

The Saigon International
University



Khóa luận
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành:

Quản trị nhà hàng - khách sạn

Chủ đề:

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO
CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ
TẠI NHÀ HÀNG ZEN SAIGON
JAPANESE YAKITORI
RESTAURANT**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. Nguyễn Văn Khanh

Sinh viên:

Huỳnh Nguyễn Phương Lâm

MSSV: 4401190179



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn
Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Em tên Huỳnh Nguyễn Phương Lâm, xin cam đoan các số liệu, thông tin sử dụng trong khóa luận tốt nghiệp này được thu thập tại nguồn thực tế tại Đơn vị thực tập và các kênh chính thống, trên sách báo khoa học chuyên ngành.

Nội dung trong báo cáo này do kinh nghiệm của bản thân rút ra từ nghiên cứu trong suốt quá trình thực tập tại nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori.

Nếu sai sót em xin chịu trách nhiệm theo quy định của nhà trường.

TP.HCM, ngày.....tháng.....năm 2023

Sinh viên

LỜI CẢM ƠN

Lời cảm ơn đầu tiên em muốn gửi đến Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant đã cho em cơ hội để thực hiện chuyến thực tập tốt nghiệp tại một môi trường chuyên nghiệp, và đây cũng là một nhà hàng Nhật có tiếng tại Sài Gòn. Em cảm thấy thật may mắn và rất trân trọng cơ hội này, được làm việc và học tập dưới sự chỉ dẫn của chú Trí giám đốc cũng như các cô chú, anh chị nhân viên chính thức, những người có kiến thức sâu rộng về ngành và cũng vô cùng tận tâm giúp đỡ những thực tập sinh như em. Dù có những lúc mắc phải sai lầm trong quá trình làm việc và để lại những hậu quả, nhưng gia đình Zen đã luôn rất kiên nhẫn và chỉ ra cho em những ưu điểm, khuyết điểm của bản thân để em có thể cải thiện và phát triển bản thân, đặc biệt là để sau khi kết thúc khóa thực tập này em đã có cho mình những kiến thức cần thiết và hữu ích về ngành dịch vụ F&B này.

Lời cảm ơn tiếp theo, em xin dành cho trường đại học Quốc tế Sài Gòn. Nơi em đang học tập và phát triển bản thân. Những kiến thức em đã được học tại trường đã rất có ích trong suốt quá trình thực tập của em. Bên cạnh đó, trường cũng có những buổi hội nghị nhằm kết nối sinh viên với các doanh nghiệp đầu ngành tạo cơ hội rất nhiều cho sinh viên chúng ta tiến gần hơn với thành công, những trải nghiệm được giao lưu với các giám đốc nhân sự tại các doanh nghiệp lớn như vậy thật sự rất đáng trân trọng và đặc biệt hữu ích cho tương lai của sinh viên chúng em.

Trong suốt quá trình thực tập, thầy Nguyễn Văn Khanh đã hỗ trợ cho em rất nhiều để em có thể hoàn thành tốt nhất chuyến thực tập này cũng như hướng dẫn em làm bài báo cáo thực tập tốt nghiệp này.

Em xin chân thành cảm ơn tất cả mọi người !

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG.....	3
1.1 Cơ sở lý luận về nhà hàng	3
1.1.1 Khái niệm nhà hàng và vai trò, chức năng của nhà hàng	3
1.1.2 Phân loại nhà hàng	4
1.2 Cơ sở lý luận về hoạt động phục vụ tại nhà hàng.	5
1.2.1 Vị trí, chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận tại nhà hàng.	5
1.2.2 Nhiệm vụ chung	7
1.2.3 Cơ sở lý luận về chất lượng phục vụ tại nhà hàng.	8
1.2.4 Khái niệm về hoạt động kinh doanh tại nhà hàng.	8
1.2.5 Đặc điểm của hoạt động kinh doanh tại nhà hàng.	9
1.2.6 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ	11
1.2.7 Ý nghĩa của việc nhìn nhận thực trạng phục vụ tại nhà hàng	12
1.2.8 Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng phục vụ tại nhà hàng	14
1.3 Đo lường và đánh giá chất lượng phục vụ qua mô hình SERVQUA	14
1.3.1 Cơ sở lý luận mô hình SERVQUAL	15
1.3.2 Nội dung mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman	15
1.3.3 Chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi 10 thành phần	18

