

**The Saigon International
University**



Khóa luận
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

Quản trị kinh doanh

Chuyên ngành

Quản trị Nhà hàng – Khách sạn

Đề tài

**Giải pháp hoàn thiện quy trình phục vụ Buffet tại nhà hàng
Opera trong khách sạn Park Hyatt Saigon**

Giảng viên hướng dẫn

Trương Thị Hải Thuận

Sinh viên

Trần Thị Hạnh Phúc

MSSV: 44011901823



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH PHỤC VỤ BUFFET TẠI NHÀ HÀNG TRONG KHÁCH SẠN

1. Khái quát chung về hoạt động kinh doanh nhà hàng trong khách sạn

1.1. Khái niệm về khách sạn

Lịch sử ghi nhận ngành khách sạn đã bắt đầu xuất hiện từ thế kỷ XVI TCN – khi hoạt động thương mại, du lịch phát triển và nhu cầu ăn ở - giải trí của con người, đặc biệt là giới thương nhân ngày càng cao. Và tiếp theo đó là hàng loạt các loại hình khách sạn khác nhau lần lượt được đầu tư, xây dựng và phát triển tùy vào mục đích kinh doanh của chủ đầu tư xây dựng.

Theo tài liệu TCVN 4391:2009 do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn quốc gia TCVN/TC 228 "Du lịch và các dịch vụ có liên quan" (Việt Nam) biên soạn: Khách sạn là một công trình kiến trúc kiên cố, có nhiều tầng, nhiều phòng ngủ được trang bị các thiết bị, tiện nghi, đồ đạc chuyên dùng nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ lưu trú, phục vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác. Tùy theo nội dung và đối tượng sử dụng mà phân loại khách sạn tạm trú, du lịch, nghỉ dưỡng, hội nghị,... Theo mức độ tiện nghi phục vụ, khách sạn được phân hạng theo số lượng sao từ 01 đến 05 sao.

Và một khái niệm về khách sạn nữa được định nghĩa bởi PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương đồng biên soạn vào năm 2008, trong cuốn sách mang tên Quản trị kinh doanh khách sạn có viết: “Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch có quy mô từ mười buồng ngủ trở lên, kinh doanh các dịch vụ cho thuê buồng ngủ (đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị tiện nghi), dịch vụ ăn uống và các dịch vụ cần thiết khác phục vụ nhu cầu về ăn, ngủ, nghỉ, chữa bệnh, hội họp, tiêu khiển,... cho

khách lưu trú và sử dụng dịch vụ. Chất lượng và sự đa dạng của các loại hình dịch vụ được cung cấp tùy thuộc vào thứ hạng của khách sạn.

Theo thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 30/12/2008 của Tổng cục Du lịch Việt Nam về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 06 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch đã khẳng định: “Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch có quy mô từ mười buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách lưu trú và sử dụng dịch vụ”.

1.1.1. Đặc điểm kinh doanh trong khách sạn

1.1.1.1. Khái niệm về kinh doanh khách sạn

Việt Nam có tiềm năng du lịch đa dạng và phong phú. Đó là điều kiện thuận lợi để ngành du lịch phát triển thành ngành mũi nhọn. Đây chính là tiêu đề cho sự phát triển của kinh doanh khách sạn.

Cũng theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương, họ tổng hợp trong cuốn sách Quản trị kinh doanh khách sạn, xuất bản vào năm 2008, họ cho rằng: “Kinh doanh khách sạn được hiểu được là hoạt động kinh doanh của các cơ sở lưu trú du lịch dựa trên việc cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng nhu cầu lưu lại tạm thời của khách du lịch.

Theo Luật Du lịch năm 2017 thì họ lại cho rằng: “Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách. Nhằm đáp ứng các nhu cầu ăn, nghỉ ngơi và giải trí của họ tại điểm du lịch nhằm mục đích có lãi. Kinh doanh khách sạn bao gồm: kinh doanh lưu trú và kinh doanh ăn uống”.

1.1.1.2. Đặc điểm cơ bản về hoạt động kinh doanh khách sạn

□ Đặc điểm kinh doanh của khách sạn bao gồm:

Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch tại các điểm du lịch: tài nguyên du lịch chính là yếu tố thúc đẩy, thôi thúc con người đi du lịch. Như vậy, nơi nào có tài nguyên du lịch thì nơi đó sẽ có khách du lịch và nơi nào không có tài nguyên du lịch thì nơi đó không thể có khách du lịch. Trong khi đối tượng khách hàng quan trọng nhất của khách sạn là khách du lịch.

Đặc điểm kinh doanh khách sạn tiếp theo chính là hoạt động kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng vốn đầu tư lớn: lý do nào đòi hỏi kinh doanh khách sạn phải có vốn đầu tư lớn? Đó chính là yêu cầu về tính chất lượng cao của sản phẩm khách sạn, nó đòi hỏi các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn cũng có chất lượng cao. Khách sạn luôn mong muốn mang lại cho khách sự thoải mái nhất nên các trang thiết bị và cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn phải có chất lượng cao để đạt được mục tiêu của khách sạn.

Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng lao động trực tiếp tương đối lớn: sản phẩm khách sạn chủ yếu là dịch vụ hay mang tính chất phục vụ và sự phục vụ này không thể cơ giới hóa được mà chỉ được thực hiện bởi những nhân viên phục vụ trong khách sạn. Mặt khác, lao động trong khách sạn lại được chuyên môn hóa cao, thời gian lao động lại phụ thuộc vào thời gian tiêu dùng của khách, mỗi ngày thường kéo dài 24/24 giờ.

Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật: cũng như các ngành kinh doanh khác thì kinh doanh khách sạn cũng chịu sự chi phối của một số quy luật: quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế – xã hội, quy luật tâm lý của con người,...

1.1.1.3. Đặc điểm về đối tượng phục vụ

Khách của khách sạn có thể được hiểu là tất cả công dân trong nước và ngoài nước tiêu dùng sản phẩm dịch vụ của khách sạn nhằm thỏa mãn các nhu cầu khác nhau. Khách du lịch đến với mục tiêu tham quan, nghỉ ngơi, thư giãn; khách thương gia với mục đích công vụ, cũng có thể là dân địa phương.

□ Căn cứ vào tính chất tiêu dùng và nguồn gốc của khách, khách sạn bao gồm hai loại: -

Khách địa phương: đây là những người sinh sống và cư trú thường xuyên gần khách sạn, trong địa phương nơi mà có khách sạn tại đó. Họ rất ít sử dụng dịch vụ lưu trú tại khách sạn mà chỉ sử dụng các dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác.

- Khách không phải dân địa phương: đây là các khách từ nơi khác đến với khách sạn, họ rời khỏi nơi cư trú thường xuyên đến cư trú ở khách sạn, đó là các dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống, dịch vụ bổ sung.

□ Căn cứ vào mục đích của chuyến đi:

- Khách tiêu dùng các sản phẩm của khách sạn thông qua sự giúp đỡ của các tổ chức trung gian, thông qua đại lý lữ hành, công ty lữ hành.

- Khách tự tổ chức tiêu dùng các sản phẩm khách sạn. Những khách hàng này họ thường tìm hiểu về khách sạn, tự làm các công việc với khách sạn trước khi tới hoặc có thể là khách vắng lai, khách lẻ, cũng có thể là khách đi theo nhóm.

1.1.1.4. Đặc điểm về sản phẩm khách sạn

Không thể lưu kho hay cất giữ: Sản phẩm khách sạn không có tính ổn định nên không thể lưu kho hay cất giữ. Bản chất của sản phẩm lưu trú là vô hình và phải tiêu dùng tại chỗ. Chỉ bán và sử dụng trong ngày, nếu có hàng tồn thì sẽ bỏ chứ không để hôm sau bán đồng nghĩa mất đi cả vốn lẫn lời.

Sản phẩm mang tính tổng hợp cao: Sản phẩm dịch vụ lưu trú mang tính tổng hợp và đa dạng cao bao gồm như: Các dịch vụ bổ sung ăn uống, các dịch vụ lưu trú, vui chơi và giải trí, massage, làm đẹp, giặt giũ, vận chuyển, ... Vì nhiều dịch vụ như thế nên cần sự phối hợp có logic, nhuần nhuyễn giữa các bộ phận với nhau, tạo cảm giác thoải mái nhất đối với khách hàng khi sử dụng dịch vụ khách sạn.

Sản phẩm tính cao cấp, sang trọng: Luôn đảm bảo sản phẩm không bị sai sót. Khi khách hàng tiêu dùng sản phẩm dịch vụ khách sạn đều có sự tiếp xúc giữa nhân viên với khách hàng, đồng thời cũng có sự giám sát của quản lý khách sạn nên mọi sai sót đều nằm trong sự kiểm soát của khách sạn. Vì thế, khách hàng luôn an tâm khi sử dụng các dịch vụ chất lượng, cao cấp và sang trọng của khách sạn mang đến.

Mang tính vô hình: Các doanh nghiệp khách sạn cần phải cung cấp chính xác và một cách đầy đủ nhất về các thông tin sản phẩm khách sạn và quy cách sản phẩm cho khách hàng. Vì những sản phẩm mang tính vô hình của khách sạn đều không thể mua, kiểm tra hay chạm vào sản phẩm được. Khách hàng chỉ có thể cảm nhận bằng cảm giác và trải nghiệm của mình sau khi tiêu dùng xong dịch vụ.

