở thành nhà hàng rất bình thường hoặc sẽ không xét về mức độ chất lượng dịch vụ trong nhà hàng được nữa.

Con người vốn là nhân tố linh hồn của nhà hàng chính vì thế để tạo nên sự thành công của nhà hàng thì quan hệ giữa những con người ở các bộ phận

khác nhau là đặc biệt quan trọng. Đó chính là chìa khóa tạo nên sự cạnh tranh và thành công trong kinh doanh dịch vụ ăn uống.

2.1.3 Vốn đầu tư

Ngay từ ngày đầu xây dựng nhà hàng Tong-Hua với số vốn bỏ ra hơn 8 tỷ đồng. Chủ đầu tư đã cho thấy sự đúng đắn với cách xây dựng, thiết kế một nhà hàng sang trọng, độc đáo. Đây cũng là điểm khác biệt lớn nhất giữa Tong-Hua và các nhà hàng khác trong khu vực.

- ***Đánh giá về doanh số nhà hàng thu được theo từng năm***

Bảng 2.1 : Kết quả kinh doanh của nhà hàng giai đoạn 2017-2019

(đơn vị tính: tỷ đồng)

| Năm | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------|------|------|------|
| Doanh thu | 28,5 | 33,7 | 35,2 |
| Chi Phí | 19,9 | 24,5 | 24,8 |
| Lợi Nhuận | 8,6 | 9,3 | 10,4 |

(Nguồn: nhà hàng Tong-Hua)

- Theo bảng số liệu trên ta thấy doanh thu của nhà hàng tăng dần qua các năm, và lợi nhuận theo đó cũng tăng thêm. Cụ thể năm sau tăng hơn năm trước như sau:

+ Doanh thu năm 2018 tăng hơn so với năm 2017 là 5.2 tỷ đồng tương đương tăng 18.2% , năm 2018 tăng so với năm 2017 là 1.5 tỷ đồng tương đương tăng 4.45%.

+ Chi phí năm 2018 tăng hơn so với năm 2017 là 4.6 tỷ đồng tương đương tăng 23.11%, năm 2019 tăng hơn so với năm 2018 là 0.3 tỷ đồng tương đương tăng 1,22%

+ Lợi nhuận năm 2018 tăng hơn so với năm 2017 là 0.7 tỷ đồng tương đương tăng 8.1%, năm 2019 tăng hơn so với năm 2018 là 1.2 tỷ đồng tương đương tăng 13.04%.

Có thể thấy rằng tốc độ tăng của lợi nhuận qua từng năm tuy không cao nhưng vẫn cao hơn năm trước. Doanh thu tăng qua các năm, tốc độ tăng của doanh thu tăng cao hơn tốc độ tăng của chi phí.

Có được kết quả này là do nhà hàng phần nào đã đi đúng hướng khai thác đúng thị trường mục tiêu, hiệu quả của việc sử dụng vốn và quản lý vốn tốt. Đây là sự nỗ lực và cố gắng của các nhà quản lý và của tất cả nhân viên trong nhà hàng.

Tuy nhiên sự tăng trưởng vẫn còn chậm, cần phải tăng cường hơn nữa hoạt động nghiên cứu thị trường, marketing, làm thoả mãn một cách tốt nhất mong đợi của khách hàng để đưa Tong-Hua ngày càng phát triển hơn nữa.

2.1.4 Phát triển cơ sở vật chất

- Nhà hàng Tong-Hua có 6 phòng máy lạnh(phòng vip) cùng với không gian chung với không gian chung với 600m vuông để phục vụ ăn uống có sức chứa 400 khách với hơn 200 bàn ghế. Mỗi khu vực đều có tủ dụng cụ và hệ thống âm thanh ánh sáng, khăn trải bàn, khăn ăn được nhân viên giặt ủi mang đến từng khu vực vào đầu mỗi ca làm việc theo số lượng bàn.

- Bàn ghế được sắp xếp và trang trí đẹp tạo sự thoải mái cho khách nếu khách đặt tiệc ở đây có những yêu cầu đặc biệt như: hoa tươi, bong bóng, chụp hình, bày bàn tiệc... sẽ được phục vụ khi khách hàng yêu cầu. Thông qua bảng thăm dò ý kiến khách hàng nhân dịp lễ tết (ngày 2-9 ngày quốc khánh) về sự hài lòng của khách hàng khi đến Nhà hàng Tong-Hua , qua khảo sát 100 khách hàng đến dùng bữa ngày hôm đó bao gồm cả khách nam , khách nữ, khách trung niên, khi đến với nhà hàng có 38 người (chiếm 38%) cảm thấy rất hài lòng về cơ sở vật chất của nhà hàng như bầu không khí và khung cảnh bên trong nhà hàng, dụng cụ ăn, bàn ghế và chỗ ngồi.... nhưng bên cạnh đó có 42 người chiếm (chiếm 42%) cảm thấy hài lòng, và 20 người chiếm (chiếm 20%) cảm thấy bình thường về cơ sở

vật chất của nhà hàng thông qua bảng thăm do này Nhà hàng Tong-Hua có những điểm mạnh và hạn chế về mặt cơ sở vật chất như sau:

+ Điểm mạnh: Nhà hàng được đầu tư cơ sở vật chất tương đối hiện đại, hàng năm chủ đầu tư đã đầu tư cho việc thay và mua mới các dụng cụ phục vụ ăn uống. Hiện nay từ tháng 9/2018 nhà hàng đang được sửa chữa và nâng cấp phục vụ khách hàng tốt hơn vào các ngày lễ.

+ Bên cạnh đó cũng tồn tại những hạn chế như: Công tác bảo trì, bảo dưỡng không được tổ chức thường xuyên mà khi có sự cố mới được bảo trì sửa chữa. Bàn ghế đã và các dụng cụ chưa cũ nhưng vẫn có dấu hiệu hư chưa được thay mới hoàn toàn, hệ thống âm thanh ánh sáng đã cũ chưa được mua mới. Bãi giữ xe cho khách chưa phục vụ tốt, chưa đủ rộng, đặc biệt vào ngày cao điểm nhà hàng thường phải lấy bề mặt đường làm bãi giữ xe cho khách.

2.1.5 Nâng cao và phát triển chất lượng thương hiệu

Trải qua 3 năm hoạt động cái tên Tong-Hua đã dần trở nên quen biết với nhiều người tại khu vực trung tâm quận Hồng Bàng thành phố Hải Phòng. Đối với những khách hàng thân thiết, giám đốc nhà hàng luôn dành tặng sự quan tâm đặc biệt như giảm giá, kình niệm sinh nhật khách hàng thân thiết.....chính vì những việc làm này đã mang Tong-Hua đến làm quen với nhiều người hơn, gây được sự chú ý về thương hiệu. Nâng cao và phát triển chất lượng thương hiệu là việc làm luôn được bangiám đốc quan tâm hàng đầu và xem đó là vấn đề cốt lõi cho sự phát triển lâu dài của Tong-Hua.

2.2. Hiện trạng chất lượng dịch vụ ăn uống trong kinh doanh nhà hàng Tong-Hua.

2.2.1. Giới thiệu các món ăn, thức uống hiện có tại nhà hàng

Hiện nay, tại nhà hàng có rất nhiều món ăn và thức uống đặc trưng mang đậm phong cách ẩm thực HongKong , không những với các hương vị nước lẩu truyền thống Hongkong , Tonghua mang đến những loại nấm hảo hạng tươi ngon

sẽ làm khách hàng bất ngờ và thích thú khi đến với nhà hàng, tạo lên nét riêng biệt của nhà hàng .