1.3.4 Thành phần cơ bản nhất của chất lượng dịch vụ	19
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1.	20

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI NHÀ HÀNG ZEN

SAIGON JAPANESE YAKITORI	21
---------------------------------------	-----------

2.1 Giới thiệu tổng quan về nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori	21
---	----

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển	21
--	----

2.1.2 Chức năng, lĩnh vực hoạt động.....	23
--	----

2.1.3 Cơ cấu tổ chức và nhân sự	24
---------------------------------------	----

2.1.4 Tình hình kinh doanh của nhà hàng	26
---	----

2.1.5 Định hướng phát triển của nhà hàng trong thời gian tới	27
--	----

2.2 Thực trạng phục vụ tại nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant	27
---	----

2.2.1 Tình hình hoạt động kinh doanh của nhà hàng	27
---	----

2.2.2 Cơ sở vật chất kỹ thuật	30
-------------------------------------	----

2.2.3 Đội ngũ lao động và cơ cấu tổ chức kinh doanh ăn uống	32
---	----

2.2.4 Quy trình phục vụ ăn uống	37
---------------------------------------	----

2.3 Đánh giá chất lượng phục vụ ăn uống của nhà hàng	41
--	----

2.3.1 Ưu điểm	41
---------------------	----

2.3.2 Nhược điểm	41
------------------------	----

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2.	43
--------------------------------	-----------

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ ĂN

UỐNG TẠI ZEN SAIGON JAPANESE YAKITORI RESTAURANT	44
3.1. Định hướng phát triển của nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant.	44
3.1.1. Tầm nhìn của Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant	44
3.1.2. Mục tiêu phát triển của Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant	44
3.1.3 Định hướng phát triển kinh doanh của Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant	44
3.2. Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant	45
3.2.1 Cải thiện cơ sở vật chất kĩ thuật phục vụ ăn uống.	45
3.2.2 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và kiểm soát chất lượng phục vụ	46
3.2.3 Nâng cao quy trình tuyển dụng và đào tạo	47
3.3. Một số kiến nghị	47
3.3.1 Kiến nghị đối với bộ phận nhân sự	47
3.3.2 Kiến nghị đối với Ban lãnh đạo	48
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3	49
KẾT LUẬN	50
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	
DANH SÁCH BẢNG	

Bảng 2.1.1 - Doanh thu nhà hàng 2019 -2022.....	24
---	----

Bảng 2.1.2 - Bảng thống kê số lượng nhân sự	26
Bảng 2.2.1 - Bảng thống kê nhân sự	30
Bảng 2.2.2 - Cấu trúc ca làm việc	33

DANH SÁCH SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.2.1 - Quy trình phục vụ cơ bản tại nhà hàng	12
Sơ đồ 1.3.1 - Sơ đồ mô hình Servqual	17
Sơ đồ 2.1.1 - Sơ đồ cơ cấu tổ chức nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori	24
Sơ đồ 2.2.2 - Sơ đồ quy trình phục vụ nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori	37

DANH SÁCH HÌNH ẢNH

Hình ảnh 2.1.1 - Ban giám đốc nhà hàng	22
Hình ảnh 2.1.2 - Cổng vào nhà hàng	23
Hình ảnh 2.2.1 - Không gian nhà hàng	30
Hình ảnh 2.2.2 - Quầy sushi	31
Hình ảnh 2.2.3 - Quầy bar nhà hàng	31
Hình ảnh 2.2.4 - Quầy nướng của nhà hàng	32

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài Ăn uống là nhu cầu thiết yếu của đời sống con người, và hiện nay sự đánh giá của thực khách đối với các đơn vị kinh doanh dịch vụ ăn uống cũng ngày càng khắt khe hơn. Khách hàng hiện nay tìm đến các nhà hàng không chỉ để ăn cho no nữa mà họ tìm kiếm những thứ mới mẻ, độc đáo và tìm kiếm sự phục vụ nhiệt tình.

Hiểu được tình hình này nên có rất nhiều nhà hàng đã được mở ra và các nhà hàng cũng thay phiên nhau cải cách và thay đổi rất nhiều nhằm đáp ứng những nhu cầu của khách hàng hiện nay. Đây là một thị trường tiềm năng, tuy nhiên cũng tiềm ẩn rất nhiều vấn đề khi bắt tay vào thực hiện, đó là lý do có rất nhiều nhà hàng đã phải đóng cửa vì không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng nên cũng không có lợi nhuận. Ta có thể thấy được sự cạnh tranh gay gắt của thị trường nhà hàng hiện nay nói chung và phân khúc ẩm thực Nhật Bản nói riêng.

Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant là một nhà hàng Nhật lâu đời tại Sài Gòn nằm trong số ít những nhà hàng có sự phát triển ổn định và có cho mình một tệp khách hàng riêng trong thị trường ẩm thực Nhật Bản. Tọa lạc tại số 20 Lê Thánh Tôn, con phố được mệnh danh là “Con phố Nhật Bản” tại Sài Gòn, đối tượng khách chính của nhà hàng là những người Nhật Bản sinh sống và làm việc tại Sài Gòn, tuy nhiên lượng khách Việt Nam đến đây cũng cao không kém.

Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant đã làm rất tốt trong việc cập nhật liên tục thực đơn và cách phục vụ để có thể phù hợp với nhu cầu biến động liên tục của khách hàng và kết quả là nhà hàng đã có cho mình rất nhiều khách hàng trung thành nhờ vào các chính sách ưu đãi rất tinh tế dành cho khách hàng của mình, từ đó thu hút thêm một lượng lớn khách hàng mới đến với nhà hàng nhờ vào marketing truyền miệng. Đây là lý do khiến nhà hàng không đẩy mạnh marketing mà lại tập trung hoàn toàn vào chất lượng món ăn và trải nghiệm của khách hàng.

Sau 3 tháng thực tập tại Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant, em nhìn nhận ra thêm được những vấn đề còn tồn đọng bên trong nhà hàng chưa được giải quyết, đặc biệt là về vấn đề về chất lượng nhân sự, và những vấn đề này về lâu dài sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ cũng như trải nghiệm của khách hàng, đây là thứ Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant luôn đề cao trong sự nghiệp của mình. Và đây cũng là lý do chính khiến em quyết định lựa chọn đề tài: **“Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant”**.

2. Mục tiêu nghiên cứu đề tài

- Kiểm tra lại bằng thực nghiệm những kiến thức mà mình đã được học tập và trau dồi trong quá trình ngồi ghế nhà trường.

- Tìm hiểu thực trạng, ưu điểm, nhược điểm và những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng của hoạt động phục vụ.
- Đề xuất biện pháp cải thiện để nâng cao chất lượng phục vụ.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài

- Đối tượng nghiên cứu: Thực trạng chất lượng phục vụ tại nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant.
- Phạm vi nghiên cứu: Bộ phận phục vụ nhà hàng nhà hàng Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp khảo sát thực địa: làm việc tại bộ phận Room Services với vai trò là Waiter

Phương pháp thu thập số liệu:

- Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp: Đọc, tìm kiếm tài liệu đã được nghiên cứu sẵn có và có sự liên quan.
- Phương pháp thu thập số liệu sơ cấp: Quan sát, thu thập và tổng hợp và phân tích số liệu trong quá trình làm việc tại bộ phận Bếp của nhà hàng.

5. Kết cấu đề tài

Gồm phần mở đầu và 3 chương:

- Chương 1: Cơ sở lý luận
- Chương 2: Thực trạng chất lượng phục vụ tại Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant.
- Chương 3: Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ ăn uống tại Zen Saigon Japanese Yakitori Restaurant.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG

1.1 Cơ sở lý luận về nhà hàng

1.1.1 Khái niệm nhà hàng và vai trò, chức năng của nhà hàng

1.1.1.1 Khái niệm nhà hàng Theo tiến sĩ Vũ Thị Hòa và tiến sĩ Nguyễn Vũ Hà (đồng tác giả cuốn “Giáo trình lý thuyết

Nghiệp vụ nhà hàng” – Trường Cao Đẳng Du lịch Hà Nội) thì : “Nhà hàng được định nghĩa là một cơ sở kinh doanh chuyên chế biến và phục vụ các sản phẩm ăn uống nhằm đáp ứng nhu cầu thiết yếu và các nhu cầu khác của khách hàng với mục đích chủ yếu là thu lợi nhuận”.

1.1.1.2 Vai trò, chức năng của nhà hàng

- Chuẩn bị dụng cụ ăn uống đầy đủ, đúng quy cách, phù hợp tiêu chuẩn và yêu cầu bữa ăn mà khách hàng mong muốn.
- Nhà hàng là bộ phận cấu thành của khách sạn, không có nhà hàng khách sạn khó có thể hoạt động trơn tru, hoàn thiện và hiệu quả.
- Đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách hàng tại khách sạn.
- Mở rộng quan hệ hữu nghị và hợp tác, siết chặt tình đoàn kết giữa các quốc gia, các dân tộc trên mọi miền đất nước và trên thế giới.
- Tổ chức phục vụ bữa ăn theo trình tự, đúng nghi thức phục vụ, thể hiện sự chuyên nghiệp và nâng cao uy tín, danh tiếng, thu hút được nhiều khách hàng hơn.
- Tạo công ăn việc làm cho người lao động, tạo dấu ấn riêng có cho khách sạn.
- Thu hút và làm thỏa mãn nhu cầu ẩm thực của du khách.
- Tạo doanh thu góp phần vào tổng doanh thu hàng tháng cho khách sạn.

Chức năng chính của nhà hàng là kinh doanh thức ăn, đồ uống và phục vụ nhu cầu ăn uống của khách hàng. Đây là hoạt động đóng vai trò quan trọng, đảm bảo thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng cũng như khách du lịch hiện nay.