Thực hiện trong một cơ sở vật chất nhất định: Mỗi khách sạn có những vị trí và địa điểm khác nhau nên tiêu chí sản phẩm dịch vụ cũng khác nhau. Đa phần khách sạn sẽ tập trung ở các điểm du lịch hấp dẫn hay các đô thị lớn. Vì vậy mỗi khách sạn sẽ có cơ sở vật chất nhất định để phục vụ thường xuyên các sản phẩm cho du khách. Nên cần có những hệ thống phân phối trung gian, đảm bảo cung cấp và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Mang tính quốc tế cao: Cần hợp tác và hội nhập kinh tế cả khu vực và thế giới. Thu hút được vốn đầu tư trong và ngoài nước. Tiếp thu những tin hoa của nước khác để nâng cấp sản phẩm khách sạn quốc gia lên tầm cao mới. Từ đây không những thu hút được các

du khách nước ta mà còn có cả các du khách nước ngoài cũng có thể sử dụng những sản phẩm dịch vụ khách sạn.

1.1.2. Phân loại khách sạn

Trên thực tế khách sạn luôn tồn tại dưới nhiều hình thái rất khác nhau với những tên gọi rất khác nhau. Điều đó tùy thuộc vào các tiêu chí phân loại rất khác nhau. Có thể khái quát các thể loại khách sạn theo một số tiêu chí cơ bản như sau: vị trí địa lý, mức cung cấp dịch vụ, mức giá bán sản phẩm lưu trú, quy mô của khách sạn và hình thức sở hữu và quản lý của khách sạn.

- Theo vị trí địa lý: các khách sạn được phân thành 05 loại, gồm: khách sạn thành phố, khách sạn nghỉ dưỡng, khách sạn ven đô, khách sạn ven đường, khách sạn sân bay.
- Khách sạn thành phố (city hotel) hay khách sạn thương mại hoặc khách sạn công vụ (commercial hotel): được xây dựng ở các trung tâm thành phố, đô thị lớn hoặc các trung tâm thương mại. Nhằm phục vụ các đối tượng khách đi vì mục đích công vụ, tham gia vào các sự kiện văn hóa, xã hội, chính trị, tham dự hội nghị, hội thảo (MICE), các sự kiện thể thao, tham quan văn hóa hoặc có thể vì mục đích thăm thân hoặc mua sắm... Các khách sạn công vụ thường hoạt động quanh năm, mặc dù hoạt động kinh doanh của chúng vẫn có sự biến động theo chu kỳ (mùa thấp điểm và mùa cao điểm).
- Khách sạn nghỉ dưỡng (resort hotel): được xây dựng ở những khu du lịch nghỉ dưỡng, dựa vào sức hấp dẫn của nguồn tài nguyên tự nhiên với cảnh quan thiên nhiên đẹp, có bầu không khí nghỉ ngơi thư giãn lý tưởng để thu hút khách. Khách du lịch đến đây với mục đích nghỉ ngơi thư giãn là chủ yếu (còn số ít là nghiên cứu về môi trường sinh thái). Những khách du lịch đi nghỉ dưỡng thường chịu phụ thuộc vào điều kiện thời tiết khí hậu cho nên hoạt động kinh doanh của các khách sạn nghỉ dưỡng cũng biến động theo mùa vụ.

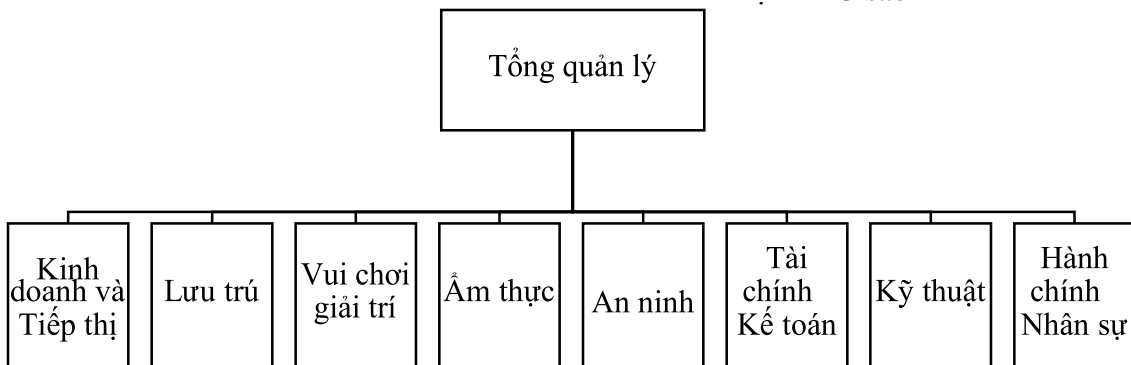
- Khách sạn ven đô (suburban hotel): được xây dựng ở ven ngoại vi thành phố hoặc ven các trung tâm đô thị. Thị trường khách chính của các khách sạn này là khách đi nghỉ cuối tuần.
- Khách sạn ven đường (highway hotel/ motel): được xây dựng ven dọc các đường cao tốc nhằm phục vụ các đối tượng khách đi lại trên các tuyến đường cao tốc sử dụng phương tiện vận chuyển là ô tô và mô tô có nhu cầu thuê buồng ngủ qua đêm.
- Khách sạn sân bay (airport hotel): được xây dựng ở gần các sân bay quốc tế lớn. Đối tượng là những hành khách của các hãng hàng không dừng chân quá cảnh tại các sân bay quốc tế do lịch trình bắt buộc hoặc vì bất kỳ một lý do đột xuất nào khác.
 - Theo mức cung cấp dịch vụ: được phân thành 04 loại: khách sạn sang trọng (5 sao), khách sạn với dịch vụ đầy đủ (4 sao), khách sạn cung cấp số lượng hạn chế dịch vụ (3 sao) và khách sạn thứ hạng thấp (1 – 2 sao).
 - Theo mức giá trên thị trường: được chia ra thành 05 loại: khách sạn có mức giá cao nhất, khách sạn có mức giá cao, khách sạn có mức giá trung bình, khách sạn có mức giá bình dân và khách sạn có mức giá thấp.
 - Theo quy mô khách sạn: được chia ra thành 04 loại: khách sạn nhỏ (dưới 75 buồng), vừa (75 đến 194 buồng), lớn (150 đến 299 buồng) và rất lớn (trên 300 buồng).
 - Theo hình thức sở hữu và quản lý: trên thế giới các khách sạn được chia thành 02 nhóm: khách sạn sở hữu độc lập và khách sạn chuỗi.
- Khách sạn sở hữu độc lập là những khách sạn có một chủ đầu tư là một cá nhân hay một hãng (tổ chức hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn) đầu tư xây dựng, mua sắm trang thiết bị, tự điều hành kinh doanh và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng của khách sạn.

