

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA – VŨNG TÀU
KHOA DU LỊCH – SỨC KHỎE



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN
UỐNG TẠI NHÀ HÀNG THỊT NƯỚNG HÀN QUỐC
GOGI HOUSE LÝ THƯỜNG KIỆT VŨNG TÀU**

Trình độ đào tạo:	Đại học chính quy
Ngành:	Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành
Chuyên ngành:	Quản trị Nhà hàng – Khách sạn
Giảng viên hướng dẫn:	Th.S Trần Thị Ngọc Huỳnh
Sinh viên thực hiện:	Nguyễn Thị Phương Trâm
MSSV:	18032578
Lớp:	DH18KS
Niên khóa:	2018 - 2022

Vũng Tàu, tháng 10 năm 2021

ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

1. Thái độ tác phong khi tham gia thực tập:

.....
.....
.....

2. Kiến thức chuyên môn:

.....
.....
.....

3. Nhận thức thực tế:

.....
.....
.....

4. Đánh giá khác:

.....
.....
.....

5. Đánh giá kết quả thực tập:

.....
.....
.....

Giảng viên hướng dẫn

(Ký ghi rõ họ tên)

ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN

1. Thái độ tác phong khi tham gia thực tập:

.....
.....
.....

2. Kiến thức chuyên môn:

.....
.....
.....

3. Nhận thức thực tế:

.....
.....
.....

4. Đánh giá khác:

.....
.....
.....

5. Đánh giá kết quả thực tập:

.....
.....
.....

Giảng viên phản biện

(Ký ghi rõ họ tên)

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình của bản thân. Các nội dung nghiên cứu và kết quả trong đề tài này là trung thực, chưa được ai công bố trong bất cứ công trình nào.

Nếu có bất kỳ sự gian lận nào, tôi xin chịu trách nhiệm trước Hội đồng cũng như kết quả luận văn của mình.

Vũng Tàu, tháng 10 năm 2021

Sinh viên

Nguyễn Thị Phương Trâm

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Trường Đại Học Bà Rịa – Vũng Tàu, nơi mà em đã học tập và rèn luyện không những về kiến thức chuyên ngành mà còn về các kỹ năng sống, những kinh nghiệm quý báu được truyền đạt từ các thầy cô cũng như các anh chị đi trước. Điều này đã tạo nên nền tảng vững chắc để em có thể hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp quan trọng này.

Đặc biệt, em muốn gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến cô Trần Thị Ngọc Huỳnh, người đã tận tình giúp đỡ, chỉ dạy em trong quá trình học tập tại trường và cũng là người đã hết lòng hướng dẫn em thực hiện khóa luận tốt nghiệp này.

Lời cảm ơn tiếp theo em xin gửi đến Gogi House Lý Thường Kiệt nơi mà em đã làm việc. Cảm ơn anh chị trong ban quản lý và các đồng nghiệp tại đây luôn quan tâm và tạo điều kiện cho em được trải nghiệm thực tế một cách tốt nhất, hoàn thành tốt công tác thu thập các số liệu, thông tin để em có thể thực hiện tốt khóa luận của mình.

Em xin chân thành cảm ơn!

Vũng Tàu, tháng 10 năm 2021

Sinh viên

Nguyễn Thị Phương Trâm

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	ix
DANH MỤC CÁC BẢNG	x
DANH MỤC HÌNH ẢNH	xi
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG ...	4
1.1 Tổng quan nhà hàng và dịch vụ ăn uống trong nhà hàng.	4
<i>1.1.1. Khái niệm nhà hàng và kinh doanh nhà hàng.</i>	<i>4</i>
<i>1.1.2. Đặc điểm về kinh doanh nhà hàng.</i>	<i>4</i>
<i>1.1.3. Khái niệm dịch vụ ăn uống.</i>	<i>6</i>
<i>1.1.4. Đặc điểm, các yếu tố cấu thành dịch vụ ăn uống.....</i>	<i>7</i>
<i>1.1.5. Quy trình phục vụ ăn uống trong nhà hàng.</i>	<i>11</i>
1.2. Tổng quan về chất lượng dịch vụ ăn uống trong nhà hàng.....	12
<i>1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống.</i>	<i>12</i>
<i>1.2.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ ăn uống.....</i>	<i>13</i>
<i>1.2.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống.</i>	<i>14</i>
<i>1.2.4. Những tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống.</i>	<i>16</i>
<i>1.2.5. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống.....</i>	<i>19</i>
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	22
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI GOGI HOUSE LÝ THƯỜNG KIỆT	23
2.1. Lịch sử hình thành chuỗi nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc Gogi House	23
<i>2.1.1. Giới thiệu về chuỗi nhà hàng Gogi House</i>	<i>23</i>
<i>2.1.2. Quy mô kinh doanh và lĩnh vực hoạt động.</i>	<i>24</i>

2.1.3. Cơ cấu tổ chức nhân sự , chế độ lương thưởng.....	25
2.1.4. Nâng cao và phát triển thương hiệu.....	29
2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt. 30	
2.2.1. Giới thiệu thực đơn phục vụ tại nhà hàng.	30
2.2.2. Trang thiết bị, tiện nghi trong nhà hàng.....	32
2.2.3. Đội ngũ nhân sự.....	33
2.2.4. Quy trình phục vụ.....	34
2.2.5. Chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm.....	38
2.2.6. Quy trình giải quyết khiếu nại - than phiền của khách hàng.....	39
2.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt	41
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	48
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN	
UỐNG TẠI GOGI HOUSE LÝ THƯỜNG KIẾT.....	49
3.1. Định hướng phát triển của Gogi House Lý Thường Kiệt.....	49
3.1.1. Tầm nhìn của Gogi House Lý Thường Kiệt.....	49
3.1.2. Mục tiêu phát triển của Gogi House Lý Thường Kiệt.....	49
3.1.3. Định hướng phát triển chung của Gogi House Lý Thường Kiệt.....	49
3.2. Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt.....	51
3.2.1. Phát triển thực đơn và chất lượng món ăn.....	51
3.2.2. Cải tiến và bổ sung trang thiết bị nhà hàng.....	52
3.2.3. Nâng cao năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên.....	52
3.2.4. Hoàn thiện quy trình phục vụ.....	55
3.2.5. Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.....	55

<i>3.2.6. Hoàn thiện quy trình giải quyết các khiếu nại – than phiền của khách hàng.</i>	56
3.3. Đề xuất, kiến nghị.	57
<i>3.3.1. Đối với bộ phận quản lý.</i>	57
<i>3.3.2. Đối với một số bộ phận có liên quan đến hoạt động của nhà hàng.</i>	58
TÓM TẮT CHƯƠNG 3	60
KẾT LUẬN	61
TÀI LIỆU THAM KHẢO	62
PHỤ LỤC HÌNH ẢNH	63

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

BHYT:	Bảo hiểm y tế
BHXH:	Bảo hiểm xã hội
BHTN:	Bảo hiểm thất nghiệp
CCDC:	Công cụ dụng cụ
HSD:	Hạn sử dụng
ISO:	Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế
HACCP:	Hệ thống phân tích mối nguy và các điểm trọng yếu

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Tiền lương và phúc lợi.....	27
Bảng 2.2: Chế độ bảo hiểm xã hội.....	28
Bảng 2.3: Đánh giá của khách hàng về món ăn tại Gogi House Lý Thường Kiệt.....	42
Bảng 2.4: Đánh giá của khách hàng về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm tại Gogi House Lý Thường Kiệt	45

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Bảng khen và khen thưởng tại Gogi House.....	28
Hình 2.2: Tiêu chuẩn sắp xếp tủ Station.....	35
Hình 2.3: Tiêu chuẩn giải quyết khiếu nại – than phiền.....	40
Sơ đồ 1.1: Các yếu tố cơ bản tham gia sản xuất dịch vụ ăn uống.....	10
Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức nhân sự tại Gogi House.....	25

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Trong những năm trở lại đây nền kinh tế đất nước đang phát triển và ngày càng biến đổi to lớn, ngành Du lịch Việt Nam nói chung và hoạt động kinh doanh nhà hàng nói riêng đã có những bước khởi sắc. Khi mà đời sống nâng cao, nhu cầu con người ngày càng lớn, họ không chỉ có nhu cầu về vật chất mà họ còn có nhu cầu về tinh thần, muốn được nghỉ ngơi, thư giãn, thưởng thức những món ăn ngon bên gia đình, người thân, bạn bè trong một không gian khác xa với cuộc sống ngày thường. Số lượng các khách sạn, nhà hàng gia tăng, cơ cấu sản phẩm dịch vụ ngày càng đa dạng. Tất cả đều đáp ứng tốt nhất nhu cầu đó của con người. Song vấn đề đặt ra là trong thực tế cạnh tranh hiện nay làm sao để một nhà hàng có thể đứng vững và giữ uy tín trên thị trường. Cạnh tranh trong kinh doanh suy cho cùng là cạnh tranh về chất lượng văn hoá, chất lượng văn minh, chất lượng phục vụ ... Mặt khác sự cạnh tranh gay gắt trên tất cả các lĩnh vực trong đó có kinh doanh dịch vụ ăn uống đòi hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng dịch vụ.

Xác định được tầm quan trọng đó thì mỗi doanh nghiệp cần đề ra cho mình một chiến lược, một mục tiêu kinh doanh riêng. Một yếu tố quan trọng để đưa doanh nghiệp hoạt động tốt đó là chất lượng dịch vụ - vũ khí sắc bén mang tính bền vững, là chìa khóa thành công của mỗi doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp có được thương hiệu và vị thế trên thị trường.

Chất lượng dịch vụ ăn uống là một yếu tố rất quan trọng góp phần tạo nên sự thành công hay thất bại của nhà hàng. Và đây là một trong những vấn đề mà em quan tâm khi làm việc tại nhà hàng thịt nướng Gogi House Lý Thường Kiệt. Chính vì vậy, em đã mạnh dạn chọn nghiên cứu đề tài: “ Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc Gogi House Lý Thường Kiệt Vũng Tàu” để làm khoá luận tốt nghiệp cho mình.

Qua đề tài này em cũng hy vọng đóng góp một phần nhỏ những kiến thức đã học tại nhà trường, những vấn đề em đã tìm hiểu được qua thời gian thực tập tại nhà

hàng góp phần vào việc cải tiến, hoàn thiện chất lượng dịch vụ ăn uống nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của nhà hàng và là nguồn tài liệu tham khảo cho những ai quan tâm đến vấn đề này và tìm hiểu về Gogi House Lý Thường Kiệt.

2. Mục tiêu nghiên cứu và nhiệm vụ nghiên cứu.

2.1. Mục tiêu nghiên cứu.

Nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống hiện tại và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng GoGi House Lý Thường Kiệt để đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng hiện tại và trong tương lai.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu.

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đề tài tiến hành giải quyết các nhiệm vụ sau:

- Nghiên cứu các cơ sở lí luận liên quan đến chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng.
- Nghiên cứu về hoạt động của nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.
- Nghiên cứu về một số giải pháp về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.

3. Đối tượng nghiên cứu.

- Chất lượng dịch vụ ăn uống tại GoGi House Lý Thường Kiệt.
- Hoạt động của GoGi House Lý Thường Kiệt bao gồm một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.

4. Phạm vi nghiên cứu.

- *Về nội dung:* Nghiên cứu một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.
- *Về không gian:* Nhà hàng GoGi House Lý Thường Kiệt Vũng Tàu.
- *Về thời gian:* Từ ngày 02/08/2021 đến ngày 31/10/2021.

5. Phương pháp nghiên cứu.

Để có thể nghiên cứu và thực hiện tốt đề tài tác giả đã dựa trên các cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng. Trong quá trình thực hiện nghiên cứu, tác giả đã sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu sau:

- *Phương pháp thu thập và xử lý tài liệu*
- *Phương pháp phân tích và tổng hợp*
- *Phương pháp đánh giá*

6. Bố cục báo cáo khóa luận.

Để có thể trình bày đầy đủ và chi tiết một số giải về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt tác giả đã chia bố cục thành 3 chương, bao gồm:

CHƯƠNG 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ ăn uống.

CHƯƠNG 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.

CHƯƠNG 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc GoGi House Lý Thường Kiệt.

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

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

1.1.1. Khái niệm nhà hàng và kinh doanh nhà hàng.

➤ Khái niệm nhà hàng:

- Từ điển Oxford: “Nhà hàng là nơi chế biến và phục vụ quá trình thưởng thức các bữa ăn cho thực khách”.

- “Nhà hàng là loại hình kinh doanh các sản phẩm ăn uống nhằm thu hút lợi nhuận, phục vụ nhiều đối tượng khách khác nhau và phục vụ theo nhu cầu của khách với nhiều loại hình khác nhau”. (Nguồn: Giáo trình Quản lý kinh doanh nhà hàng – Trường ĐH Kinh Doanh và Công Nghệ Hà Nội)

Tóm lại, Nhà hàng chính là nơi chế biến và phục vụ các món ăn, thức uống cho khách hàng tại chỗ nhằm thu lại lợi nhuận kinh tế. Một nhà hàng có thể phục vụ nhiều đối tượng khách hàng khác nhau hay có khi chỉ một nhóm đối tượng khách nhất định. Hình thức hoạt động của nhà hàng cũng vô cùng đa dạng với các chủ đề, món ăn, thức uống riêng biệt.

➤ Khái niệm kinh doanh nhà hàng:

Kinh doanh nhà hàng là hình thức kinh doanh bao gồm các hoạt động chế biến, tổ chức bán và phục vụ thức ăn, đồ uống cung cấp các dịch vụ khác nhằm thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống và giải trí của khách hàng nhằm mục đích có lãi.

1.1.2. Đặc điểm về kinh doanh nhà hàng.

a) Đặc điểm về lao động.

- Đội ngũ tuổi lao động trẻ trong nhà hàng là từ 20-30 tuổi vì phải chịu một áp lực công việc rất nặng, cường độ lao động liên tục do đó phù hợp với nam giới hơn nữ giới.

- Các bộ phận đảm nhận bộ phận và chức vụ khác nhau không thể thay thế cho nhau được.

- Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, nắm được kỹ năng phục vụ bàn.

- Kỹ năng giao tiếp tốt, yêu nghề, trung thực, thật thà, nhanh nhẹn trong công việc.

- Ngoại hình dễ nhìn, có sức khỏe tốt.

b) Đặc điểm về đối tượng.

- Đối tượng phục vụ nhà hàng có nhiều loại, mỗi khách hàng có đặc điểm về tâm lý riêng, khẩu vị ăn uống, trình độ văn hoá, địa vị xã hội khác nhau. Do đó để phục vụ tốt thực khách, nhà hàng tiến hành tìm hiểu thói quen, tập quán, cũng như khẩu vị ăn uống của mỗi khách hàng.