Ngoài ra, một số nhà hàng còn chịu trách nhiệm về ăn uống cho nhân viên tại khách sạn và cung cấp các dịch vụ bổ sung như: tổ chức tiệc, buffet cho hội thảo, tổ chức tiệc theo yêu cầu của khách,...

1.1.2 Phân loại nhà hàng

Theo TS.Nguyễn Văn Mạnh, THS.Hoàng Thị Lan Hương trong cuốn giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn: Nhà hàng là một cơ sở kinh doanh chuyên chế biến và phục vụ các sản phẩm ăn uống nhằm đáp ứng nhu cầu thiết yếu và các nhu cầu khác của khách hàng với mục đích thu lợi nhuận. Hiện nay ở Việt Nam, người ta sử dụng các tiêu chí sau làm cơ sở để phân loại nhà hàng:

- Theo kiểu ẩm thực
- Theo quy mô, đẳng cấp

- Theo hình thức phục vụ
- Theo loại thức ăn
- Theo hình thức sở hữu

1.1.2.1 Phân loại nhà hàng theo kiểu ẩm thực

Dựa vào các món ăn đặc trưng trong nền ẩm thực của một quốc gia, vùng miền, châu lục để phân biệt ra thành các nhà hàng khác nhau như: Đây là cách phân loại dễ dàng bắt gặp và thường được sử dụng nhiều nhất

- Nhà hàng Á – phục vụ các món ăn của các nước Châu Á
- 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

1.1.2.2 Phân loại nhà hàng theo quy mô, đẳng cấp

Kiểu phân loại này thường chỉ mang tính tương đối. Chúng thường được phân chia thành:

- Quán ăn nhỏ gia đình
- Nhà hàng bình dân
- Nhà hàng trung – cận cao cấp
- Nhà hàng cao cấp
- Canteen – nhà ăn tại các xí nghiệp, trường đại học

1.1.2.3 Phân loại nhà hàng theo hình thức phục vụ

- Nhà hàng phục vụ theo định suất (set menu service)
- Nhà hàng chọn món (A la carte)
- 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)

1.1.2.4 Phân loại theo thức ăn Các nhà hàng phân loại bằng cách này sẽ phục vụ các món ăn theo chủ đề chính của quán. Ví dụ như chúng ta có nhà hàng hải sản, nhà hàng chuyên lẩu, nhà hàng chay, nhà hàng chuyên gà/bò/dê, Nhà hàng bia hơi, các món ăn đặc sắc theo từng vùng miền...

1.1.2.5 Phân loại theo hình thức sở hữu

- Nhà hàng tư nhân
- Nhà hàng nhà nước
- Nhà hàng cổ phần
- Nhà hàng liên doanh
- Nhà hàng tập thể (hợp tác xã)
- Nhà hàng 100% vốn nước ngoài

1.2 Cơ sở lý luận về hoạt động phục vụ tại nhà hàng.

1.2.1 Vị trí, chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận tại nhà hàng.

Ban Giám đốc:

Vai trò của Ban Giám đốc trong nhà hàng chính là điều hành – giám sát – quản lý chung tất cả các công việc lẫn nhân viên. Họ là người có tiếng nói và quyết định cuối cùng đến các vấn đề quan trọng của nhà hàng như lên chiến lược, kế hoạch, định hướng phát triển cho đơn vị mình. Ngoài ra, các vấn đề phát sinh mang tính đột xuất, có tính chất nghiêm trọng cũng cần có sự đồng ý của Ban Giám đốc.

Quản lý nhà hàng:

Có trách nhiệm hỗ trợ đắc lực cho Ban giám đốc về các hạng mục công việc. Phân công và tổ chức nhân sự theo cấp quản lý, giám sát các công việc để mang đến chất lượng dịch vụ tốt nhất. Đặc biệt là về tài chính, ngân sách của nhà hàng, doanh thu trong tháng, năm vừa qua thay đổi ra sao. Phối hợp với bộ phận bếp thường xuyên cập nhật những món mới, xây dựng thực đơn mới.

Bộ phận kinh doanh:

Có trách nhiệm lên kế hoạch để quảng cáo, giới thiệu hình ảnh, thương hiệu nhà hàng đến mọi người. Đặc biệt là phải thu thập được các thông tin về đối thủ cạnh tranh, thị trường xung quanh ra sao và khách hàng tiềm năng. Từ đó tạo mối quan hệ, uy tín và duy trì, chăm sóc những khách hàng thân thiết.

Bộ phận Lễ tân:

- Bộ phận lễ tân, phục vụ tại bàn mang đến sự hài lòng về tác phong của nhân viên. Đây được xem là hình ảnh đại diện cho nhà hàng nên có vai trò rất quan trọng trong sơ đồ bộ máy nhà hàng.