- Khách sạn chuỗi thường được hiểu là khách sạn hoạt động theo hình thức liên kết. Sự liên kết trong khách sạn chuỗi được thực hiện theo một số cách như sau: khách sạn chuỗi liên kết sở hữu, khách sạn chuỗi liên kết nhượng quyền, khách sạn chuỗi hợp đồng quản lý, khách sạn độc lập liên kết tạm thời.

1.1.3. Cơ cấu tổ chức trong khách sạn và chức năng của các bộ phận trong khách sạn

1.1.3.1. Sơ đồ tổ chức của khách sạn

Sơ đồ 1.1. Sơ đồ tổ chức của khách sạn 4 – 5 sao



(Nguồn: Sách Quản trị Nhà hàng – Khách sạn của Bùi Xuân Phong)

1.1.3.2. Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận trong khách sạn

Các bộ phận trong khách sạn được phân chia, bố trí những công việc với chức năng và nhiệm vụ khác nhau, làm hài lòng nhu cầu của khách với các dịch vụ của khách sạn, mang lại doanh thu cho khách sạn.

- Bộ phận kinh doanh và tiếp thị (sales and marketing): Bộ phận này đảm nhận toàn bộ các kế hoạch quảng bá và tìm kiếm khách hàng cho khách sạn của mình. Bao gồm việc nghiên cứu thị trường để xác định được đối tượng khách hàng, sau đó liên hệ quảng cáo qua các hình thức TA, OTA,... Để đem tên tuổi và dịch vụ của khách sạn đến được với

người có nhu cầu đặt phòng, tổ chức tiệc,... mỗi kênh được thiết kế sản phẩm, dịch vụ và giá theo các chiến lược khác nhau để thúc đẩy bằng các hoạt động tiếp thị.

- Bộ phận lưu trú (room division): Khối nghiệp vụ lưu trú bao gồm đặt phòng (reservation), tiền sảnh (front office), buồng phòng (housekeeping) và có thể kèm theo bộ phận giải trí và cảnh quan. Chức năng đặt phòng bao gồm quản lý doanh thu và đặt phòng, chịu trách nhiệm tiếp nhận đặt phòng, quản lý phân bổ phòng và kiểm soát các chính sách bán phòng đảm bảo tối ưu hóa hiệu suất sử dụng phòng và tối đa hóa lợi nhuận. Chức năng tiền sảnh là chức năng quan trọng nhất trong khách sạn, giúp kết nối giữa khách lưu trú và các nghiệp vụ khác. Trong tiền sảnh có sai sót, lễ tân, nhân viên chăm sóc khách hàng và tổng đài. Chức năng làm phòng là chịu trách nhiệm về sự nghỉ ngơi lưu trú của khách tại khách sạn. Nhiệm vụ: chuẩn bị phòng, đảm bảo luôn ở chế độ đón tiếp khách, vệ sinh phòng hằng ngày, các khu vực sảnh, công cộng, nhận và giao các dịch vụ phục vụ khách, báo cáo lễ tân các vấn đề liên quan.

- Bộ phận vui chơi giải trí (recreations): Bộ phận này có chức năng tăng giá trị cho khách sạn, tạo thêm sự lựa chọn cho khách hàng của khách sạn bao gồm : spa, các khu kid's club, tennis, bóng chuyền bãi biển, hồ bơi, biển,... chịu trách nhiệm tìm hiểu nhu cầu và thiết kế các chương trình phù hợp, tổ chức các buổi tiệc, liên hoan, các trò chơi khi có yêu cầu.