- Trong một phòng ăn có người cần sự sang trọng, người cần sự giản dị. Do đó người phục vụ cần vừa có sự sang trọng vừa để tự nhiên cho khách hàng.

c) Đặc điểm về môi trường.

- Môi trường phục vụ trong nhà hàng là môi trường tiếp xúc trực tiếp với khách nên áp lực công việc rất lớn. Một lời khen có thể làm cho nhân viên phục vụ tốt hơn, ngược lại một lời chê sẽ làm cho nhân viên lúng túng. Do đó, môi trường phục vụ phải dễ chịu, thoải mái nhằm đem lại hiệu quả cao trong công việc.

- Khách hàng có thể đi riêng lẻ hoặc đi theo đoàn, có thể ở thời gian ngắn hay thời gian dài. Do đó, nhân viên phục vụ phải có tính kiên nhẫn, dẻo dai trong công việc.

- Môi trường nhà hàng phải ấm cúng tạo sự thoải mái cho khách hàng.

d) Đặc điểm về món ăn.

- Sản phẩm trong nhà hàng phải đa dạng không ấn định về số lượng sản phẩm bán cũng như chủng loại, tùy theo khả năng của nhà hàng có thể ấn định chủng loại sản phẩm.

- Tính không đồng nhất về sản phẩm và dịch vụ cung ứng do ngoại cảnh tác động:

- + Thứ nhất: Do nhân viên phục vụ
- + Thứ hai: Do đầu bếp
- + Thứ ba: Do chính bản thân khách hàng

Vì vậy, nhân viên trong nhà hàng ngoài việc trang bị kiến thức của ngành thì cần phải có trình độ văn hoá và giao tiếp ứng xử tốt.

e) Đặc điểm về kiến trúc và nội thất trong nhà hàng.

- Kiến trúc hiện đại:

- + Phù hợp với tiệm ăn nhanh.
- + Chuyên phục vụ đồ uống.
- Kiểu dân dã: Thích hợp kinh doanh ở vùng nghỉ mát, trên cao nguyên hoặc vùng bìa rừng.
- Kiểu cổ điển: Xây dựng ở trung tâm thành phố lớn hoặc nhà hàng trong khách sạn cao cấp.
- Kiểu cổ đại: Là rập khuôn một phần mẫu kiến trúc lâu đài, thành quật phong kiến.
- Kiểu nước ngoài: Theo kiểu Anh, Hàn Quốc, Nhật Bản,...

1.1.3. Khái niệm 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 và 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, 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.

1.1.4. Đặc điểm, các yếu tố cấu thành dịch vụ ăn uống.

a) 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 nhằm 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. Những 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:

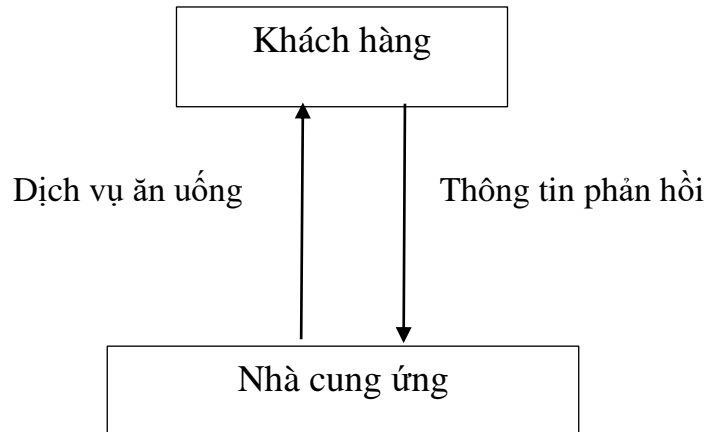
Mỗi khách hàng có sự khác nhau về: độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, sở thích, tôn giáo, phong tục... tạo nên sự khác nhau về nhu cầu sản phẩm. Ví dụ, khách hàng có sự lựa chọn khác nhau giữa các loại hình ăn uống khác nhau như tiệc cưới, tiệc đứng, buffet, tiệc hội nghị, tiệc hội thảo... hay lựa chọn 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.

b) Các yếu tố cấu thành dịch vụ ăn uống.



Sơ đồ 1.1: Các yếu tố cơ bản tham gia sản xuất dịch vụ ăn uống

Nhìn vào sơ đồ trên ta thấy khách hàng và nhà cung ứng là hai yếu tố cơ bản tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh dịch vụ ăn uống.

Khách hàng được coi là một thực thể tương đối phức tạp với các đặc điểm tâm sinh lý, các thói quen tiêu dùng khác nhau. Vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống cần chủ động tìm hiểu nhu cầu vòng trong đội của khách hàng để cung ứng dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu và trong đời của họ. Hiểu được những trông đợi của khách hàng có tính chất quyết định để cung ứng dịch vụ làm cho khách hàng thấy được rằng họ đã nhận được chất lượng cho đồng tiền của họ bỏ ra.

Nhà cung ứng ở đây chính là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ ăn uống bao gồm nhà hàng, khách sạn, các cơ sở ăn uống kinh tuyến khác nhau, họ được tổ chức và thành lập ra để đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng bằng việc cung cấp các dịch vụ ăn uống rồi thu lại lợi ích từ các hoạt động đó. Mỗi một nhà cung ứng dịch vụ ăn uống lại có những tập khách hàng mục tiêu riêng của mình, họ nhắm đến

những khách hàng tiềm năng và tạo ra các sản phẩm phù hợp với tập khách hàng ấy tùy vào các tiêu chí giá cả hay chất lượng dịch vụ.

1.1.5. Quy trình phục vụ ăn uống trong nhà hàng.

a) Chuẩn bị trước khi khách đến.

- Vệ sinh sạch sẽ khu vực tiếp đón khách hàng.
- Sắp xếp bàn ghế, khăn trải bàn, bình hoa đúng vị trí theo tiêu chuẩn nhà hàng.
- Chuẩn bị đầy đủ các dụng cụ phục vụ ăn uống cho thực khách.
- Kiểm tra và nắm rõ danh sách khách hàng đã đặt bàn, vị trí ngồi của khách hàng đó.
- Kiểm tra toàn bộ cơ sở vật chất của nhà hàng, đảm bảo mọi thứ đều đạt tiêu chuẩn để sẵn sàng đón tiếp khách.

b) Đón tiếp khách.

- Chào khách và tiến hành xác nhận đặt bàn
- + Đầu tiên, khi khách đến nhân viên phục vụ phối hợp với lễ tân chào đón khách bằng ngôn ngữ thích hợp theo tiêu chuẩn của nhà hàng.
- + Bắt đầu hỏi khách về vấn đề đặt bàn, có bao nhiêu người cùng dùng bữa tối tại nhà hàng, có muốn ngồi ở phòng đặc biệt, phòng dành cho người hút thuốc hay không,...
- Hướng dẫn khách đến vị trí ngồi ưng ý.
- + Tiến hành hướng dẫn khách về vị trí ngồi theo mong muốn của khách.
- + Nhân viên phục vụ giữ khoảng cách lịch sự với khách, nên đi trước khách từ 1 – 1,5 mét.
- + Khi đã tới vị trí bàn, nhân viên Phục vụ giới thiệu đây là bàn của khách.

c) Mời khách hàng ngồi và giới thiệu thực đơn.

- Kéo ghế mời khách ngồi và tiến hành trải khăn ăn cho khách
- Giới thiệu thực đơn phục vụ tại nhà hàng
- Ghi nhận order của khách

d) Phục vụ khách.

- Mang khay thức ăn ra cho khách theo đúng quy trình phục vụ bàn tại nhà hàng.

- Mời khách thưởng thức bữa ăn, chúc khách ngon miệng.
- Đứng ở vị trí thích hợp và dễ dàng để khách nhìn thấy nhằm phục vụ khách nhanh chóng khi khách có yêu cầu.

e) Thanh toán, tiễn khách.

- Thanh toán: Báo với thu ngân tiến hành thanh toán và đưa hoá đơn khi thấy khách dùng bữa xong và có nhu cầu thanh toán. Kẹp hoá đơn vào sổ đa lịch sự, đựng trong khay và đem ra cho khách thanh toán.
- Tiễn khách: Cảm ơn khách đã đến dùng bữa tại nhà hàng. Chào tạm biệt và hẹn gặp lại khách vào lần sau.
- Dọn dẹp: Tiến hành thu dọn rất cả đồ ăn và dụng cụ trên bàn của khách. Dọn dẹp vệ sinh khu vực bàn và chỗ ngồi sạch sẽ. Sắp xếp, bố trí lại bàn mới để tiếp tục đón khách tiếp theo.

1.2. Tổng quan về chất lượng dịch vụ ăn uống trong nhà hàng.

1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ ăn uống.

➤ **Khái niệm chất lượng:**

- Theo J.M Juran: “*Chất lượng là sự phù hợp với mục đích sử dụng*”.
- Theo W.E Deming: “*Chất lượng là mức độ có thể dự đoán được về tính đồng đều và có thể tin cậy được, tại mức chi phí thấp nhất và được thị trường chấp nhận*”.
- Theo A.Feigenbaum: “*Chất lượng là khi sử dụng sản phẩm hay dịch vụ, đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng*”.
- Theo ISO 9000:2000: “*Chất lượng là khả năng của tập hợp các đặc tính của một sản phẩm, hệ thống hay quá trình để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và các bên có liên quan*”.

Tóm lại, “*Chất lượng*” có rất nhiều nghĩa và có thể sử dụng nhiều cách.

➤ **Khái niệm chất lượng dịch vụ:**

- Theo Gronroos: “*Chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá khi khách hàng dựa trên so sánh dịch vụ thực sự mà khách hàng đã nhận được với sự mong đợi của họ.*”

- Theo Parasuraman và cộng sự (1985) 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*”.

- Theo TCVN ISO 9000:2000: “*Chất lượng dịch vụ là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có của dịch vụ thỏa mãn các nhu cầu, mong đợi của khách hàng và các bên có liên quan*”.

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, nhưng 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 vào 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. Những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống.

a) Cơ sở vật chất kỹ thuật.

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.

b) Trình độ của 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.

c) Quy trình phục vụ

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 nhà hàng.

d) Chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm.

Việc ăn uống tại nhà hàng cần đảm bảo vệ sinh, nguyên liệu chế biến cần đảm bảo được kiểm tra và không có độc tố, đảm bảo dinh dưỡng, tính thẩm mỹ cao. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến bữa ăn của khách. Hiện nay có rất nhiều nhà hàng cung cấp thức ăn cho khách và đã có rất nhiều trường hợp gây ngộ độc thức ăn, hoặc thức ăn không đảm bảo vệ sinh. Chỉ một lần như vậy khiến khách hàng có đánh giá không tốt về chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng, và sẽ không có lần thứ hai quay lại đây nữa. Do vậy các nhà hàng, khách sạn kinh doanh ăn uống cần đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm theo chất lượng ISO.

e) Các 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 và có 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.

1.2.4. Những tiêu chí để đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống.

Chất lượng được phản ánh bởi tính chất của sản phẩm còn chất lượng dịch vụ nói chung trong nhà hàng được đánh giá chính xác thông qua sự cảm nhận của

khách hàng khi tham gia trực tiếp vào quá trình tiêu dùng sản phẩm. Trên cơ sở đó chất lượng dịch vụ ăn uống được đánh giá dựa trên các chỉ tiêu:

- **Mức độ tin cậy:** Thể hiện ở khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ban đầu. Thực hiện sự tin cậy là một trong những trông đợi cơ bản của khách hàng, họ tin tưởng vào dịch vụ do khách sạn cung cấp đúng như những gì mà họ mong đợi.

- **Khả năng đáp ứng:** Là khả năng cung cấp dịch vụ một cách nhanh nhất nhằm thoả mãn nhu cầu của khách hàng. Trong trường hợp dịch vụ sai hỏng, khả năng phục hồi nhanh chóng có thể tạo cảm nhận tích cực về chất lượng .

- **Các phương tiện hữu hình:** Đó là trang phục, ngoại hình, của nhân viên, thông tin và trang thiết bị phục vụ cho việc ăn uống. Dịch vụ càng vô hình thì khách hàng sẽ càng tin vào yếu tố hữu hình. Đến nhà hàng ấn tượng ban đầu đối với khách trước tiên là sự cảm nhận, khách hàng có thể đánh giá phần nào chất lượng dịch vụ tại nhà hàng và họ sẽ thực sự thấy yên tâm khi đến với một nhà hàng với đầy đủ trang thiết bị , tiện nghi sang trọng hiện đại, đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, lịch sự, chu đáo.

- **Năng lực phục vụ:** Thể hiện ở tính chuyên nghiệp của nhân viên phục vụ, từ thái độ đến phong cách làm việc, là sự sẵn sàng giúp đỡ khách một cách tích cực, có khả năng nắm bắt tâm lý, nhu cầu từng người để có thể đáp ứng một cách tốt nhất những mong muốn của khách hàng .

- **Sự cảm thông:** Được thể hiện qua sự quan tâm chăm sóc khách hàng một cách chu đáo, chia sẻ với khách hàng băn khoăn về chất lượng sản phẩm. Các nhà hàng cần có thời gian tìm hiểu nhu cầu khách hàng, những cái mà khách hàng cần khi đến sử dụng dịch vụ tại nhà hàng là gì, họ mong muốn có được sản phẩm như thế nào...