Về menu:

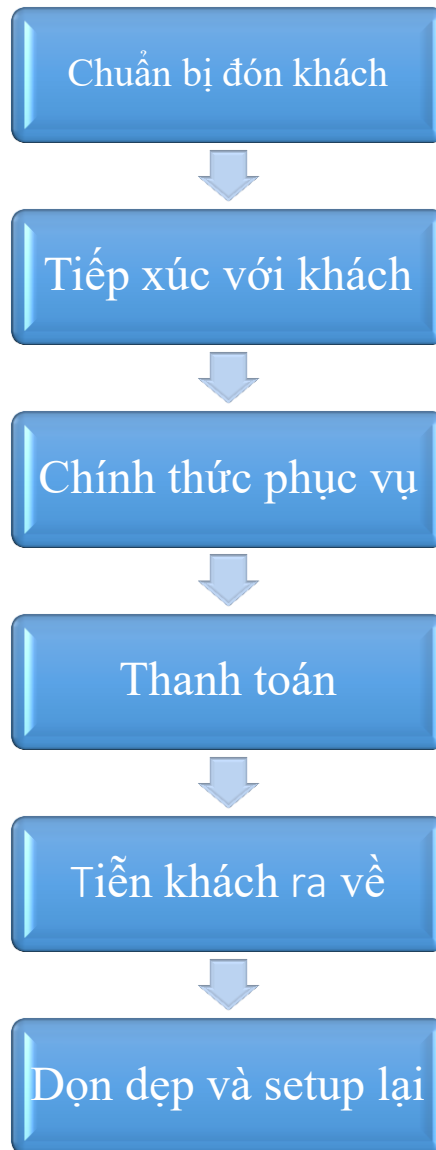
1. Trà : đây thực sự là nét riêng biệt của nhà hàng. Không chỉ có các loại đồ ăn hay hương vị nước lẩu đặc biệt, mà trà tại nhà hàng là một thức uống rất riêng mà nhà hàng muốn phục vụ khách hàng khi tới đây, mà có thể kể tới : Trà hồng táo long nhãn, trà với cam thảo, trà tắc mật ong, trà hoa quả đào cam sả v.v...
2. Beer gồm 5 loại, Heineken, Tiger, Sài Gòn, hay một số beer đặc biệt như budweiser tươi.
3. Rượu : các loại rượu vodka, các dòng vang trắng, vang đỏ, hay táo mèo.
4. Về món ăn và menu thực đơn rất phong phú, được cập nhật theo đòi hỏi hàng tuần cùng với những hương vị lẩu độc đáo, đậm đà và hơn 40 món nhúng hải sản đặc sắc có thể kể tới như : cá hồi phi lê, tôm giòn Thượng Hải, bào ngư, sá sùng, râu mực, ghe Farci, v.v.. cùng với đó là hơn 30 món nhúng thịt đặc biệt: gà bò Việt, ba chỉ bò Mỹ, gà ác, cánh gà rút xương

Ngoài ra còn có 4 vị nước lẩu tuyệt hảo, tinh túy bổ dưỡng (lẩu tôm yum, lẩu sữa, lẩubát bửu , lẩu Hongkong) (khách có thể chọn 2 trong 4 vị nước lẩu đặc biệt tại đây)

6 loại dimsum (há cảo sò, há cảo tôm, xíu mại gà, há cảo tam sắc, xíu mại tôm thịt, xíu mại mực), chuẩn vị Hongkong, các loại đồ viên, xúc xích nhân phô mai, các loại nấm tươi có tiếng mà có thể kể tới là đông trùng hạ thảo, mà khách hàng có thể trải nghiệm ngay tại nhà hàng. Một không gian chuẩn nghệ thuật Hongkong cộng với những món ăn vô cùng đặc biệt sẽ đưa khách hàng trải nghiệm ngay giữa trung tâm thành phố Hải Phòng

2.2.2 Quy trình phục vụ ăn uống

Sơ đồ 2.2 : Các bước của quy trình phục vụ



Bước 1: Chuẩn bị

Trong công tác chuẩn bị thì gồm những công việc như sau:

Quét dọn, vệ sinh các khu vực đón tiếp khách

Lau chùi toàn bộ bàn và ghế ngồi, chén, đĩa...

Phân công công việc (trực bàn, tiếp thực, tiếp nước...)

Kiểm tra tổng thể, người giám sát sẽ kiểm tra nếu đạt yêu cầu thì sẽ tiến hành phục vụ khách.

Bước 2: Giai đoạn tiếp xúc với khách

Đón tiếp khách, xếp chỗ, trải khăn, mời nước trước

Nhận yêu cầu của khách

Lập lại yêu cầu cho khách xác nhận

Chuyển yêu cầu lên bộ phận phục vụ

Bước 3: Chính thức phục vụ:

Bưng bê thức ăn đến cho khách. Quan sát và bổ sung các yêu cầu cho khách trong khu mình phục vụ.

Bước 4: Thanh toán :

Yêu cầu cần phải tính nhanh, chính xác để khách không đợi lâu.

Bước 5: Đưa tiễn khách về

Xách túi và gọi taxi nếu khách yêu cầu

Cảm ơn khách và hẹn gặp lại

Bước 6: Dọn bàn và setup lại

Dọn sạch bàn, setup lại bàn mới để tiếp tục đón khách

Đánh giá quy trình phục vụ ăn uống nhà hàng Tong-Hua

Quy trình phục vụ là tập hợp những bước, giai đoạn có liên qua chặt chẽ với nhau để tạo ra 1 sản phẩm dịch vụ. Nâng cao quy trình phục vụ là đưa quy trình phục vụ hiện có tại mỗi nhà hàng hiện nay lên tầm cao mới, tiêu chuẩn

mới, sản phẩm tạo ra từ quy trình mới này cũng tốt hơn, nâng cao và có chất lượng hơn.

Từ việc tạo ra sản phẩm tốt Tong-Hua sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn làm tăng doanh thu. Giúp cho nhà hàng ngày càng nâng cao uy tín của mình trong việc phục vụ và đạt được tiêu chuẩn mà nhà nước đề ra trong việc kinh doanh nhà hàng hiện nay và trong tương lai.

**Nhận xét*

- Ưu điểm: Nhìn chung quy trình phục vụ của nhà hàng cũng trình tự trải qua các bước như quy trình lý thuyết. Quy trình phục vụ tại nhà hàng cũng chu đáo, đảm bảo cho khách khi đến nhà hàng họ cảm thấy thoải mái và hài lòng. Với sự tận tình và nhanh nhẹn của nhân viên và cách xử lý tình huống khéo léo đã tạo cho khách có một ấn tượng tốt về nhà hàng.

- Nhược điểm: Tuy quy trình phục vụ tại nhà hàng cũng trình tự trải qua các bước như trong lý thuyết nhưng thực tế vẫn thiếu giai đoạn “ hỏi ý kiến khách hàng”. Như vậy nhà hàng sẽ không biết được ý kiến nhu cầu của khách hàng về chất lượng phục vụ có tốt hay không. Thực tế cho thấy nếu không có ý kiến của khách, chúng ta sẽ không biết được ưu điểm khi phục vụ khách có gì sai sót gì. Hỏi ý kiến khách hàng là giai đoạn quan trọng để định hướng chất lượng phục vụ, để biết được khách hàng muốn gì và cần gì, từ đó có biện pháp để khắc phục và nâng cao chất lượng phục vụ một cách tốt hơn.

2.2.3 Thực trạng về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng

- Như chúng ta biết, hiện nay vai trò của khách hàng ngày một quan trọng. Nó quyết định đến sự tồn tại của bất kỳ một công ty hay doanh nghiệp nào khi bắt tay vào kinh doanh một lĩnh vực nào đó. Chính vì vậy, để đánh giá chất lượng dịch vụ một cách có hiệu quả thì ý kiến của khách hàng là một căn cứ hết sức cần thiết.

Các khoảng cách về chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng Tong-Hua đang dần dần được thu hẹp nhưng trên thực tế vẫn còn nhiều vấn đề nhà hàng

cần có sự thay đổi, ngày càng hoàn thiện để có thể cung cấp một dịch vụ tốt hơn đúng với khả năng của nhà hàng.

- Trong quá trình thực tập tại nhà hàng Tong-Hua em đã có cơ hội quan sát thực tế quy trình phục vụ ăn uống tại nhà hàng và đã có những mẫu điều tra thăm dò ý kiến của khách hàng về chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Từ đó em có những đánh giá về chất lượng dịch vụ của nhà hàng như sau:

+ Về chất lượng sản phẩm:

Thực đơn của nhà hàng có sự phong phú đa dạng được chia ra thành 2 hình thức khách hàng có thể tham khảo khi đến nhà hàng . là gọi đồ ăn thường hoặc combo . như một số combo đặc trưng được kể tới đây như :

Combo 2-3 người : 499.000vnd :

- 1,Lẩu 2 vị tự chọn (Tonghua hotpot)
- 2,Ba chỉ bò Mỹ (USA Beef short plate)
- 3,Cánh gà (Chicken wings)
- 4,Chân gà rút xương (baneless chicken leg)
- 5,Paste Mực (squid paste)
- 6,Viên hải sản Phomai (cheese fishball)
- 7,Trứng cút (quail eggs)
- 8,Mỳ tươi (Fresh noodle)
- 9,Rau cải thảo (napa cabbage)

Combo 4-6 người: 999.000vnd

- 1,Lẩu 2 vị tự chọn:
- 2,Bả chỉ bò Mỹ (USA beef short plate)
- 3,Bắp bò Úc (Australian beef)
- 4,Gầu hoa bò Mỹ (beef brisket)
- 5,Oc heo (pig brain)
- 6,Tôm giòn Thượng Hải (Shanghai shrimps)