- Bộ phận ẩm thực (food and beverage): Phục vụ cho khách lưu trú ăn uống và khách bên ngoài, bao gồm các chức năng như nhà hàng, tiệc, bếp, quầy bar. Tùy theo quy mô, khách sạn có thể có một hoặc nhiều nhà hàng theo phong cách ẩm thực khác nhau.

- Bộ phận an ninh (security): Bộ phận này có trách nhiệm đảm bảo an toàn cho khách hàng, tài sản của khách sạn hay khách hàng đến lưu trú và sử dụng các dịch vụ. Chịu trách nhiệm về an ninh, an toàn trong khách sạn. Bên cạnh nghiệp vụ chuyên môn,

lực lượng an ninh của khách sạn còn phải được đào tạo về dịch vụ khách hàng nhằm tranh những tình huống phàn nàn từ khách lưu trú. Tác phong và thái độ ứng xử đối với khách hàng nội bộ cũng là điểm cần chú trọng đối với bộ phận này để tranh gây ra những xung đột và ức chế cho cán bộ nhân viên.

- Bộ phận tài chính – kế toán (finance and accounting): Các chức năng thuộc khối này bao gồm tài chính, kế toán, kho, kiểm soát chi phí, thu mua, kiểm toán, pháp lý và công nghệ thông tin. Thêm vào đó là các công việc như giải quyết về tài chính và nguồn vốn cho khách sạn, theo dõi quản lý sổ sách ,thu, chi, làm báo cáo thu chi theo tháng, năm,...

- Bộ phận kỹ thuật (engineering): Đảm nhận các công tác bảo trì, bảo dưỡng, sửa chữa, thay mới và nâng cấp nội thất, ngoại thất và thiết bị của khách sạn. Đảm bảo việc cung cấp và sử dụng gas, điện, nước được an toàn và đầy đủ. Chất lượng cơ sở vật chất của khách sạn phụ thuộc rất nhiều vào sự chuyên nghiệp và lành nghề của đội ngũ kỹ thuật gồm thợ mộc, thợ sơn, thợ điện,...

- Bộ phận hành chính – nhân sự (human resources): Gồm có các chức năng như tuyển dụng, lương và phúc lợi, quan hệ lao động và đào tạo.

1.1.4. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh khách sạn

□ Ý nghĩa kinh tế

- Góp phần làm tăng GDP cho các vùng và các quốc gia phát triển kinh doanh lưu trú, ăn uống và du lịch.

- Kinh doanh khách sạn phát triển góp phần tăng cường thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước, huy động được vốn nhàn rỗi trong nhân dân.

- Là bạn hàng lớn của nhiều ngành khác trong nền kinh tế, vì hàng ngày khách sạn tiêu thụ một khối lượng lớn các sản phẩm của nhiều ngành như: công nghiệp nặng, công nghiệp nhẹ, công nghiệp thực phẩm,... tỷ lệ thuận với sự phát triển của các ngành khác. -

Góp phần giải quyết một khối lượng lớn công ăn việc làm cho người dân làm việc trong ngành.

□ Ý nghĩa xã hội

- Giữ gìn và phục hồi khả năng lao động và sức sản xuất của người lao động tại các điểm du lịch, góp phần nâng cao mức sống, vật chất và tinh thần cho nhân dân. Điều đó làm tăng nhu cầu tìm hiểu di tích lịch sử văn hóa của đất nước và các thành tựu của công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước của Đảng ta, góp phần giáo dục lòng yêu nước và lòng tự hào dân tộc cho thế hệ trẻ.

- Tạo điều kiện thuận lợi cho sự gắn gũi giữa mọi người từ khắp mọi nơi, từ các quốc gia, các châu lục trên thế giới. Điều đó làm tăng ý nghĩa vì mục đích hòa bình, hữu nghị và tình đoàn kết giữa các dân tộc của kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng.

- Kinh doanh khách sạn đóng góp tích cực cho sự phát triển, giao lưu giữa các quốc gia và các dân tộc trên thế giới trên nhiều phương diện khác nhau.

1.2. Tổng quan về nhà hàng trong khách sạn

1.2.1. Khái niệm về nhà hàng trong khách sạn

Nhắc đến khách sạn thì không thể nào không kể đến nhà hàng, đối với các khách sạn từ 03 đến 05 sao thì loại hình kinh doanh nhà hàng là một trong những điều khoản bắt buộc trong việc xây dựng để đánh giá sao. Không có nhà hàng, khách sạn khó có thể hoạt động trơn tru, hoàn thiện và hiệu quả được.

Theo Thông tư liên bộ số 27/LB-TCDL ngày 10/01/1996 của Tổng cục Du lịch và Bộ Thương mại thì: “Nhà hàng là nơi kinh doanh các món ăn , đồ uống có chất lượng cao

và là cơ sở kinh doanh có mức vốn pháp định theo quy định của từng loại hình doanh nghiệp”.

Cũng theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương đồng biên soạn trong cuốn sách Quản trị kinh doanh khách sạn được xuất bản năm 2008: “Nhà hàng 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 thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống và giải trí tại các nhà hàng (khách sạn) cho khách nhằm mục đích có lãi”.

