

The Saigon International  
University



Khóa luận  
tốt nghiệp

---

## **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Ngành*

**Quản trị nhà hàng**

**Đề tài:**

**Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của  
nhà hàng The Café Cardinal thuộc khách sạn The Reverie Saigon**

*Giảng viên hướng dẫn*

**ThS. Hoàng Ngọc Hiền**

*Sinh viên*

**Võ Thành Phát**

MSSV: 44011801576



## LỜI CAM ĐOAN

Em, Võ Thành Phát là sinh viên khóa 11, mã sinh viên 44011801576, chương trình đào tạo cử nhân Quản trị kinh doanh, chuyên ngành Nhà hàng – Khách sạn, trường đại học Quốc Tế Sài Gòn. Em xin cam kết rằng kết quả nghiên cứu đề tài: **“Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng The Café Cardinal thuộc khách sạn The Reverie Saigon”**, được trình bày trong quyển luận văn tốt nghiệp này nó kết quả học tập và lao động của em dưới sự hướng dẫn tận tình của giảng viên hướng dẫn. Kết quả nghiên cứu trong luận văn này là trung thực. Các kết quả nghiên cứu và tài liệu khác được sử dụng trong luận văn này đã được liệt kê nguồn và được ghi trích dẫn cụ thể.

Em hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng bảo vệ luận văn, Trường đại học Quốc Tế Sài Gòn về những cam kết nêu trên.

TP. HCM, ngày 15 tháng 3 năm 2023

Người thực hiện luận văn

**Võ Thành Phát**

## LỜI CẢM ƠN

Ba tháng thực tập ngắn ngủi là cơ hội cho em tổng hợp thông tin và hệ thống hóa lại những thông tin đã tiếp thu được, đồng thời kết hợp với thực tế để nâng cao kiến thức chuyên môn. Tuy chỉ có hai tháng thực tập, nhưng qua quá trình thực tập, em đã được mở rộng tầm nhìn và tiếp thu rất nhiều kiến thức thực tế. Từ đó em nhận thấy, việc cọ sát thực tế là vô cùng quan trọng – nó giúp sinh viên xây dựng nền tảng lý thuyết được học ở trường vững chắc hơn. Trong quá trình thực tập, từ chỗ còn bỡ ngỡ cho đến thiếu kinh nghiệm, em đã gặp phải rất nhiều khó khăn nhưng với sự giúp đỡ tận tình của **Thầy/Thạc sĩ Hoàng Ngọc Hiến** và sự nhiệt tình của các anh, chị quản lý, đồng nghiệp trong nhà hàng Café Cardinal đã giúp em có được những kinh nghiệm quý báu để hoàn thành tốt kì thực tập này cũng như viết lên bài báo cáo thực tập thực tế. Em xin chân thành cảm ơn.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban giám hiệu trường đại học Quốc tế Sài Gòn, quý thầy cô khoa Quản trị luật - Chuyên ngành Nhà hàng - Khách sạn đã tận tâm giảng dạy và truyền đạt những kiến thức, kinh nghiệm quý báu cho em. Đặc biệt, em xin cảm ơn thầy Hoàng Ngọc Hiến, người đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành khóa luận này. Do thời gian thực tập chưa lâu, trình độ lý luận cũng như kiến thức chuyên ngành còn hạn chế, nên trong quá trình thực tập và làm khóa luận này vẫn còn nhiều thiếu sót. Vì vậy, em rất mong nhận được những ý kiến, phản hồi của các thầy cô, anh chị về bài luận văn này để đề tài của em được hoàn thiện hơn.