Đây là 5 chỉ tiêu mà mỗi khách sạn, nhà hàng cần phải chú ý tới để tạo được sản phẩm ăn uống đáp ứng mong muốn của khách hàng. Chỉ cần một trong các chỉ tiêu trên bị khách hàng đánh giá là không tốt cũng đều ảnh hưởng tới chất lượng và uy tín nhà hàng. Năm chỉ tiêu trên được khách hàng đánh giá dựa trên các yếu tố tham gia vào quá trình cung ứng dịch vụ ăn uống từ khâu đặt chỗ đến đón tiếp khách, thái

độ phục vụ, tiện nghi phục vụ, chất lượng món ăn, vệ sinh ăn uống, thanh toán, cảm nhận chung:

- **Đặt chỗ:** Cần đảm bảo sự tin cậy và chính xác cao.
- **Đón, tiễn khách:** Đây là 2 công việc rất quan trọng. Đón khách là công việc gây được ấn tượng ban đầu. Khi khách đến được nhân viên giao tiếp đón tiếp với thái độ trang nhã lịch sự, cởi mở đã gây được thiện cảm lớn trong lòng khách hàng, khiến họ có cảm giác được tôn trọng và thực sự thoải mái khi sử dụng dịch vụ tại nhà hàng. Việc đón khách là khâu mở đầu và tiễn khách là khâu cuối cùng phục vụ khách, nó quyết định đến việc khách hàng có quay lại nhà hàng những lần tiếp theo nữa hay không, làm sao để vui lòng khách khi đến và vừa lòng khách đi.
- **Thái độ phục vụ:** Là sự phục vụ nhiệt tình, chu đáo, hết lòng giúp đỡ và quan tâm đến nhu cầu cũng như yêu cầu của khách.
- **Tiện nghi phục vụ:** Khi vào nhà hàng điều đầu tiên cái mà khách hàng nhìn thấy được đó là những tiện nghi từ việc trang trí nhà hàng, trang thiết bị, âm thanh ánh sáng, cách bày bàn ăn, hay như dụng cụ ăn uống. Vì vậy để đem lại cảm giác thoải mái, ngon miệng nhất cho bữa ăn nhà hàng cần đầu tư trang thiết bị, tiện nghi phục vụ hiện đại, đồng bộ thuận tiện cho cả người phục vụ và khách hàng.
- **Kỹ thuật phục vụ:** Chỉ tiêu này đánh giá trình độ nghiệp vụ qua các thao tác bưng, bê, gấp rút, cách sắp xếp chỗ ngồi, bài trí dụng cụ...
- **Chất lượng đồ ăn, thức uống:** Chất lượng đồ ăn thức uống có ý nghĩa quan trọng quyết định tới chất lượng dịch vụ ăn uống cũng như tới sự thoả mãn của khách hàng. Đồ ăn thức uống nhà hàng phải đảm bảo vệ sinh, đảm bảo dinh dưỡng, màu sắc hài hoà có tính thẩm mỹ thu hút khách hàng. Để có được món ăn, đồ uống ngon là do sự tổ chức phục vụ tốt, sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận.
- **Vệ sinh an toàn thực phẩm:** Là điều mà khách hàng rất quan tâm khi sử dụng món ăn, là tiêu chí quan trọng trong việc đánh giá chất lượng món ăn. Vì vậy thức ăn cần đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm tra chất lượng trước khi chế biến.

Khách hàng khi tham gia vào sử dụng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng cũng là thời gian khách hàng đưa ra những cảm nhận ban đầu về chất lượng dịch vụ. Điều mà khách hàng cảm nhận được tại nhà hàng lúc đó là chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng có đáp ứng yêu cầu của khách hàng hay không, khách hàng đã cảm thấy hài lòng chưa, khách hàng có cảm thấy chất lượng dịch vụ có tương xứng với những gì mà họ bỏ ra hay không.

Để đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống cần dựa trên nhiều yếu tố nhưng chủ yếu phụ thuộc vào ý kiến chủ quan của khách hàng. Có thể xem đây là một công việc rất khó khăn bởi đặc điểm của dịch vụ ăn uống là tính vô hình mà phải thông qua việc sử dụng nó người ta mới có thể đánh giá được, có không có tiêu chuẩn rõ ràng. Việc đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng có nhiều phương pháp đánh giá khác nhau. Trong kinh doanh ăn uống các doanh nghiệp thường sử dụng một số phương pháp sau:

- Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống thông qua sự thoả mãn của khách hàng.
- Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống qua các nhà cung cấp
- Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống qua các chuyên gia
- Phương pháp so sánh chất lượng dịch vụ ăn uống của doanh nghiệp mình với chất lượng dịch vụ ăn uống của các doanh nghiệp tốt nhất.
- Phương pháp tham dự giải thưởng trong nước và quốc tế, hội chợ, triển lãm món ăn,...

Ở Việt Nam hiện nay, hầu như các doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng khách sạn thường sử dụng phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ căn cứ vào sự thoả mãn chung của khách hàng. Hình thức chủ yếu của phương pháp này: Phát phiếu điều tra, phỏng vấn trực tiếp, đánh giá của khách hàng qua mạng internet, sổ đóng góp ý kiến.

1.2.5. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống.

- a) *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.

b) 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 khắc 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 khách sạn một mặt tăng được khả năng giữ chân khách hàng đã có 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 mà vẫn giữ được uy tín, danh tiếng và khẳng định vị thế trên thị trường. Điều đó cũng có nghĩa là nâng cao chất lượng dịch vụ giúp các nhà hàng nâng cao khả năng trên thị trường.

c) 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 khách sạn 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.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Cơ sở lí luận đóng vai trò quan trọng bậc nhất khi ta thực hiện một vấn đề nào đó. Nó được xem là kim chỉ nam để định hướng chính xác vấn đề mà chúng ta cần phân tích. Đặc biệt trong kinh doanh nhà hàng ăn uống, một ngành hết sức nhạy cảm chính vì thế việc xác định đúng cơ sở lí luận của ngành nghề là bậc thang đầu tiên mà chúng ta cần phải xây dựng. Trong kinh doanh dịch vụ cũng có rất nhiều vấn đề phức tạp và luôn ở các trường hợp và hoàn cảnh khác nhau chính vì thế cơ sở lí luận giúp ta xác định được phương hướng chính xác để chúng ta có thể điều chỉnh hoạt động nếu lệch lạc và đi đến thành công.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI GOGI HOUSE LÝ THƯỜNG KIỆT

2.1. Lịch sử hình thành chuỗi nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc Gogi House

2.1.1. Giới thiệu về chuỗi nhà hàng Gogi House

Ra đời từ năm 2013, GoGi House – Quán Thịt Nướng Hàn Quốc là chuỗi nhà hàng với mô hình nướng tại bàn đặc trưng của xứ sở kim chi. GoGi House chú trọng phục vụ đa dạng những loại thịt nướng chất lượng được nhập khẩu từ Mỹ theo tiêu chuẩn cao cấp của USDA - Mỹ. Thịt được tẩm ướp với các loại sốt trứ danh Hàn Quốc mang hương vị đậm đà nhưng vẫn giữ được độ tươi ngon mềm ngọt của thịt.

Đến GoGi House, thưởng thức thịt nướng và nhâm nhi ly rượu Soju với bạn bè, người thân để cảm nhận nét văn hóa Hàn Quốc qua không gian và qua từng miếng thịt tỏa hương thơm lừng trên bếp than hồng.

GoGi House (Quán thịt nướng Hàn Quốc) sẽ đưa bạn đến Seoul, nơi những con phố bình dị, những quán ăn đã trở nên quen thuộc và gắn bó với người dân xứ Hàn. Nếu đã một lần thưởng thức thịt nướng tại GoGi House, bạn sẽ không thể quên được hương vị “ngát ngậy” của những món sườn non bò Mỹ, nạc vai bò Mỹ, dẻ sườn tươi.... khi hòa quyện vào với các loại gia vị đặc trưng của xứ sở Kimchi đã trở nên hấp dẫn đến thế nào.

Về Gogi House Lý Thường Kiệt Vũng Tàu:

Địa chỉ: 40 Lý Thường Kiệt, P1, Tp.Vũng Tàu

Điện thoại: 0254 7300 339

Giờ mở cửa: 10h-22h

Loại hình nhà hàng: Nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc

Với hàng loạt các nhà hàng và địa điểm ăn uống khác, Gogi House Lý Thường Kiệt vẫn khác biệt và thu hút bởi các món ăn được chế biến từ thịt heo, thịt bò nhập khẩu, kết hợp cùng các món ăn truyền thống Hàn Quốc, món tráng miệng và nước uống thơm ngon để bạn tha hồ lựa chọn tùy theo sở thích của chính mình.

Nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt được thiết kế theo kiến trúc không gian thoáng mát và hiện đại. Đây chính là một điểm nhấn quan trọng của nhà hàng. Ngoài không gian tuyệt vời, khi đến với Gogi House Lý Thường Kiệt khách hàng 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. Đội ngũ nhân viên phục vụ nhiệt tình, chu đáo đã qua đào tạo chuyên môn.

Xuất hiện từ tháng 9 năm 2018, trải qua gần 4 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. Quy mô kinh doanh và lĩnh vực hoạt động.

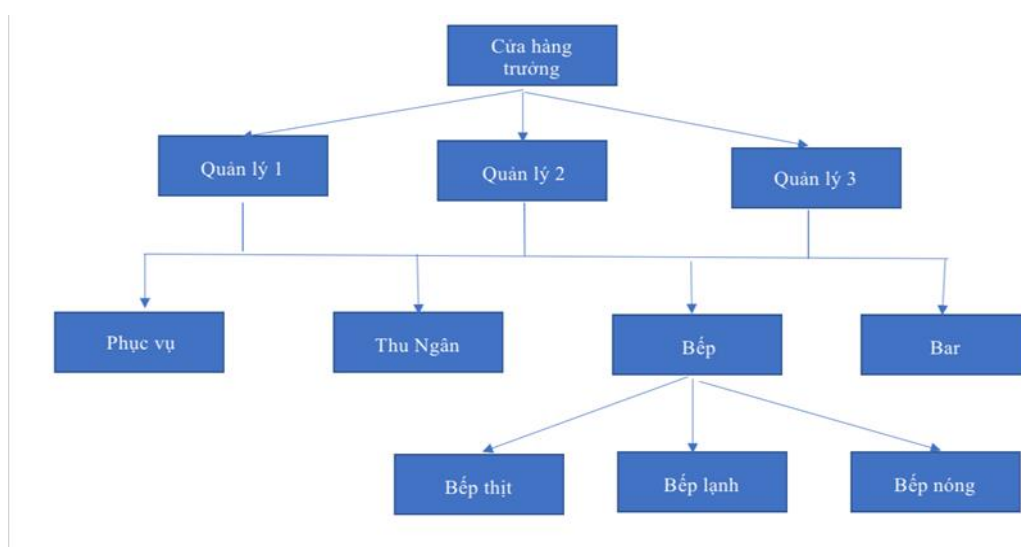
GoGi House – Nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc đưa khách hàng vào không gian những quán thịt nướng tại Seoul giữa lòng các thành phố tại Việt Nam. GoGi House với 130 nhà hàng tại 41 tỉnh thành tại nước ta phục vụ khách hàng với món thịt nướng tinh tế, độc đáo của nền ẩm thực xứ Kim Chi.

Tập trung vào phân khúc lẩu, nướng và nhà hàng bia tươi. Golden Gate quyết định thành lập chuỗi nhà hàng GoGi House. Đặc thù hoạt động của mô hình chuỗi nhà hàng GoGi House có sự đầu tư lớn cho mặt bằng cũng như chi trả cho đội ngũ nhân viên bán hàng. Vì vậy mà hầu hết các nhà hàng GoGi House đều tọa lạc những vị trí thuận lợi, với thiết kế nhà hàng nướng không khói mang phong cách Hàn Quốc khác biệt và thu hút.

Nhà hàng lấy gam màu chủ đạo đầy ấn tượng và khác lạ là tông màu đen trầm mang lại vẻ hiện đại, phá cách. Tuy vậy, những thiết kế bên trong nhà hàng cũng khiến thực khách như lạc vào xứ sở Kim Chi. Đưa khách hàng đến với không gian những nhà hàng Seoul với hình ảnh những con phố bình dị và quán ăn dân dã quen thuộc và gắn bó với văn hóa ẩm thực, đời sống người dân xứ Hàn. Mang tông màu đen trắng chủ đạo, Gogi House như đưa bạn đến Seoul đằng sau sự ồn ào náo nhiệt nơi đây, là hình ảnh những con phố nhẹ nhàng, bình dị cùng những quán ăn dân dã, quen thuộc và gắn bó với cuộc sống hàng ngày của người dân xứ Hàn.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức nhân sự, chế độ lương thưởng.

a) Cơ cấu tổ chức nhân sự.



Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức nhân sự tại Gogi House

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

- Cửa hàng trưởng:

- + Là người đứng đầu và chịu trách nhiệm tất cả hoạt động của nhà hàng.
- + Quản lý toàn bộ hoạt động nhà hàng một cách hiệu quả nhất.
- + Chỉ đạo công việc của quản lý và các bộ phận khác trong nhà hàng.

- Quản lý:

+ Là người chịu trách nhiệm báo cáo các hoạt động của nhà hàng lên cửa hàng trưởng.

+ Giám sát các bộ phận trong nhà hàng, theo dõi thường xuyên để xem các bộ phận có tiến hành đúng quy trình hay không và đưa ra phương pháp giải quyết một cách hiệu quả.

- Nhân viên thu ngân:

+ Đón tiếp khách hàng, chọn bàn và hướng dẫn khách vào bàn để thỏa mãn yêu cầu của khách hàng tốt nhất.

+ Đảm bảo hoạt động thanh toán cho khách hàng một cách nhanh nhất và chính xác nhất.

+ Đảm bảo quá trình xuất hóa đơn của khách hàng chính xác.

+ Giao ca bàn giao giấy tờ, chứng từ, tiền cho quản lý đứng ca đầy đủ. Sổ sách ghi chú rõ ràng và đầy đủ.

- *Nhân viên pha chế:*

+ Đảm bảo ra nước cho khách nhanh, đúng chart, đẹp mắt.

+ Tuân thủ các tiêu chuẩn về sức khỏe và an toàn vệ sinh tại nơi làm việc.

+ Bảo quản nguyên liệu phục vụ pha chế để hạn chế hư hỏng.

+ Kiểm soát hàng hóa quầy bar, sổ sách giấy tờ rõ ràng.

- *Nhân viên phục vụ:*

+ Chịu trách nhiệm về việc tư vấn thực đơn và order món cho khách, setup bàn, dọn món ăn, thay vỉ nướng,...

+ Trong quá trình khách dùng bữa thường xuyên theo dõi và quan tâm đến nhu cầu của khách hàng.

+ Giới thiệu với khách hàng về các chương trình marketing đang chạy ở nhà hàng, tư vấn làm thẻ thành viên để khách hàng nhận được nhiều ưu đãi.

+ Giải đáp các thắc mắc cho khách hàng trong thời gian dùng bữa.

+ Tính tiền, tiễn khách và setup lại bàn.

+ Vệ sinh khu vực phụ trách.

- *Nhân viên bếp:*

+ Chịu trách nhiệm ra món ăn nhanh, đúng chart, đẹp mắt.

+ Kiểm soát hàng hóa bếp, sử dụng hàng hóa đúng FeFo (hạn sử dụng hết trước thì xuất trước).

+ Kiểm tra nguyên liệu, thực phẩm tồn từ ca làm việc trước để có hướng xử lý phù hợp, hạn chế tối đa tình trạng lãng phí nguyên liệu.

+ Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm cho khách hàng như lưu mẫu đúng giờ, đúng định lượng, dụng cụ sử dụng chính xác tránh tình trạng lây nhiễm chéo.

+ Có trách nhiệm giữ gìn, bảo quản các thiết bị, đồ dùng trong bếp; thường xuyên kiểm tra tình trạng máy móc, thiết bị và báo cáo kịp thời nếu phát hiện hư hỏng.

+ Thực hiện vệ sinh khu vực chế biến, vệ sinh các dụng cụ dùng để chế biến

món ăn theo quy định.

- *Nhân viên bảo vệ:*

+ Nhiệm vụ chính đảm bảo an ninh cho toàn nhà hàng.

+ Chịu trách nhiệm hướng dẫn, trông xe cho khách và nhân viên nhà hàng.

b) *Chế độ lương thưởng.*

Bảng 2.1. Tiền lương và phúc lợi

Loại hợp đồng	Bán thời gian	Thử việc	Xác định thời hạn	Không xác định thời hạn
Thời gian hợp đồng	90 ngày	01 hoặc 02 tháng	12 tháng (lần thứ nhất) 36 tháng (lần thứ hai)	Vô hạn
Phép năm	Không	Không	12 ngày/năm	12 ngày/năm
Lễ tết	10 ngày/năm	10 ngày/năm	10 ngày/năm	10 ngày/năm
BHXH-BHYT-BHTN	Không	Không	Có	Có
Thưởng tháng 13	Có	Có	Có	Có
Thưởng tháng 14 (nếu có phụ thuộc vào hoạt động kinh doanh nhà hàng)	Có	Có	Có	Có
Báo trước khi nghỉ việc	07 ngày	03 ngày	30 ngày	45 ngày
Bảo hiểm tai nạn 24/24	Không	Không	Có	Có

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

Bảng 2.2. Chế độ bảo hiểm xã hội

	Công ty	Người lao động	Tổng cộng
BHXH	18%	8%	26%
BHYT	3%	1.5%	4.5%
BHTN	1%	1%	2%
Tổng	21.5%	10.5%	32%

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

- Làm thêm giờ đối với nhân viên full-time:
 - + Quy định chung: không làm thêm > 4 giờ/ngày, 200 giờ/năm.
 - + Lịch đăng kí trước và phải được quản lý xác nhận: 150% ngày thường, 200% ngày nghỉ ca, 400% lễ/tết.
 - + Phụ cấp: thời gian từ 22h-6h tính thêm 30% lương.
- Chế độ ưu đãi của nhân viên full-time và part-time:
 - + Ngoài ra nhân viên đi ăn tại tất cả các cửa hàng của hệ thống Golden Gate Group được giảm giá 10%.
 - + Nhân viên làm việc trên 6 tháng ngày sinh nhật sẽ được công ty tặng Voucher sinh nhật. Nhân viên có hỷ sự sẽ được công ty gửi phong bì chúc mừng.
 - + Nhân viên xuất sắc tháng sẽ được nhận bằng khen và voucher 500.000, nhân viên xuất sắc năm sẽ được tặng bằng khen, tiền mặt và được mời tham gia tiệc tất niên của công ty.

**Hình 2.1 Bằng khen và khen thưởng tại Gogi House**

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

2.1.4. Nâng cao và phát triển thương hiệu.

Trong vòng 8 năm kể từ khi ra mắt thương hiệu, GoGi House phát triển như vũ bão như vậy là nhờ chiến lược sát sao đồng thời cả hai mục tiêu ngắn hạn - tạo ra trào lưu mới và mục tiêu dài hạn - xây dựng hệ thống bền vững. Nhất là trong ngành ẩm thực “cả thềm chóng chán” này, việc tạo được dấu ấn thương hiệu đậm nét trong tâm trí người tiêu dùng là tối cần thiết.

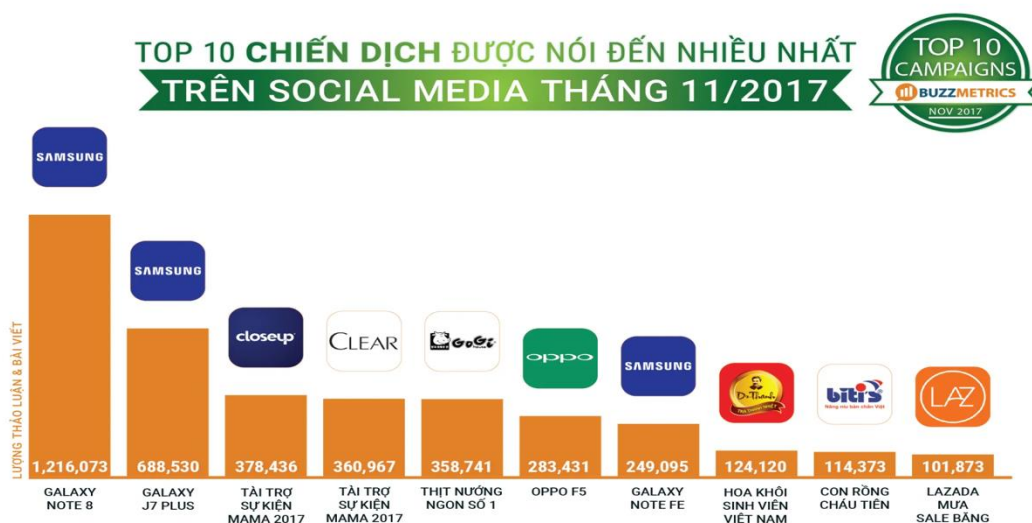
Được ví như một đại sứ ẩm thực Hàn Quốc tại Việt Nam, GoGi House nỗ lực mang đến những trải nghiệm ẩm thực đậm chất Hàn Quốc cho thực khách của mình, bao gồm cả gia đình, người trẻ, và nhân viên văn phòng.

Với kinh nghiệm lâu năm trên thị trường của công ty mẹ, GoGi House khám phá ra rằng khi dùng bữa tại nhà hàng, thực khách thường cố gắng ứng xử để thể hiện “con người xã hội” hơn là “con người thật” của mình dù điều này khiến họ có phần không thoải mái.

Vốn nổi tiếng với những chiến dịch quảng cáo có định vị gần gũi, sát sườn với khách hàng trẻ, GoGi House đã sáng tạo ra cách truyền tải thu hút nhưng không kém phần thấu đáo thông qua các tình huống đời thường ở GoGi House với thông điệp xuyên suốt “Đến lưu luyến, ăn phát ghiền. Thịt nướng GoGi ngon số 1”.

Với nỗ lực marketing đa kênh nhắm vào cảm xúc kết hợp với thông điệp xuyên suốt “**Thịt nướng GoGi ngon số 1**”, chiến dịch này đã thành công trong việc truyền tải hai tính từ đại diện cho thương hiệu GoGi House là “Ngon” và “Thoải mái”.

Trong suốt chiến dịch, đã có hơn 1 triệu lượt xem và lan truyền mạnh mẽ trên mạng xã hội. Không những vậy, với chiến dịch này, thương hiệu GoGi House đã lần đầu tiên đặt chân vào Top 3 chiến dịch nổi bật trên Social Media tháng 11/2017 với hơn 358,741 lượt bài viết và thảo luận, và nằm trong 5 chiến dịch được nhắc đến nhiều nhất trong tháng 11/2017 theo báo cáo của Buzzmetrics vào tháng 12. Đây thực sự là một điểm đánh dấu đặc biệt cho GoGi House trong cuộc chơi của những thương hiệu F&B lớn, và một lần nữa khẳng định GoGi House không bao giờ ngủ quên trên chiến thắng.



(Nguồn: BuzzMetrics)

2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt.

2.2.1. Giới thiệu thực đơn phục vụ tại nhà hàng.

Gogi House được biết đến là chuỗi nhà hàng buffet nướng kiểu Hàn nổi tiếng tại Việt Nam. Nếu có cơ hội được thưởng thức các món ăn tại đây, bạn sẽ không thể nào quên được hương vị đặc trưng của các món thịt nướng hảo hạng như sườn non bò Mỹ hay nạc vai bò Mỹ, gầu bò nướng, dẻ sườn tươi bò Mỹ... Đặc biệt à các món ăn đặc trưng kiểu Hàn đi kèm như kim chi, cơm trộn, mì lạnh hay canh rong biển, canh kim...

Các món nướng tại Gogi House đều là các món được nướng theo kiểu BBQ với hương vị các món ăn vô cùng đậm đà, chuẩn 100% vị Hàn Quốc. Bên cạnh đó, nước sốt tại đây được chế biến theo công thức chuẩn. Khi dùng bạn sẽ cảm nhận được sự hài hòa của gia vị và các món ăn cô đọng ngay đầu lưỡi của mình.

Ngoài các món thịt nướng, các món ăn nhẹ không thể thiếu như salad, panchan cùng rau sống ăn kèm cũng là món mà bạn không nên bỏ qua. Tuy các món ăn này khá ít nhưng cũng đủ để tạo nên hương vị mới lạ không thể quên đối với bất cứ ai lần đầu nếm thử.

Hầu hết các chuỗi nhà hàng của Gogi House có menu đều khá giống nhau. Đây cũng là điểm cộng cho phong cách phục vụ 10 như 1 của Gogi House. Dù bạn đến bất kỳ chi nhánh nào, bạn đều có thể thưởng thức được hương vị các món thịt nướng kiểu Hàn ngon hết ý.

Món đặc trưng của Gogi House là món nướng từ thịt heo và thịt bò. Thịt heo được lấy là thịt ba chỉ dày mỏng nên khi nướng thịt chín tự nhiên, không bị khô mà vẫn giữ được vị ngọt tự nhiên của gia vị ướp. Thịt bò được tẩm ướp kèm với gia vị được nhập khẩu từ Hàn nên khi nướng, thịt bò có đầy đủ cả mùi hương vị của gia vị ướp. Từ màu sắc cho đến mùi vị, hương thơm... tất cả đều làm nên một nét vô cùng đặc biệt chỉ có tại Gogi House.

Đến với Gogi House, bạn sẽ có những sự lựa chọn khá đa dạng. Từ gọi món cho tới combo nướng hay buffet,...tất cả đều sẽ đáp ứng được nhu cầu của bạn khi đến với Gogi.

– ***Đối với menu gọi món:***

Với việc lựa chọn menu gọi món, các món ăn của Gogi sẽ chỉ từ 69.000 đồng/món trở lên. Từ cơm trộn, mì lạnh, canh kim chi hay cho tới các món thịt như dẻ sườn, nạc vai,... Các món ăn được cập nhật trong menu hết sức phong phú và đa dạng. Khách hàng sẽ khó mà có thể thưởng thức được hết tất cả các món ăn trong menu này trong một lần thưởng thức vì số lượng khá nhiều và món nào cũng có những ấn tượng riêng.

– ***Đối với hình thức ăn buffet:***

Việc lựa chọn buffet sẽ khá phù hợp khi bạn đi nhóm đông người. Hiện tại, mức giá buffet của Gogi ít nhất sẽ từ 299.000 đồng/ người và cao nhất là buffet xèo xèo premium với giá là 369.000 đồng/ người, tùy vào từng khu vực.

Khi lựa chọn ăn buffet, khách hàng sẽ được trải nghiệm hết tất cả các món trong gói buffet mà mình lựa chọn. Các loại thịt đa dạng, các món ăn kèm phong phú và đặc biệt là hết lại gọi không hề giới hạn. Chính vì thế mà khi tới Gogi thì hầu hết mọi người sẽ lựa chọn ăn buffet để có thể được ăn một cách “thỏa thích”.

Không những vậy, với việc lựa chọn ăn buffet thì khách hàng sẽ được miễn phí với trẻ em dưới 1m và giảm 70% đối với trẻ em dưới 1,3m. Vì vậy đây sẽ là một địa điểm ăn uống khá lý tưởng dành cho gia đình.

– ***Đối với hình thức gọi combo:***

Combo thịt nướng của Gogi sẽ có mức giá từ 165.000 đồng/combo. Tuy nhiên, các món sẽ có giới hạn trong những combo mà nhà hàng đưa ra. Vì thế mà nếu như không hợp khẩu vị thì điều này sẽ khá lãng phí với khách hàng. Do vậy mà khi lựa chọn combo thì khách hàng cần tham khảo cũng như tìm hiểu kỹ về các món.

Ngoài ra, tùy theo từng khoảng thời gian thì Gogi House sẽ cho ra mắt các chương trình khuyến mại với vô số các món mới và các combo đa dạng để thực khách có thể thỏa sức lựa chọn cho bữa ăn của mình.

2.2.2. Trang thiết bị, tiện nghi trong nhà hàng.

Cơ sở vật chất kỹ thuật và các trang thiết bị tại nhà hàng là yếu tố đầu vào quan trọng, ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ ăn uống của nhà hàng. Nhà hàng được trang trí theo phong cách hiện đại của Hàn Quốc với phong màu nền là đen cùng các điểm nhấn đặc sắc mang lại ấn tượng sâu sắc với khách hàng... làm cho khách hàng cảm thấy thoải mái, dễ chịu khi đến thưởng thức và trải nghiệm các dịch vụ tại nhà hàng.

Thêm vào đó do sự hiện đại và đồng bộ của cơ sở vật chất góp phần cho hiệu quả và năng suất lao động tăng cao, cụ thể:

– Khu vực bếp được bố trí xa khu vực phục vụ, nằm riêng biệt ở tầng trên của nhà hàng và được kết nối với khu vực phục vụ bằng hệ thống thang máy tốc độ cao để chuyên thức ăn quý khách hàng trong thời gian nhanh nhất có thể.

– Hệ thống máy Pots order giúp nhân viên phục vụ truyền những yêu cầu của khách hàng tới bộ phận bar và bếp một cách chính xác và nhanh chóng. Ngoài ra, trong thời gian gần đây chuỗi nhà hàng Gogi House còn trang bị thêm các Tablet tại bàn để khách hàng có thể tự mình order món ăn, giúp việc order trở nên nhanh chóng và tiện lợi hơn.

– Bên cạnh đó, Gogi House là chuỗi cửa hàng chuyên phục vụ các món nướng, chính vì vậy mà hệ thống ống hút khói tại bàn ăn đã được trang bị giúp khách hàng yên tâm sử dụng đồ nướng mà không phải lo khói bụi hay ám mùi.

– Gió và điều hòa công suất lớn được trang bị tại nhà hàng đảm bảo không khí tại nhà hàng luôn thông thoáng, trong lành, tạo không gian thoải mái cho khách hàng.