- Đối với bộ phận lễ tân sẽ chịu trách nhiệm đón và tiễn khách, giải đáp mọi thắc mắc nếu khách hàng có bất kỳ vấn đề nào hay khiếu nại. Nếu nằm trong phạm vi giải quyết hoặc có sự hiểu biết thì có thể giải quyết trực tiếp. Ngược lại cần phải thông báo với cấp trên để được xử lý ổn thỏa.
- Bên cạnh bộ phận lễ tân, bộ phận phục vụ cũng chịu trách nhiệm đón và tiễn khách. Cùng với đó là sắp xếp chỗ ngồi và gợi ý để khách hàng chọn món, đảm bảo phục vụ khách trong quá trình thực khách thưởng thức bữa ăn tại nhà hàng. Sau khi đã thưởng thức xong, nhân viên phục vụ có trách nhiệm dọn dẹp sạch sẽ và sắp xếp lại bàn ăn của khách.

Bộ phận Phục vụ:

Cùng với Lễ tân, bộ phận Phục vụ chịu trách nhiệm đón và tiễn khách, sắp xếp chỗ ngồi và gợi ý cho khách chọn món, phục vụ nhu cầu của khách trong suốt thời gian khách thưởng thức bữa ăn tại nhà hàng. Sau khi khách rời khỏi, nhân viên Phục vụ còn có trách nhiệm dọn dẹp và sắp xếp lại không gian ăn uống của khách.

Bộ phận quầy Bar:

Đây là nơi cung cấp cho khách hàng những món đồ uống hảo hạng, thơm ngon. Sau khi nhận được order của khách hàng sẽ tiến hành pha chế và để nhân viên phục vụ lên bàn. Ngoài ra, bộ phận này sẽ chịu trách nhiệm bảo quản tất cả vật dụng, thiết bị, thực phẩm tại khu vực bar. Định kỳ có báo cáo gửi cấp trên theo quy định, phối hợp với các bộ phận khác mỗi khi có yêu cầu.

Bộ phận Bếp:

Là bộ phận quan trọng bậc nhất tại nhà hàng, những nhân viên trong khu vực Bếp sẽ chịu trách nhiệm chế biến các món ăn chất lượng và có tính thẩm mỹ, mang lại sự hài lòng cho thực khách và níu chân họ quay lại. Trong khu vực Bếp có Bếp trưởng, Bếp phó, Ca trưởng, Đầu bếp, Phụ bếp,... để trao đổi và phối hợp với nhau hoàn thành tốt nhiệm vụ đó.

Bộ phận an ninh:

Nhà hàng muốn hoạt động được ổn định, đảm bảo về mặt an ninh thì không thể thiếu bộ phận này. Các nhân viên an ninh sẽ chịu trách nhiệm về an ninh, trật tự tại nhà hàng, đảm bảo an toàn cho khách hàng. Để hoàn thành tốt nhiệm vụ, bộ phận an ninh sẽ phối hợp với các bộ phận khác khi được phân công.

Bộ phận kế toán:

Quản lý công tác tài chính của nhà hàng, thống kê, hạch toán và lập phương án chi tiêu chi tiết của nhà hàng.

- Cashier: thanh toán tiền cho khách, theo dõi doanh thu hàng ngày và báo cáo lại cho kế toán trưởng sau mỗi tháng và mỗi quý.
- Kiểm toán: Kiểm tra theo dõi, cập nhật và tổng hợp chi phí do các cashier đã thực hiện trong ngày và lập báo cáo tài chính theo yêu cầu của nhà hàng.

1.2.2 Nhiệm vụ chung

Mỗi bộ phận của nhà hàng đều có những chức năng và nhiệm vụ khác nhau. Nhưng luôn hướng đến một mục đích chung là đáp ứng, làm hài lòng và thỏa mãn nhu cầu của khách hàng với các dịch vụ của nhà hàng, mang lại doanh thu, duy trì lòng trung thành của khách hàng và thu hút khách hàng mới đến với nhà hàng.

- Hàng ngày, phối hợp chặt chẽ với nhau để phục vụ mọi yêu cầu ăn uống của khách nhằm tạo hiệu quả kinh doanh.
- Tổ chức sắp xếp, bố trí phòng ăn, quầy bar, phòng bếp hợp lý, gọn gàng sạch sẽ, nhất là phòng ăn còn phải có tính nghệ thuật.
- Đảm bảo vệ sinh cho mọi trang thiết bị, dụng cụ phục vụ khách.
- Có biện pháp phòng ngừa, bảo vệ an toàn cho khách trong khi ăn uống.
- Quản lý tốt các tài sản vật tư hàng hóa được giao.
- Chấp hành nghiêm chỉnh các chế độ chính sách báo cáo thường ngày.
- Hoàn thành tốt các chỉ tiêu kế hoạch được giao.
- Thường xuyên trao đổi, học tập trau dồi thêm kiến thức về kỹ năng nghiệp vụ, văn hóa, ngoại ngữ,..

