

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

**“Nâng cao chất lượng dịch vụ Buffet sáng tại
nhà hàng thuộc Aria Grand DaNang”**

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Hương Ly

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

**“Nâng cao chất lượng dịch vụ Buffet sáng tại
nhà hàng thuộc Aria Grand DaNang”**

Giảng viên hướng dẫn : Nguyễn Thúy Nga

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Hương Ly

Mã sinh viên : 2254060008

Khóa học : 2022-2026

Lớp : 22KS

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên:

MSSV: Lớp: Khóa:

Ngành: Quản trị khách sạn

1. Tên đề tài:

2. Nội dung:

Nội dung: Khóa luận tập trung hệ thống hóa lý luận về chất lượng buffet sáng, phân tích thực trạng quy trình phục vụ và các yếu tố ảnh hưởng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng giai đoạn 2023 - 2025, từ đó đề xuất các giải pháp khả thi để hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Mục tiêu: Đề tài nhằm phân loại thực trạng hoạt động và đo lường chính xác mức độ hài lòng của thực khách để tìm ra các hạn chế trong quy trình buffet sáng, từ đó đưa ra biện pháp khắc phục nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh cho khách sạn.

Phương pháp thực hiện: Nghiên cứu kết hợp phương pháp định tính (quan sát thực tế quy trình, phỏng vấn nhân sự và phân tích số liệu nội bộ) với phương pháp định lượng (khảo sát bằng bảng hỏi 50 khách hàng theo thang đo SERVQUAL từ tháng 1 đến tháng 5/2026, sau đó xử lý số liệu bằng thống kê mô tả trên Excel).

3. Ngày giao khóa luận:

4. Ngày hoàn thành khóa luận:

5. Giảng viên hướng dẫn:

Nội dung và yêu cầu Khóa luận tốt nghiệp đã được thông qua Bộ môn.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Trưởng bộ môn

Giảng viên hướng dẫn

Sinh viên thực hiện

(ký ghi rõ họ tên)

(ký ghi rõ họ tên)

(ký ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH

DANH MỤC BẢNG BIỂU

DANH MỤC SƠ ĐỒ

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

PHẦN MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG

TRONG KHÁCH SẠN.....	1
1.1. Tổng quan về kinh doanh khách sạn và dịch vụ ăn uống	1
1.1.1. Khái niệm và đặc điểm kinh doanh khách sạn.....	1
1.1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn.....	1
1.1.1.2. Đặc điểm kinh doanh khách sạn	1
1.1.2. Dịch vụ ăn uống trong khách sạn (F&B)	3
1.1.2.1. Khái niệm dịch vụ ăn uống.....	3
1.1.2.2. Vai trò của bộ phận F&B trong khách sạn	3
1.2. Bộ phận nhà hàng trong khách sạn	3
1.2.1. Khái niệm nhà hàng	3
1.2.2. Đặc điểm nhà hàng.....	4
1.2.2.1. Tính không thể lưu trữ của dịch vụ.....	4
1.2.2.2. Hoạt động kinh doanh nhà hàng phụ thuộc nhiều vào yếu tố con người ..	5
1.2.2.3. Nhà hàng có tính đa dạng và linh hoạt	5
1.2.2.4. Yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm	5
1.2.3. Phân loại nhà hàng	6
1.2.3.1. Theo quy mô	6
1.2.3.2. Theo chất lượng và trang thiết bị.....	6
1.2.3.3. Theo món ăn nhà hàng phục vụ	6
1.2.3.4. Theo phương thức phục vụ	7
1.3. Dịch vụ buffet sáng	8
1.3.1. Khái niệm buffet sáng.....	8
1.3.2. Đặc điểm buffet sáng	8
1.3.2.1. Phục vụ tự chọn	8

1.3.2.2. Mức giá cố định	9
1.3.2.3. Phục vụ một lượng lớn khách hàng cùng lúc	9
1.3.2.4. Giảm thiểu nhân lực phục vụ tại bàn	9
1.3.3. Vai trò của loại hình phục vụ buffet sáng	9
1.3.3.1. Đối với khách hàng	9
1.3.3.2. Đối với khách sạn và nhà hàng	9
1.3.4. Quy trình tổ chức buffet sáng	10
1.4. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buffet sáng	14
1.4.1. Khái niệm dịch vụ và chất lượng dịch vụ	14
1.4.1.1. Khái niệm dịch vụ	14
1.4.1.2. Khái niệm chất lượng dịch vụ	15
1.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn	15
1.4.2.1. Nhân tố khách quan	16
1.4.2.2. Nhân tố chủ quan	16
1.4.3. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ	17
1.4.3.1 Mô hình SERVQUAL (Chất lượng dịch vụ)	17
1.4.3.2. Mô hình đánh giá sản phẩm buffet	19
TIÊU KẾT CHƯƠNG 1	20
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH PHỤC VỤ BUFFET SÁNG THUỘC KHÁCH SẠN ARIA GRAND ĐÀ NẴNG	21
2.1. Tổng quan nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng	21
2.1.1. Giới thiệu về khách sạn Aria Grand DaNang	21
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển	21
2.1.3. Các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn	22
2.1.3.1. Dịch vụ lưu trú	22
2.1.2.2. Dịch vụ ăn uống, ẩm thực	24
2.1.2.3. Dịch vụ bổ sung	26
2.1.4. Cơ cấu tổ chức khách sạn	27
2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn Aria Grand DaNang	30
2.2.1. Tình hình thu hút khách của khách sạn trong giai đoạn 2023-2025	30
2.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn trong giao đoạn 2023 - 2025	31
2.3. Tổng quan về nhà hàng	32

2.3.1. Giới thiệu về nhà hàng	32
2.3.2. Cơ cấu tổ chức nhà hàng	33
2.3.3. Đội ngũ lao động của nhà hàng	34
2.3.4. Kết quả kinh doanh của nhà hàng	35
2.4. Phân tích thực trạng quy trình phục vụ buffet sáng	36
2.4.1. Quy trình phục vụ	36
2.5. Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quy trình phục vụ	37
2.5.1. Nhân viên phục vụ	37
2.5.2. Cơ sở vật chất, trang thiết bị trong nhà hàng	38
2.5.3. Sự phối hợp giữa các bộ phận	38
2.5.3.1. Sự phối hợp giữa phục vụ và bếp	38
2.5.3.2. Sự phối hợp giữa phục vụ và thu ngân	38
2.5.4. Công tác quản lý	39
2.6. Kết quả khảo sát về Quy trình phục vụ buffet sáng	39
2.6.1. Phương pháp thu thập dữ liệu phiếu khảo sát, phỏng vấn, quan sát	39
2.6.2. Kết quả khảo sát khách hàng về quy trình phục vụ buffet sáng	39
2.6.2.1. Mô tả mẫu	40
2.6.2.2. Kết quả đánh giá	43
2.7. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng buffet sáng tại nhà hàng	49
2.7.1. Phương tiện hữu hình	49
2.7.1.1. Ưu điểm	49
2.7.1.2. Nhược điểm	50
2.7.2. Độ tin cậy	50
2.7.2.1. Ưu điểm	50
2.7.2.2. Nhược điểm	50
2.7.3. Năng lực phục vụ	51
2.7.3.1. Ưu điểm	51
2.7.3.2. Nhược điểm	51
2.7.4. Sự đảm bảo	51
2.7.4.1. Ưu điểm	51
2.7.4.2. Nhược điểm	52
2.7.5. Sự cảm thông	52

2.7.5.1. Ưu điểm	52
2.7.5.2. Nhược điểm	52
TIÊU KẾT CHƯƠNG 2.....	53
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG THUỘC KHÁCH SẠN ARIA GRAND	54
ĐÀ NẴNG	54
3.1. Định hướng và mục tiêu hoàn thiện quy trình phục vụ buffet sáng.....	54
3.1.1. Định hướng phát triển du lịch Việt Nam	54
3.1.2. Định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng.....	56
3.1.3. Định hướng phát triển của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng	56
3.1.4. Định hướng phát triển của nhà hàng	58
3.2. Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng buffet sáng tại khách sạn.....	59
3.2.1. Hoàn thiện và đa dạng hóa thực đơn buffet sáng.....	59
3.2.2. Nâng cao chất lượng món ăn và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.....	61
3.2.3. Nâng cao chất lượng phục vụ trong thời gian buffet sáng	62
3.2.4. Cải thiện không gian và cơ sở vật chất khu vực buffet sáng	63
3.2.5. Tăng cường chăm sóc khách hàng và cá nhân hóa trải nghiệm buffet sáng.....	64
3.3. Kiến nghị.....	65
3.3.1. Kiến nghị với sở du lịch Đà Nẵng	65
3.3.2. Kiến nghị với ban lãnh đạo khách sạn	66
3.3.2. Kiến nghị đối với ban quản lý nhà hàng	66
3.3.3. Kiến nghị đối với các bộ phận liên quan	67
TIÊU KẾT CHƯƠNG 3.....	69
KẾT LUẬN	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	1
PHỤ LỤC.....	2

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Logo khách sạn Aria Grand Đà Nẵng Hotel.....	21
Hình 2.2: Nhà hàng	24
Hình 2.3: Hình bar T Lounge.....	25
Hình 2.4: Hình Lobby bar	26

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1: Quy trình phục vụ buffet sáng	11
Bảng 2.1: Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận	28
Bảng 2.2: Tình hình lượt khách đến với khách sạn qua 3 năm.....	30
Bảng 2.3: Kết quả kinh doanh năm 2023 - 2025	31
Bảng 2.4: Cơ cấu lao động theo trình độ tại Aria Grand Đà Nẵng.....	34
Bảng 2.5: Kết quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng.....	35
Bảng 2.6: Quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng	36
Bảng 2.7: Ý nghĩa của từng giá trị trung bình.....	40

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1: Quy trình phục vụ buffet sáng	10
Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại khách sạn.....	27
Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức nhà hàng.....	33
Sơ đồ 2.3: Quy trình phục vụ	36

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Thống kê giới tính giới tính khách hàng	40
Biểu đồ 2.2: Thống kê độ tuổi khách hàng	41
Biểu đồ 2.3: Thống kê Quốc tịch khách hàng.....	41
Biểu đồ 2.4: Thống kê tần suất khách sử dụng buffet sáng tại nhà hàng.....	42
Biểu đồ 2.5: Thống kê mục đích lưu trú tại nhà hàng.....	43
Biểu đồ 2.6: Mức độ hài lòng về quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng.....	48

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp với đề tài: “Nâng cao chất lượng buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng” là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của cô Nguyễn Thúy Nga, giảng viên Khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.