Theo PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao, ThS. Đoàn Quang Đồng và ThS. Huỳnh Diệp Trâm Anh trong cuốn sách Quản trị cơ sở lưu trú xuất bản năm 2021 thì họ lại cho rằng: “Nhà hàng là một bộ phận cấu thành của khách sạn hiện đại tổ chức kinh doanh phục vụ ăn uống với chất lượng cao trong quá trình khách lưu trú tại khách sạn có nguồn vốn xác định và hoạt động với mục đích sinh lợi”.

Kinh doanh ăn uống là hoạt động chính quan trọng thứ hai trong kinh doanh khách sạn. Đó là hoạt động không thể thiếu của các cơ sở kinh doanh lưu trú du lịch hiện đại. Ngày nay, nhu cầu ăn uống bên ngoài của con người đã ngày càng đóng vai trò quan trọng và có xu hướng tăng cả về số lượng và chất lượng ở hầu hết khắp các nơi trên thế giới. Vì thế, khách hàng của nhà hàng trong các cơ sở lưu trú du lịch không chỉ có khách sử dụng dịch vụ lưu trú, mà phần đông bao gồm cả khách bên ngoài, là người địa phương đến sử dụng dịch vụ thường xuyên.

1.2.2. Phân loại nhà hàng

Phân loại nhà hàng thường là hoạt động nhằm hướng đến nhu cầu phục vụ cho những nhóm đối tượng khác nhau. Thông thường, trước khi thành lập nhà hàng, người

chủ nên xác định đối tượng khách hàng mục tiêu của nhà hàng sẽ phục vụ để từ đó lên kế hoạch thiết kế nhà hàng, huấn luyện đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp và các dịch vụ cung cấp tại nhà hàng. Bao gồm bốn loại chính được nêu ra dưới đây:

Phân loại nhà hàng theo menu

Các món ăn mà nhà hàng phục vụ là cách phân loại nhà hàng phổ biến nhất. Các nhà hàng này được phân loại dựa trên các món ăn hay kiểu đồ ăn mà nhà hàng phục vụ.

+ Nhà hàng Việt: Phục vụ các món ăn kiểu Việt Nam

+ Nhà hàng Pháp: Phục vụ các món ăn Pháp, phục vụ theo kiểu đồ ăn Âu

+ Nhà hàng Ý: Phục vụ các món ăn Ý

+ Nhà hàng Trung Hoa: Phục vụ các món ăn Trung Hoa

+ Nhà hàng Á: Phục vụ các món ăn của các nước Châu Á

+ Nhà hàng Âu: Phục vụ đồ ăn Âu

Với những nhà hàng loại này thông thường cũng sẽ có kiểu cách trang trí hay phong cách phục vụ mang sắc thái của các món ăn đến từ đất nước đó.

Phân loại nhà hàng theo hình thức phục vụ

Tại Việt Nam hiện nay, các nhà hàng được phân loại phần lớn dựa vào tiêu chí hình thức phục vụ và nhiều nhất đó là loại nhà hàng Fast food – những nhà hàng bán thức ăn nhanh. Những cửa hàng này tại Việt Nam nổi tiếng là nhà hàng KFC, nhà hàng Loteria, nhà hàng McDonald's,...

Ngoài ra theo tiêu chí phân loại nhà hàng là hình thức phục vụ thì còn có nhà hàng phục vụ Alacarte – đây là nhà hàng phục vụ từng người, từng bàn và nhà hàng Buffet – là nhà hàng tự chọn món ăn, khách hàng tự chọn những món ăn mà mình thích rồi tự lựa chọn vị trí ngồi cho mình. Phổ biến nhất là:

- + Nhà hàng phục vụ theo định suất (Set menu service)
- + Nhà hàng chọn món (Alacarte)
- + Nhà hàng tự phục vụ (Buffet)
- + Nhà hàng cà phê có phục vụ ăn uống (Coffee shop)
- + Nhà hàng phục vụ đồ ăn nhanh (Fast food)
- + Nhà hàng phục vụ tiệc (Banquet hall)
- Phân loại nhà hàng theo loại đồ ăn chuyên

Đây là cách phân loại nhà hàng theo đồ ăn chính mà nhà hàng phục vụ như nhà hàng hải sản/đặc sản – chuyên các món ăn hải sản hoặc các món ăn đặc sản của các vùng miền, nhà hàng chuyên gà/bò/dê – đây là những nhà hàng chuyên phục vụ các món được chế biến từ gà/bò/dê. Ngoài ra nhà hàng bia hơi, nhà hàng Lẩu cũng là những nhà hàng được phân loại theo tiêu chí này.