– Hơn nữa, nhà hàng cũng rất chú trọng trong việc đầu tư các trang thiết bị phục vụ khách hàng như hệ thống nhà vệ sinh riêng biệt với các thiết bị hiện đại như vòi nước nóng lạnh, máy sấy khô tay,... Điều này đã giúp tăng sự hài lòng của khách hàng khi đến với nhà hàng.

– Ngoài các tủ lạnh cỡ vừa và nhỏ tại các khu vực bar và bếp thì nhà hàng còn có thêm một kho đông lạnh bảo quản các loại thực phẩm, đảm bảo độ tươi ngon và hàm lượng dinh dưỡng trong từng món ăn.

– Các loại máy móc hiện đại như máy rửa chén, máy rửa ly, máy chà vỹ,... cũng được trang bị để phục vụ quá trình hoạt động của nhà hàng.

Cơ sở thiết bị hiện đại giúp nhân viên làm việc hiệu quả và nhanh chóng, tăng năng suất lao động từ đó giúp chất lượng phục vụ được cải thiện và nâng cao.

2.2.3. *Đội ngũ nhân sự.*

Nhân sự là yếu tố quan trọng góp phần làm nên thành công của nhà hàng trong việc làm hài lòng và giữ chân khách hàng. Đội ngũ nhân viên của nhà hàng tuy khá ít nhưng được đào tạo chuyên môn từ cao đẳng đến đại học.

Nhân viên được đào tạo chuyên nghiệp trong môi trường năng động và thân thiện:

– Chuẩn bị môi trường làm việc cho nhân viên mới: Sau khi đợt tuyển dụng nhân sự kết thúc tìm kiếm được những nhân sự mới tiềm năng và phù hợp, bộ phận phụ trách công tác tuyển dụng cần gửi email thông tin đến tất cả các phòng ban liên quan trong công ty để có sự chuẩn bị cần thiết và chu đáo.

– Chào đón nhân viên mới: nhà hàng tổ chức các cuộc họp nhân viên để giới thiệu các nhân viên mới tạo môi trường làm việc thân thiện.

– Đào tạo kỹ năng chuyên môn: Tùy theo từng vị trí công việc mà nhân viên mới sẽ trải qua đợt đào tạo kỹ năng chuyên môn phù hợp để có thể tiếp nhận tốt công việc. Ngoài việc bồi dưỡng thêm kiến thức nghề nghiệp, quá trình đào tạo về kỹ năng chuyên môn còn giúp xây dựng được tác phong làm việc chuyên nghiệp và hiệu quả để có thể phối hợp nhịp nhàng với các bộ phận khác. Các nghiệp vụ đào tạo:

- Tổng quan về ngành nhà hàng đang kinh doanh.
- Kiến thức cơ bản về vị trí công việc như: nhiệm vụ, chức năng công việc.
- Đào tạo kèm cặp, hướng dẫn: Trong quá trình thực hiện công việc nhân viên sẽ quan sát, ghi nhớ, học tập và thực hiện công việc theo cách người hướng dẫn đã chỉ dẫn.
- Đào tạo luân phiên thay đổi công việc: Nhân viên được luân phiên chuyển từ bộ phận này sang bộ phận khác được học cách thực hiện những công việc có thể hoàn toàn khác nhau về nội dung và phương pháp. Khi đó, nhân viên sẽ nắm được nhiều kỹ năng thực hiện các công việc khác nhau, hiểu được cách thức phối hợp thực hiện công việc của các bộ phận khác nhau trong nhà hàng.

– Nhân viên được công ty tạo điều kiện thi vệ sinh an toàn thực phẩm tăng kiến thức cho nhân viên.

2.2.4. Quy trình phục vụ.

a) Hoạt động mở ca.

- Kiểm tra hoạt động đóng ca của hôm trước:
 - + Kiểm tra đồ dùng tại các tủ Station.
 - + Kiểm tra vệ sinh sàn nhà và gầm bàn ghế.
 - + Kiểm tra các sản phẩm mẫu đặt trên bàn.
- Vệ sinh khu vực bàn khách: Lau chùi bàn ghế, khu vực lồng nướng, khay đựng Bill, ống hút khói.
- Lau CCDC: Lau CCDC để set up bàn ăn và đặt vào tủ Station.



Hình 2.2 Tiêu chuẩn sắp xếp tủ Station

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

- Set up bàn ăn theo tiêu chuẩn: Chuẩn bị chén ăn, ly uống nước, menu, kẹp, kéo.
Set up bàn theo tiêu chuẩn bàn cho 4 khách và bàn cho 6 khách.

- Chuẩn bị sốt chấm: Châm sốt ra chén và cho vào tủ mát. Nhận panchan từ bếp và bảo quản trong tủ mát trước khi phục vụ.

- Mở các trang thiết bị:

- + Khởi động và kiểm tra hoạt động của máy POS.
- + Kiểm tra máy và giấy in Bill.
- + Khởi động và đặt các Tablet lên trên mỗi bàn khách.
- + Mở màn hình TVC.

b) Quy trình phục vụ.

Tại Gogi House, quy trình phục vụ khách tại nhà hàng được tiến hành theo 5 bước:

➤ **Bước 1: Chào khách và ổn định chỗ ngồi**

- Chào đón khách hàng bằng câu chào: Dạ, em chào anh/chị.
- Tất cả khách hàng phải được chào đón như nhau.
- Tươi cười chào đón khách hàng một cách thân thiện, tự nhiên và phong thái tự tin.
- Chủ động giới thiệu tên của mình khi tiếp cận khách hàng và gọi tên khách hàng nếu bạn biết tên.

➤ Bước 2: Tư vấn thực đơn

- Menu luôn đảm bảo sạch sẽ.
- Đứng bên tay phải của khách, tay trái cầm menu mở trang đầu tiên mời khách xem.
- Đưa menu cho khách nữ trước khách nam sau, khách lớn tuổi trước khách nhỏ tuổi sau.
- Câu mẫu: Xin phép anh/chị cho em gửi menu ạ!

➤ Bước 3: Phục vụ đồ ăn thức uống

- Phục vụ panchan, khăn lạnh, nước chấm.
- Phục vụ nước uống khách đã order.
- Phục vụ bình nước mát miễn phí cho khách.
- Phục vụ món ăn khách đã order.
- Giới thiệu tên món khi phục vụ. Thái độ thân thiện và niềm nở khi phục vụ khách hàng.

➤ Bước 4: Chăm sóc khách hàng

- Hướng dẫn khách hàng nướng thịt.
- Thường xuyên quan sát để thay vì hoặc dọn bát đĩa dư có trên bàn.
- Chăm sóc khách hàng nhiệt tình.
- Gợi ý khách hàng dùng thêm sản phẩm khi thấy thức ăn trên bàn khách đã sắp hết.

➤ Bước 5: Thanh toán và tiễn khách

- Thực hiện 3 bước lấy thông tin của khách: Cho khách hàng kiểm tra lại Bill; trả món (nếu có); hỏi khách hàng về App thành viên, voucher giảm giá và thông tin xuất hoá đơn đỏ.
- Thành toán trong vòng 3 phút và đảm bảo 100% tiễn khách ra về.
- Cảm ơn, chào tạm biệt khách và hẹn gặp lại.
- Dọn dẹp và set up bàn mới: Tối đa 3 phút phải có nhân viên dọn bàn; set up bàn mới trong vòng 2 phút theo đúng tiêu chuẩn.

c) *Hoạt động đóng ca cuối ngày.*

- Vệ sinh CCDC, hệ thống lò nướng:

+ Rửa kẹp, kéo.

+ Lau dọn bàn ghế, lồng nướng.

+ Tháo và vệ sinh các đầu ống hút khói.

- Lau chùi CCDC, vệ sinh các tủ station:

+ Lau kẹp, kéo, các đầu hút ống khói.

+ Lau muỗng, đũa, bát, đĩa được khử qua S4 (dung dịch còn khử khuẩn)

- Tắt các thiết bị: Máy POS, máy in Bill, màn hình TVC.

- Vệ sinh khu vực: Quét nhà, lau nhà.

Bên cạnh quy trình phục vụ khách hàng, Gogi House còn đưa vào xuyên suốt quá trình phục vụ khách hàng tại nhà hàng các tiêu chí như: G-SMILE,

G-WOW, CUSTOMER CARE.

G-SMILE: Luôn tươi cười với khách hàng vì nụ cười đó như một lời mời ấm áp để khách hàng quay lại vào lần sau. Và 4 thời điểm tươi cười tạo ấn tượng mạnh mẽ đối với khách hàng đó chính là:

– Khi khách đến nhà hàng

– Khi khách dùng món

– Khi khách thanh toán

– Khi khách ra về

CUSTOMER CARE: Giờ đây, phục vụ không chỉ là mang đến những sản phẩm dịch vụ mà khách hàng đã bỏ tiền ra mua mà chúng ta cần phải quan tâm đến trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

G-WOW: Mang đến cho khách hàng không chỉ là dịch vụ chuẩn mực mà còn là dịch vụ vượt trội.

Cấp độ 1: Dịch vụ chuẩn mực	Cấp độ 2: Dịch vụ vượt trội
<p>Đoán trước sẵn sàng: Dịch vụ chu đáo, phục vụ không cần hỏi.</p> <p>Sốt sắng phục vụ: Làm cả việc không thuộc trách nhiệm, khiến khách hàng hài lòng.</p> <p>Đến đủ về đầy: Tối ưu một lần hoàn hảo - Đồ ăn hoàn hảo, bàn ăn sạch sẽ.</p>	<p>Làm chủ cuộc chơi: Mỗi nhân viên là chủ, tự quyết để mang lại dịch vụ khách hàng tốt nhất trong mọi hoàn cảnh.</p> <p>Ấn tượng bất ngờ: Sáng tạo để mang lại cho khách hàng những trải nghiệm ấn tượng, bất ngờ, thú vị.</p> <p>Tử tế từ tâm: Yêu thương đồng đội, yêu quý khách hàng.</p>

2.2.5. Chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm.

Do vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm hiện nay được rất nhiều người chú trọng và quan tâm đến. Khi chọn một nhà hàng để dùng bữa hay đặt tiệc, khách hàng không chỉ mong muốn một buổi ăn hấp dẫn, giá cả phải chăng, độ ngon của món ăn mà cần quan tâm đến vệ sinh an toàn thực phẩm của nhà hàng vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe của bản thân hay khách mời của họ. Vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm rất quan trọng trong việc xây dựng chỗ đứng của nhà hàng, cũng như lòng tin đối với nhà hàng, chính vì vậy Gogi House Lý Thường Kiệt đã tiến hành thực hiện:

- Tất cả hàng hóa nhập vào đều có nguồn gốc rõ ràng từ các nhà cung cấp uy tín và có giấy xác nhận đầy đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm (Rau Sạch,, Mega, Coca-Cola, Họa My,...).

- Nước phải đảm bảo yêu cầu đủ và sạch: Nguồn nước sử dụng tại nhà hàng xét nghiệm định kỳ 6 tháng/1 lần đảm bảo tiêu chuẩn và an toàn cho người tiêu dùng.

- Quá trình thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm theo quy trình nhất định và lập khuôn để kiểm soát và điều chỉnh khi có vấn đề xảy ra.

- Hàng hóa luôn được kiểm soát sử dụng đúng quy định FiFo/FeFo, hàng hóa khi đã khai bao bì sử dụng luôn có tem nhãn, HSD và được bảo quản đúng nhiệt độ.

- Dụng cụ sử dụng trong nhà hàng đều được sát khuẩn bằng dung dịch cồn trước khi sử dụng đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.

- Nhà hàng rất quan tâm đến vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm nên mỗi ca luôn có quản lý kiểm tra và giám sát hoạt động của nhân viên. Hàng tuần có giám sát khu vực xuống kiểm tra hoạt động của nhà hàng. Mỗi tháng đều có QC (là người chuyên về vệ sinh an toàn thực phẩm) của tổng công ty đến checklist và khắc phục các lỗi tại nhà hàng.

- Nhân viên được đào tạo đầy đủ các nghiệp vụ nhằm thực hiện tốt an toàn thực phẩm, được tổ chức học và thi vệ sinh an toàn thực phẩm 3 năm/1 lần, khám sức khỏe định kỳ 1 năm/1 lần.

- Nhà hàng có tủ y tế để sơ cứu tạm thời: như nhân viên bị đứt tay, bong... để giảm thiểu nguy cơ lây lan vào thực phẩm.

- Nhà hàng thực hiện quy trình sịt côn trùng 1 lần/ 1 tuần.

- Nhà hàng đảm bảo thực hiện quy trình số 3 bước:

+ Số bước 1: Kiểm tra nguồn nguyên liệu nhập vào.

+ Số bước 2: Kiểm tra nguyên liệu đã sơ chế.

+ Số bước 3: Lưu mẫu thực phẩm (sáng - chiều).

2.2.6. Quy trình giải quyết khiếu nại - than phiền của khách hàng.

Đối với những ngành nghề kinh doanh, đặc biệt về dịch vụ, bắt gặp những tình huống than phiền của khách hàng là điều không thể tránh khỏi. Trong lĩnh vực F&B, ngoài những kỹ năng nghiệp vụ và sự linh hoạt thì việc chú ý đến khâu dịch vụ và giao tiếp với khách hàng cũng là yếu tố giúp doanh nghiệp có được điểm cộng trong lòng khách hàng.

Mặc dù những than phiền làm hình ảnh của doanh nghiệp, nhà hàng bị xấu đi trong mắt khách hàng, nhưng đó là cách giúp các quản lý đánh giá lại những sai sót, những điểm chưa tốt từ đó cải thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ. Không những thế, giải quyết than phiền hiệu quả lại là những cơ hội để hiểu khách hàng hoặc có thể tận dụng để quảng bá thương hiệu.

Nhận thức được điều đó, Gogi House chủ trương nâng cao chất lượng dịch vụ lên đến mức hoàn hảo và chủ động khắc phục các lỗi dịch vụ một cách nhanh chóng, hiệu quả, giải quyết các vấn đề từ gốc rễ để đem lại sự hài lòng và thỏa mãn cho khách hàng.



Hình 2.3 Tiêu chuẩn giải quyết khiếu nại – than phiền

(Nguồn: elearning.ggg.com.vn)

Để giải quyết các vấn đề mà khách hàng than phiền, Gogi House sử dụng công thức BLESS để xoa dịu những than phiền cũng như sự không hài lòng của khách hàng. Công thức này bao gồm 5 yếu tố đó là:

Believe (Tin tưởng): Dù là nhân viên, quản lý hay chủ nhà hàng cũng phải luôn tin tưởng vào những điều khách nói, phải tin tưởng vào điều khách hàng đang phản ánh là có thật, đang diễn ra khiến khách hàng không hài lòng.