Các số liệu, thông tin và kết quả nghiên cứu được sử dụng trong khóa luận được thu thập từ thực tế tại khách sạn Aria Grand Đà Nẵng, từ các nguồn tài liệu tham khảo đáng tin cậy và được trích dẫn đầy đủ theo quy định. Những nội dung, kết quả nghiên cứu trong khóa luận là trung thực, khách quan và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực của các nội dung trình bày trong khóa luận này.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Sinh viên thực hiện

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc và chân thành nhất đến Ban Giám hiệu trường Đại học Kiến trúc, cùng toàn thể quý thầy cô giáo trong Khoa Du lịch đã tận tình giảng dạy, truyền đạt những kiến thức quý báu và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và rèn luyện tại trường. Những tri thức ấy chính là nền tảng vững chắc để em có thể hoàn thiện khóa luận tốt nghiệp này và tự tin bước vào hành trình nghề nghiệp tương lai.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất đến Cô Nguyễn Thúy Nga - giảng viên hướng dẫn trực tiếp của em. Trong suốt thời gian thực hiện đề tài, cô đã luôn dành thời gian quan tâm, chỉ bảo tận tình, định hướng chuyên môn và động viên em vượt qua những khó khăn để hoàn thành khóa luận một cách tốt đẹp nhất. Nếu không có sự hướng dẫn khoa học và tâm huyết của cô, em khó có thể hoàn thành bài nghiên cứu này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn Ban Giám đốc cùng tập thể cán bộ, nhân viên tại Aria Grand Hotel DaNang. Khoảng thời gian thực tập tại quý khách sạn đã mang lại cho em những trải nghiệm thực tế vô cùng quý giá, giúp em thấu hiểu sâu sắc hơn về ngành Quản trị Khách sạn. Sự hỗ trợ nhiệt tình, tạo điều kiện tiếp cận thực tế và cung cấp các số liệu cần thiết từ phía khách sạn đã giúp em liên hệ giữa lý thuyết và thực tiễn một cách hiệu quả nhất.

Do kiến thức bản thân và thời gian nghiên cứu còn hạn chế, khóa luận chắc chắn không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp từ quý thầy cô để đề tài của em được hoàn thiện hơn.

Em xin kính chúc quý thầy cô Khoa Du lịch – Trường Đại học Kiến trúc, Cô Nguyễn Thúy Nga cùng Ban Giám đốc và toàn thể nhân viên Khách sạn Aria Grand luôn dồi dào sức khỏe, hạnh phúc và gặt hái được nhiều thành công trong sự nghiệp.

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, ngành du lịch Việt Nam có sự phục hồi và phát triển mạnh mẽ, đặc biệt tại thành phố Đà Nẵng - một trong những trung tâm du lịch trọng điểm của cả nước. Sự gia tăng về số lượng khách du lịch kéo theo sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các cơ sở lưu trú. Trong bối cảnh đó, chất lượng dịch vụ được xem là yếu tố then chốt quyết định khả năng thu hút, giữ chân khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn.

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ ẩm thực đóng vai trò quan trọng, đặc biệt là dịch vụ buffet sáng - một dịch vụ thường được bao gồm trong giá phòng và là trải nghiệm đầu tiên của khách hàng trong ngày. Chất lượng buffet sáng không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của khách lưu trú mà còn tác động đến đánh giá tổng thể về khách sạn, khả năng quay lại và giới thiệu cho người khác. Vì vậy, việc duy trì và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng là yêu cầu cần thiết đối với mỗi khách sạn trong giai đoạn cạnh tranh hiện nay.

Khách sạn Aria Grand Hotel Danang là một đơn vị kinh doanh lưu trú phục vụ đa dạng đối tượng khách nội địa và quốc tế. Qua quá trình thực tập và tìm hiểu thực tế tại nhà hàng thuộc khách sạn, nhận thấy rằng bên cạnh những ưu điểm đã đạt được, dịch vụ buffet sáng vẫn còn một số hạn chế như sự đa dạng món ăn chưa thực sự phong phú, khả năng đáp ứng vào giờ cao điểm còn hạn chế, quy trình phục vụ chưa đồng bộ và mức độ chăm sóc khách hàng chưa cao. Những vấn đề này phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách và hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Xuất phát từ tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ buffet sáng trong hoạt động khách sạn, đồng thời nhận thấy sự cần thiết phải nghiên cứu, đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp phù hợp với điều kiện thực tế tại đơn vị, em lựa chọn đề tài: *“Nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc Aria Grand Hotel Danang”* làm đề tài khóa luận tốt nghiệp. Đề tài không chỉ có ý nghĩa về mặt lý luận trong việc hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ mà còn mang ý nghĩa thực tiễn, góp phần đề xuất các giải pháp khả thi nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng và hiệu quả kinh doanh của khách sạn trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn.

Phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng buffet sáng tại Aria Grand Đà Nẵng.

Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ, góp phần hài lòng và hiệu quả kinh doanh.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu:* sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Aria Grand DaNang

- *Phạm vi nghiên cứu:*

+ Phạm vi không gian: khách sạn Aria Grand DaNang

+ Phạm vi thời gian: Các dữ liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 1/2026 đến 5/2026.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc Aria Grand Hotel Danang, đề tài sử dụng kết hợp hai phương pháp nghiên cứu chính: định tính và định lượng. Việc kết hợp hai phương pháp này giúp đảm bảo kết quả nghiên cứu có tính toàn diện, khách quan và sát với thực tế.

1. Phương pháp định tính:

Được sử dụng để tìm hiểu và phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng. Nghiên cứu tiến hành quan sát trực tiếp quá trình phục vụ, phỏng vấn quản lý và nhân viên nhà hàng, đồng thời phân tích các tài liệu nội bộ và phản hồi của khách hàng. Kết quả định tính giúp xác định các vấn đề tồn tại và làm cơ sở xây dựng bảng khảo sát.

2. Phương pháp định lượng:

Được thực hiện thông qua khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ buffet sáng bằng bảng câu hỏi. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả như tính tần suất, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng.

5. Bố cục khóa luận

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn

Chương 2: Thực trạng quy trình phục vụ buffet sáng thuộc khách sạn Aria Grand Danang

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Danang

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TRONG KHÁCH SẠN

1.1. Tổng quan về kinh doanh khách sạn và dịch vụ ăn uống

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm kinh doanh khách sạn

1.1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

Trong nghiên cứu bản chất của kinh doanh khách sạn, việc hiểu rõ nội dung của khái niệm “kinh doanh khách sạn” là cần thiết và quan trọng.

Đầu tiên, kinh doanh khách sạn chỉ là hoạt động kinh doanh dịch vụ nhằm đảm bảo chỗ ngủ qua đêm cho khách có trả tiền. Sau đó, cùng với những đòi hỏi thoả mãn nhiều nhu cầu hơn và ở mức cao hơn của khách du lịch và mong muốn của chủ khách sạn, dần dần khách sạn tổ chức thêm những hoạt động kinh doanh ăn uống. Kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng là hoạt động cung cấp các dịch vụ phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi và ăn uống cho khách. Còn theo nghĩa hẹp, kinh doanh khách sạn chỉ đảm bảo việc phục vụ nhu cầu ngủ, nghỉ cho khách.

Ngày nay, nội dung của kinh doanh khách sạn ngày càng được mở rộng và phong phú và đa dạng về thể loại. Vì vậy, người ta vẫn thừa nhận cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp của khái niệm “kinh doanh khách sạn”. Tuy nhiên, ngày nay khái niệm kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp đều bao gồm cả hoạt động kinh doanh các dịch vụ bổ sung.

Theo Ts. Nguyễn Văn Mạnh và Ths. Hoàng Thị Lan Hương: “*Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách nhằm đáp ứng nhu cầu ăn, nghỉ và giải trí của họ tại các điểm du lịch nhằm mục đích có lãi*”.

1.1.1.2. Đặc điểm kinh doanh khách sạn

Theo Phạm Xuân Hậu (2011), “*Kinh doanh khách sạn là một hoạt động kinh tế dịch vụ cao cấp mang tính tổng hợp. Tập hợp dịch vụ trong khách sạn được phân chia thành dịch vụ cơ bản và dịch vụ bổ sung để cung cấp cho khách du lịch và khách địa phương*”.