1.2.3 Cơ sở lý luận về chất lượng phục vụ tại nhà hàng.

1.2.3.1 Chất lượng và chất lượng dịch vụ

- Theo quan điểm cổ điển, người ta coi: “Chất lượng là mức độ phù hợp với các quy định định sẵn về một đặc tính của sản phẩm”.
- Theo quan điểm hiện đại thì: “Chất lượng là sự phù hợp với mục đích sử dụng và là mức độ làm thỏa mãn khách hàng”.

Tiêu chuẩn ISO 8420 (TCVN 5814 – 94) đã định nghĩa: “Chất lượng là toàn bộ những đặc trưng của một sản phẩm hoặc của một dịch vụ có khả năng làm thỏa mãn những yêu cầu đã đặt ra hoặc tiềm ẩn. Những yêu cầu tiềm ẩn đó bao hàm nội dung chất lượng đối với xã hội của sản phẩm, tức là sản phẩm làm ra không chỉ thỏa mãn khách hàng mua sản phẩm mà còn không gây ảnh hưởng đến xã hội và môi trường xung quanh. Trước khi đưa ra khái niệm về chất lượng dịch vụ khách sạn, cần tìm hiểu khái niệm dịch vụ và chất lượng dịch vụ nói chung. Dịch vụ thường được coi là kết quả của các mối quan hệ giữa nhân viên, khách hàng và cơ sở vật chất của một tổ chức theo quan điểm hệ thống.

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa. Nó là một phạm trù mang tính tương đối và chủ Do những đặc điểm và bản thân dịch vụ mà người ta có thể đưa ra khái niệm chất lượng dịch vụ theo những cách khác nhau, nhưng nhìn chung thường đứng trên quan điểm của người tiêu dùng dịch vụ. Tức là, chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào sự cảm nhận của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá tích lũy của khách hàng dựa trên sự so sánh giữa chất lượng mong đợi (hay dự đoán) và mức độ chất lượng khách hàng đã nhận được. Hay có thể nói một 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.

1.2.3.2 Chất lượng dịch vụ nhà hàng

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.

1.2.4 Khái niệm về hoạt động kinh doanh tại nhà hàng.

Theo Thông tư số 09/2006/TT-BTMM ngày 25/5/2006 của bộ thương mại về việc hướng dẫn điều kiện kinh doanh nhà hàng ăn uống, quán ăn bình dân thì: “Nhà hàng ăn uống là cơ sở chế biến và bán các sản phẩm ăn uống có chất lượng cao, có cơ sở vật chất, trang thiết bị và phương thức phục vụ tốt, đáp ứng được nhu cầu của mọi đối tượng nhà hàng.”

“Nhà hàng là nơi cung cấp dịch vụ ăn uống cho thực khách. Hay nói cách khác là nơi bán thức ăn và nước uống cho những người có nhu cầu. Đã được gọi là nhà hàng thì phải đảm bảo các tiêu chí sau đây phải đạt được một đẳng cấp nhất định: Chất lượng thức ăn và nước uống (Food & Beverage), menu tương đối đa dạng, đồng phục nhân viên tươm tất, nhân viên phục vụ chuyên nghiệp, vệ sinh an toàn thực phẩm, trang thiết bị tốt... Với nhu cầu ngày càng đa dạng thì một số nhà hàng còn tổ chức tiệc, hội nghị, hội thảo, sự kiện, các cuộc họp... cho khách hàng”. Ngoài ra thực khách còn xem nhà hàng là nơi để gặp gỡ bạn bè, người thân, tiếp đón đối tác làm ăn, trao đổi công việc (trích từ “Giáo trình Quản lý nhà hàng và Bar”, Nguyễn Duy Anh Kiệt).

Kinh doanh nhà hàng thực hiện nhiệm vụ bán các sản phẩm thuộc ngành và lĩnh vực khác của nền kinh tế quốc dân như nông nghiệp, công nghiệp chế biến, viễn thông, ngân hàng... Bản chất ngành kinh doanh nhà hàng luôn tồn tại song hành 2 quá trình: sản xuất và tiêu thụ dịch vụ. Góp phần thúc đẩy nền kinh tế quốc gia và nền kinh tế thế giới phát triển. Việc sản xuất và cung ứng dịch vụ ăn uống là hoạt động cơ bản nhất trong tổ chức kinh doanh nhà hàng. Các nhà kinh doanh tìm mọi biện pháp để thu hút khách, kéo dài thời gian khách lưu lại nhà hàng để có thể tiêu thụ một khối lượng hàng hóa lớn nhất, một mặt nâng cao doanh thu, mặt khác tăng cường danh tiếng, uy tín của nhà hàng.