Sinh viên

# MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	3
LỜI CẢM ƠN.....	4
MỤC LỤC .....	5
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN .....	7
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT .....	8
PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ.....	9
1. Lý do chọn đề tài:.....	9
2. Mục tiêu nghiên cứu đề tài:.....	10
3. Ý nghĩa nghiên cứu:.....	10
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu: .....	10
5. Phương pháp nghiên cứu: .....	11
6. Bố cục đề tài: .....	11
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ BỘ PHẬN ẨM THỰC TẠI KHÁCH SẠN .....	12
1. Một số khái niệm cơ bản: .....	12
1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn .....	12
1.1.2. Khái niệm khách sạn .....	13
1.1.3. Các tiêu chí phân loại khách sạn .....	14
1.1.4. Khái niệm về phục vụ tại nhà hàng: .....	18
1.1.5 Nhiệm vụ và trách nhiệm của nhân viên phục vụ (Bộ phận bàn) tại nhà hàng .....	23
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG QUY TRÌNH PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG CỦA BỘ PHẬN F&B TẠI NHÀ HÀNG THE CAFÉ CARDINAL .....	26
2.1 Tổng quan và quá trình phát triển của khách sạn The Reverie: .....	26
2.2 Sản phẩm dịch vụ khách sạn The Reverie Saigon: .....	29
2.2.1 Dịch vụ lưu trú: .....	29
2.2.2 Dịch vụ ẩm thực .....	32
2.2.3 Dịch vụ hội họp và sự kiện .....	35
2.2.4 Dịch vụ khác .....	36
2.3 Phân tích nhiệm vụ của từng công việc.....	46
2.3.1 Hostess.....	46
2.3.2 Nhân viên phục vụ .....	48
2.3.3 Food caller (Food pass).....	49
2.3.4 Pantry.....	50

2.3.5 Quầy bar .....	50
2.3.5 Đánh giá quy trình phục vụ khách ăn tối tại nhà hàng The Café Cardinal	51
2.3.5.1 Ưu điểm.....	51
2.3.5.2 Hạn chế .....	52
2.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tại nhà hàng The Café Cardinal.....	52
2.4.1 Yếu tố bên ngoài nhà hàng: .....	52
2.4.2 Yếu tố bên trong nhà hàng: .....	54
2.4.3 Tổ chức hoạt động kinh doanh trong nhà hàng Café Cardinal – Khách sạn The Reverie Saigon. ....	56
<b>CHƯƠNG III: Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tại nhà hàng The Café Cardinal dựa trên mô hình SERVQUAL ( Parasuraman 1988 )</b> .....	58
3.1 Mô hình SERVQUAL là gì ? .....	58
3.2 Một số ví dụ về mô hình SERVQUAL .....	59
3.2 Các tiêu chí để đánh giá sự hài lòng của khách du lịch dựa trên mô hình SERVQUAL. ....	64
3.2.1 Cơ sở vật chất.....	64
3.2.2 Năng lực phục vụ. ....	64
3.2.3 Mức độ phục vụ.....	64
3.2.4 Độ tin cậy. ....	65
3.2.5 Sự cảm nhận. ....	65
3.2.6 Sự hài lòng của khách du lịch.....	65
<b>CHƯƠNG IV: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT</b> .....	66
4.1. Kết quả nghiên cứu.....	66
4.1.1 Kết quả mô tả mẫu khảo sát .....	69
4.1.2. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha .....	73
4.1.3. Kiểm định EFA, Anova .....	77
4.2 Các giải pháp đề xuất cải thiện chất lượng dịch vụ.....	79
4.3. KẾT LUẬN.....	81
<b>PHỤ LỤC 1: HÌNH ẢNH</b> .....	85
<b>PHỤ LỤC 2: BẢNG CÂU HỎI NGHIÊN CỨU</b> .....	92
<b>BẢNG CÂU HỎI NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC</b> .....	95
<b>PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CRONCH'S ALPHA</b> .....	103

# NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Hồ Chí Minh, ngày... tháng... năm...

**Giáo viên hướng dẫn**

(Ký và ghi rõ họ tên)

## **DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT**

<b>TP</b>	<b>Thành Phố</b>
<b>HCM</b>	<b>Hồ Chí Minh</b>
<b>KS</b>	<b>Khách Sạn</b>
<b>FO</b>	<b>Front Office</b>
<b>F&amp;B</b>	<b>Food And Beverage</b>
<b>VN</b>	<b>Việt Nam</b>



# PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ

## 1. Lý do chọn đề tài:

Du lịch là một trong những trụ cột chính của thương mại quốc tế, đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế của nhiều quốc gia trên thế giới và là động lực tăng nguồn thu nhập quan trọng đối với nhiều nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam. Để có thể phục vụ cho các hoạt động kinh doanh du lịch và phục vụ nhu cầu đi du lịch, tham quan, nghỉ dưỡng ngày càng cao của khách hàng, rất nhiều tập đoàn lớn, cũng như các doanh nghiệp kinh doanh ngành nhà hàng - khách sạn đã và đang không ngừng nỗ lực nâng cao chất lượng cơ sở hạ tầng, lẫn chất lượng phục vụ và nguồn nhân lực của mình để mang đến những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho khách hàng. Tuy nhiên, trên thực tế không phải khách sạn nào cũng đáp ứng tốt các nhu cầu của khách hàng để mang lại sự hài lòng cho họ. Hiện nay có doanh nghiệp kinh doanh khách sạn đang đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt bởi sự tham gia của các tập đoàn trong và ngoài nước, do đó các doanh nghiệp phải có các giải pháp nâng cao vị thế của mình và giữ chân khách hàng. Giải pháp cạnh tranh ít tốn kém và hiệu quả nhất, đồng thời tạo nên điểm khác biệt riêng cho doanh nghiệp chính là nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên.

Chất lượng thật sự mà khách hàng mong đợi là gì? Đó không đơn thuần là một chuyến du lịch an toàn, có một nơi dừng chân nghỉ dưỡng, có một nơi để đáp ứng các nhu cầu sinh lý cơ bản của con người mà là một đòi hỏi cao hơn, một bầu không khí thân thiện, những giây phút tận hưởng thoải mái. Khách du lịch luôn mong chờ vào một “ngôi nhà thứ hai” đúng

nghĩa, họ luôn muốn được tiếp đón với những nụ cười niềm nở, được đối xử thân thiện nhiệt tình những người thân quan khi bước vào khách sạn. Quá trình thực tập tại nhà hàng The Café Cardinal càng giúp em cảm nhận sâu sắc hơn tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên pha chế trong khách sạn. Theo đánh giá khách quan của riêng em, chất lượng phục vụ của bộ phận pha chế The Café Cardinal rất tốt và nhiều khách hàng rất hài lòng. Song, vẫn tồn tại một số điểm hạn chế trong quy trình phục vụ, thái độ của nhân viên và một số hạn chế trong cơ sở vật chất,... Những điều này sẽ ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng về khách sạn, việc nâng cao chất lượng phục vụ trở thành việc cần thiết không chỉ của ban quản lý cấp cao trong khách sạn mà còn của toàn thể nhân viên. Chính vì lý do trên nên em quyết định nghiên cứu đề tài **“Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của nhà hàng The Café Cardinal thuộc khách sạn The Reverie Saigon”**.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu đề tài:**

Nhận thức rõ nhiệm vụ, vai trò và tầm quan trọng của bộ phận ẩm thực trong kinh doanh khách sạn, để từ đó đưa ra một số giải pháp cải thiện và nâng cao chất lượng quy trình phục vụ khách hàng của bộ ẩm thực tại khách sạn The Reverie Saigon.

## **3. Ý nghĩa nghiên cứu:**

Giúp không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên bộ phận ẩm thực. Góp phần tạo nên danh tiếng, uy tín và lợi thế cạnh tranh cho khách sạn The Reverie Saigon.

## **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động kinh doanh và chất lượng quy trình phục vụ của bộ phận ẩm thực tại khách sạn The Reverie Saigon.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài là bộ phận ẩm thực khách sạn The Reverie.