Hoạt động kinh doanh khách sạn diễn ra liên tục: khách sạn luôn hoạt động 24/24 giờ, các nhân viên luôn phải thay ca nhau làm việc đảm bảo sự luôn sẵn sàng để cung cấp dịch vụ cho khách, không có thời gian tạm ngừng hoạt động để nghỉ như trong các doanh nghiệp thông thường.

Hoạt động kinh doanh khách sạn sử dụng rất nhiều lao động trực tiếp: Một ngày làm việc phải chia làm nhiều ca với đầy đủ các bộ phận và nhân viên cho từng ca. Vì vậy tổng số nhân viên khách sạn sử dụng rất lớn, hầu hết các khâu phục vụ là không thể cơ khí hoá hay tự động hoá được. Vào thời kỳ cao điểm, khách sạn còn phải sử dụng một lượng lớn lao động không thường xuyên.

Hoạt động kinh doanh khách sạn cần một lượng vốn ban đầu rất lớn: khách sạn phải đầu tư một lượng tiền rất lớn để thuê mua đất ở những vị trí thuận lợi nhất của một vùng, xây dựng nhà phòng mua sắm trang thiết bị, đồng thời vốn xây dựng cơ bản và sửa chữa, vốn lưu động, các quỹ dự phòng rủi ro, quỹ lương, thưởng ...đều rất lớn.

Hoạt động kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch: Những nơi nào tài nguyên du lịch phong phú, đa dạng và nhất là những nơi trung tâm kinh tế, chính trị, văn hoá sẽ thu hút khách nhiều hơn và hoạt động kinh doanh Khách sạn cũng phát triển hơn.

Hoạt động kinh doanh khách sạn mang tính chu kỳ: đặc trưng này thể hiện ở sự lặp đi lặp lại của thời kỳ cao điểm hay thấp điểm hơn về lượng khách lưu trú, tiêu dùng dịch vụ trong một khách sạn tuân theo một chu kỳ thời gian tương đối ổn định nào đó. Hoạt động kinh doanh khách sạn là một phần trong hoạt động kinh doanh của ngành du lịch nên nó cũng mang tính thời vụ như tính chất hiện có của ngành du lịch, tức là nó cũng chịu sự chi phối của một số quy luật như: quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế xã hội, quy luật tâm lý con người...

Hoạt động kinh doanh khách sạn có lợi nhuận cao và nhiều rủi ro: Khách sạn là nơi đáp ứng tốt nhất và đầy đủ các dịch vụ mang tính “ xa xỉ” hướng theo nhu cầu của du khách, nên lợi nhuận mà khách sạn thu được là rất cao và tương đối ổn định. Nhưng do việc dự đoán cung – cầu về khách sạn rất khó khăn, quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ luôn diễn ra đồng thời, lượng vốn đầu tư cho tài sản cố định là rất lớn... cùng những khó khăn do môi trường kinh doanh gây ra như cạnh tranh gay gắt, suy thoái kinh tế ... hay những khó khăn do thiên tai, dịch họa như bão lụt, dịch cúm gia cầm ...sẽ làm cho hoạt động kinh doanh khách sạn luôn phải đối đầu với những khó khăn rất lớn.

1.1.2. Dịch vụ ăn uống trong khách sạn (F&B)

1.1.2.1. Khái niệm dịch vụ ăn uống

Theo Nguyễn Văn Mạnh (2013), “*dịch vụ ăn uống trong khách sạn là hoạt động cung cấp các sản phẩm ẩm thực và đồ uống nhằm đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách lưu trú và khách bên ngoài, thông qua hệ thống nhà hàng, quầy bar và các hình thức phục vụ khác trong khách sạn*”.

Có thể hiểu rằng dịch vụ ăn uống trong khách sạn không chỉ đơn thuần là việc chế biến và phục vụ món ăn, mà còn bao gồm toàn bộ quá trình tổ chức, quản lý và phục vụ nhằm đảm bảo chất lượng bữa ăn, sự an toàn vệ sinh thực phẩm và sự hài lòng của khách hàng. Dịch vụ này mang tính tổng hợp cao, kết hợp giữa yếu tố vật chất như món ăn, cơ sở vật chất, trang thiết bị và yếu tố phi vật chất như thái độ phục vụ, phong cách giao tiếp, không gian và trải nghiệm ẩm thực.

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ ăn uống giữ vai trò quan trọng vì vừa góp phần tạo doanh thu đáng kể, vừa nâng cao hình ảnh, uy tín và khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

1.1.2.2. Vai trò của bộ phận F&B trong khách sạn

Đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách hàng: F&B đáp ứng nhu cầu thiết yếu về ăn uống của khách lưu trú. Không chỉ cung cấp bữa ăn chất lượng, bộ phận này còn mang đến trải nghiệm ẩm thực đặc sắc, góp phần nâng cao sự hài lòng và khả năng khách quay lại.

Gia tăng doanh thu cho khách sạn: Dịch vụ F&B là nguồn thu quan trọng, đặc biệt thông qua các hoạt động như tiệc cưới, hội nghị, sự kiện. Chất lượng dịch vụ tốt giúp khách sạn mở rộng kinh doanh và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Tăng độ nhận diện thương hiệu: Ẩm thực hấp dẫn và dịch vụ chuyên nghiệp giúp tạo ấn tượng tốt với khách hàng. Những phản hồi tích cực trên mạng xã hội và website góp phần quảng bá hình ảnh và nâng cao uy tín khách sạn.

1.2. Bộ phận nhà hàng trong khách sạn

1.2.1. Khái niệm nhà hàng

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

Theo Thông tư liên bộ số 27/LB-TCDL ngày 10/01/1996 của Tổng cục Du lịch và Bộ Thương mại thì: *“Nhà hàng là nơi kinh doanh các món ăn, đồ uống có chất lượng cao và là cơ sở kinh doanh có mức vốn pháp định theo quy định của từng loại hình doanh nghiệp”*.

Cũng theo PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương (2008): *“Nhà hàng bao gồm các hoạt động chế biến thức ăn, bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác nhằm thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống và giải trí tại các nhà hàng (khách sạn) cho khách nhằm mục đích có lãi”*.

Theo PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao (2021): *“Nhà hàng là một bộ phận cấu thành của khách sạn hiện đại tổ chức kinh doanh phục vụ ăn uống với chất lượng cao trong quá trình khách lưu trú tại khách sạn có nguồn vốn xác định và hoạt động với mục đích sinh lợi”*.

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

1.2.2. Đặc điểm nhà hàng

Theo Trịnh Xuân Dũng (2005), nhà hàng có những đặc điểm cơ bản thể hiện rõ tính chất của một cơ sở dịch vụ ăn uống. Trước hết, sản phẩm của nhà hàng mang tính tổng hợp, bao gồm cả yếu tố hữu hình như món ăn, đồ uống và yếu tố vô hình như chất lượng phục vụ, không gian, phong cách phục vụ và trải nghiệm mà khách hàng nhận được. Bên cạnh đó, nhà hàng là nơi diễn ra sự tiếp xúc trực tiếp giữa nhân viên và khách hàng, do đó chất lượng dịch vụ phụ thuộc lớn vào yếu tố con người. Ngoài ra, nhà hàng còn thể hiện tính linh hoạt trong tổ chức phục vụ và xây dựng thực đơn nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, đồng thời phải đảm bảo các yêu cầu nghiêm ngặt về vệ sinh và an toàn thực phẩm.

1.2.2.1. Tính không thể lưu trữ của dịch vụ

Một trong những đặc điểm quan trọng của dịch vụ nhà hàng là tính không thể lưu trữ. Quá trình sản xuất (chế biến món ăn) và tiêu dùng (khách sử dụng dịch vụ)

diễn ra gần như đồng thời, không thể tách rời hay dự trữ để sử dụng sau như các sản phẩm vật chất thông thường. Điều này đòi hỏi nhà hàng phải tổ chức hoạt động một cách khoa học, hợp lý, đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận như bếp, phục vụ, thu ngân. Nếu không đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách, nhà hàng có thể làm giảm mức độ hài lòng và ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tổng thể.

1.2.2.2. Hoạt động kinh doanh nhà hàng phụ thuộc nhiều vào yếu tố con người

Yếu tố con người đóng vai trò trung tâm trong hoạt động kinh doanh nhà hàng. Trình độ chuyên môn của đầu bếp quyết định chất lượng món ăn, trong khi kỹ năng nghiệp vụ, khả năng giao tiếp và thái độ phục vụ của nhân viên phục vụ ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận và trải nghiệm của khách hàng. Do đặc thù tiếp xúc trực tiếp với khách, mọi hành vi, cử chỉ, lời nói của nhân viên đều có thể tác động đến hình ảnh của nhà hàng. Vì vậy, việc đào tạo, nâng cao kỹ năng và ý thức nghề nghiệp cho đội ngũ nhân viên là yếu tố then chốt giúp nhà hàng duy trì chất lượng dịch vụ và uy tín trên thị trường.