- 7, Bò viên (beef)
- 8, Nầm heo (pig)
- 9, Chân giò (pig's leg)
- 10, Cánh gà (chicken wings)
- 11, Trứng cút (quail eggs)
- 12, Xúc xích phomai (cheese sausage)
- 13, Cá viên nhân trứng cá hồi (cheese fishball)
- 14, mì tươi (Fresh pasta)
- 15, Combo rau tổng hợp (vegetable combo)

+ Khi nhìn vào menu cũng như giá cả, thực đơn menu giao động khác giá. cho một người hay số lượng khách đi đông. Giao động từ 499.000VNĐ cho 2-3 người, và 999.000VNĐ cho 4-6 người . So với các nhà hàng khác trên địa bàn thành phố cùng theo phong cách lẩu thì được đánh giá rẻ hơn từ 2-300 ngàn đồng. Như vậy giá là một lợi thế cạnh tranh của nhà hàng để thu hút khách, đặc biệt là đối tượng khách có thu nhập trung bình và khá. Nhà hàng nên có thêm các món mới trong thực đơn, có thêm những món đặc sản để thu hút thêm những đối tượng khách có thu nhập cao đến với nhà hàng. Đặc biệt nhà hàng nên phát triển thêm một số món ăn dành cho khách du lịch vì đây là thị trường được đánh giá là mang lại doanh thu cao cho nhà hàng trong tương lai.

Chất lượng món ăn của nhà hàng nhìn chung được khách hàng đánh giá là chấp nhận được.

Bảng 2.2 : Đánh giá của khách hàng về món ăn tại nhà hàng Tong-Hua.

| Đánh giá của khách | Số khách đánh giá | Tỷ lệ (%) |
|---------------------------|--------------------------|------------------|
| Món ăn rất ngon | 14 | 16.5 |
| Món ăn ngon | 33 | 39 |
| Món ăn bình thường | 25 | 29.5 |
| Món ăn chưa ngon | 13 | 15.5 |
| Tổng | 85 | 100 |

Vẫn còn 45% khách hàng chưa bằng lòng với chất lượng món ăn

+ Về cách bài trí món ăn, đa số khách hàng đánh giá không cao về cách bài trí món ăn của nhà hàng Tong-Hua. Để khách hàng có thể cảm nhận món ăn thì hình thức của món ăn rất quan trọng. Món ăn được bài trí đẹp mắt, tinh tế sẽ tạo cho khách cảm giác ngon miệng. Cách bài trí món ăn của nhà hàng đơn giản, không có gì nổi bật, đặc sắc. Hơn nữa cách sắp xếp món ăn trên bàn tiệc không tuân theo một thứ tự hay một sự thống nhất nào. Nhân viên đặt món ăn không theo trình tự mà tiện đâu thì đặt đó.

+ Về vấn đề vệ sinh, một số khách hàng phàn nàn về vấn đề vệ sinh. Trong tổng số 85 khách hàng được hỏi có 9 khách hàng đánh giá vệ sinh của nhà hàng chưa được đảm bảo. Nhân viên chuyển thức ăn lên cho khách đôi khi không dùng khay để chuyển mà thường dùng tay bê. Bát đĩa mang cho khách dùng nhiều khi còn ướt và còn mùi của nước rửa chén. Khăn ăn không được gấp mà được để trực tiếp trên bàn, và nhiều khăn không được đảm bảo sạch sẽ, có nhiều khăn bị mốc ố nhưng vẫn mang cho khách dùng. Khi nhân viên bày các dụng cụ ăn uống đã không dùng khăn lót mà dùng tay cầm trực tiếp vào miệng bát và cốc, cả chõng bát được ôm vào người rồi đi bày các bàn. Như vậy nhà hàng lên chú trọng hơn tới vấn đề vệ sinh

+ Về chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên: Nhân viên bộ phận bàn chủ yếu là nữ nên rất thích hợp cho công việc này, tuy nhiên vẫn còn nhiều khách hàng

phàn nàn về tác phong phục vụ của đội ngũ nhân viên bộ phận bàn. Khách hàng phàn nàn về tốc độ phục vụ của nhân viên, nhân viên có tác phong chậm. Nhà hàng phục vụ khách dưới nhiều hình thức như: vắng lai, khách du lịch, khách gia đình.... nhân viên phục vụ theo nhiều kiểu thực đơn có sẵn nên khi khách hàng có những yêu cầu bất ngờ thì nhân viên không phản ứng kịp, nhiều khi khách hàng yêu cầu đổi đồ uống thì nhân viên phải vào tận kho mới lấy được cho khách. Sự phân công công việc cho nhân viên không thực tế nên nhiều lúc đông khách như những dịp lễ tết xảy ra trường hợp chỗ thừa chỗ thiếu, khi đó không phục vụ kịp thời những yêu cầu của khách.

2.2.4 Đánh giá chung về lợi thế cạnh tranh ảnh hưởng đến chất lượng dịch ăn uống

Để đánh giá và quản lý chất lượng dịch vụ ăn uống trong nhà hàng, nhất thiết chúng ta phải làm rõ ưu điểm là những lợi thế mà nhà hàng có được. Bên cạnh đó là những nhược điểm mà nhà hàng còn tồn đọng cần phải sửa chữa hay rút kinh nghiệm.

+ Về ưu điểm

Qua quá trình khảo sát ý kiến của khách hàng ở nhà hàng Tong-Hua và dữ liệu sau khi được xử lý, chúng ta thấy được lợi thế mà nhà hàng có được. Với không gian rộng tới gần 1000m vuông nằm ngay tại khu vực trung tâm thành phố, giao thông thuận tiện

- Với mặt bằng không gian hơn 600 m² tầng 1 và 6 phòng Vip được bố trí ở tầng 2 với sự sắp xếp, bố trí hợp lý các khu vực bếp, chỗ ngồi khách, quầy lễ tân, khu vực nhà vệ sinh hợp lý, khi nhìn vào nhà hàng vẫn thấy được sự thông thoáng và bao quát được khu vực nhà hàng. Khi khách ngồi vào ghế, nhân viên và thực khách vẫn có thể di chuyển dễ dàng ở các lối đi.

. - Hệ thống 6 máy điều hòa được bố trí xung quanh khu vực khách tạo ra không gian mát mẻ cho khách thưởng thức lâu trong không khí thoải mái. Với

nhiều chế độ điều chỉnh khác nhau khách hàng luôn được ở trong không khí mát lạnh vừa phải, không quá lạnh cũng như nóng bức.

- Là một nhà hàng mới xây dựng được 3 năm trở lại đây nên những dụng cụ đều được chuẩn bị quan tâm chu tất để đem đến cho khách hàng cái nhìn mới mẻ, đẹp mắt và đảm bảo vệ sinh

- Nhà hàng đảm bảo được việc cung cấp cho khách hàng các sản phẩm đảm bảo vệ sinh, tươi ngon nhất đem đến sự hài lòng cho khách hàng

- Tuy là nhà hàng lẩu vẫn đề quan tâm chính là menu đồ ăn, mà menu đồ uống cũng được ban giám đốc đặc biệt quan tâm. Đúc kết kinh nghiệm cũng như trực tiếp tham khảo từ những nhà hàng khác. Quầy bar nói chung hay nhân viên phục vụ quầy bar nói riêng đều được setup gọn gàng, các loại cốc chén sau khi sử dụng xong đều phải rửa bằng nước rửa chén thật sạch sẽ lau bằng khăn khô rồi mới để lên giá. Hay các loại đồ uống trước khi mang cho khách như yêu cầu để phải được decor (trang trí) phù hợp với từng loại đồ uống thích hợp. Quy định chung khi mang đồ uống cho khách phải bên bằng khay đều được nhân viên thực hiện tương đối đầy đủ.

+Nhược điểm :

Bên cạnh những lợi thế có được, nhà hàng vẫn có nhiều điểm bất lợi mà chính những điều này làm cho khách hàng của nhà hàng lẩu Tong-Huaphần nào giảm đi.

-Món tráng miệng là một phần không thể thiếu trong sản phẩm buffet nhưng ở nhà hàng Tong-Hua món tráng miệng chưa đáp ứng được cho nhu cầu khách hàng, chỉ có một sản phẩm là caramen, đây là món khá béo, và dễ gây ngán, trong khi các nhà lẩu có cùng phong cách như Hu-Tong lại có những món tráng miệng như chè hay kem. Ngoài ra trái cây không có lượng thay đổi nhất định mà chỉ có loại thông thường như dưa hấu hay ổi. Đây cũng là một thiếu sót để thu hút được

những khách hàng có con nhỏ cũng như những bạn gái thích món tráng miệng thanh mát.