Listen (Lắng nghe): Dù vấn đề của khách hàng là lớn hay nhỏ, phức tạp hay đơn giản, bạn đều cần phải lắng nghe với một thái độ chăm chú, nghiêm túc, thành khẩn để tìm được nguyên nhân gốc rễ của vấn đề.

Express Concern (Sự đồng cảm): Sau khi đã lắng nghe vấn đề của khách hàng, hãy thể hiện một thái độ quan tâm sâu sắc và đồng cảm với những gì khách hàng đã trải qua. Điều này sẽ khiến khách hàng cảm thấy được an ủi phần nào về những trải nghiệm không hay ho mà họ đã gặp phải.

Satisfy (Hài lòng): Hãy đem đến cho khách hàng cảm giác hài lòng và được quan tâm bằng cách offer cho họ những dịch vụ đãi ngộ đặc biệt nhất. Ví dụ, bạn có thể hoàn toàn miễn phí bữa ăn, tặng voucher hay giảm giá. Bên cạnh đó, người quản lý phải thể hiện thái độ chân thành, xin lỗi đối với khách hàng.

Say Thanks (Lời cảm ơn): Cảm ơn tới khách hàng một cách sâu sắc vì đã cho nhà hàng cơ hội để sửa chữa lỗi lầm về sự cố đã xảy ra, nhờ đó mà nhà hàng có thể nhìn nhận lại và tìm cách thức phục những vấn đề còn đang tồn đọng.

2.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt

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 Gogi House 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 làm việc tại nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt, 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:

➤ Thứ nhất, về chất lượng sản phẩm:

Cũng như các nhà hàng thịt nướng Gogi House khác, Gogi House Lý Thường Kiệt cũng áp dụng song song hai loại menu buffet và Alacart. Menu phong phú từ các loại thịt bò, thịt heo nhập khẩu cho đến các món ăn truyền thống Hàn Quốc với nhiều mức giá khác nhau giúp thực khách có thể thoải mái lựa chọn. Tuy nhiên, một điểm trừ cho Gogi House Lý Thường Kiệt đó chính là menu không đa dạng về các loại hải sản, đặc biệt đối với menu buffet sẽ không có phục vụ các món hải sản. Điều này dẫn đến sự so sánh cho khách hàng khi đến thưởng thức bữa ăn tại Gogi House với các nhà hàng nướng – lẩu khác trên địa bàn Thành phố Vũng Tàu như

Hana, King BBQ, Panda BBQ,... Bởi lẽ, với một mức giá tương đương, khi khách hàng đã bỏ ra số tiền đó họ muốn có thêm càng nhiều sự lựa chọn.

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.

→ Nhận xét chung về chất lượng món ăn: Chất lượng món ăn của nhà hàng nhìn chung được khách hàng đánh giá là chấp nhận được.

Bảng 2.3 : Đánh giá của khách hàng về món ăn tại

Gogi House Lý Thường Kiệt

Đánh giá của khách hàng	Số khách đánh giá	Tỷ lệ (%)
Món ăn rất ngon	48	48%
Món ăn ngon	34	34%
Món ăn bình thường	17	17%
Món ăn chưa ngon	11	11%
Tổng	100	100%

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

Tuy nhiên, qua bảng số liệu cho thấy: vẫn còn 11% khách hàng chưa bằng lòng với chất lượng món ăn. Nguyên nhân là về cách bài trí món ăn, đa số khách hàng đánh giá không cao về cách bài trí món ăn của nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt. 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.

➤ **Thứ hai, trang thiết bị, cơ sở vật chất nhà hàng:**

- Nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt có các khu phòng máy lạnh phục vụ ăn uống có sức chứa 160 khách với hơn 180 ghế. Mỗi khu vực đều có tủ dụng cụ và hệ thống âm thanh ánh sáng, các menu và dụng cụ ăn uống đều được nhân viên sắp xếp đở 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.

➔ Nhận xét chung về trang thiết bị, cơ sở vật chất nhà hàng:

Thông qua bảng thăm dò ý kiến khách hàng về sự hài lòng của khách hàng khi đến Gogi House Lý Thường Kiệt có 62 người (chiếm 62%) 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 26 người (chiếm 26 %) cảm thấy hài lòng, và 12 người chi (chiếm 12 %) cảm thấy bình thường về cơ sở vật chất của nhà hàng, thông qua bảng thăm dò này nhà hàng 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 có sự đầu tư cho việc thay và mua mới các dụng cụ phục vụ ăn uống. Hiện tại từ tháng 7/2021 do ảnh hưởng của của dịch bệnh, nhà hàng tạm đóng cửa và thực hiện sửa chữa, nâng cấp phục vụ khách hàng tốt hơn sau dịch.

+ 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.

➤ **Thứ ba, về chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên:**

Nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt có 27 nhân viên, trong đó có 12 nhân viên chính thức, còn lại là nhân viên tạm thời (part-time). Trong số đó có 10 nhân viên bàn, 8 nhân viên bếp, 4 nhân viên pha chế, 2 nhân viên thu ngân, 3 bảo vệ,...

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 10 nhân viên bộ phận bàn có 6 người có trình độ đại học chiếm 60%, có 4 người có trình độ cao đẳng 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 8 nhân viên, các nhân viên bộ phận bếp đều đã qua các lớp đào tạo nghề nấu ăn.

➔ Nhận xét chung 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. 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 buổi tiệc xảy ra trường hợp chỗ thừa chỗ thiếu, khi đó không phục vụ kịp thời những yêu cầu của khách, ...

➤ **Thứ tư, về quy trình phục vụ của nhà hàng:**

Quy trình phục vụ là tập hợp những bước, giai đoạn có liên qua chặt chẽ với nhau để tạo ra một 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.

➔ Nhận xét chung về quy trình phục vụ:

Nhìn chung quy trình phục vụ của nhà hàng cũng trình tự trải qua các bước như quy trình lý thuyết và theo hệ thống. 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.

Tuy nhiên 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.

➤ **Thứ năm, về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm:**

Bên cạnh những món ăn ngon, bổ dưỡng và đẹp mắt thì vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm đã và đang trở thành một trong những mối quan tâm hàng đầu của mỗi người chúng ta khi quyết định lựa chọn một loại thực phẩm hay sử dụng dịch vụ ăn uống tại một nhà hàng nào. Chính vì vậy, nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt luôn tuân thủ quy trình vệ sinh an toàn thực phẩm từ khâu kiểm tra nhập hàng đến luôn chuyển thực phẩm, nguyên tắc bảo quản thực phẩm và những quy định về sơ chế thực phẩm, chế biến thực phẩm an toàn.

➔ Nhận xét chung về vấn đề vệ sinh:

Bảng 2.4: Đánh giá của khách hàng về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm tại Gogi House Lý Thường Kiệt

Đánh giá của khách hàng	Số khách đánh giá	Tỷ lệ (%)
Rất hài lòng	68	68%
Hài lòng	12	12%
Không hài lòng	20	20%
Tổng	100	100%

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

Trong tổng số 100 khách hàng được hỏi, có 68 khách hàng đã rất hài lòng về vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm tại Gogi House Lý Thường Kiệt, tuy nhiên vẫn có tới 20 khách hàng đánh giá vệ sinh của nhà hàng không đảm bảo như:

+ 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 tẩy rửa.

+ Khăn ăn không được gấp mà được để trong cốc uống bia, 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 nên chú trọng hơn tới vấn đề vệ sinh.

➤ **Thứ sáu, về giải quyết phàn nàn của khách hàng:**

Dựa trên những ưu điểm và hạn chế còn tồn tại, Nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt cũng có nhận được những lời khiếu nại, phàn nàn khác nhau từ khách hàng. Tuy nhiên, nhà hàng sẵn sàng đón nhận và giải quyết những lời khiếu nại, phàn nàn đó vì chính điều đó giúp nhà hàng hiểu đúng những nguyên nhân làm cho khách không hài lòng và đó cũng là cơ hội để cải tiến chất lượng dịch vụ tốt hơn cho khách hàng, đáp ứng được sự mong đợi của khách trong hiện tại và tương lai.

Tóm lại, bên cạnh những yếu tố chủ quan đã trình bày ở trên thì còn có những yếu tố khách quan ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ ăn uống tại Chuối Nhà hàng Gogi House nói chung và Nhà hàng Gogi House Lý Thường Kiệt nói riêng. Do đó, để đánh giá và quản lý chất lượng dịch vụ ăn uống trong nhà hàng, nhất thiết chúng ta phải làm rõ đặc thù của nó. Đó là:

- Thứ nhất, chất lượng trong kinh doanh ăn uống khó đo lường và đánh giá.

- Thứ hai, chất lượng dịch vụ ăn uống chỉ được đánh giá chính xác thông qua sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm.

Như đã trình bày ở trên chất lượng dịch vụ chính là sự thoả mãn của khách hàng sau khi tiêu dùng sản phẩm. Nó được đo bằng sự chênh lệch giữa những gì mà khách thực sự cảm nhận được khi sử dụng dịch vụ so với những gì mà họ mong đợi trước khi tiêu dùng. Chính vì vậy mà những nhân tố tác động tới sự cảm nhận và sự

mong chờ của khách sẽ ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ mà họ đánh giá. Nó phụ thuộc vào các yếu tố:

+ Giá cả: thói quen của người tiêu dùng là “tiền nào của ấy”, giá cả cũng là một chỉ tiêu đánh giá chất lượng sản phẩm của tất cả các loại hàng hoá nói chung và dịch vụ ăn uống nói riêng. Giá cả tỷ lệ thuận với chất lượng dịch vụ mong đợi. Khi khách hàng chấp nhận giá càng cao thì kỳ vọng vào chất lượng dịch vụ cũng càng lớn.

+ Quảng cáo: Quảng cáo đưa đến cho khách hàng một số cảm nhận ban đầu giúp khách hàng hình dung ra dịch vụ sẽ được cung cấp. Cung cấp cho khách hàng những thông tin ban đầu về sản phẩm. Quảng cáo chính là nhân tố tạo nên kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ.

+ Thông tin truyền miệng: Đây cũng được xem là một kênh thông tin có sức tác động rất lớn đối với khách hàng và doanh nghiệp. Những thông tin này thường xuất phát từ những người đã sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp rồi truyền đạt cho người khác. Đây là một nguồn tin đáng tin cậy cho khách hàng vì họ sẽ nhận được nó từ những người thân thuộc như: bạn bè, đồng nghiệp, người thân... Như vậy chúng có ảnh hưởng lớn tới mong đợi của khách hàng. Thông tin mang tính tích cực sẽ tạo kỳ vọng cao và ngược lại.

+ Nhu cầu khác nhau của khách hàng: Tùy mỗi khách hàng mà nhu cầu của họ sẽ khác nhau. Sự khác nhau này cũng có thể do nguồn gốc, tính cách, giới tính, phong tục tập quán của dân tộc ... mỗi khách hàng có thể có nhiều nhu cầu nhưng thường đặt kỳ vọng cao vào nhu cầu đặc trưng của họ. Ví dụ khách đến nhà hàng ngoài nhu cầu thư giãn, nghe nhạc.. nhu cầu đặc trưng của họ là ăn uống. Họ mong đợi được thưởng thức những món ăn, thức uống ngon, đẹp mắt còn nghe được nhạc hay không không quan trọng.

+ Kinh nghiệm trong tiêu dùng dịch vụ của khách: Những khách hàng có nhiều kinh nghiệm thường mong chờ và kỳ vọng cao vào sản phẩm nhiều hơn là những người ít kinh nghiệm. Bởi họ đã trải nghiệm nhiều trong tiêu dùng dịch vụ thì họ sẽ có nhiều cơ hội để so sánh, đánh giá sản phẩm.

TÓM TẮT 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 song lĩnh vực kinh doanh này là một loại hình kinh doanh đang phát triển và khá thuận lợi mà Gogi House Lý Thường Kiệt là một trong những nhà hàng kinh doanh trong lĩnh vực này.

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 bước lên một nấc thang phát triển mới.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĂN UỐNG TẠI GOGI HOUSE LÝ THƯỜNG KIỆT

3.1. Định hướng phát triển của Gogi House Lý Thường Kiệt.

3.1.1. Tâm nhìn của Gogi House Lý Thường Kiệt.

Gia nhập vào xu thế phát triển chung của nền kinh tế công nghiệp không khói, sứ mệnh của Gogi House 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 Gogi House mỗi khi nhắc đến ẩm thực nướng Hàn Quốc.

3.1.2. Mục tiêu phát triển của Gogi House Lý Thường Kiệt.

- Mục tiêu ngắn hạn: Tạo trào lưu mới gắn liền với việc xây dựng hình ảnh “Quán thịt nướng Hàn Quốc ngon số một”

- Mục tiêu dài hạn: Xây dựng hệ thống bền vững để khi nhắc đến ẩm thực xứ Kim Chi, người dùng sẽ nghĩ ngay đến GoGi House, đặc biệt khi đến Bà Rịa – Vũng Tàu khách hàng sẽ nghĩ ngay đến Gogi House Lý Thường Kiệt.

Ngoài ra, Gogi House hứa hẹn mang đến cho khách hàng những trải nghiệm thú vị và hài lòng. Tạo môi trường làm việc tích cực và năng động cho đội ngũ nhân viên. Đột phá chất lượng dịch vụ, làm dịch vụ từ tâm để nâng tầm thương hiệu.

3.1.3. Định hướng phát triển chung của Gogi House Lý Thường Kiệt.

Gogi House tiên phong xây dựng hình ảnh nhà hàng và cam kết mang đến cho khách hàng những trải nghiệm tốt nhất với món ăn ngon và chất lượng dịch vụ. Chiến lược và các bước đi quan trọng tạo ra đòn bẩy cho việc đạt sứ mệnh của Gogi House trong tương lai bao gồm:

- Về chỉ tiêu tài chính:

+ Duy trì tốc độ tăng trưởng đều qua các năm.

+ Tăng cường công tác quản trị tài chính thông qua việc quản lý và sử dụng muốn linh hoạt, hiệu quả, liên tục nghiên cứu các giải pháp kiểm soát chi phí

- Về lao động:

+ Tiếp tục củng cố về mặt tổ chức để xây dựng đội ngũ nhân viên chất lượng.

+ Tăng cường công tác đào tạo, nâng cao trình độ nghiệp vụ và kinh nghiệm cho nhân viên.

+ Kiện toàn chính sách lương thưởng và hệ thống đánh giá công việc một cách hiệu quả, chuyên nghiệp nhằm đảm bảo chế độ đãi ngộ cho người lao động

- *Về đầu tư:*

+ Cải tạo nâng cấp hình ảnh, cơ sở vật chất của chủ nhà hàng.