1.2.2.3. Nhà hàng có tính đa dạng và linh hoạt

Nhà hàng có tính đa dạng và linh hoạt cao trong việc xây dựng thực đơn cũng như lựa chọn hình thức phục vụ. Tùy theo đối tượng khách hàng và mục tiêu kinh doanh, nhà hàng có thể áp dụng nhiều hình thức khác nhau như phục vụ gọi món (à la carte), thực đơn trọn gói (set menu), buffet hoặc kết hợp nhiều hình thức. Bên cạnh đó, hoạt động của nhà hàng còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như thị hiếu tiêu dùng, mức thu nhập của khách hàng, văn hóa ẩm thực vùng miền và mức độ cạnh tranh trên thị trường. Do đó, nhà hàng cần thường xuyên cập nhật, đổi mới để thích ứng và đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

1.2.2.4. Yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm

Vệ sinh an toàn thực phẩm là yêu cầu bắt buộc và mang tính sống còn trong kinh doanh nhà hàng. Việc tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về bảo quản nguyên liệu, chế biến, phục vụ và kiểm soát chất lượng thực phẩm không chỉ giúp đảm bảo sức khỏe cho khách hàng mà còn góp phần xây dựng uy tín, thương hiệu cho nhà hàng. Bất kỳ sai sót nào liên quan đến an toàn thực phẩm đều có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng, ảnh hưởng đến niềm tin của khách hàng và hiệu quả kinh doanh lâu

dài. Vì vậy, các nhà hàng cần xây dựng quy trình kiểm soát chặt chẽ và nâng cao ý thức của nhân viên trong việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

1.2.3. Phân loại nhà hàng

1.2.3.1. Theo quy mô

Nhà hàng quy mô lớn: Ở một số nước Châu Âu, nhà hàng lớn phải có tổng số chỗ ngồi từ 200 chỗ trở lên. Tuy nhiên, tại Việt Nam, hoạt động nhà hàng mới ở giai đoạn đầu phát triển nên số lượng nhà hàng có quy mô lớn chưa nhiều. Chính vì thế, các nhà hàng có trên 150 chỗ sẽ được xác định là lớn.

Nhà hàng quy mô trung bình: Các nhà hàng có số lượng chỗ ngồi từ 50 đến 150 chỗ được xác định là quy mô trung bình.

Nhà hàng quy mô nhỏ: Tại một số nước Châu Âu, nhà hàng dưới 100 chỗ sẽ được gọi là nhà hàng nhỏ. Nhưng ở Việt Nam, nhà hàng dưới 50 chỗ ngồi mới được xem là quy mô nhỏ.

1.2.3.2. Theo chất lượng và trang thiết bị

Nhà hàng cao cấp: Nhà hàng sẽ được thiết kế và trang trí khá cầu kỳ theo phong cách Châu Âu cổ điển, đặc biệt là kiến trúc Pháp. Không gian ấm cúng nhưng rất hiện đại, sang trọng và có những nhà hàng gần gũi với thiên nhiên. Xu hướng ẩm thực của nhà hàng đa dạng, nhân viên phục vụ được đào tạo bài bản và chuyên nghiệp. Đối tượng khách của các nhà hàng cao cấp thường có khả năng chi trả cao.

Nhà hàng bình dân: Không gian nhà hàng được thiết kế và trang trí đơn giản. Nhà hàng thường phục vụ các món ăn và đồ uống mang tính chất đồng quê, dân dã. Các nhà hàng bình dân có thể phục vụ nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, khả năng chi trả trung bình hoặc thấp. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên có thể đã qua đào tạo nghiệp vụ hoặc không.

1.2.3.3. Theo món ăn nhà hàng phục vụ

Nhà hàng Âu: Nhà hàng phục vụ chủ yếu khách phương Tây và những khách hàng ưa chuộng các món ăn Âu. Các món ăn của nhà hàng được chế biến theo công thức và phương pháp truyền thống Châu Âu phù hợp với khẩu vị khách hàng. Các nhà hàng Âu tại Việt Nam thường xuất hiện ở các khách sạn du lịch từ 3 sao trở lên và những khách sạn liên doanh với nước ngoài.

Nhà hàng Á: Nhà hàng sẽ phục vụ khách các món ăn mang đậm chất ẩm thực Châu Á. Các món ăn được chế biến theo các phương pháp khác nhau kèm các loại

gia vị tự nhiên có sẵn. Để thể hiện bản sắc văn hóa độc đáo trong ẩm thực của từng quốc gia, nhà hàng thường xây dựng các loại phòng ăn riêng như Trung Quốc, Hàn Quốc, Việt Nam và Nhật Bản.

Nhà hàng đặc sản: Nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn và đồ uống độc đáo của một số vùng và địa phương. Khác với các nhà hàng Âu và Á, số lượng món ăn ở đây không nhiều, chỉ một hoặc vài món ăn nhưng cực kỳ độc đáo về công thức chế biến cũng như cách phục vụ. Bên cạnh đó, nhà hàng đặc sản thường được thiết kế và trang trí nội thất mang đậm nét văn hóa của vùng hoặc dân tộc. Đội ngũ nhân viên phục vụ cũng được trang bị đồ đồng phục phù hợp với phong tục và sinh hoạt.

1.2.3.4. Theo phương thức phục vụ

Nhà hàng phục vụ theo định suất (Set Menu Service)

Đây là cơ sở kinh doanh ăn uống phục vụ các bữa ăn theo thực đơn đã thỏa thuận từ trước giữa nhà hàng và khách hàng. Tại đây thường phục vụ hội nghị, hội thảo, liên hoan hoặc khách du lịch theo đoàn.

Đặc điểm của phương thức phục vụ định suất là tất cả khách hàng sẽ được ăn cùng một thực đơn và nhân viên phục vụ chu đáo, tận tình. Ưu điểm của hình thức phục vụ này là nhà hàng sẽ chủ động trong việc chế biến, phục vụ khách và chi phí một suất ăn thường thấp hơn các hình thức phục vụ khác.

Nhà hàng chọn món (A la carte)

Nhà hàng chuyên phục vụ các suất ăn theo sự lựa chọn của khách hàng, tùy theo sở thích và khả năng thanh toán. Tại đây, khách hàng sẽ tự lựa chọn món ăn, thức uống mình thích và được nhà hàng phục vụ tại chỗ theo trình tự thực đơn đã chọn.

Ưu điểm nổi bật của phương thức phục vụ này là khách hàng được chọn món ăn và đồ uống theo sở thích, phù hợp với khả năng thanh toán của mình. Tuy nhiên, hình thức này cũng có những nhược điểm như giá thành suất ăn cao hơn phục vụ theo suất và không được chủ động chế biến từ trước nên đôi khi khách hàng phải đợi nếu nhà hàng phục vụ nhiều khách cùng lúc.

Nhà hàng tự phục vụ (Buffet): Với loại nhà hàng này, khách sẽ tự lựa chọn món ăn, thức uống theo sở thích và tự phục vụ. Sau khi ăn xong, khách hàng sẽ thanh toán theo một mức giá chung đã được ấn định từ trước.

1.3. Dịch vụ buffet sáng

1.3.1. Khái niệm buffet sáng

Theo Nguyễn Văn Mạnh (2013), “ *buffet là hình thức phục vụ ăn uống trong đó các món ăn được chế biến và bày sẵn trên quầy, khách hàng tự lựa chọn món theo nhu cầu và thanh toán theo mức giá cố định đã được xác định trước*”.

Dựa trên quan điểm này, buffet sáng trong khách sạn được hiểu là hình thức phục vụ bữa sáng theo kiểu tự chọn, trong đó các món ăn và thức uống được chuẩn bị trước và sắp xếp khoa học tại khu vực nhà hàng của khách sạn trong một khoảng thời gian nhất định, thường vào buổi sáng. Khách lưu trú có thể tự do lựa chọn các món ăn phù hợp với khẩu vị, thói quen ẩm thực và nhu cầu dinh dưỡng của mình mà không bị giới hạn số lượng trong phạm vi suất ăn đã bao gồm trong giá phòng.

Buffet sáng trong khách sạn không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống đơn thuần mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và hình ảnh của khách sạn. Thông qua sự đa dạng của thực đơn, cách bài trí quầy buffet, phong cách phục vụ của nhân viên và khả năng bổ sung món kịp thời, khách sạn có thể tạo ấn tượng tích cực đối với khách hàng, từ đó nâng cao mức độ hài lòng và khả năng quay lại sử dụng dịch vụ.

1.3.2. Đặc điểm buffet sáng

Theo Trịnh Xuân Dũng (2005), Buffet sáng có một số đặc điểm nổi bật của hình thức phục vụ tự chọn. Khách hàng được tự do lựa chọn món ăn theo nhu cầu, không bị giới hạn số lượng. Thực đơn buffet phong phú, đa dạng với nhiều nhóm món và kết hợp nhiều nền ẩm thực khác nhau. Bên cạnh đó, buffet thường áp dụng mức giá cố định, tạo sự thuận tiện trong chi tiêu. Hình thức này có khả năng phục vụ số lượng lớn khách cùng lúc và giúp giảm áp lực phục vụ tại bàn, khi nhân viên chủ yếu tập trung vào việc bổ sung món ăn và dọn dẹp.

1.3.2.1. Phục vụ tự chọn

Khách hàng tự do di chuyển giữa các quầy thức ăn và chọn món theo sở thích của mình, không giới hạn số lượng hoặc loại món ăn.

Số lượng món ăn phong phú và đa dạng: Buffet thường cung cấp một thực đơn đa dạng với nhiều loại món ăn từ khai vị, món chính, đến tráng miệng. Các món ăn có thể thuộc nhiều nền ẩm thực khác nhau như món Á, món Âu, hải sản, món nướng, salad, và nhiều loại tráng miệng.

1.3.2.2. Mức giá cố định

Khách hàng trả trước một mức giá cố định và có thể ăn thoải mái các món trong menu buffet mà không cần trả thêm chi phí theo từng món ăn. Điều này giúp khách dễ dàng kiểm soát chi tiêu.