-Nhân viên thiếu sự tập trung vào việc chăm sóc khách hàng, chưa bám sát khu vực làm việc của mình. Vào những ngày khách vắng, nhân viên có sự tập trung lại để nói chuyện mà thiếu sự quan sát khách. Vào những ngày khách đông thì nhân viên lại không đủ dẫn đến tình trạng khi khách cần thì không có nhân viên nào để gọi và nhờ.

-Khi khách cần những thông tin về các chương trình khuyến mãi, các chương trình ưu đãi cũng như là thông tin về các thực phẩm trên chuyên, nhân viên phục vụ trả lời chưa rõ ràng, một số nhân viên còn chưa biết hết các thực phẩm trong menu để có thể cung cấp cho khách hàng biết đó là món gì.

-Khi khách hỏi và cần sự giúp đỡ, nhân viên phục vụ còn có thái độ chưa thân thiện qua cách nói chuyện khiến nhiều khách hàng chưa hài lòng.

-Quá trình phục vụ nước lẩu, nước uống cho khách đôi lúc còn chậm trễ khiến khách phải chờ đợi lâu và tốc độ thanh toán còn nhiều bất cập, tốn thời gian.

-Nhân viên phục vụ chưa có sự truyền đạt, chỉ dẫn khách tốt trong việc sử dụng món ăn trong buffet hay trong set combo cũng như cách điều chỉnh bếp từ.

-Bãi đậu xe của Tong-hua còn nhỏ vì là nằm ngay trong trung tâm thành phố lên diện tích để xe còn hạn chế, vào những ngày lễ tết luôn có tình trạng không có chỗ để xe cho khách hàng, gây bất tiện cho khách trong việc đi lại.

- Nhà hàng tọa lạc là một khu vực có nhiều quán nhậu cũng như quán ăn bình dân, việc nhà hàng Tong-Hua nằm tại đây sẽ là một sự đối đầu với những tiểu thương nhỏ để thu hút được lượng khách luôn cân nhắc việc chi tiền cho từng bữa ăn.

✓ **Tiểu kết chương 2**

Tất cả các nhà hàng đều muốn mình tồn tại và phát triển ngày một lớn mạnh để có thể cạnh tranh tốt với các đối thủ cùng kinh doanh ngành nghề này. Tuy rằng có rất nhiều cơ sở kinh doanh nhà hàng với nhiều quy mô lớn, nhỏ khác nhau xong lĩnh vực kinh doanh này là một loại hình kinh doanh đang phát triển và khá thuận lợi. Mà nhà hàng Tong-Hua cũng không ngoại lệ.

Từ những nội dung khái quát về lịch sử hình thành, thực trạng hiện nay của nhà hàng, ta có thể biết được tình hình hoạt động, chất lượng dịch vụ của nhà hàng phục vụ cho khách hàng như thế nào so với phần cơ sở lí luận đã nêu ra ở chương 1, để từ đó đưa ra các đề xuất và giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ của nhà hàng ngày càng tốt hơn, góp phần đưa nhà hàng hoạt động kinh doanh tốt hơn

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI NHÀ HÀNG TONG-HUA ,HẢI PHÒNG

3.1 Định hướng phát triển của nhà hàng Tong-Hua

3.1.1 Tầm nhìn của nhà hàng

Gia nhập vào xu thế phát triển chung của nền kinh tế công nghiệp không khói,sứ mệnh của nhà hàng Tong-Hua không nằm ngoài việc mang tới cho khách hàng một dịch vụ tốt nhất có thể đáp ứng được từ đó tạo nên được lòng tin bền vững của khách hàng đối với Tong-Hua.

3.1.2 Mục tiêu phát triển của nhà hàng

Nhà hàng Tong-Hua chú trọng phát triển toàn diện 3 mục tiêu lớn:

- Thương hiệu phổ biến trong thành phố
- Nhà hàng sang trọng
- Nhân viên chuyên nghiệp

3.1.3 Định hướng phát triển chung của nhà hàng

Từ khi thành lập đến nay, Tong-Hua luôn cố gắng ngày càng hoàn thiện hơn chất lượng dịch vụ, nhờ đó uy tín của nhà hàng trong khu vực thành phố ngày càng khẳng định được vị trí của mình.

Trước tình hình kinh doanh nhà hàng khá sôi động như hiện nay, Tong-Hua luôn đạt được số lượng khách nhất định của mình. Đó là do sự nỗ lực của ban giám đốc và toàn thể nhân viên ở nhà hàng để duy trì chất lượng của mình trong thời điểm cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

Trong tình hình hiện nay Tong-Hua rất nỗ lực cạnh tranh về giá phải kết hợp với cạnh tranh về chất lượng dịch vụ thì mới đạt được hiệu quả cao. Muốn vậy, phải nâng cao chất lượng dịch vụ hơn nữa, không phải chỉ hơn với chất lượng của các đối thủ cạnh tranh mà phải hơn cả chất lượng của nhà hàng trước đây.

Hiện nay, định hướng phát triển của nhà hàng Tong-Hua là thu hút một lượng khách du lịch quốc tế đến với dịch vụ của nhà hàng vì nó sẽ mang lại doanh thu cao. Do đó, nhà hàng luôn đặt mục tiêu chất lượng lên hàng đầu và không ngừng cải tiến chất lượng dịch vụ của mình.

3.2 Một số giải pháp hoàn thiện chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua.

3.2.1 Giải pháp 1: Cải tiến và bổ sung cơ sở vật chất và trang thiết bị trong nhà hàng

3.2.1.1 Cơ sở của giải pháp

Căn cứ thực trạng cơ sở vật chất, trang thiết bị dụng cụ của nhà hàng phần nhiều chỉ qua bảo dưỡng, duy tu chứ ít khi thay mới và do xây dựng và đi vào hoạt động đã 3 năm, cơ sở vật chất có phần xuống cấp, trang thiết bị phần nhiều đã cũ hoặc không đồng bộ. Đây là yếu tố quan trọng và là bằng chứng hữu hình để khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ trong kinh doanh ăn uống. Do đó, trong thời gian tới, nhà hàng cần đổi mới, sửa chữa cơ sở vật chất kỹ thuật, đầu tư mua sắm trang thiết bị đảm bảo tính đồng bộ nhằm cung cấp chất lượng dịch vụ tốt hơn qua đó cũng góp phần nâng cao năng suất lao động của nhân viên.

3.2.1.2 Phương án thực hiện

* **Bước 1:** để đảm bảo tính chính xác , giám đốc nhà hàng hay ban quản lý cần tiến hành thăm định , kiểm tra để xác định những cơ sở vật chất , trang thiết bị nào cần nâng cấp tu sửa , cơ sở vật chất nào cần thay thế toàn bộ.

* **Bước 2:** ban lãnh đạo cần lên kế hoạch nâng cấp, xác định chi phí và phương pháp thu hồi nguồn vốn một cách nhanh chóng và hiệu quả.

* **Bước 3:** tổ chức thực hiện việc nâng cấp. Hoạt động này cần đảm bảo nhanh, dứt điểm từng hạng mục nâng cấp, không để kéo dài gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.

+Đối với bộ phận bếp:

Đầu tư thay mới: nồi, chảo, thớt gỗ...vì những đồ dùng này dùng lâu nên đã cũ, không còn sạch sẽ.

Bổ sung: máy rửa bát vì hiện tại, nhà hàng mới chỉ có một máy, vào những lúc cao điểm, một máy này không kịp rửa để quay vòng dụng cụ.

Hiện nay, nền gạch của nhà bếp rất trơn, đặc biệt là khu vực rửa bát đĩa có thể gây nguy hiểm. Vì vậy, bếp trưởng nên có kiến nghị với ban giám đốc nhà hàng để được đầu tư, lát lại nền gạch trong nhà bếp.

+ Đối với bộ phận bàn

Trước mắt, nhà hàng cần trang bị thêm dụng cụ phục vụ ăn uống của khách hàng, với phương châm tăng tính đồng bộ thay thế cho những đồ dùng đã cũ, đã hỏng, không đảm bảo vệ sinh cũng như tính thẩm mỹ trong ăn uống như bát, đĩa,

chén.... Đã bị mốc, tróc men, một số khăn ăn do sử dụng nhiều lần nên đã bị ố vàng sứt chỉ. Xe đẩy phục vụ thức ăn, phục vụ đá đã cũ và khó điều khiển , dễ gây tai nạn trong lúc vận chuyển thức ăn.

Nên trang trí phòng ăn phù hợp với phong cách của nhà hàng để tạo sự hòa hợp giữa khách với không gian mà khách ngồi ăn sẽ làm cho khách thoải mái và hài lòng nhất khi đến ăn uống tại nhà hàng.