+ Liên tục nghiên cứu, phát triển các sản phẩm chất lượng, tạo thêm giá trị cho khách hàng.

- *Về dịch vụ:*

+ Đa áp dụng mạnh mẽ công nghệ vào vận hành và phục vụ khách hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ.

+ Đa dạng hóa sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của các phân khúc khách hàng khác.

+ Nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, bám sát nhu cầu của thị trường và khách hàng.

- *Về quản trị nhà hàng:*

+ Tiếp tục rà soát, bổ sung xây dựng và hoàn thiện các quy chế, quy định nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của nhà hàng.

+ Tăng cường áp dụng công nghệ thông tin tiên tiến vào công tác điều hành và phát triển của nhà hàng.

- *Các mục tiêu đối với môi trường:*

+ Với tiêu chí đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ, Gogi House luôn chú trọng vào công tác vệ sinh an toàn thực phẩm. Các nhà hàng trong hệ thống Gogi House đều có giấy chứng nhận đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm do Chi cục vệ sinh an toàn thực phẩm cấp. Các nguyên vật liệu sử dụng tại nhà hàng được nhập từ các xưởng chế biến của công ty tại hai thành phố Hà Nội và Hồ Chí Minh đều hoạt động theo tiêu chuẩn ISO về chất lượng và tiêu chuẩn HACCP về vệ sinh an toàn thực phẩm.

+ Hướng tới sử dụng các nguyên liệu, vật liệu thân thiện với môi trường đẹp của khách hàng, hướng đến sự bền vững.

3.2. Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt.

3.2.1. Phát triển thực đơn và chất lượng món ăn.

- **Bổ sung các món hải sản vào thực đơn:** Mặc dù Gogi House là nhà hàng chuyên phục vụ các loại thịt nướng, tuy nhiên khách hàng khi muốn dùng đồ nướng họ thường có nhu cầu muốn thưởng thức nhiều món khác nhau, không chỉ là các loại thịt nướng mà các loại hải sản cũng đem lại không thích hứng thú đối với các tín đồ nướng lẩu. Dù hiện tại thực đơn của Gogi House đã khá phong phú đa dạng, nhưng nếu được bổ sung thêm các món hải sản sẽ tạo cho khách hàng có thêm nhiều sự lựa chọn hơn, đồng thời còn có thể đem lại thêm cho Gogi House một lượng khách hàng lớn trong tương lai.

- **Cải thiện món ăn phù hợp với khẩu vị của khách hàng:** Được biết đến không chỉ là phục vụ các sản phẩm thịt nướng, mà tại đây khách hàng còn có thể thưởng thức được các món ăn truyền thống của Hàn Quốc. Tuy nhiên không phải khách hàng nào cũng có thể dễ dàng thưởng thức được các món ăn Hàn Quốc chính thống. Điều này bắt buộc Gogi House phải không ngừng cải thiện, biến tấu các món ăn trên theo như khẩu vị của người Việt Nam chúng ta. Điều này mang đến cho khách hàng sự trải nghiệm tuy quen mà lạ khi thưởng thức các món ăn Hàn Quốc tại Gogi House.

- **Nhân viên bếp và pha chế cần thực hiện đúng chart và quy trình chế biến món ăn:** Không giống như các nhà hàng khác, Gogi House là nhà hàng kinh doanh dạng chuỗi. Chính vì vậy không chỉ có sự đồng bộ về quy trình mà còn có sự đồng bộ về thực đơn cũng như cách chế biến món ăn, thức uống. Điều này bắt buộc các nhân viên bếp và pha chế không tự ý sáng tạo các món ăn thức uống mà cần phải làm đúng theo như hướng dẫn của chart. Điều này, khiến cho khách hàng cảm thấy dù cho có sử dụng bất kì nhà hàng nào thì cũng đều có thể cảm nhận được hương vị món ăn đậm chất Gogi House.

3.2.2. Cải tiến và bổ sung trang thiết bị nhà hàng.

- Gogi House đã có sự đồng đều và thích đáng về các trang thiết bị dụng cụ giữa các bộ phận trong nhà hàng. Tuy nhiên, các thiết bị tại nhà hàng vẫn chưa được thường xuyên tiến hành kiểm tra, bảo dưỡng và thay thế. Vì vậy, bộ phận kỹ thuật của công ty cần chủ động xuống nhà hàng để quan sát, kiểm tra thường xuyên, đồng thời các nhân viên, ban quản lý cũng cần phải chủ động nắm bắt tình trạng hoạt động của các trang thiết bị trong nhà hàng để báo lên bộ phận kỹ thuật đến sửa chữa và thay thế thật kịp thời, đảm bảo quá trình hoạt động của nhà hàng vẫn diễn ra bình thường.

- CCDC được sử dụng tại nhà hàng như dao, kéo, xoong nồi, bát, đĩa,... ở các khu vực chế biến cần được kiểm tra thường xuyên và thay thế nếu cần thiết.

- Vì kinh doanh mặt hàng thịt nướng nên ngoài các dụng cụ như bát, đĩa, thìa, cốc,... nhà hàng cần sử dụng thêm kéo và kẹp gấp để phục vụ trong suốt quá trình phục vụ khách hàng. Tuy vậy, các đồ dùng trên dễ thất lạc, với kéo thì nhanh chóng giảm độ sắc bén nên cần phải để ý bù đắp và thay thế nếu thấy cần thiết, đảm bảo chất lượng dịch vụ trong suốt quá trình khách hàng tiêu dùng sản phẩm.

- Định kỳ tổ chức thực hiện các giải pháp cần được nhà hàng hoạch định, tính toán cụ thể về thời gian thực hiện, kinh phí cần đầu tư để có kế hoạch triển khai một cách hiệu quả.

- Đi đôi với việc đầu tư sửa chữa, thay thế các trang thiết bị cơ sở vật chất, công cụ dụng cụ mới thì nhà hàng cũng cần đưa ra các quy định về việc bảo vệ tài sản, hướng dẫn nhân viên cách sử dụng cũng như giúp trách nhiệm cho từng bộ phận để nâng cao ý thức bảo vệ tài sản chung của nhà hàng.

3.2.3. Nâng cao năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên.

Như đã nói, con người là yếu tố quan trọng đóng vai trò quyết định đến sự thành công của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ. Vì thế, muốn nâng cao chất lượng dịch vụ cần lưu ý đến vấn đề nâng cao đội ngũ nhân viên. Từ thực tế cho thấy, đội ngũ lao động tại chuỗi nhà hàng Gogi House còn nhiều hạn chế về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, trình độ

ngoại ngữ. Chính vì vậy, nhà hàng cần quan tâm đến công tác đào tạo nhân viên góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và đem lại hiệu quả kinh doanh cho nhà hàng.

Để đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ của lao động đạt hiệu quả, nhà hàng cần quán triệt các nội dung sau:

- **Chi phí đào tạo:** Chương trình đào tạo đề ra muốn thực hiện được thì phải có nguồn kinh phí hợp lý và nhất định. Chi phí đó có thể được lấy ra từ quỹ của nhà hàng hay được trích ra một phần tư lợi nhuận kinh doanh của công ty. Thông thường, các công ty sẽ trích ra một phần tổng lợi nhuận để đầu tư cho các hoạt động đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực của mình. Khu kinh tế này được dùng để in ấn các tài liệu, trang bị các thiết bị công nghệ phục vụ cho việc đào tạo. Sau mỗi khóa đào tạo, phòng nhân sự của công ty cần tiến hành các bài kiểm tra trình độ để đánh giá mức độ nắm bắt các nhân viên đã qua đào tạo và đo lường hiệu quả của các hình thức đào tạo đã áp dụng. Từ đó có những điều chỉnh phù hợp hơn cho các khóa đào tạo sau này.

- **Xác định đối tượng đào tạo:** Các cán bộ nhân viên ở các cấp khác nhau được đào tạo theo khung chương trình và các kỹ năng khác nhau:

+ *Đội ngũ quản lý trực tiếp tại nhà hàng:* Các nội dung đào tạo cho ban quản lý là khác so với các nhân viên phục vụ, nó bao gồm các kiến thức nặng hơn như kiến thức về quản lý, nhân sự, marketing,... đây là các kiến thức nền tảng và quan trọng giúp điều hành nhà hàng một cách trơn tru và hiệu quả. Ngoài ra, còn các kỹ năng quan hệ với đối tác, các cơ quan chức năng trên địa bàn cũng vô cùng cần thiết.

+ *Đối với nhân viên phục vụ:* Khi mới tham gia vào hoạt động kinh doanh của nhà hàng, tất cả các nhân viên đều được đào tạo căn bản để định hình kiến thức và kỹ năng cần thiết để làm việc, điều đó là đúng đắn và cần thiết. Tuy vậy, trong suốt quá trình làm việc các nhân viên sẽ gặp rất nhiều tình huống bất ngờ khác nhau tùy thuộc vào từng đối tượng khách hàng mà cần giải quyết theo những cách khác nhau. Vì vậy, nhà hàng cần phải bổ sung, truyền đạt và hướng dẫn cho họ cách xử lý tình huống trong quá trình phục vụ, nhất là đối với các nhân viên mới, kỹ năng và kinh

nghiệm gần như chưa có hoặc có nhưng còn hạn chế. Điều này sẽ tạo thiện cảm cho khách hàng về sự chuyên nghiệp và đồng bộ ở nhân viên phục vụ.

- **Thời gian đào tạo:** Tuỳ thuộc vào cấp bậc của mỗi nhân viên.

+ *Đối với đội ngũ quản lý trực tiếp tại nhà hàng:* Công ty cần có kế hoạch cụ thể (từng tháng, từng quý, từng năm), vạch ra và định hướng rõ ràng giúp nhà quản lý thu xếp được công việc để không làm ảnh hưởng đến công tác quản lý tại nhà hàng.

+ *Đối với nhân viên phục vụ:* Cần lập kế hoạch đào tạo nhân viên thường xuyên định kỳ hàng tuần, hàng tháng để đảm bảo tất cả các nhân viên đều được tham gia các khoá đào tạo và kịp thời bổ sung cho nhân viên những kỹ năng mới cần thiết cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Việc đào tạo phải chủ động về mặt thời gian để không ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh như tổ chức đào tạo và những ngày đầu tuần ít khách, tránh thời gian đông khách của nhà hàng như vào dịp cuối tuần, ngày lễ, tết. Đồng thời kết hợp với tổng công ty cho những chuyên viên đào tạo trực tiếp xuống nhà hàng để theo dõi và đào tạo trực tiếp nghiệp vụ cho nhân viên, tránh tình trạng xa rời thực tế, mang nặng lý thuyết gây thất thoát và lãng phí cho ngân sách của công ty cũng như nhà hàng.

- **Nội dung và hình thức đào tạo:** Chương trình đào tạo có thể bao gồm các nội dung như kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng ứng xử, các kiến thức có liên quan trực tiếp đến lợi ích của khách hàng cũng như nhà hàng. Đặc biệt đối với các nhân viên phục vụ và tiếp xúc trực tiếp với khách hàng cần đào tạo kỹ kiến thức về thực đơn, món ăn, đồ uống và các dịch vụ đang được cung cấp tại nhà hàng để nhân viên có thể giới thiệu, khơi gợi được nhu cầu của khách hàng.

Bên cạnh đó, các cấp lãnh đạo của công ty cũng như ban quản lý tại nhà hàng cũng cần phải quan tâm tới đời sống và môi trường làm việc của nhân viên, khuyến khích tinh thần học hỏi và tự hoàn thiện kỹ năng làm việc của họ. Đồng thời, hoàn thiện các chính sách về nhân sự như khen thưởng, các chế độ phúc lợi xã hội nói chung.

3.2.4. Hoàn thiện quy trình phục vụ.

Cách tốt nhất để nâng cao quy trình phục vụ chính là luôn đặt nhu cầu của khách hàng lên hàng đầu trong mọi trải nghiệm ăn uống. Dựa trên nhu cầu và đặc điểm của khách hàng tiềm năng để đề ra những tiêu chuẩn cao hơn nữa cho từng quy trình phục vụ.

– Quản lý nhà hàng cần 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 nhân viên luôn trong tư thế sẵn sàng và làm việc thật tốt với một tác phong chuyên nghiệp.

– Thực hiện đón và tiễn khách một cách chu đáo hơn, chú ý quan sát xung quanh và tập trung trong công việc để có thể chăm sóc khách hàng một cách chu đáo nhất. Lưu ý khi tiễn khách cần phải hỏi khách về chất lượng món ăn cũng như chất lượng phục vụ của nhà hàng có làm khách cảm thấy hài lòng hay không. Việc thăm dò ý kiến của khách như vậy sẽ giúp nhà hàng biết được những gì khách không vừa ý để sửa đổi, cũng như tiếp tục phát huy những điểm làm hài lòng khách hàng.

– Khi tư vấn thực đơn, nhân viên phải nắm rõ các món có trong thực đơn để có thể gợi ý cũng như giải đáp được những vấn đề của khách hàng một cách nhanh chóng và chính xác.

– Trong quá trình phục vụ, nhân viên cần phải nắm rõ các quy định:

- Đảm bảo yêu cầu về thời gian, không để khách chờ đợi quá lâu.
- Phục vụ khách hàng theo trình tự.
- Thông tin rõ ràng chính xác và đi trước một bước.
- 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 thông tin cho khách hàng một cách tốt nhất.

3.2.5. Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

a) Nâng cao công tác quản lý đối với chủ nhà hàng.

- Kiểm tra giấy phép kinh doanh, giấy chứng nhận đủ điều kiện vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Trang bị đầy đủ các dụng cụ, trang thiết bị cần thiết phục vụ quá trình chế biến, phục vụ, đảm bảo yêu cầu vệ sinh thực phẩm. Nâng cấp hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị dụng cụ, tiến hành bảo dưỡng sửa chữa và vệ sinh trang thiết bị bếp.

- Đảm bảo nguồn cung ứng nguyên liệu chế biến thực phẩm rõ ràng, an toàn.

- Giám sát tình trạng sức khỏe của nhân viên, kịp thời phát hiện các trường hợp mắc bệnh, nghi ngờ mắc bệnh để yêu cầu nhân viên ngừng việc hoặc thực hiện các biện pháp xử lý, tránh lây nhiễm, ảnh hưởng đến nguồn thực phẩm.

- Giám sát, nhắc nhở nhân viên thực hiện tốt các hoạt động liên quan đến thực hiện vệ sinh an toàn thực phẩm.

b) Nâng cao trách nhiệm, kiến thức an toàn vệ sinh thực phẩm đối với nhân viên chế biến và nhân viên phục vụ nhà hàng.