1.3.2.3. Phục vụ một lượng lớn khách hàng cùng lúc

Loại hình buffet phù hợp cho những bữa tiệc lớn, hội nghị, và các sự kiện đông người vì nó cho phép phục vụ một lượng lớn khách hàng trong một khoảng thời gian ngắn.

1.3.2.4. Giảm thiểu nhân lực phục vụ tại bàn

Nhân viên chủ yếu có nhiệm vụ chuẩn bị, sắp xếp và bổ sung món ăn tại quầy buffet, giúp khách trong việc lựa chọn món hoặc dọn dẹp bàn ăn đã qua sử dụng, thay vì phục vụ từng món riêng tại bàn.

1.3.3. Vai trò của loại hình phục vụ buffet sáng

Buffet sáng tại khách sạn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm khách hàng, thể hiện sự quan tâm và gia tăng giá trị dịch vụ. Đây là giải pháp ăn sáng nhanh chóng, tiện lợi, đa dạng món ăn giúp khách hàng chủ động thời gian, đặc biệt cho người đi công tác hoặc du lịch. Đối với khách sạn, buffet sáng tăng mức độ hài lòng và tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp.

1.3.3.1. Đối với khách hàng

Tiện lợi và nhanh chóng: Tiết kiệm thời gian tìm kiếm địa điểm ăn sáng, không phải chờ đợi lên món.

Thực đơn phong phú: Đa dạng lựa chọn từ món Âu đến Á, đặc sản địa phương, phù hợp với khẩu vị của nhiều thực khách.

Sức khỏe: Cung cấp đầy đủ dinh dưỡng cho ngày dài hoạt động.

Tận hưởng: Không gian sang trọng, thoải mái để thưởng thức bữa sáng và lên kế hoạch tham quan.

1.3.3.2. Đối với khách sạn và nhà hàng

Nâng cao chất lượng dịch vụ: Là yếu tố quan trọng để xếp hạng khách sạn, tăng thiện cảm với khách hàng.

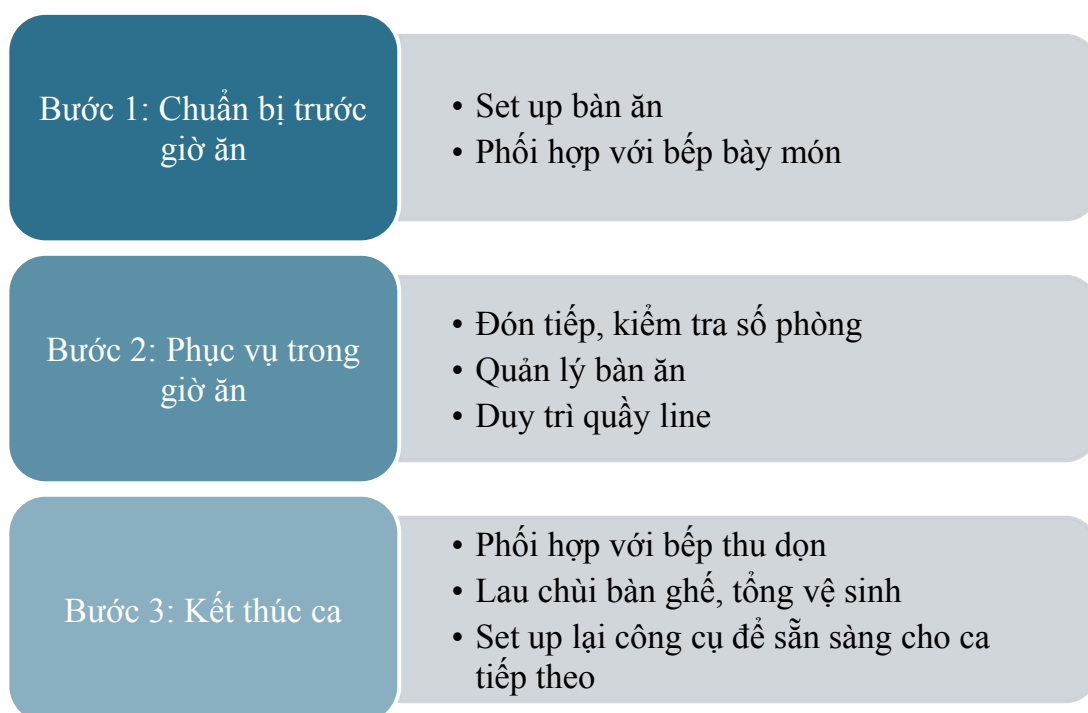
Kích thích tiêu dùng: Khi ăn sáng tại khách sạn, khách có xu hướng lười đi ra ngoài và sử dụng các dịch vụ khác như spa, quầy bar, hoặc các bữa ăn khác tại khách sạn.

Tối ưu nhân sự: Mô hình tự phục vụ giúp tiết kiệm chi phí nhân viên phục vụ so với gọi món truyền thống.

1.3.4. Quy trình tổ chức buffet sáng

Theo PGS-TS.Trần Thị Phùng (2008), Đối với công tác tổ chức và quản trị vận hành nhà hàng buffet, quy trình phục vụ cần được tiếp cận một cách hệ thống dựa trên dòng thời gian của ca làm việc nhằm đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng giữa bộ phận tiền sảnh và hậu cần. Quy trình kỹ thuật phục vụ một bữa tiệc buffet tiêu chuẩn được phân tách rõ rệt thành ba giai đoạn cốt lõi.

Sơ đồ 1.1: Quy trình phục vụ buffet sáng



Nguồn: Trần Thị Phùng (2008)

Theo Ths.Nguyễn Thanh Bình (2011), xét dưới góc độ kỹ năng nghề thực hành và cá nhân hóa dịch vụ nhằm tối ưu hóa trải nghiệm của thực khách, quy trình phục vụ buffet sáng lại được cấu trúc tuyến tính theo chuỗi hành vi tương tác trực tiếp. Đã cụ thể hóa quy trình này thành 9 bước:

Bảng 1.1: Quy trình phục vụ buffet sáng

STT	Bước	Công việc cần hoàn thành	Lưu ý
1	Chào đón khách	Đứng tại quầy đón tiếp, mỉm cười, chào khách bằng ngôn ngữ tiêu chuẩn.	Chính xác, nhanh chóng, tránh ùn ứ tại cửa.
2	Kiểm tra thẻ ăn sáng	Hỏi số phòng đối chiếu danh sách hoặc thu phiếu ăn sáng.	Thái độ nồng hậu, lịch sự, chủ động.
3	Hướng dẫn khách vào bàn	Hướng dẫn khách đến vị trí bàn trống phù hợp với số lượng người.	Không xếp khách vào bàn chưa dọn. Kéo ghế mời khách.
4	Phục vụ thức uống đầu ca	Chủ động hỏi sở thích và rót ngay trà hoặc cà phê nóng cho khách.	Thức uống phải đảm bảo độ ấm nóng tiêu chuẩn.
5	Hướng dẫn khách dùng buffet	Giới thiệu khái quát vị trí các quầy món ăn.	Ngắn gọn, rõ ràng, giúp khách dễ định hướng.
6	Thu dọn đĩa bẩn	Tiếp cận từ phía bên phải để thu dọn đĩa, ly đã dùng xong khi khách rời bàn lấy món mới.	Tinh tế, không gây tiếng động lớn, không để đĩa bẩn tồn đọng.
7	Rót thêm nước, đổi dụng cụ	Quan sát để châm thêm trà/cà phê, bổ sung dao nĩa mới nếu khách làm rơi hoặc đã dùng mất.	Khách không phải chủ động gọi nhân viên.
8	T tiễn khách	Chào tạm biệt, cảm ơn và chúc khách ngày mới tốt lành khi họ đứng dậy ra về.	Để lại ấn tượng đẹp, chuyên nghiệp cho đến phút cuối.
9	Set up lại bàn mới	Thu dọn triệt để dụng cụ cũ, lau sạch mặt bàn bằng khăn chuyên dụng, bày lại bộ dụng cụ mới.	Bàn ăn trở lại trạng thái hoàn hảo ban đầu để đón lượt khách sau.

Nguồn: Nguyễn Thanh Bình (2011)

Bảng 1.2: So sánh quy trình phục vụ buffet sáng

Tiêu chí	Theo PGS.TS Trần Thị Phùng	Theo Ths. Nguyễn Thanh Bình
Giống nhau		
Nguyên tắc phục vụ cốt lõi	Cả hai đều tuân thủ nghiêm ngặt nguyên tắc "Bàn sạch - Khách ngon miệng". Việc duy trì mặt bàn gọn gàng, thu dọn đĩa bẩn kịp thời khi khách rời bàn lấy thức ăn lượt mới là bắt buộc.	
Tính kết nối liên bộ phận	Đều đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận Phục vụ và bộ phận Bếp trong việc duy trì, bổ sung thức ăn trên quầy line.	
Tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn	Đều đặt yếu tố vệ sinh lên hàng đầu, từ khâu chuẩn bị dụng cụ đầu ca cho đến lau dọn quầy line tránh nhiễm khuẩn chéo hay lẫn mùi vị món ăn.	
Trọng tâm dịch vụ	Đều lấy sự hài lòng và trải nghiệm của khách hàng làm thước đo chất lượng, chú trọng từ khâu chào đón, kiểm tra quyền ăn sáng cho đến lúc tiễn khách.	
Khác nhau		
Mục đích	Tối ưu hóa công tác quản trị và điều phối nhân sự theo thời gian làm việc của ca. Giúp người quản lý kiểm soát được khối lượng công việc tổng thể của nhà hàng.	Tối ưu hóa trải nghiệm trực tiếp của khách hàng. Đảm bảo nhân viên không bỏ sót bất kỳ hành vi tương tác tiêu chuẩn nào đối với một lượt khách.
Số bước	3 bước	9 bước
Tính hệ thống	Rất cao và bao quát.	Tập trung và cục bộ. Hệ thống hóa các hành động tương tác trực tiếp giữa nhân viên phục vụ và khách hàng tại khu vực bàn ăn.