Kiểm tra định kỳ các trang thiết bị của nhà hàng để kịp thời ứng phó và cũng từ đó xác định được trách nhiệm nhân viên trong việc sử dụng và bảo quản tài sản của nhà hàng.

+ Đối với bộ phận quầy bar

Khu pha chế dành cho nhân viên còn khá chật chội, chưa có tủ trưng bày rượu cơ bản, sắp xếp ly tách chưa thực sự đẹp mắt. Trong thời gian tới, nhà hàng nên thiết kế, mở rộng thêm diện tích cho quầy bar pha chế, nhập thêm nhiều loại rượu để đáp ứng nhu cầu thưởng thức ngày càng cao của khách

3.2.1.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp

Để quá trình nâng cấp về mặt cơ sở vật chất kỹ thuật một cách hiệu quả, nhà hàng nên đánh giá kết quả thực hiện thông qua 2 yếu tố sau:

- Về cơ sở vật chất kỹ thuật: phải luôn luôn đồng bộ, kiểm tra các trang thiết bị tiện nghi, đồ dùng phục vụ ăn uống, đảm bảo chúng luôn trong tình trạng hoạt động tốt nhất.

- Về đội ngũ lao động: phải nắm vững cách thức, quy trình vận hành trang thiết bị, dụng cụ và bảo quản tốt cũng như thường xuyên duy tu, bảo trì nhằm kéo dài tuổi thọ sử dụng

3.2.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng đồ ăn, thức uống.

3.2.2.1 Cơ sở của giải pháp

Xuất phát từ thực trạng món ăn, đồ uống của nhà hàng tuy đã đáp ứng được trông đợi của khách hàng nhưng vẫn còn hạn chế về số lượng, chưa thực sự phong phú trong khi nhu cầu của khách hàng ngày càng cao và mang tính cá biệt. Thêm vào đó, việc đa dạng hóa sản phẩm ăn uống sẽ tạo lợi thế cạnh tranh, thu hút được ngày càng nhiều khách hàng đến với nhà hàng. Do vậy, việc đa dạng hóa sản phẩm ăn uống là việc làm cần thiết hiện nay.

3.2.2.2 Phương án thực hiện

+ Nhà hàng nên thêm vào menu nhiều món ăn hơn nhưng phải chú trọng đến việc nâng cao chất lượng hơn trước và đảm bảo tính an toàn cho thực khách. Muốn vậy, nhà hàng cần phải chú trọng những việc sau:

- Nguồn hàng: nhà hàng cần phải xác định cho mình một nguồn cung cấp thực phẩm chính và nhiều mối quan hệ bạn hàng khác đảm bảo chất lượng với giá cả phải chăng và đáp ứng được ngay cả vào giờ cao điểm.

- Nhân lực bộ phận bếp: nhà hàng có thể tuyển thêm nhiều đầu bếp với tay nghề cao, song song với việc đào tạo nâng cao tay nghề cho đội ngũ nhân viên hiện có, khuyến khích họ học hỏi sáng tạo thêm nhiều món ăn mới.

Hoặc treo thưởng, tuyên dương những cá nhân có đóng góp tích cực trong việc sáng tạo ra món ăn hoặc thực đơn mới. Từ đó phát triển thành những chương trình khuyến mãi nhằm quảng bá đến thực khách, tăng danh tiếng về lĩnh vực ẩm thực cho nhà hàng. Xây dựng thương hiệu nhà hàng trở thành một trong những điểm đến ẩm thực được đánh giá cao.

- Qua việc nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, nhà hàng nên đa dạng hóa các món ăn để phù hợp hơn với nhu cầu của thực khách bằng việc thêm vào những món ăn: salad, phô mai... Đối với sản phẩm đồ uống, nên bổ sung vào danh sách những loại thức uống mới, thêm nhiều loại rượu khác

3.2.2.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp

- Kinh phí thực hiện: vấn đề kinh phí cho việc đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng cần phải được tính toán kỹ càng, cân nhắc giữa chi phí bỏ ra và kết quả kinh tế thu được. Từ đó cân nhắc xem có cần điều chỉnh thêm gì nữa không.

3.2.3 Giải pháp 3: Hoàn thiện quy trình phục vụ ăn uống

3.2.3.1 Cơ sở của giải pháp

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù khó nắm bắt và kiểm soát, vậy nên ngay từ đầu cần đề ra một “chuẩn” chung cho hệ thống phục vụ thì việc tác nghiệp cứ tuân theo quy trình ấy mà thực hiện thì chắc chắn ít vấp phải sai lầm.

3.2.3.2 Phương án thực hiện

+ Giám đốc cùng đội ngũ quản lý nhà hàng bao gồm quản lý bộ phận, và giám sát viên nhà hàng thường xuyên kiểm tra, đôn đốc và nhắc nhở nhân viên trong các vấn đề về thao tác nghiệp vụ, cử chỉ, thái độ, tác phong cá nhân... nhằm đảm bảo các nhân viên đều trong tư thế sẵn sàng, luôn làm tốt công việc của mình.

+ Hệ thống camera được bố trí khắp nơi để quan sát mọi góc độ, diễn biến hoạt động phục vụ tại nhà hàng và nhân viên sẽ được thông báo về điều này để đảm bảo giữ đúng tác phong, thái độ và thực hiện chuẩn xác nghiệp vụ, không qua loa chệnh mảng.

+ Trong quá trình phục vụ nên tránh:

- Không tránh cãi với khách
- Tránh để khách nhìn thấy những gì thể hiện ra bên ngoài không chuyên nghiệp
- Tránh để cung cấp thông tin trái ngược nhau hoặc không chính xác
- Tránh việc cãi nhau hoặc mắng mỏ nhau trước mặt khách
- Tránh tỏ ra rằng nhu cầu đòi hỏi của khách là chuyện vặt vãnh, tầm thường
- Tránh việc trốn tránh trách nhiệm, trút trách nhiệm cho người khác.

3.2.3.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp

+ Phục vụ phải đảm bảo những yêu cầu sau:

- Đảm bảo yêu cầu về thời gian không để khách phải chờ đợi lâu
- Phục vụ theo trình tự
- Phục vụ đi trước một bước
- Thông tin rõ ràng chính xác
- Không phân biệt đối xử trong quá trình phục vụ
- Phải có sự phối hợp nhịp nhàng, ăn ý giữa các bộ phận
- Phản hồi cho khách tốt

3.2.4 Giải pháp 4: Nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên nhà hàng

3.2.4.1 Cơ sở của giải pháp

Con người là vốn quý, là cơ sở để tạo ra mọi điều và thực hiện mọi điều. Trong bất kì lĩnh vực nào, yếu tố con người cũng là một trong những yếu tố quan trọng nhất, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ, con người là nhân tố quan trọng nhất đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp và sự trung thành của khách hàng.

Khi chất lượng sản phẩm có sự tương đồng, điều khiến khách hàng hài lòng và giữ sự trung thành với cửa hàng chính là con người, nhân viên ở đây, là những người trực tiếp đem đến cho khách hàng những giá trị vô hình, người quảng bá cho hình ảnh của cửa hàng và là người truyền đạt, giữ chân khách hàng tốt nhất cho cửa hàng của mình.

Theo sự khảo sát ý kiến khách hàng ở các nhà hàng khác nhau, trong đó có Tong-Hua, em thấy được điểm yếu của Tong-Hua tập trung nhiều nhất là ở đội ngũ nhân viên cả về trình độ lẫn thái độ. Vì vậy để nâng cao lợi thế cho Tong-Hua, trước tiên phải có nền tảng tốt về đội ngũ nhân viên bằng cách đào tạo và nâng cao chất lượng nhân viên

3.2.4.2. Phương án thực hiện

Sản phẩm dịch vụ chủ yếu mang tính phục vụ. Sự phục vụ này không thể cơ giới hoá được mà phải do con người làm ra. Trong quá trình khách sử dụng dịch vụ tại nhà hàng thì thời gian họ tiếp xúc với nhân viên chiếm gần như hết thời gian. Sự giao tiếp giữa nhân viên và khách thường xuyên không được sự giám sát, do đó nhà quản lý phải tuyển chọn nhân viên đúng ngay từ đầu, đồng thời sau khi tuyển họ phải quan tâm đến việc huấn luyện và đào tạo họ.