- + Nhà hàng hải sản/đặc sản: Chuyên các món ăn hải sản hoặc các món ăn đặc sản của các vùng miền
- + Nhà hàng chuyên gà/bò/dê: Chuyên phục vụ các món được chế biến từ gà/bò/dê
- + Nhà hàng bia hơi
- + Nhà hàng Lẩu

- Phân loại nhà hàng theo quy mô, đẳng cấp

Phân loại nhà hàng theo tiêu chí quy mô, đẳng cấp thì có những nhà hàng như nhà hàng bình dân/ các quán ăn nhỏ/ các quầy di động trên đường phố hay nhà hàng trung – cao cấp, nhà hàng rất sang trọng hoặc Canteen – nhà ăn tại các trường đại học.

- + Nhà hàng bình dân/ các quán ăn nhỏ/ các quầy di động trên đường phố
- + Nhà hàng trung – cao cấp
- + Nhà hàng rất sang trọng

+ Canteen – nhà ăn tại các xí nghiệp, trường đại học,...

□ Phân loại nhà hàng theo sao

Tại Việt Nam hiện không có quy định gắn sao cho các nhà hàng, nhưng mặc định trong suy nghĩ của những người quản lý, thực khách thì nhà hàng vẫn có tiêu chuẩn sao.

+ Từ 1 – 2 sao – Nhà nhà bình dân + Từ

3 – 4 sao – Nhà hàng trung cao cấp

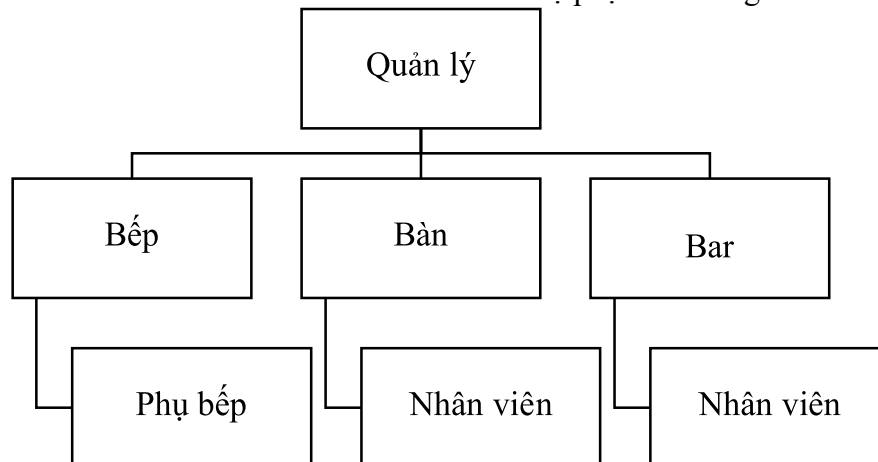
+ 5 sao – Nhà hàng cao cấp.

□ Ngoài ra, theo tiêu chuẩn quốc tế còn có sao Michelin * là biểu tượng để đánh giá chất lượng của một nhà hàng. Hàng năm, các nhà hàng nhận được sao Michelin sẽ được vinh danh trong cuốn cẩm nang ẩm thực hàng đầu thế giới – The Michelin Guide – ra đời từ năm 1900. Sao Michelin được xếp hạng từ 1 – 3, những nhà hàng sở hữu biểu tượng ngôi sao hình hoa này được xem là danh giá nhất, thực khách rất khó đặt bữa tại đây.

1.2.3. Sơ đồ tổ chức và chức năng nhiệm vụ của bộ phận nhà hàng trong khách sạn

1.2.3.1. Sơ đồ tổ chức của nhà hàng trong khách sạn

Sơ đồ 1.2. Sơ đồ tổ chức của bộ phận nhà hàng



(Nguồn: Sách Quản trị Nhà hàng – Khách sạn của Bùi Xuân Phong)

1.2.3.2. Chức năng và nhiệm vụ của nhân sự bộ phận nhà hàng

Bộ phận Bếp: Thực hiện chế biến các món ăn theo yêu cầu của khách, đạt chuẩn về chất lượng và thời gian, đảm bảo tính an toàn.

Bộ phận Bar: Thực hiện chế biến đồ uống theo yêu cầu của khách, đạt chuẩn về chất lượng và thời gian, đảm bảo tính vệ sinh.

Bộ phận Bàn: Luôn trong tư thế sẵn sàng phục vụ khách, làm hài lòng khách hàng, chuẩn bị công cụ dụng cụ, vệ sinh khu vực, kiến thức nghiệp vụ... để tạo không gian đẹp, đạt chất lượng dịch vụ. Bộ phận Bàn là nơi trực tiếp phục vụ khách, trao đổi với khách những thông tin mà khách yêu cầu, thông qua bộ phận bàn thì bộ phận bếp có thể biết được thực khách đến nhà hàng muốn thưởng thức món ăn nào và thức uống ra làm sao để nhân viên dễ dàng phục vụ khách tốt hơn. Trong quá trình order nhân viên bàn của nhà hàng sẽ trực tiếp giới thiệu với thực khách về những món ăn đặc sản của địa phương hay những món ăn đặc biệt của nhà hàng, những thao tác của nhân viên bàn sẽ giúp cho khách hàng thưởng thức những món ăn một cách thoải mái và ngon miệng hơn. Đáp ứng nhu cầu của khách trong khả năng cho phép, phục vụ chu đáo, làm hài lòng khách hàng và là bộ mặt của nhà hàng đối với du khách.