1.2.5 Đặc điểm của hoạt động kinh doanh tại nhà hàng.

1.2.5.1 Chất lượng phục vụ tại nhà hàng khó đo lường và đánh giá

Chất lượng dịch vụ là kết quả của sự tác động qua lại giữa các yếu tố: Nhân viên phục vụ, khách hàng, cơ sở vật chất trong quá trình thực hiện dịch vụ. Để đo lường đánh giá được chất lượng dịch vụ, đầu tiên phải đánh giá từng thành phần một trong ba thành phần trên.

- Đầu tiên là đánh giá cơ sở vật chất dùng trong quá trình phục vụ, điều này là đơn giản nhất. Bởi vì chất lượng của cơ sở vật chất chúng ta hoàn toàn có thể đo đếm được, chúng là những thứ mang hình thái vật chất do vậy chúng đều có thước đo để đánh giá chất lượng.
- Thứ hai là nhân viên phục vụ, yếu tố này khó hơn vì phải đánh giá con người, các tiêu chuẩn đặt ra để đánh giá con người chỉ mang tính chất tương đối, chỉ đúng trong một hoàn cảnh và thời điểm nhất định.
- Thứ ba là đánh giá khách hàng, làm thế nào để chọn được khách hàng cho mình không một ai có thể lựa chọn phục vụ khách hàng này mà không lựa chọn phục vụ khách hàng kia, trừ trường hợp thật đặc biệt. Trong quá trình phục vụ thì các yếu tố như tâm trạng tâm lý, tình trạng sức khỏe, nguồn gốc dân tộccủa mỗi người tiêu dùng thường khác nhau. Và nhân viên phục vụ cũng chỉ là con người bình thường, do vậy họ chịu sự chi phối của tâm lý, tình trạng sức khỏe....lúc tâm lý và tình trạng sức khỏe tốt họ có thể phục vụ khách hàng một cách tốt nhất và ngược lại.

1.2.5.2 Chất lượng phục vụ tại nhà hàng chỉ được đánh giá chính xác qua cảm nhận của người tiêu dùng

Giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Trên thực tế, khi mong đợi càng cao, có thể tiêu chuẩn về chất lượng cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm càng cao hoặc ngược lại. Do vậy, yêu cầu về chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng cần phải đảm bảo và được thỏa mãn trên cơ sở sự hài lòng của họ.

Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận, sự mong đợi và giá trị cảm nhận, nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo nên lòng trung thành ở khách hàng, trường hợp ngược lại, đây là sự phàn nàn hay sự than phiền về sản phẩm mà họ tiêu dùng.

1.2.5.3 Chất lượng phục vụ phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của nhà hàng.

Quá trình thực hiện dịch vụ của nhà hàng cần phải dựa vào cơ sở vật chất của nhà hàng và các nhân viên phục vụ trực tiếp trong nhà hàng. Khách đến với nhà hàng vừa với mục đích ăn uống, vừa để thoả mãn tâm lý. Khách luôn muốn mình được ở trong một không gian tiện nghi, sang trọng và được phục vụ nhiệt tình chu đáo. Do vậy, khách hàng cũng dựa vào cơ sở vật chất và nhân tố con người của nhà hàng để đánh giá về chất lượng phục vụ của nhà hàng. Bên cạnh đó quy trình phục vụ và sự phát triển của thị trường hay sự cạnh tranh của các đối thủ cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng phục vụ.