## **5. Phương pháp nghiên cứu:**

Thu thập, nghiên cứu các khái niệm, cơ sở lý thuyết về kinh doanh khách sạn, chất lượng quy trình phục vụ, nhiệm vụ của bộ phận Pha Chế thông qua sách, báo, internet, tài liệu chuyên ngành, những nghiên cứu đi trước. Đồng thời, ghi chép và thu thập thông tin, số liệu qua quá trình thực tế và làm việc tại nhà hàng The Café Cardinal, từ đó đưa ra những nhận định và đánh giá. Cuối cùng vận dụng kiến thức và quan điểm cá nhân đề xuất những giải pháp giúp cải thiện chất lượng quy trình phục vụ khách hàng của bộ phận Pha Chế của nhà hàng The Café Cardinal.

## **6. Bố cục đề tài:**

Luận văn gồm 3 chương

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ BỘ PHẬN ẨM THỰC TẠI KHÁCH SẠN.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG QUY TRÌNH PHỤC VỤ KHÁCH HÀNG CỦA BỘ PHẬN F&B TẠI NHÀ HÀNG THE CAFÉ CARDINAL

.CHƯƠNG III: CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NHÀ HÀNG THE CAFÉ CARDINAL THUỘC KHÁCH SẠN THE REVERIE SAIGON.

CHƯƠNG IV: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT.

# CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ

## BỘ PHẬN ẨM THỰC TẠI KHÁCH SẠN

### 1. Một số khái niệm cơ bản:

#### 1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

Lịch sử ngành khách sạn đánh dấu sự ra đời của những khách sạn là những căn phòng thô sơ, nơi những người đi bộ lạc lỏi tìm nơi dừng chân và thanh toán tiền. Sau đó, mở thêm dịch vụ ăn uống để đáp ứng thêm nhu cầu ăn uống của khách hàng.

Kinh tế ngày càng phát triển, đời sống vật chất của người dân ngày càng nâng cao, người dân có điều kiện chăm lo đời sống tinh thần hơn, lượng người đi du lịch ngày càng tăng nhanh. Cùng với sự phát triển của hoạt động du lịch, sự cạnh tranh giữa các khách sạn nhằm thu hút ngày càng nhiều khách và đặc biệt là những khách sạn có tiềm lực tài chính mạnh đã làm tăng tính đa dạng cho hoạt động của ngành. Ngoài hai hoạt động chính (nghỉ ngơi và ăn uống), nhu cầu có thêm điều kiện để hội họp, hẹn hò, quan hệ xã hội, chữa bệnh, giải trí,... cũng ngày càng tăng nhanh. Những điều kiện này đã tạo điều kiện đa dạng khái niệm kinh doanh khách sạn với nhiều hoạt động tổ chức các dịch vụ bổ sung (dịch vụ giải trí, thể thao, chăm sóc sức khỏe, dịch vụ chăm sóc sắc đẹp, dịch vụ giặt là,...)

Trên phương diện chung nhất, có thể đưa ra định nghĩa về kinh doanh khách sạn như sau:

**“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 nhu cầu ăn, nghỉ, giải trí của họ tại các địa điểm du lịch nhằm mục đích lợi nhuận”.**

( Theo định nghĩa của Ts. Nguyễn Văn Mạnh và ThS. Hoàng Thị Lan Hương (2008), trong cuốn Giới thiệu tổng quan về kinh doanh khách sạn, Quản trị kinh doanh khách sạn thuộc Đại học kinh tế Quốc dân 10-12).

### **1.1.2. Khái niệm khách sạn**

Với định nghĩa khá cụ thể của nhà nghiên cứu Morcel Gotie thì khái niệm về khách sạn cũng được phản ánh một cách hoàn thiện đúng trình độ và mức độ phát triển của nó. Nhóm tác giả nghiên cứu của Mỹ trong cuốn sách “Welcome to Hospitality” đã nói rằng: “Khách sạn là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể trả tiền để thuê buồng ngủ qua đêm ở đó. Mỗi buồng ngủ trong đó phải có ít nhất hai phòng nhỏ (phòng ngủ và phòng tắm). Mỗi buồng khách đều phải có giường, điện thoại và vô tuyến. Ngoài dịch vụ buồng ngủ có thể có thêm các dịch vụ khác như dịch vụ vận chuyển hành lý, trung tâm thương mại (với thiết bị photocopy), nhà hàng, quầy bar và một số dịch vụ giải trí. Khách sạn có thể được xây dựng ở gần hoặc bên trong các khu thương mại, khu du lịch nghỉ dưỡng hoặc các sân bay.”