1.2.4. Vai trò và ý nghĩa của hoạt động kinh doanh nhà hàng

- Giúp khách sạn có thêm doanh thu từ những khoản chi tiêu của khách hàng tại khách sạn.
- Thu hút khách lưu trú từ khách sạn khác đến trải nghiệm ẩm thực và dịch vụ khách hàng, tăng tỷ lệ về lưu trú của khách tại khách sạn.

- Giúp khách sạn đa dạng hóa các dịch vụ, hoạt động nghỉ dưỡng, tối ưu hóa trải nghiệm của khách hàng, còn với khách sạn thì không quá tập trung nguồn lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh nhất định. Mà thay vào đó là các phần trăm lợi nhuận được phân bổ nhiều hơn ở các mảng khác, giúp cho dịch vụ lưu trú không bị quá đè nặng áp lực về công suất phòng theo định kỳ và phần trăm về doanh thu.

1.2.5. Các đặc điểm của kinh doanh nhà hàng

- Điều đầu tiên và quan trọng nhất đó chính là kinh doanh nhà hàng trong khách sạn đòi hỏi số lượng lớn lao động, chuyên môn cao. Do đòi hỏi có sự phục vụ trực tiếp giữa người phục vụ và khách hàng. Thêm vào đó, khách đến với nhà hàng không phải chỉ để ăn no mà còn để thưởng thức hương vị của các món ăn và sự phục vụ tận tình và chu đáo của nhân viên phục vụ. Bên cạnh đó, tay nghề và cường độ lao động của nhân viên là rất quan trọng trong việc đảm bảo các hoạt động trong nhà hàng diễn ra một cách trơn tru, hoàn hảo.
- Điều thứ hai đó chính là tính liên tục. Phần lớn khách sạn luôn luôn hoạt động trong suốt 365 ngày trong năm vì nhu cầu du lịch và công việc của mọi người hiện nay là hết sức phổ biến và quen thuộc như thói quen của họ. Đặc biệt là những dịp lễ hay kỷ niệm quan trọng, thì khách sạn với những trải nghiệm tuyệt hảo là điều mà họ vô cùng chờ đợi và mong muốn có được. Để đáp ứng nhu cầu của khách, các nhân viên trong nhà hàng phải phân chia ca làm việc hợp lý để phục vụ cho khách hàng một cách hiệu quả.
- Kế tiếp chính là đặc điểm về đối tượng phục vụ. Đối tượng của nhà hàng là con người, mỗi đối tượng khách có đặc điểm tâm lý khác nhau, họ đến từ các quốc gia hoặc các vùng miền khác nhau. Do vậy, mỗi người có tập quán, khẩu vị, tâm lý ăn uống khác

nhau. Việc quan tâm về thói quen, tập quán, tâm lý cũng như khẩu vị ăn uống của khách đóng vai trò vô cùng quan trọng.

- Đặc điểm về môi trường phục vụ là một trong những thứ không thể thiếu rồi. Quá trình tiếp xúc trực tiếp giữa nhân viên và khách trong quá trình tổ chức phục vụ tạo nên áp lực công việc rất lớn. Mỗi lời khen hay chê của khách hàng đều có ảnh hưởng nhất định đến với khách sạn. Phải đảm bảo rằng nhân viên lúc nào cũng thực hiện đầy đủ quy trình phục vụ và phong cách nghề nghiệp, nếu làm tốt công tác này sẽ góp phần cho nhà hàng giữ được sự ổn định về chất lượng phục vụ khách.

- Cuối cùng đó chính là đặc điểm về kiến trúc và trang trí nội thất. Tùy vào đối tượng mục tiêu, đặc điểm kinh doanh, phong cách phục vụ mà mỗi nhà hàng có một kiểu thiết kế kiến trúc riêng biệt. Trang trí nội thất của nhà hàng gắn liền với phong cách, cấp hạng, loại nhà hàng và phù hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu, đảm bảo tính cân đối và hài hòa với kiến trúc của cơ sở lưu trú.

1.3. Tổng quan quy trình phục vụ Buffet tại nhà hàng trong khách sạn

1.3.1. Khái niệm về Buffet tại nhà hàng trong khách sạn

Từ mục đích ban đầu là để ăn uống, nhà hàng hiện nay được phân loại ra rất nhiều hình thức khác nhau. Và loại hình được nhiều khách sạn hiện nay sử dụng khá phổ biến trong nhà hàng vào buổi sáng đó chính là Buffet. Một loại hình khá phổ biến trong 10 năm trở lại đây ở Việt Nam trong ngành du lịch nói chung và khách sạn nói riêng để phục vụ cho khách lưu trú và cả khách ngoài. Việc phục vụ Buffet sẽ giảm thiểu chi phí nhân lực và nếu như lượng khách đông thì lợi nhuận từ phục vụ theo hình thức Buffet sẽ cao hơn hình thức khác.