Nên thay đổi các tiêu thức tuyển chọn nhân viên cho nhà hàng. Hiện những tiêu chuẩn này mang tính chủ quan của giám đốc hoặc của quản lý nhà hàng, không định hướng theo khách hàng mục tiêu. Không nên đưa tiêu thức ngoại hình lên hàng đầu, nếu ngoại hình đẹp mà không am hiểu nghiệp vụ chuyên môn, trình độ ngoại ngữ không tốt thì không thể thực hiện công việc tốt được. Mặc dù khách hàng luôn muốn nhìn những nhân viên có ngoại hình đẹp, ưu mắt, nhưng đó không phải là mục đích của họ khi tới nhà hàng. Việc tuyển chọn nhân viên bản của nhà hàng Tong-Hua còn phỏng vấn bằng tiếng Việt.

Như vậy, đội ngũ nhân viên xây dựng theo những tiêu thức hiện tại không thể đáp ứng được chất lượng dịch vụ và mục tiêu trong năm thời gian tới là khách

du lịch quốc tế. Để có đội ngũ nhân viên chất lượng phải xuất phát trước hết từ nhà quản lý, và phải bắt đầu từ khâu đầu tiên là tuyển chọn nhân viên.

Nhân viên của nhà hàng khi bước chân vào ngôi nhà chung này đều được training 3 ngày tại nhà hàng để nhân viên có thể hiểu rõ thêm về công việc của mình cũng như là về văn hóa nhà hàng. Tong-hua luôn đem đến nhiều sự mới lạ cho khách hàng ở các chương trình khuyến mãi và ngay trong bữa buffet với những sản phẩm mới lạ. Cho nên là nhân viên của Tong-hua cũng cần có sự chuyển động và tiếp thu không ngừng để có thể thực hiện công việc của mình một cách tốt nhất. Trước tiên quản lý phải nắm rõ tình hình cụ thể về kiến thức của từng nhân viên về những kiến thức cần có trong nhà hàng như các loại sản phẩm trên menu, chuẩn mực về quy trình phục vụ bằng cách thông qua giám sát hay ca trưởng. Những người này có nhiệm vụ sẽ có những câu hỏi đặt ra bất ngờ trong buổi họp nội bộ cho các nhân viên về những nội dung này, một phần thấy được kiến thức của nhân viên đó ra sao, một phần giúp cho các nhân viên khác ôn lại cũng như có thêm kiến thức. Việc này nên được diễn ra trong không khí tự nhiên thoải mái. Trong khoảng thời gian ngắn từng chút một kiến thức sẽ dễ dàng đi vào tri thức của nhân viên hơn là việc bắt ép nhân viên học và kiểm tra. Ngoài ra quản lý cần có những buổi họp, nói đúng hơn là buổi training để giới thiệu về các sản phẩm có mặt trong nhà hàng cho tất cả các nhân viên cùng biết, việc này càng cần thiết hơn khi cửa hàng cung cấp thực phẩm mới cũng như ngưng cung thực phẩm nào khi tạm thời hết trong menu ngày hôm đó. Điều này giúp cho nhân viên có thể phục vụ khách tốt hơn, có thể cung cấp tốt hơn cho khách những điều họ cần biết về những món ăn mình muốn thưởng thức.

Những thời gian cũng như là thời điểm khách vắng, tạo điều kiện để nhân viên học hỏi, trao đổi, kèm cặp nhau giữa các nhân viên bếp và phục vụ, giữa nhân viên cũ và mới, nhân viên có thể trao đổi giao tiếp công việc với nhau để bản thân

có thêm những kiến thức khác ở các lĩnh vực khác nhau giúp cho nhân viên hiểu rõ về cửa hàng hỗ trợ cho việc thăng tiến sau này, nâng cao hiệu quả làm việc nhóm, gắn kết tập thể và việc này giúp đỡ lãng phí giờ công cho nhà hàng. Chú trọng công tác đãi ngộ đối với nhân viên cũng là một trong những biện pháp đảm bảo việc tăng số lượng và chất lượng đội ngũ lao động.

- Đối với trường hợp khen thưởng:

Thứ nhất hằng tháng nhà hàng có thể bình chọn nhân viên xuất sắc tháng dựa vào sự đánh giá của những quản lý, giám sát ca và các nhân viên khác. Tiêu chí đặt ra có thể là thực hiện đúng và tốt quy định của nhà hàng, có thái độ thân thiện với đồng nghiệp, có trách nhiệm, hăng hái, nhiệt tình trong công việc, hoặc là bình chọn qua việc khảo sát ý kiến khách hàng.

Thứ hai đánh giá và khen thưởng qua việc tiếp thị tốt việc giới thiệu cho khách combo hay buffet thay vì gọi món và thực thi tốt chương trình khuyến mãi của nhà hàng. Đặt mục tiêu cho các nhân viên, đặt ra thời hạn và mức thưởng. Điều này giúp cho nhân viên sôi nổi hơn trong việc bán combo hay buffet, phần nào tăng được doanh thu cho nhà hàng và đạt được mục tiêu mà quản lý mong đợi.

Còn đối với chính sách kỷ luật cần có những biện pháp xử lý thích đáng nhưng đúng và hợp tình. Ví dụ việc đi trễ, cần biết rõ lý do và dựa vào đó để đưa ra những biện pháp nặng nhẹ phù hợp. Cũng như dựa vào số lần vi phạm mà nhắc nhở nhẹ, cảnh cáo hay lập biên bản, v.v... Những nhân viên có thái độ không tốt với khách hàng, thiếu trách nhiệm trong công việc và vi phạm những quy định của công ty hay cửa hàng cần có sự kỷ luật theo mức độ để những viên có cơ hội khắc phục, chứ không phải để đánh mất nhân viên. Việc sắp xếp nhân sự cũng cần có sự cải tiến sửa đổi, qua nhiều tháng mở cửa, dựa vào tình hình trong những tháng qua, người quản lý phải biết phân bổ nhân sự hợp lý để tránh tình trạng thừa và thiếu nhân viên. Những trường hợp đặc biệt như ngày ít nhân viên mà cửa hàng lại đông khách đột biến, quản lý và giám sát ca cũng có thể góp phần hỗ trợ để đem lại

những giá trị dịch vụ tốt nhất cho khách hàng của mình. Phân công khu vực làm việc cụ thể để nhân viên có thể quan tâm, chăm sóc tốt khách của khu vực mình hơn và có trách nhiệm hơn với bản thân trong công việc

Cần có những buổi trò chuyện giữa quản lý nhà hàng và nhân viên hàng tháng vào những thời gian phù hợp để người quản lý có thể truyền đạt được nhiệt huyết của mình đến với các nhân viên, để thông báo cho tất cả nhân viên trong nhà hàng cùng biết tình hình nhà hàng trong tháng qua ra sao, để có sự trao đổi giữa hai bên để tìm ra được khó khăn trong công việc của mỗi bộ phận, trong quá trình làm việc cùng nhau của các nhân viên, trong mối quan hệ giữa cấp trên và cấp dưới, từ đó đưa ra hướng khắc phục để giúp nhau cùng cải thiện và hoàn thiện cửa cho cửa hàng của mình hơn. Bên cạnh những buổi họp cố định, quản lý cũng có thể có những cuộc họp đột xuất để giải quyết dứt điểm những vấn đề nảy sinh bất ngờ.

Và quan trọng nhất vẫn là cách ứng xử của nhân viên khi giao tiếp trực tiếp với khách hàng. Nhà quản lý không thể trực tiếp giám sát, hay kiểm tra hàng trăm cuộc tiếp xúc giữa nhân viên và khách diễn ra mỗi ngày. Chính vì vậy ban quản lý nhà hàng lên tin tưởng vào nhân viên là họ sẽ làm đúng nên nhà hàng cần có lớp huấn luyện để tạo được sự hài lòng của khách. Sau đây em xin đưa ra một số quy tắc khi giao tiếp với khách:

- Những việc nên làm:

- Chào hỏi và nồng nhiệt với khách ngay khi khách đến.
- Nói chuyện với khách bằng tên.
- Trình bày cho khách những dịch vụ của bar
- Xin lỗi khi không thể phục vụ họ ngay lập tức.

- Những việc không nên làm:

- Làm ngơ như không thấy khách khi họ bước vào nhà hàng.
- Tra hỏi khách.
- Tranh cãi với khách.

- Nói về những người khác khác.
- Đùa cợt cá nhân.
- Viện cớ hoặc đổ lỗi cho người khác.
- Chỉ nghe lời than phiền của khách khi quen biết họ.