- Thực hiện khám sức khỏe định kỳ để theo dõi tình trạng sức khỏe của bản thân. Khi phát hiện mắc các bệnh lây nhiễm cần phải báo cho quản lý để tạm ngừng công việc hoặc có các biện pháp xử lý phù hợp.

- Thường xuyên bổ sung, cập nhật các kiến thức về vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Nâng cao trách nhiệm của cá nhân, tự giác thực hiện và nhắc nhở nhau thực hiện tốt thực hành vệ sinh cá nhân và thực hành vệ sinh an toàn thực phẩm.

- Khi phát hiện các vấn đề về vệ sinh an toàn thực phẩm phải báo cáo lại với quản lý nhà hàng để xử lý.

c) Nâng cao trách nhiệm, kiến thức an toàn vệ sinh thực phẩm đối với khách hàng.

- Nhà hàng cung cấp dung dịch rửa tay, sát khuẩn và nhắc nhở khách hàng vệ sinh tay sạch sẽ trước khi ăn.

- Nhân viên nhà hàng hướng dẫn khách hàng để riêng thực phẩm sống và thực phẩm chín để tránh lây nhiễm chéo.

3.2.6. Hoàn thiện quy trình giải quyết các khiếu nại – than phiền của khách hàng.

- Đảm bảo vấn đề của khách hàng được giải quyết nhanh nhất có thể trong

khoảng thời gian ngắn.

- Nhấn mạnh giải quyết vấn đề:

+ Hướng dẫn cho nhân viên biết đề ra một giải pháp trước mắt.

+ Nếu nhân viên không thể đề đăng nghe được giải pháp, hãy đào tạo họ biết cách đưa ra kế hoạch giải quyết trong tương lai để vấn đề được giải quyết càng sớm càng tốt.

- Đào tạo cho nhân viên cách đền bù cho mỗi vấn đề hoặc khiếu nại than phiền của khách hàng:

+ Không tỏ thái độ bất hợp tác hay buộc tội khách hàng ngay cả khi họ sai.

+ Tập trung, kiên nhẫn lắng nghe ý kiến, khiếu nại của khách hàng.

+ Gửi đến khách hàng lời xin lỗi chân thành.

+ Đưa ra cách giải quyết và giải thích rõ ràng cách giải quyết đối với khách hàng.

- Đặc tiến trình sẵn sàng để ngăn chặn vấn đề xảy ra một lần nữa.

- Chăm sóc, theo dõi sau khi xử lý tình huống mà khách hàng phàn nàn để đảm bảo họ đã hài lòng 100% với cách xử lý vấn đề của bạn. Từ đó, khách hàng sẽ có thể an tâm và tin tưởng một lần nữa đến với nhà hàng.

3.3. Đề xuất, kiến nghị.

3.3.1. Đối với bộ phận quản lý.

a) Phân công công việc hợp lý.

- Phân công công việc hợp lý, giao quyền chủ động cho nhân viên. Điều này là phải giao đúng người đúng việc, khi đã giao việc cần để nhân viên có quyền chủ động trong việc giải quyết các vấn đề có trong phạm vi được quyền cho phép của nhân viên, dưới sự giám sát của quản lý.

- Động viên, đôn đốc nhân viên có vai trò quan trọng, có tác động đến tâm lý của nhân viên. Lốp thực hiện tốt điều này thì nhân viên sẽ cố gắng thực hiện tốt công việc mình, đem lại hiệu quả công việc cao.

- Hướng dẫn thay vì chỉ kiểm tra: điều này có nghĩa, khi giao việc cho nhân viên, quản lý nên hướng dẫn nhân viên làm thế nào để hoàn thành tốt công việc, làm mẫu

cho nhân viên thấy, như vậy sẽ đem lại hiệu quả cao hơn thay vì chỉ giao việc cho nhân viên sau đó kiểm tra và sửa chữa những sai sót sau khi công việc đã hoàn thành.

- Tạo điều kiện cho nhân viên xoay ca để họ có thể trải nghiệm công việc, góp phần tích lũy kinh nghiệm và rèn luyện tính năng động trong công việc, linh hoạt xử lý tình huống.

- Giữa các nhân viên cần phải hỗ trợ và giúp đỡ lẫn nhau, nhân viên chính thức cần thường xuyên giúp đỡ hỗ trợ nhân viên mới hoàn thành công việc.

b) Lắng nghe nhân viên.

Với sứ mệnh “Nhân viên hạnh phúc, khách hàng hài lòng”, thì việc lắng nghe nhân viên cũng là một cách tốt nhất để nâng cao chất lượng dịch vụ. Để có thể lắng nghe và thấu hiểu thì ban quản lý cần phải:

- Thực hiện các cuộc khảo sát chất lượng từ các nhân viên ít nhất mỗi năm một lần, có thể gửi qua email bản khảo sát này kèm ngày hết hạn. Cùng với bản khảo sát, cần gửi kèm ưu đãi hoặc một giải thưởng nào đó để tạo động lực cho nhân viên làm khảo sát.

- Giao tiếp cởi mở với nhân viên trước khi bắt đầu ngày làm việc bằng những câu chào hỏi vui vẻ.

- Lắng nghe ý kiến của nhân viên bất cứ khi nào họ có nhu cầu bày tỏ.

- Tiếp nhận ý kiến của nhân viên, kể cả ý kiến trái chiều một cách nhiệt tình. Sau đó, tùy theo mức độ đúng sai, tiếp thu được hay không mà đưa ra các quyết định.

3.3.2. Đối với một số bộ phận có liên quan đến hoạt động của nhà hàng.

a) Đối với các bộ phận hoạt động trong 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 một 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.

b) Đối với các bộ phận hoạt động bên ngoài nhà hàng.

Gogi House hoạt động không chỉ dựa trên các bộ phận nội bộ trong khu vực nhà hàng mà còn cần đến sự phối với và trợ giúp của nhiều bộ phận khác tại phạm vi trong và ngoài công ty. Chính vì vậy, một khi có sự cố xảy ra nhà hàng cần có sự hỗ trợ hết mình từ các bộ phận này để có thể đem lại cho khách hàng chất lượng dịch vụ tốt nhất.

Đối với các xưởng chế biến và Nhà cung cấp: Gogi House thực hiện order các loại nguyên vật liệu sử dụng trong nhà hàng định kỳ hàng ngày và hàng tuần. Tuy nhiên, với những ngày sale đột biến, lượng khách hàng đông dẫn đến nguồn nguyên liệu đã order trước đó không đủ để phục vụ khách thì nhà hàng cần liên lạc khẩn cấp đến các Nhà cung cấp để hốt thẻ kịp thời hỗ trợ giao hàng bổ sung cho nhà hàng. Điều này giúp việc kinh doanh tại nhà hàng diễn ra liên tục, không bị gián đoạn, đảm bảo chất lượng dịch vụ mà nhà hàng mang đến cho khách hàng.

Đối với bộ phận Chăm sóc khách hàng: Gogi House được biết đến là thương hiệu của Golden Gate – chủ sở hữu của ứng dụng The Golden Spoon, đây được xem là ứng dụng khá quen thuộc đối với những ai là khách hàng quen thuộc của Golden Gate nói chung và Gogi House nói riêng. Đây là ứng dụng đem lại nhiều lợi ích cho

khách hàng khi đăng ký thành viên và sử dụng dịch vụ tại nhà hàng. Tuy nhiên, trong quá trình sử dụng khách hàng cũng gặp không ít khó khăn ảnh hưởng đến quyền lợi của bản thân. Lúc này, khách hàng cần được giải quyết thì nhà hàng cần phải liên hệ đến bộ phận chăm sóc khách hàng để có thể hỗ trợ khách giải quyết những vấn đề này. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ tại nhà hàng.

Đối với bộ phận Kỹ thuật: Trong quá trình hoạt động kinh doanh, các cơ sở vật chất trang thiết bị tại nhà hàng đều được kiểm tra, sửa chữa định kì. Tuy nhiên, sẽ có những trường hợp một vài trang thiết bị sẽ hỏng hóc đột xuất, việc này cần được bộ phận kỹ thuật hỗ trợ kịp thời để sửa chữa các trang thiết bị. Điều này giúp quá trình hoạt động kinh doanh của nhà hàng diễn ra thuận lợi, không bị gián đoạn.

TÓM TẮT 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

Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh là mục tiêu mà bất kì nhà hàng nào cũng nhắm tới và làm mọi cách để có thể thực hiện được mục tiêu đó. Một trong những phương pháp hiệu quả nhất để nâng cao hoạt động kinh doanh của nhà hàng đó chính là nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nâng cao chất lượng dịch vụ tại nhà hàng không chỉ góp phần nâng cao doanh thu mà còn giúp nhà hàng tạo được một hệ thống vững mạnh trên thương trường. Tạo cho nhà hàng một điểm nhấn khác biệt giúp thu hút khách hàng. Nâng cao chất lượng dịch vụ phải đảm bảo đầy đủ các yếu tố: độ tin cậy, tính đảm bảo, tính hưởng ứng, tính hữu hình, tính dị hình. Chỉ có như vậy mới đảm bảo chất lượng dịch vụ là hoàn hảo.

Qua đề tài nghiên cứu của mình, em đã thu thập những thông tin bổ ích về chất lượng dịch vụ và các tiêu chí để nâng cao chất lượng ăn uống tại nhà hàng. Việc phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc Gogi House Lý Thường Kiệt đã giúp em hình thành một số biện pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại nơi này.

Hy vọng đề tài lần này của em có thể đóng góp một số ý kiến cá nhân nhằm góp phần làm hoàn thiện hơn chất lượng dịch vụ ăn uống tại nhà hàng thịt nướng Hàn Quốc Gogi House Lý Thường Kiệt .

Do ảnh hưởng của dịch Covid, thời gian làm việc của em tại Gogi House Lý Thường Kiệt cũng bị ngắt quãng. Và do năng lực bản thân có hạn nên em không thể tránh khỏi những sai sót trong đề tài nghiên cứu này, em mong nhận được sự góp ý và đánh giá của các thầy cô.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình *Quản trị chất lượng*, Th.S Ngô Thị Tuyết, Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu
2. TS. Tạ Thị Kiều An (2010), *Quản trị chất lượng*, Đại học Kinh Tế TP.HCM
3. TS. Hà Nam Khánh Giao (2011), *Giáo trình nghiệp vụ nhà hàng*, Nhà xuất bản tổng hợp TP HCM.
4. PGS TS. Trịnh Xuân Dũng (2003), *Tổ chức kinh doanh nhà hàng*, Nhà xuất bản lao động – xã hội Hà Nội.
5. Tiêu chuẩn Việt Nam TCVN ISO 9000:2000
6. Báo cáo thường niên Golden Gate 2019
7. Quy trình tiêu chuẩn hoạt động của Gogi House Lý Thường Kiệt
8. Kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ ăn uống tại Gogi House Lý Thường Kiệt (tháng 08/2020)
9. <http://elearning.ggg.com.vn/>
10. <https://gogi.com.vn/>
11. <https://ipos.vn/chat-luong-dich-vu-kinh-doanh-nha-hang/>
12. <https://lotushotel.vn/cac-yeu-to-anh-huong-den-chat-luong-phuc-vu-trong-nha-hang/>
13. [Tung bừng khai trương nhà hàng Gogi House tại Vũng Tàu về Nhà Hàng Gogi - Vũng Tàu | riviuvn](https://riviuvn.vn/tung-bung-khai-truong-nha-hang-gogi-house-tai-vung-tau-ve-nha-hang-gogi-vung-tau)

PHỤ LỤC HÌNH ẢNH



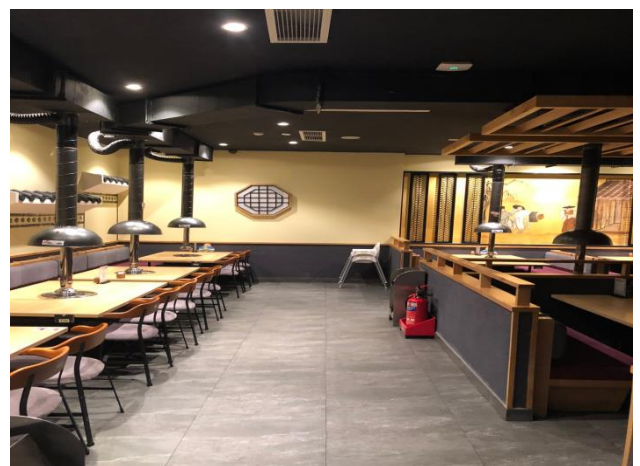
Menu Alacart và Combo

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)



Menu Buffet

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)



Không gian Gogi House Lý Thường Kiệt

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)



Đội ngũ nhân sự tại Gogi House Lý Thường Kiệt

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)

PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI GOGI HOUSE

Họ và tên khách hàng:.....

Số điện thoại.....

Câu 1: Bạn có cảm thấy hài lòng/thoải mái với không gian nhà hàng hay không?

- Có
- Không

Câu 2: Bạn có thích cách thiết kế, trang trí và cơ sở vật chất trang thiết bị của nhà hàng không?

- Có
- Không

Câu 3: Bạn có hài lòng về vấn đề vệ sinh của nhà hàng?

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Không hài lòng

Câu 4: Các món ăn của nhà hàng có ngon miệng không?

- Rất ngon
- Ngon
- Bình thường
- Chưa ngon

Câu 5: Bạn cảm thấy cách bày trí, sắp xếp món ăn của nhà hàng như thế nào?

- Đẹp mắt, tinh tế
- Bình thường
- Đơn giản

Câu 6: Bạn đánh giá thế nào về menu của nhà hàng?

- Đa dạng món ăn
- Ít lựa chọn
- Ít món tráng miệng, khai vị

- Nhiều món ăn về thịt, cần bổ sung hải sản
- Ý kiến khác: ...

Câu 7: Bạn đánh giá thế nào về chất lượng phục vụ của nhân viên?

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Không hài lòng

Câu 8: Nhân viên phục vụ có phục vụ bạn tận tình không?

- Có
- Không

Câu 9: Bạn có quay trở lại nhà hàng vào những lần kế tiếp không?

- Chắc chắn có
- Chắc chắn không

Câu 10: Bạn có sẵn sàng giới thiệu nhà hàng đến bạn bè, đồng nghiệp... của mình để cùng nhau đến và trải nghiệm không?

- Có
- Không

Ý kiến đóng góp khác:

.....

.....

.....

Cảm ơn bạn đã dành thời gian để thực hiện khảo sát này!

(Nguồn: Gogi House Lý Thường Kiệt)