Tại Việt Nam, theo Thông tư số 01/202/TT – TCDL ngày 27/04/2001 của Tổng cục du lịch về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/NĐ – CP của Chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch ghi rõ: “ (Tổng Cục Du Lịch, 2001) (Tổng Cục Du Lịch, 2001) **“Khách sạn (Hotel) là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm**

**bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch”.**

### **1.1.3. Các tiêu chí phân loại khách sạn**

Nhu cầu của con người ngày càng tăng và đa dạng. Để đáp ứng tối đa nhu cầu của du khách, hệ thống khách sạn đã hình thành và phát triển nhiều loại khác nhau.

➤ Căn cứ vào quy mô khách :

- Khách sạn nhỏ

Khách sạn có quy mô từ 10 đến 49 buồng ngủ, đa phần chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú cho khách hàng, còn các dịch vụ khác không phục vụ. Loại khách sạn này có mức giá lưu trú thấp.

- Khách sạn vừa

Có quy mô từ 50 buồng đến 100 buồng, cung cấp đa phần các dịch vụ cho khách du lịch như lưu trú, ăn uống, một số dịch vụ bổ trợ. Loại khách sạn này thường xây dựng ở các điểm du lịch, ở các thị xã, thị trấn và một số xây dựng ở các khu nghỉ mát. Loại khách sạn này thường có mức giá trung bình.

- Khách sạn lớn

Thường có từ 100 buồng ngủ trở lên, cung cấp đầy đủ các dịch vụ cho khách hàng, thường được trang bị các trang thiết bị văn minh và thường xây dựng cao tầng, loại này thường có mức giá cho thuê buồng cao.

➤ Căn cứ vào vị trí địa :

- Khách sạn thành phố (City centre hotel)

Loại khách sạn này được xây dựng ở trung tâm các thành phố lớn, các khu đô thị đông dân cư. Đối tượng phục vụ của khách sạn này là đối tượng khách đi công vụ, tham dự hội nghị, hội thảo, các thương gia, vận động và cổ động viên thể thao, khách đi thăm người thân. Các khách sạn này thường có quy mô lớn và cao tầng, trang bị các trang thiết bị đồng bộ, hiện đại, thường được xếp thứ hạng cao. Ở nước ta, các khách sạn này tập trung ở thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

- Khách sạn nghỉ dưỡng (Resort hotel)

Loại khách sạn nghỉ dưỡng thường xây dựng ở nơi tài nguyên thiên nhiên như các biển đảo, rừng núi. Kiến trúc xây dựng các biệt thự thấp tầng. Đối tượng khách đến các khách sạn này chủ yếu là du khách để nghỉ ngơi và các nhà khoa học nghiên cứu môi trường sinh thái. Các khách sạn này được trang bị khá đồng bộ các tiện nghi phục vụ sang trọng, cung cấp đồng bộ các dịch vụ cho du khách. Ở nước ta, các khách sạn nghỉ dưỡng thường tập trung ở Vịnh Hạ Long, Đồ Sơn – Hải Phòng, Đà Nẵng, Nha Trang, Sa Pa – Lào Cai, Đà Lạt – Lâm Đồng, vv...

- Khách sạn ven đô (Suburban hotel)

Khách sạn ven đô được xây dựng ở ngoại vi thành phố hoặc ở các trung tâm đô thị. Đối tượng phục vụ của loại khách này thường là khách nghỉ cuối tuần, khách công vụ, khách đi thăm thân. Những loại khách này có khả năng thanh toán chi tiêu trung bình. Do vậy, mức độ trang thiết bị các tiện nghi phục vụ khách hàng của khách sạn ven đô đầy đủ và tính sang trọng ở mức độ trung bình, cung cấp các dịch vụ cũng ở mức độ trung bình về chất lượng.