Huấn luyện cho nhân viên của mình khả năng giải quyết phàn nàn của khách một cách hợp lý, đưa ra những tình huống cụ thể sau đó khuyến khích khả năng giải quyết vấn đề độc lập, sáng tạo của nhân viên. Việc xử lý tốt những phàn nàn của khách là rất quan trọng đối với nhà hàng. Những sai sót là điều không thể tránh khỏi trong mọi nhà hàng, vì nhà hàng cung cấp sản phẩm dưới hình thức dịch vụ. Một vấn đề đặt ra ở đây là sai sót đó phải được giải quyết như thế nào? Nhà hàng có làm vừa lòng khách hay không, tất cả đều tùy thuộc vào cách giải quyết. Mục tiêu của nhân viên là giải quyết khó khăn của khách và đồng thời giảm bớt sự bức tức hay giận dữ của khách. Các bước nên làm trong quá trình giải quyết phàn nàn của khách:

- Lắng nghe lời phàn nàn của khách.
- Nhận biết được thật sự vấn đề.
- Hành động ngay.
- Không nên hứa những gì không làm được.
- Trình bày những vấn đề ngoài tầm giải quyết cho cấp cao hơn.
- Tập trung lắng nghe khách.
- Mỉm cười và vui vẻ.

Bên cạnh đó, để nhân viên làm việc một cách hiệu quả thì họ cần đến thông tin, sự ủng hộ và trao quyền. Nhà quản lý cần trao cho nhân viên những quyền nhất định để linh hoạt hơn trong việc xử lý các vấn đề của khách một cách nhanh chóng.

3.2.4.3 Đánh giá hiệu quả của giải pháp

Trong kinh doanh nhà hàng, phần lớn phục vụ là sản phẩm của lao động sống nên chất lượng đó phụ thuộc vào chất lượng đội ngũ phục vụ trực tiếp

tạo ra. Mặt khác, chất lượng phục vụ phụ thuộc vào trình độ, kinh nghiệm và ý thức của đội ngũ nhân viên phục vụ. Do đó, muốn duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ trong khách sạn thì phải quan tâm đến đào tạo, bồi dưỡng để có một đội ngũ phục vụ có ý thức lao động tốt, hăng say với công việc; đảm bảo chất lượng, đủ điều kiện phục vụ tốt.

Nhân viên có cảm giác được hỗ trợ khi làm việc theo nhóm thông qua sự phối hợp khăng khít giữa các bộ phận, họ có thể làm tốt hơn nếu được sự cảm thông và sẽ cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách. Chính vì việc khuyến khích làm việc theo nhóm mà khách sạn không những tăng cường khả năng phục vụ của nhân viên mà còn tăng lượng khách để cung cấp một dịch vụ trên cả tuyệt vời.

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị đối với giám đốc nhà hàng Tong-Hua

+ Trong xu hướng nhà hàng ngày càng phát triển ở Việt Nam hiện nay và để làm tăng các hoạt động sản xuất kinh doanh, tôi xin có ý kiến đề xuất với ban lãnh đạo như sau:

- Nhà hàng cần xem đến vị trí và diện tích bãi giữ xe nhằm tạo thuận lợi cho khách hàng đến thưởng thức ẩm thực tại nhà hàng Tong-Hua.

- Cần huấn luyện cơ bản cho nhân viên nhà hàng về phòng cháy và chữa cháy.

- Xây dựng một hệ thống đánh giá được thực hiện bởi giám đốc và quản lý nhà hàng và cả thực khách để khen thưởng để tạo động lực, khuyến khích nhân viên làm việc đạt hiệu quả tốt, đồng thời tạo cơ hội thăng tiến cho nhân viên khẳng định năng lực và tự hào bản thân.

3.3.2 Kiến nghị đối với một số bộ phận có liên quan đến hoạt động của nhà hàng

Để quá trình phục vụ nhanh chóng, không để khách phải chờ đợi lâu thì một yếu tố không kém phần quan trọng đó là sự phối hợp giữa các bộ phận. Khách hàng không bao giờ muốn chờ đợi lâu. Vì vậy, nhân viên không được phép bỏ rơi khách. Dường như bộ phận nào biết bộ phận ấy, chưa có sự liên kết chặt chẽ. Nhà quản lý cần quan tâm hơn và yêu cầu các bộ phận phải có trách nhiệm hơn trong việc phục vụ nhu cầu của khách.. Do đó nhân viên nhà hàng phải liên tục duy trì mối quan hệ giữa nhân viên các bộ phận khác nữa. Cần thiết lập một kênh thông tin giữa nhân viên với nhà quản lý cấp cao, loại bỏ khâu trung gian. Nguồn thông tin về khách hàng phải được tổng hợp từ mọi bộ phận. Đây sẽ là một nguồn dữ liệu rất quan trọng để các nhà quản lý lập kế hoạch, chiến lược kinh doanh. Bên cạnh đó, nắm được thông tin hoạt động phục vụ khi khách quay lại nhà hàng sẽ đạt hiệu quả cao và gây được ấn tượng mạnh cho khách về chất lượng dịch vụ.

Tất cả các bộ phận từ khâu đón tiếp của lễ tân đến việc tiếp xúc nhận yêu cầu của khách của nhân viên phục vụ rồi chuyển cho bộ phận bếp và quầy pha chế chế biến, sau đó phục vụ khách đến khi khách ra về là 1 quá trình khép kín mà tất cả các bộ phận phải có sự liên kết chặt chẽ với nhau nhằm mang tới sự thỏa mãn cao nhất cho khách hàng.

3.3.3 Kiến nghị về việc duy trì và tăng lượng khách hàng

* Thu hút khách hàng tiềm năng:

Việc giữ chân khách hàng cũ cũng giúp nhà hàng có thêm được những khách hàng tiềm năng như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp của họ, và với sự đáp ứng được nhu cầu cho những đối tượng này, nhà hàng lại có thêm nhiều khách hàng nữa từ bạn bè, người thân, đồng nghiệp cũ những người đó. Trung bình nếu có được 1 khách hàng thân thuộc cửa hàng sẽ có thêm được nguồn khách từ các mối

quan hệ của người này, và cứ như thế cấp số nhân cứ tăng thêm. Điều này cho ta thấy việc cung cấp được một dịch vụ tốt, tạo lòng tin và giữ chân được khách hàng có rất nhiều lợi ích và đưa đến nhiều khách hàng mới. Với những khách hàng của những nhà hàng khác, chúng ta có thể kéo họ về cửa hàng của mình bằng những chương trình khuyến mãi khác chỉ có ở cửa hàng của mình. Như quản lý có thể đề nghị với công ty cho mình thực hiện chương trình “Đi nhóm 4 người sẽ được tặng 1 buffet” vào các ngày từ thứ 2 đến thứ 4 (là những ngày có lượng khách khá vắng của cửa hàng) để có thể tăng thêm doanh thu cho cửa hàng của mình. Nhà hàng sẽ không từ chối nếu điều đó mang lại doanh thu tốt hơn cho nhà hàng. Với những khách hàng chưa bao giờ biết để họ có thể thu hút được họ, nhà hàng có thể sử dụng chiêu thức quảng cáo bằng việc phát những tờ rơi, nói chính xác hơn là những phiếu ưu đãi khuyến mãi kèm thông tin chi tiết về cửa hàng, sản phẩm và giá cả gửi đến họ, hay có thể đăng lên Facebook ngay trên trang page của chính nhà hàng nhằm thu hút 1 lượng khách hàng tiềm năng đến với nhà hàng

✓ **Tiểu kết chương 3.**

Chất lượng luôn đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định đến sự thành công thất bại của một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, đặc biệt là trong giai đoạn cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Nhà hàng không có chất lượng thì không thể khẳng định được vị trí của mình, càng không thể tồn tại, phát triển bền vững.

Tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ trong kinh doanh nhà hàng là không thể phủ nhận. Tuy nhiên tùy vào tình hình cụ thể tại từng nhà hàng mà ta có những biện pháp hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ khác nhau.

KẾT LUẬN

Chất lượng dịch vụ luôn là một yếu tố quan trọng đối với mỗi nhà hàng, nó giúp nhà hàng gia tăng lợi nhuận và khả năng cạnh tranh trên thị trường, giúp hạn chế các chi phí kinh doanh cho nhà hàng. Có thể nói các nhà hàng luôn coi chất lượng dịch vụ là chìa khóa cho sự thành công của mình.

Qua đề tài nghiên cứu của mình, em đã thu thập được những thông tin bổ ích về chất lượng dịch vụ và các tiêu chí để nâng cao chất lượng dịch vụ của bộ phận kinh doanh ăn uống. Việc phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ của bộ phận ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua đã giúp em hình thành một số biện pháp nhằm giữ vững và nâng cao chất lượng dịch vụ bộ phận này.