Tính thực tiễn	Phù hợp cho việc lập kế hoạch, phân chia ca kíp, phân công khu vực làm việc.	Phù hợp làm bộ quy chuẩn hành vi (SOP) để đào tạo trực tiếp cho nhân viên mới, giúp nhân viên biết chính xác mình phải làm gì tiếp theo.
Khả năng áp dụng	Áp dụng rất tốt cho các nhà hàng buffet có quy mô lớn, lượng khách đông, cần sự phối hợp tổng lực của nhiều nhân sự.	Áp dụng lý tưởng cho các nhà hàng buffet phân khúc cao cấp (4-5 sao), nơi coi trọng sự tỉ mỉ, cá nhân hóa dịch vụ và chăm sóc khách hàng sâu sát.
Sự phân tách công đoạn	Phân tách theo mốc thời gian vận hành của nhà hàng. Việc này giúp phân biệt rõ việc cần làm lúc chưa có khách, lúc đông khách và lúc dọn dẹp.	Phân tách theo tiến trình trải nghiệm của khách.
Điểm nổi bật	Nhấn mạnh việc kiểm soát chất lượng, độ đầy và độ sạch của khay thức ăn - linh hồn của tiệc buffet.	Nhấn mạnh việc mời nước uống đầu ca (trà, cà phê sáng), chủ động hỏi thăm mức độ hài lòng và nghi thức tiễn khách.
Hạn chế	Nếu nhân viên chỉ máy móc làm theo giai đoạn, có thể dẫn đến việc thiếu linh hoạt, bỏ sót các chi tiết chăm sóc khách hàng nhỏ lẻ khi nhà hàng quá đông.	Nếu lượng khách đổ vào nhà hàng cùng một lúc quá lớn, nhân viên rất khó đi đủ và đúng 9 bước cho từng bàn, dễ bị rối quy trình.

Qua việc đối chiếu hai mô hình lý thuyết, tác giả nhận thấy Quy trình 3 giai đoạn (TS. Nguyễn Văn Đính) thiên về quản trị vận hành vĩ mô, giúp người quản lý điều phối ca làm việc và nhân sự theo thời gian, nhưng chưa đi sâu vào từng hành vi giao tiếp tại bàn khách. Trong khi đó, Quy trình 9 bước (ThS. Nguyễn Thanh Bình)

thiên về tối ưu hóa trải nghiệm thực khách, được thiết kế tuyến tính và bám sát theo tiêu chuẩn nghề thực tế (chuẩn VTOS) từ lúc khách vào đến khi ra về. Do đó, Quy trình 9 bước sở hữu tính thực tiễn cùng khả năng áp dụng cao hơn hẳn trong môi trường khách sạn hiện nay.

Vì vậy, quyết định lựa chọn Quy trình 9 bước của ThS. Nguyễn Thanh Bình làm cơ sở lý luận cốt lõi cho khóa luận. Trong chương tiếp theo, hệ thống 9 bước tiêu chuẩn này sẽ đóng vai trò là "thước đo" trực tiếp để tác giả xây dựng bảng kiểm quan sát thực trạng, bóc tách chính xác các điểm mạnh và lỗ hổng dịch vụ tại đơn vị thực tập, từ đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện mang tính khả thi nhất.

1.4. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buffet sáng

1.4.1. Khái niệm dịch vụ và chất lượng dịch vụ

1.4.1.1. Khái niệm dịch vụ

Theo Nguyễn Đình Hòa 2015, “*dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà một bên có thể cung cấp cho bên khác, chủ yếu mang tính vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một sản phẩm hữu hình. Việc cung ứng dịch vụ có thể gắn liền hoặc không gắn liền với một sản phẩm vật chất*”.

Dịch vụ là một loại sản phẩm đặc biệt của nền kinh tế, trong đó giá trị được tạo ra thông qua quá trình thực hiện hành động phục vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Khác với hàng hóa hữu hình, dịch vụ mang những đặc điểm cơ bản như tính vô hình, tính không thể tách rời giữa sản xuất và tiêu dùng, tính không đồng nhất và không thể lưu trữ. Chính những đặc điểm này làm cho việc quản lý và đánh giá chất lượng dịch vụ trở nên phức tạp hơn so với sản phẩm vật chất.

Dịch vụ không chỉ đơn thuần là một hoạt động trao đổi kinh tế mà còn là quá trình tạo ra giá trị thông qua sự tương tác giữa người cung cấp và khách hàng, trong đó yếu tố trải nghiệm và cảm nhận của khách hàng giữ vai trò quyết định.

Dịch vụ là hoạt động kinh tế mang tính vô hình, được tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng thông qua sự tương tác giữa người cung cấp và người sử dụng. Khác với sản phẩm vật chất, dịch vụ không dẫn đến sự chuyển giao quyền sở hữu mà chủ yếu mang lại giá trị thông qua trải nghiệm.

Theo quan điểm marketing hiện đại, dịch vụ có thể được hiểu là: “Một quá trình bao gồm các hành động, hoạt động và sự tương tác được thực hiện nhằm tạo ra giá trị và sự thỏa mãn cho khách hàng.”

Trong lĩnh vực nhà hàng – khách sạn, dịch vụ không chỉ là việc cung cấp món ăn hay phòng nghỉ, mà còn bao gồm: thái độ phục vụ, không gian trải nghiệm, sự thuận tiện, cảm xúc mà khách hàng cảm nhận được

1.4.1.2. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Theo Nguyễn Văn Mạnh (2013), *“chất lượng dịch vụ là mức độ đáp ứng của dịch vụ đối với nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng trong quá trình tiêu dùng, được thể hiện thông qua sự thỏa mãn và cảm nhận của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ”*.

Chất lượng dịch vụ không chỉ được đánh giá dựa trên các tiêu chuẩn kỹ thuật do doanh nghiệp xây dựng mà còn phụ thuộc rất lớn vào cảm nhận chủ quan của khách hàng. Do đặc điểm vô hình, không thể lưu kho và chịu ảnh hưởng trực tiếp từ yếu tố con người, chất lượng dịch vụ thường được phản ánh thông qua thái độ phục vụ, khả năng đáp ứng nhu cầu, sự tin cậy, tính chuyên nghiệp và mức độ đồng cảm của nhân viên đối với khách hàng.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn - nhà hàng, chất lượng dịch vụ càng có ý nghĩa quan trọng bởi sản phẩm chủ yếu mang tính trải nghiệm. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ dừng lại ở việc hoàn thiện cơ sở vật chất mà còn đòi hỏi sự đào tạo bài bản về kỹ năng nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và tinh thần phục vụ của đội ngũ nhân viên nhằm đảm bảo sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ có thể được hiểu là sự phù hợp giữa những gì doanh nghiệp cung cấp và những gì khách hàng kỳ vọng, được đánh giá thông qua mức độ thỏa mãn sau quá trình sử dụng dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ là thước đo mức độ một tổ chức cung cấp dịch vụ đáp ứng được nhu cầu hoặc vượt kỳ vọng của khách hàng. Trong vô thức hoặc ý thức, khách hàng đều có những tiêu chuẩn và kỳ vọng cụ thể về cách một công ty cung cấp một dịch vụ. Chất lượng dịch vụ có thể bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như môi trường dịch vụ, quy trình dịch vụ, kết quả dịch vụ và các tương tác dịch vụ. Hiểu được cách cải thiện chất lượng dịch vụ của sản phẩm là bước quan trọng để phát triển cho bất kỳ tổ chức nào.

1.4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

Theo Đồng Thị Thanh Phương (2017), *“chất lượng dịch vụ ăn uống chịu tác động bởi các yếu tố bên ngoài như khách hàng, nhà cung ứng, môi trường cạnh tranh*

và các yếu tố nội tại như hệ thống sản phẩm, giá cả, quy trình phục vụ, đội ngũ lao động và cơ sở vật chất kỹ thuật”.

1.4.2.1. Nhân tố khách quan

Các nhân tố khách quan là những yếu tố bên ngoài doanh nghiệp nhưng có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng phục vụ ăn uống trong nhà hàng - khách sạn, bao gồm khách hàng, nhà cung ứng và đối thủ cạnh tranh.

Khách hàng: là trung tâm của hoạt động kinh doanh dịch vụ. Đặc điểm về độ tuổi, giới tính, tâm lý, thu nhập, thói quen tiêu dùng và tình trạng sức khỏe sẽ ảnh hưởng đến nhu cầu và cảm nhận về chất lượng dịch vụ ăn uống. Mỗi khách hàng có tiêu chí đánh giá khác nhau, vì vậy nhà quản lý cần nắm bắt xu hướng thị trường và mong muốn của khách để điều chỉnh sản phẩm và cách phục vụ cho phù hợp.