- Khách sạn ven đường (High way hotel) – Motel

Loại khách sạn này được xây dựng ở ven đường giao thông, quốc lộ, cao tốc để phục vụ khách đi lại trên các tuyến đường quốc lộ sử dụng phương tiện ô tô. Khách sạn ven đường chủ yếu cung cấp dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và dịch vụ phương tiện vận chuyển như sửa chữa, cung cấp nhiên liệu.

- Khách sạn quá cảnh

Khách sạn này được xây dựng ở sân bay, bến cảng, khu vực các cửa khẩu. Đối tượng phục vụ của khách sạn này là các thương gia, những hành khách của các hãng hàng không quốc tế và các tàu biển quốc tế dừng chân quá cảnh tại sân bay và cảng biển do lịch trình bắt buộc hoặc vì lí do đột xuất.

- Phân loại theo thị trường mục tiêu

Theo tiêu thức phân loại này, các loại khách sạn phổ biến nhất bao gồm:



- Khách sạn thương mại (Trade hotel)
- Khách sạn du lịch (Tourism hotel)
- Khách sạn căn hộ cho thuê
- Khách sạn sòng bạc
- Phân loại khách sạn theo mức độ cung ứng dịch vụ

Theo tiêu thức phân loại này, hệ thống khách sạn phân ra ba loại:

- Khách sạn cao cấp sang trọng (Luxury hotel)
- Khách sạn với dịch vụ đầy đủ (Full service hotel)
- Khách sạn cung cấp số lượng các dịch vụ hạn chế (Limited service hotel)
- Khách sạn thứ hạng thấp (Bình dân), ( Economy hotel)
- Phân loại khách sạn theo hình thức sở hữu

Căn cứ vào Luật doanh nghiệp 2005, khách sạn phân loại theo hình thức sở hữu bao gồm các loại sau:

- Khách sạn Nhà nước
- Khách sạn cổ phần
- Khách sạn được thành lập theo công ty TNHH
- Khách sạn tư nhân
- Khách sạn liên doanh
- Phân loại khách sạn theo mức độ liên kết

Theo tiêu thức phân loại này, các khách sạn phân ra các loại sau:

- Khách sạn độc lập
- Khách sạn tập đoàn

#### **1.1.4. Khái niệm về phục vụ tại nhà hàng:**

Phục vụ là một trong những bộ phận rất quan trọng trong quy trình kinh doanh nhà hàng, khách sạn, góp phần tạo nên những trải nghiệm ở khách hàng. Khách hàng dùng bữa có ngon miệng, có hài lòng về chất lượng dịch vụ, món ăn của nhà hàng, khách sạn hay không phụ thuộc rất lớn vào thái độ, cách làm việc của nhân viên Phục vụ.

#### **Vậy thế nào là phục vụ?**

Phục vụ là người trực tiếp giao tiếp với khách hàng, khiến khách cảm thấy được chào đón và thoải mái khi đến nhà hàng, khách sạn, giúp họ quyết định nên gọi món gì, chuyển các phiếu gọi món ấy xuống quầy và nhà bếp đồng thời đảm bảo khách hàng có khoảng thời gian dễ chịu ở nhà hàng. Hiểu một cách ngắn gọn, đây là người phục vụ khách hàng lựa chọn sản phẩm của nhà hàng, khách sạn, phục vụ khách hàng trong suốt thời gian khách dùng bữa và sẵn sàng giúp đỡ khách hàng nếu họ cần bất cứ sự phục vụ thêm nào.