Thời gian làm chuyên đề đã giúp em tổng kết và hệ thống lại các kiến thức đã được học trong trường. Thời gian thực tập tuy không lâu nhưng đã giúp em có được những kinh nghiệm vô cùng quý giá trong việc thu thập thông tin, phân tích, đánh giá từ đó rút ra các nhận xét và đưa ra giải pháp. Em hi vọng với những giải pháp của mình nhà hàng có thể tham khảo và quyết định cách làm hợp lý nhất để làm cho chất lượng dịch vụ kinh doanh ăn uống của nhà hàng Tong-Hua được giữ vững và ngày một nâng cao.

Qua đây một lần nữa em xin chân thành cảm ơn cô Đào Thị Thanh Mai, nhờ có sự hướng dẫn tận tình của cô em mới có thể hoàn thành được khóa luận tốt nghiệp này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn nhà hàng Tong-Hua đã tiếp nhận em đến thực tập, các anh chị trong nhà hàng đã giúp đỡ nhiệt tình để em thực hiện chuyên đề này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A, Tác giả PGS-TS. Hoàng Thị Lan Hương, *Giao trình QTKD nhà hàng – khách sạn, trường đại học Kinh tế quốc dân*, xuất bản Quý IV/2013

B, Tác giả Nguyễn Thu Hiền, Nguyệt Minh, *Nhà hàng không bao giờ nói không*, xuất bản 2019 (- nhà xuất bản thanh niên)

C, Tác giả PQS.TS Trịnh Xuân Dũng, *Tổ chức kinh doanh nhà hàng*, nhà xuất bản lao động-xã hội

D, Website : www.google.com.vn

E, Số liệu từ nhà hàng Tong-Hua

F, Câu hỏi ý kiến của khách hàng :

PHỤ LỤC

BẢNG KHẢO SÁT VỀ LỢI THẾ CẠNH TRANH CỦA NHÀ HÀNG TONG-HUA , HẢI PHÒNG

Kính chào quý khách, tôi tên là Phạm Thanh Tùng, là sinh viên năm cuối của trường đại học Quản lý và công nghệ Hải Phòng. Hiện nay, tôi đang thực hiện khoá luận về đề tài : “*Tìm hiểu chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng Tong-Hua, Hải Phòng*”. Bảng khảo sát này đưa ra nhằm mục đích đánh giá và khám phá các nhân tố chính ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh của Tong-Hua và các nhà hàng khác.

Bằng việc điền vào những thông tin trong bảng khảo sát, quý khách đã giúp chúng tôi thu nhập những thông tin khách quan và chính xác để so sánh và thấy được lợi thế của Tong-Hua, đồng thời góp phần vào việc giúp nhà hàng có cơ sở để nâng cao lợi thế cạnh tranh và có thể đáp ứng và kỳ vọng của khách hàng.

Tôi xin cam kết rằng mọi thông tin mà quý khách cung cấp sẽ được bảo mật và chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu

✓ **Đánh dấu chéo vào ô mà anh/chị chọn, chỉ chọn 1 đáp án.**

1. *Anh/chị biết nhà hàng Tong-Hua thông qua phương tiện truyền thông nào ?*
 - Quảng cáo
 - Internet
 - Người thân, bạn bè
 - Facebook
2. *Anh/chị đến nhà hàng Tong-Hua bao nhiêu lần trong tháng ?*
 - Đây là lần đầu tiên
 - 1 - 3 lần
 - 4 - 6 lần
 - ≥ 6 lần
3. *Anh/chị thường đến nhà hàng Tong-Hua với ai ?*
 - Bạn bè
 - Người thân, gia đình
 - Đồng Nghiệp
 - Đi một mình
4. *Vị trí toạ lạc của nhà hàng Tong-Hua có thuận tiện cho anh/chị đến thưởng thức bữa ăn không ?*
 - Rất thuận tiện
 - Thuận tiện
 - Bình thường
 - Không thuận tiện
5. *Anh/chị cảm thấy nước lẩu của nhà hàng Tong-Hua như thế nào ?*
 - Rất ngon, đậm đà
 - Ngon
 - Bình thường
 - Không được vừa miệng

6. *Anh/chị có cảm thấy hài lòng với những thực phẩm trong menu (đồ nhúng lẩu) không ?*

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Không hài lòng

7. *Khi anh/chị đến nhà hàng Tong-Hua, anh/chị cảm thấy về mặt hình thức nhà hàng như thế nào ?*

- Rất đẹp
- Đẹp
- Bình thường
- Xấu

8. *Trong quá trình sử dụng đồ ăn của nhà hàng anh/chị có thấy bát đĩa, cốc chén của nhà hàng có đảm bảo vệ sinh không ?*

- Rất đảm bảo
- Đảm bảo
- Bình thường
- Cần cải thiện

9. *Anh/chị thấy thế thái độ phục vụ của nhà viên ở nhà hàng Tong-Hua như thế nào ?*

- Rất thân thiện
- Thân thiện
- Bình thường
- Không tốt, khó chịu

10. *Anh/chị thấy tác phong phục vụ của nhân viên đối với khách hàng ra sao ?*

- Rất nhanh nhẹn
- Nhanh nhẹn
- Bình thường
- Chậm

11. *Khi anh/chị có thắc mắc về vấn đề gì đó (chương trình khuyến mãi , thẻ ATM, thông tin về thực phẩm ..) nhân viên có tư vấn rõ ràng đầy đủ cho anh/chị không ?*

- Rất rõ ràng
- Rõ ràng
- Bình thường
- Không rõ ràng

12. *Ý kiến đóng góp thêm của anh/chị cho nhà hàng :*

.....

.....

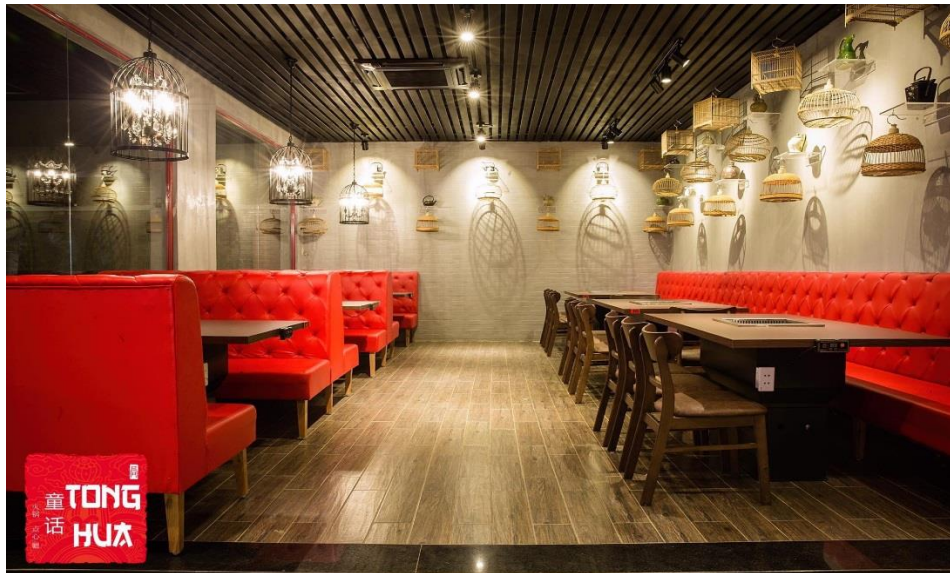
.....

.....

❖ XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN ANH/CHỊ ĐÃ ĐÓNG GÓP Ý KIẾN !

❖ CHÚC ANH/CHỊ CÓ MỘT BỮA TỐI VUI VẼ BÊN GIA ĐÌNH !

MỘT SỐ HÌNH ẢNH VỀ NHÀ HÀNG TONG-HUA



Không gian của nhà hàng Tong-Hua

LÁU HỒNG KONG
Spicy-Hongkong hotpot
Vị cay nhẹ kết hợp hương thơm của hoa hồi, thảo quả

LÁU BÁT BỬU
Herbal and fruit
Vị ngọt từ xương hầm và thành mát từ thảo mộc Trung Hoa

TONG HUA

TINH HOA LÁU TONG HUA
Hotpot
69.500VNĐ/nồi

LÁU SỮA TONG HUA
Tong Hua milk hotpot
Vị thơm ngon từ nước hầm xương tay ẩm thực Hong Kong

LÁU TOM YUM
Tom Yum hotpot
Vị chua dịu chút cay thơm nhẹ nháng từ sả tươi và lá chanh kaffir

TONG HUA

4 vị nước lẩu tại Tong-Hua



COMBO 999.000VND Dành cho 4-6 người



COMBO 499.000VND Dành cho 2-3 người



HÌNH ẢNH VỀ 1 BÀN CỦA KHÁCH KHI DÙNG TẠI TONG-HUA



KHÁCH HÀNG DÙNG BỮA TẠI NHÀ HÀNG TONG-HUA