Nhà cung ứng: Chất lượng nguyên liệu, thực phẩm và các yếu tố đầu vào phụ thuộc nhiều vào nhà cung ứng. Nguồn nguyên liệu tươi, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và đúng tiêu chuẩn sẽ góp phần nâng cao chất lượng món ăn. Nếu nhà cung ứng không ổn định hoặc chất lượng không đảm bảo sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín và chất lượng phục vụ của nhà hàng.

Đối thủ cạnh tranh: Sự cạnh tranh trong cùng phân khúc buộc nhà hàng - khách sạn phải không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ. Nếu chất lượng không tốt hoặc không có điểm khác biệt, khách hàng dễ dàng chuyển sang sử dụng dịch vụ của đối thủ. Vì vậy, cạnh tranh là động lực thúc đẩy doanh nghiệp cải thiện dịch vụ và tạo lợi thế riêng.

1.4.2.2. Nhân tố chủ quan

Nhân tố chủ quan là những yếu tố nội tại của doanh nghiệp, có thể kiểm soát và điều chỉnh, bao gồm hệ thống sản phẩm, giá cả, quy trình phục vụ, chất lượng đội ngũ lao động và cơ sở vật chất kỹ thuật.

Hệ thống sản phẩm dịch vụ ăn uống: Sự đa dạng và chất lượng món ăn có ảnh hưởng lớn đến mức độ hài lòng của khách. Ngày nay, khách không chỉ ăn để no mà còn để thưởng thức và trải nghiệm. Vì vậy, thực đơn phong phú, trình bày hấp dẫn và hương vị đặc trưng sẽ tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng.

Giá cả: Giá là yếu tố quan trọng trong việc đánh giá giá trị dịch vụ. Giá hợp lý, tương xứng với chất lượng sẽ tạo sự tin tưởng và hài lòng. Nếu giá quá cao so với chất lượng thực tế, khách hàng sẽ có cảm nhận tiêu cực và khó quay lại.

Quy trình phục vụ ăn uống: Quy trình phục vụ cần đảm bảo nhanh chóng, đúng trình tự và chuyên nghiệp. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận như bếp, phục vụ và thu ngân giúp hạn chế sai sót và giảm thời gian chờ đợi, từ đó nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Chất lượng đội ngũ lao động: Nhân viên là người trực tiếp tiếp xúc và phục vụ khách, do đó trình độ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và thái độ phục vụ có ảnh hưởng lớn đến cảm nhận của khách. Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, thân thiện và nhiệt tình sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ.

Cơ sở vật chất kỹ thuật: Hệ thống trang thiết bị, không gian nhà hàng, dụng cụ phục vụ và mức độ tiện nghi là nền tảng cho hoạt động phục vụ. Cơ sở vật chất hiện đại, sạch sẽ và đồng bộ không chỉ hỗ trợ quá trình phục vụ mà còn tạo ấn tượng tích cực trong tâm lý khách hàng.

1.4.3. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

Theo Parasuraman (1988), “*chất lượng dịch vụ được xác định thông qua khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng, bao gồm năm thành phần: sự tin cậy, sự đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình. Trong lĩnh vực dịch vụ ăn uống, các yếu tố như chất lượng món ăn, vệ sinh an toàn thực phẩm và cơ sở vật chất cũng đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành cảm nhận chất lượng của khách hàng*”.

Mô hình SERVQUAL hoạt động dựa trên quan điểm rằng chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng về dịch vụ đó. Sự cảm nhận này phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Mô hình so sánh giữa các giá trị kỳ vọng, mong đợi và các giá trị khách hàng cảm nhận được để đánh giá cảm nhận chất lượng.

Sự cảm nhận chất lượng của khách hàng là khái niệm được tập trung trong mô hình SERVQUAL. Đó chính là khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng về dịch vụ. Mô hình này được sử dụng để tiêu chuẩn hóa và đánh giá chất lượng dịch vụ, từ đó đề xuất các biện pháp để khắc phục tình trạng kém chất lượng trong dịch vụ.

1.4.3.1 Mô hình SERVQUAL (Chất lượng dịch vụ)

Sự tin cậy: Sự tin cậy thể hiện khả năng cung cấp dịch vụ đúng như những gì đã cam kết với khách hàng. Trong dịch vụ buffet sáng tại khách sạn, yếu tố này được thể hiện qua việc phục vụ đúng giờ, đảm bảo đầy đủ món ăn theo thực đơn đã công

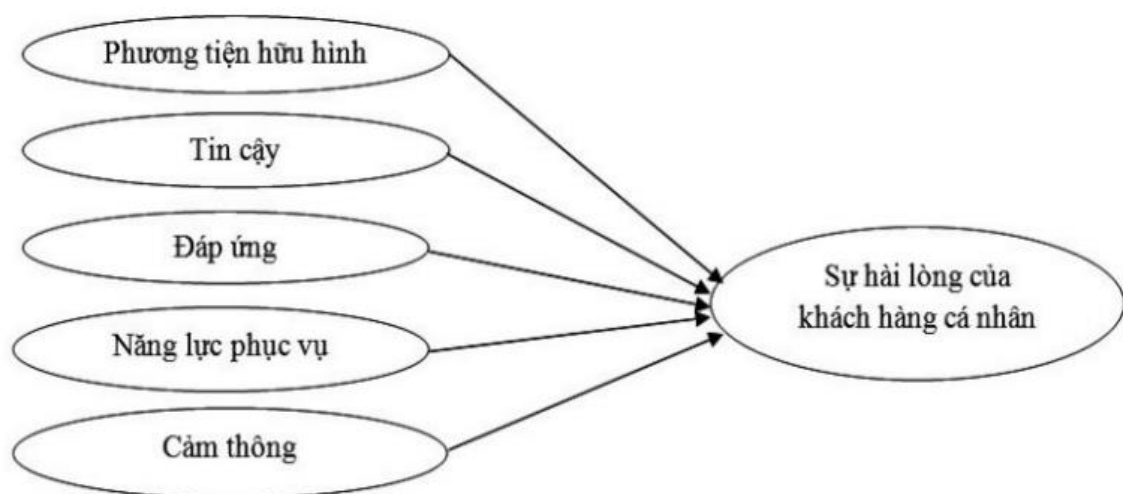
bổ và duy trì chất lượng ổn định giữa các ngày. Khi khách hàng luôn nhận được dịch vụ đúng như mong đợi, họ sẽ hình thành niềm tin và đánh giá cao chất lượng phục vụ của nhà hàng.

Sự đáp ứng: Sự đáp ứng phản ánh mức độ sẵn sàng và nhanh chóng của nhân viên trong việc hỗ trợ khách hàng. Mặc dù buffet là hình thức tự phục vụ, nhân viên vẫn cần kịp thời bổ sung món ăn, dọn dẹp bàn, hướng dẫn khách và xử lý các yêu cầu phát sinh. Tốc độ và thái độ phục vụ nhiệt tình sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

Năng lực phục vụ: Năng lực phục vụ thể hiện trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và thái độ chuyên nghiệp của nhân viên. Trong buffet sáng, nhân viên cần có kiến thức về thực đơn, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và giao tiếp lịch sự, thân thiện. Điều này giúp khách hàng cảm thấy tin tưởng và an tâm khi sử dụng dịch vụ.

Sự đồng cảm: Sự đồng cảm thể hiện sự quan tâm và thấu hiểu nhu cầu riêng của từng khách hàng. Trong thực tế, điều này được thể hiện qua việc hỗ trợ người cao tuổi, trẻ em, khách có chế độ ăn đặc biệt hoặc khách quốc tế. Sự quan tâm cá nhân hóa giúp khách hàng cảm nhận được sự tôn trọng và nâng cao mức độ hài lòng.

Phương tiện hữu hình: Phương tiện hữu hình bao gồm cơ sở vật chất, trang thiết bị, không gian nhà hàng và hình thức bên ngoài của nhân viên. Không gian sạch sẽ, bố trí hợp lý, món ăn trình bày đẹp mắt và đồng phục chỉnh tề sẽ tạo ấn tượng tích cực ban đầu, góp phần nâng cao cảm nhận về chất lượng dịch vụ buffet sáng.



Mô hình nghiên cứu 1.1: Mô hình thang đo SERVQUAL

Nguồn: Lê Thái Phụng (2024)

1.4.3.2. Mô hình đánh giá sản phẩm buffet

Sự đa dạng và chất lượng món ăn

Sự đa dạng và chất lượng món ăn là yếu tố cốt lõi trong đánh giá sản phẩm buffet. Một quầy buffet được đánh giá cao khi thực đơn phong phú, bao gồm đầy đủ các nhóm món như khai vị, món chính, món nóng, món nguội, tráng miệng và đồ uống. Bên cạnh đó, việc kết hợp các món ăn thuộc nhiều vùng miền hoặc nền ẩm thực khác nhau như món Á, món Âu, đặc sản địa phương... giúp đáp ứng khẩu vị đa dạng của khách hàng.

Chất lượng món ăn thể hiện qua hương vị hài hòa, nguyên liệu tươi ngon, cách chế biến phù hợp và hình thức trình bày hấp dẫn. Đối với buffet sáng khách sạn, món ăn cần đảm bảo dinh dưỡng, dễ sử dụng và phù hợp với nhiều đối tượng khách như khách du lịch, khách công tác hoặc khách quốc tế. Sự ổn định về chất lượng giữa các ngày cũng là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Vệ sinh an toàn thực phẩm

Vệ sinh an toàn thực phẩm là tiêu chí bắt buộc trong đánh giá chất lượng buffet. Các món ăn cần được bảo quản và trưng bày trong điều kiện đảm bảo nhiệt độ phù hợp, ví dụ món nóng phải được giữ ấm liên tục, món lạnh được bảo quản trong khay làm mát hoặc có đá lạnh đi kèm. Điều này không chỉ giúp giữ nguyên hương vị món ăn mà còn đảm bảo an toàn cho sức khỏe khách hàng.