Nhân viên Phục vụ là người trực tiếp giao tiếp với khách hàng, mang đến những trải nghiệm cho khách hàng khi đến dùng bữa tại nhà hàng, khách sạn

Nhân viên Phục vụ giữ vai trò quan trọng trong việc mang đến những trải nghiệm cho khách hàng, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp của nhà hàng, khách sạn. Một đội ngũ nhân viên

Phục vụ chuyên nghiệp, năng động sẽ để lại những ấn tượng tốt trong lòng khách hàng. Khi bạn đến nhà hàng dùng bữa, nếu nhận được thái độ niềm nở, vui vẻ và cách phục vụ nhanh nhẹn của nhân viên Phục vụ sẽ khiến bạn ngon miệng hơn và muốn quay trở lại nhà hàng. Ngược lại, sự lúng túng, chậm chạp hay thờ ơ của nhân viên Phục vụ sẽ khiến nhà hàng “mất điểm” và mất khách. Do đó, các chuyên gia đều gọi nhân viên Phục vụ là bộ mặt của nhà hàng, khách sạn.

Chào đón và hỗ trợ khách hàng tìm được chỗ ngồi phù hợp.Đưa menu để khách chọn món, chọn thức uống, tư vấn khách hàng trong việc lựa chọn món ăn, tăng doanh thu bán hàng. Ghi nhận thông tin gọi món của khách một cách chính xác, rõ ràng, đầy đủ và chuyển xuống bộ phận Bếp và bộ phận Thu ngân.

Nhân viên Phục vụ tư vấn món ăn, thức uống cho khách hàng và ghi nhận thông tin gọi món từ khách để chuyển xuống bộ phận Bếp và Thu ngân.

Kiểm tra lần cuối chất lượng món ăn, thức uống trước khi mang ra bàn phục vụ khách. Phục vụ món ăn theo đúng thứ tự gọi món, đúng số bàn, đúng món ăn, thức uống và đủ số lượng. Phục vụ các yêu cầu khác của khách trong quá trình dùng bữa như: Gọi thêm món, thêm nước xốt, rót rượu... Trả lời những thắc mắc của khách hàng về món ăn, nguyên liệu chế biến...Hướng dẫn khách hàng thực hiện thanh toán chi phí bữa ăn.Dọn dẹp bàn khách đã ăn và chuẩn bị bàn để phục vụ lượt khách tiếp theo. Đảm bảo khu vực dụng cụ ăn uống được phụ trách có đầy đủ những dụng cụ cần thiết: các loại chén, đĩa, muỗng, đũa, ly... Bảo

quản các dụng cụ của nhà hàng: bàn ghế, dụng cụ làm việc và các vật dụng có liên quan và báo cáo ngay với quản lý khi phát hiện hư hỏng, sút mẻ...

Yêu cầu đối với nhân viên phục vụ đòi hỏi bạn phải có sự nhanh nhẹn, trí nhớ tốt, tính cẩn thận, tỉ mỉ và khả năng chịu được áp lực cao.

Phục vụ được biết đến là cách gọi về công việc thuộc phân ngành kinh doanh nhà hàng – khách sạn. Công việc này thường sẽ tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, thực khách nhằm hỗ trợ, giúp đỡ họ có một trải nghiệm hoàn hảo khi đến một nhà hàng hay quán ăn. Nhiều người cho rằng công việc phục vụ vốn khá đơn giản. Tuy nhiên, thực tế chúng lại là việc làm có chứa nhiều tiêu chuẩn, kỹ năng và đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao.

Bởi lẽ ngành dịch vụ thường gắn với các công việc giao tiếp với khách quốc tế. Chính vì vậy phục vụ tiếng anh là gì? nhân viên phục vụ tiếng anh là gì? là những câu hỏi thường gặp. Với bản khoản này, có thể giải đáp như sau: trong tiếng Anh, phục vụ được gọi serve (có nghĩa là sự phục vụ) và dịch vụ tiếng anh được gọi là service. Từ danh từ này, có thể hiểu người phục vụ hay nhân viên phục vụ là server. Tuy nhiên đây chỉ là cách gọi chung nhất.

Ngoài cách gọi server chung thì nhân viên phục vụ bàn cũng có cách gọi riêng thể hiện sự chuyên nghiệp và phân hóa cao trong lao động. Nếu bạn băn khoăn rằng phục vụ bàn tiếng anh là gì thì nó còn được biết đến với cách gọi Waiter (nam phục vụ bàn)/Waitress (nữ phục vụ bàn).