- Nhân viên muốn hoàn thành công việc phục vụ khách cần phải có trang thiết bị phù hợp để phục vụ khách được tốt. Nếu nhà hàng không trang bị cho nhân viên các thiết bị đầy đủ và cần thiết cho nhân viên thì nhân viên khó có thể đảm bảo việc phục vụ khách chu đáo. Như vậy, chất lượng phục vụ chịu sự phụ thuộc vào chất lượng của các điều kiện để thực hiện dịch vụ. Cơ sở vật chất của nhà hàng phải đạt được sự tiện nghi, sang trọng, hiện đại. Sự thẩm mỹ trong nhà hàng và sự an toàn trong lắp đặt, sử dụng các trang thiết bị phải tương xứng với thứ bậc của nhà hàng.
- Nhân tố con người, đặc biệt là đội ngũ nhân viên phục vụ trực tiếp trong nhà hàng phải có chất lượng cao. Chất lượng của đội ngũ nhân viên phục vụ chính là trình độ tay nghề, trình độ học vấn, là thái độ, cách ứng xử, khả năng giao tiếp, ngoại hình bên ngoài, tình trạng tâm lý, sức khỏe, độ tuổi...
- Quy trình phục vụ là yếu tố vô cùng quan trọng có ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ nhà hàng hiện nay. Quy trình có thể được xây dựng dựa trên các tiêu chuẩn chất lượng chung. Hoặc dựa trên thực tiễn định hướng thương hiệu mà nhà hàng muốn hướng tới. Đương nhiên, một quy trình làm việc, quy trình phục vụ hợp lý, hiệu quả sẽ giúp đội ngũ nhân sự làm việc phát huy được tối đa năng suất. Cũng như mang đến sự hài lòng tuyệt đối cho khách hàng nhờ có được quy trình phục vụ chất lượng và phù hợp. - Đây là một trong những yếu tố khách quan. Và có ảnh hưởng gián tiếp đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Đương nhiên, đối thủ cạnh tranh khi có các sản phẩm giống với bạn. Thì điều khiến bạn trở nên vượt trội hơn với họ chỉ là chất lượng dịch vụ. Do đó, sự cạnh tranh của đối thủ. Đây cũng là một trong những yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ rất lớn. Điều này vừa nâng cao được chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Đồng thời, cũng tăng nhanh được tính cạnh tranh trên thị trường. Giúp nhà hàng, doanh nghiệp của bạn trở nên phát triển hơn so với xung quanh.

Chất lượng dịch vụ có thể coi là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp. Ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Vì thế, nếu nhà hàng, khách sạn, hay nhà cung cấp. Nếu muốn đem đến cho khách

hàng những trải nghiệm thỏa mãn nhu cầu. Thì việc nâng cao và đem đến chất lượng dịch vụ tốt. Đây là điều vô cùng cần thiết và quan trọng.

1.2.5.4 Chất lượng phục vụ tại nhà hàng đòi hỏi tính nhất quán cao.

Tính nhất quán được hiểu theo hai góc độ:

- Thứ nhất, đó là sự thống nhất cao và thông suốt trong nhận thức, hành động của tất cả các thành viên, các bộ phận trong nhà hàng về mục tiêu chất lượng cần đạt được của nhà hàng. Tính nhất quán cũng vì thế đòi hỏi các chủ trương chính sách kinh doanh của nhà hàng phải đồng bộ với nhau.
- Thứ hai, đó là sự đồng bộ toàn diện, trước sau như một và đúng như lời hứa mà nhà hàng đã hứa và quảng cáo với khách hàng. Chất lượng phục vụ ăn uống phải đảm bảo tiêu chuẩn mọi nơi, mọi lúc, với mọi khách hàng. Điều đó có nghĩa là không thể cho phép tồn tại kiểu chất lượng phục vụ chỉ áp dụng cho một vài khu vực quan trọng nào đó của nhà hàng để lấy danh tiếng. Dịch vụ cung cấp phải luôn đạt tiêu chuẩn với mọi tầng lớp khách hàng, không phân biệt khách sang trọng hay không sang trọng, khách tiêu dùng nhiều hay tiêu dùng ít, không phân biệt khách đến lần đầu hay lần thứ. Dịch vụ mà nhà hàng cung cấp trước sau thống nhất, luôn đạt tiêu chuẩn. Tính nhất quán không được hiểu theo nghĩa của tính cố định bất biến. Chất lượng phục vụ ăn uống không phải chỉ được diễn ra trong một thời điểm nhất định nào đó, cốt để “gắn” lên ngực áo một huy chương theo kiểu “bệnh thành tích”. Chất lượng phục vụ cũng không thể xây dựng một lần rồi cứ mãi mãi áp dụng mà không thay đổi. Chất lượng phục vụ phải được hoàn thiện không ngừng và phải được điều chỉnh nếu thấy cần thiết cho phù hợp với yêu cầu thực tế của thị trường.

1.2.6 Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ

1.2.6.1 Cơ sở vật chất kỹ thuật.

Cơ sở vật chất kỹ thuật ảnh hưởng trực tiếp đến việc phục vụ và cũng ảnh hưởng đến chất lượng đồ ăn thức uống vì nó ảnh hưởng đến tiện nghi phục vụ cho lễ cưới như: dụng cụ ăn uống, bàn ghế và những đồ dùng cần thiết khác; ngoài ra nó còn ảnh hưởng đến dụng cụ chế biến, bảo quản nguyên liệu và sản phẩm ăn uống. Cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại, đồng bộ, sang trọng tạo cảm giác thoải mái cho cả nhân viên và khách hàng.

1.2.6.2 Đội ngũ lao động và cơ cấu tổ chức kinh doanh ăn uống.

Thể hiện ở trình độ chuyên môn, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, ngoại ngữ, khả năng giao tiếp với khách hàng, đồng nghiệp và nhà quản lý. Trình độ của đội ngũ nhân viên ảnh