Ngoài ra, khu vực quầy buffet phải được vệ sinh thường xuyên, dụng cụ gấp riêng cho từng món, hạn chế tình trạng lẫn thực phẩm sống và chín. Nhân viên phục vụ cần tuân thủ quy định về đồng phục, bao tay, khẩu trang và quy trình an toàn thực phẩm. Việc đảm bảo vệ sinh không chỉ giúp phòng tránh rủi ro mà còn tạo sự tin tưởng và yên tâm cho khách khi sử dụng dịch vụ.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã tập trung hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn. Trước hết, chương đã làm rõ các khái niệm, đặc điểm và vai trò của hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ ăn uống và bộ phận nhà hàng trong khách sạn. Bên cạnh đó, đề tài cũng phân tích những đặc trưng của loại hình buffet sáng, quy trình phục vụ buffet sáng theo các mô hình lý thuyết và vai trò của dịch vụ này đối với khách hàng cũng như hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Ngoài ra, chương 1 đã trình bày các khái niệm về dịch vụ, chất lượng dịch vụ, những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng buffet sáng, bao gồm cả các yếu tố khách quan và chủ quan. Đặc biệt, mô hình SERVQUAL với năm thành phần: sự tin cậy, sự đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình được lựa chọn làm cơ sở để đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng. Những nội dung lý luận được trình bày trong chương là nền tảng khoa học quan trọng để phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng buffet sáng trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH PHỤC VỤ BUFFET SÁNG THUỘC KHÁCH SẠN ARIA GRAND ĐÀ NẴNG

2.1. Tổng quan nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng

2.1.1. Giới thiệu về khách sạn Aria Grand DaNang

Tên gọi: Tên gọi chính thức của “Aria Grand Đà Nẵng” là Aria Grand Hotel & Spa (tiếng Việt thường gọi là Khách Sạn & Spa Aria Grand Đà Nẵng).

Địa chỉ: 63 - 65 - 67 Phan Tôn, Phường Mỹ An, Quận Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng

Số điện thoại: (84) 02363 775 778 hoặc (84) 02363 775 779

Gmail: info@ariagrandhotel.com

Fanpage: <https://www.facebook.com/ariagrandhotel>

Website: <https://ariagrandhotel.com>

Logo khách sạn:



Hình 2.1: Logo khách sạn Aria Grand Đà Nẵng Hotel

(Nguồn: AriaGrand.com.vn)

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần Thương Mại và Dịch Vụ Du Lịch CNTV với tên giao dịch CÔNG TY CP TM & DV DL CNTV, thành lập từ ngày 30/08/2017. Tên quốc tế là CNTV Tourism Services and Trading Joint Stock Company (viết tắt: CÔNG TY CP TM & DV DL CNTV). Loại hình công ty là Công ty cổ phần ngoài NN. MST: 0401850798. Ngành nghề kinh doanh: đại lý du lịch, dịch vụ lưu trú ngắn ngày (Khách sạn),....

Khách sạn ARIA GRAND HOTEL cũng đi vào hoạt động từ ngày 30/08/2017 với quy mô gồm có 77 phòng. Người đại diện là ông Mai Xuân Định, mã số thuế: 0401850798.

Những năm gần đây chúng ta có thể thấy rõ sự chuyển biến của nền kinh tế thị trường, cơ sở kỹ thuật được đầu tư vào phát triển công nghiệp hóa, hiện đại hóa; cuộc sống của người dân ngày càng được cải thiện rõ rệt và đi đôi với nó là thói quen du lịch đã trở thành 1 nét văn hóa đẹp trong đời sống của mỗi người. Vì thế với nhu cầu cung cấp nơi lưu trú ngắn hạn và chất lượng phục vụ ngày càng tốt hơn, khách sạn ARIA GRAND HOTEL đã không ngừng phát triển để phục vụ nhu cầu của quý khách hàng trên khắp mọi miền đất nước đến du lịch tại Đà Nẵng.

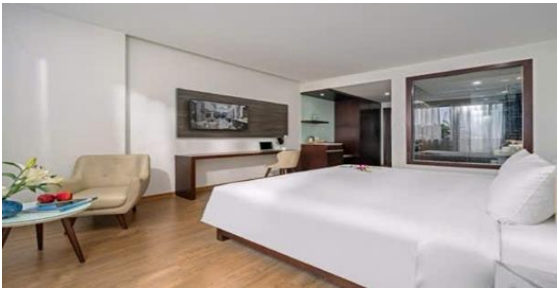
2.1.3. Các sản phẩm và dịch vụ của khách sạn

2.1.3.1. Dịch vụ lưu trú

Với 77 phòng khách, từ các phòng Deluxe, Balcony Suite và Family window. Tất cả đều được trang bị đầy đủ tiện nghi hiện đại và tiện lợi. Phần lớn các phòng đều có ban công hoặc bồn tắm để cho khách thư giãn. Apartment cũng được xây dựng để cung cấp cho những hộ gia đình đi du lịch hay những khách hàng cần ở một khoảng thời gian đều được sắp xếp đầy đủ và miễn phí điện nước cũng như dịch vụ giặt là mỗi ngày.

Cung cấp 77 phòng với tầm nhìn ra thành phố rộng lớn, có máy lạnh, két an toàn trong phòng, minibar, truyền hình cáp và khu vực tiếp khách có ghế sofa. Phòng tắm riêng đi kèm tiện nghi vòi sen, áo choàng tắm, máy sấy tóc và đồ vệ sinh cá nhân miễn phí. Ngoài ra bạn còn có thể tập gym và bơi lội miễn phí tại đây. Aria Grand Hotel được tạo ra để mang đến cho khách hàng sự thoải mái và sang trọng với dịch vụ cá nhân hóa chuyên nghiệp.

Loại phòng	Hình ảnh
Deluxe Double -Diện tích: 25m ² -Loại giường: 1 giường đôi -Giá phòng: 1.000.00VNĐ	

Deluxe Twin -Diện tích: 25m² -Loại giường: 2 giường đơn -Giá phòng: 1.000.000 VNĐ	
Premier Double -Diện tích: 30m² -Loại giường: 1 giường đôi -Giá phòng: 1.200.000VNĐ	
Premier Twin -Diện tích: 30m² -Loại giường: 2 giường đơn -Giá phòng: 1.200.000 VNĐ	
Balcony Suite Double -Diện tích: 32m² -Loại giường: 1 giường đôi -Giá phòng: 1.400.000 VNĐ	
Balcony Suite Twin -Diện tích: 32m² -Loại giường: 2 giường đơn -Giá phòng: 1.400.000 VNĐ	

Family Window -Diện tích: 32m2 -Loại giường: 2 giường lớn 1m6 -Giá phòng: 2.000.000 VNĐ	
Family Balcony -Diện tích: 35m2 -Loại giường: 2 giường lớn 1m8 -Giá phòng: 2.400.000 VNĐ	
Apartment -Diện tích: 50m2 - 1 phòng ngủ riêng, có phòng khách, khu bếp nhỏ, 1 giường chính, sofa bed -Giá: 3.000.000	

2.1.2.2. Dịch vụ ăn uống, ẩm thực

Nhà hàng



Hình 2.2: Nhà hàng

Tầng 2 của khách sạn Aria Grand là khu vực nhà hàng. Khung cảnh bình yên, tầm nhìn hướng thành phố. Bếp phục vụ nhiều lựa chọn các món ăn phương Tây,

châu Á và hương vị truyền thống Việt Nam, loại hình ăn uống là buffet với đa dạng món nên quý khách hàng có thể lựa chọn và ăn uống thoải mái tùy theo sở thích mỗi người. Bên cạnh đó còn có đầy đủ các loại đồ uống giải khát đi kèm hay kể cả là cà phê sáng giúp khách hàng tỉnh táo thư giãn đều có đủ. Khách sạn phục vụ thực khách các món ăn truyền thống của Việt Nam nhằm truyền bá những đặc sản quê hương mình nhưng cũng không kém phần tinh tế khi đã kết hợp vào đó là những món ăn chịu ảnh hưởng của Phương Tây phù hợp với mọi khẩu vị. Ngoài buffet sáng thì khách sạn còn có dịch vụ tiệc cho khách hàng có yêu cầu.

Giờ phục vụ: Mở cửa hàng ngày từ 06 giờ sáng đến 10 giờ sáng.

Loại hình ăn uống: Bữa sáng tự chọn (Buffet tự do).

Menu đặc biệt có sẵn.

Quầy bar:

Khách sạn bố trí quầy Bar ở hai khu vực là tiền sảnh khách sạn và cạnh khu vực hồ bơi với mong muốn phục vụ khách hàng một cách chu đáo và mọi lúc mọi nơi. Quầy bar phục vụ một loạt các loại đồ uống giải khát khác nhau, đồ ăn nhẹ. Cocktail, rượu vang,.... Dù niềm vui của quý khách hàng là gì, chúng tôi đều có thể chăm sóc nhu cầu của bạn.

Đóng cửa lúc 10:00 pm.



Hình 2.3: Hình bar T Lounge



Hình 2.4: Hình Lobby bar

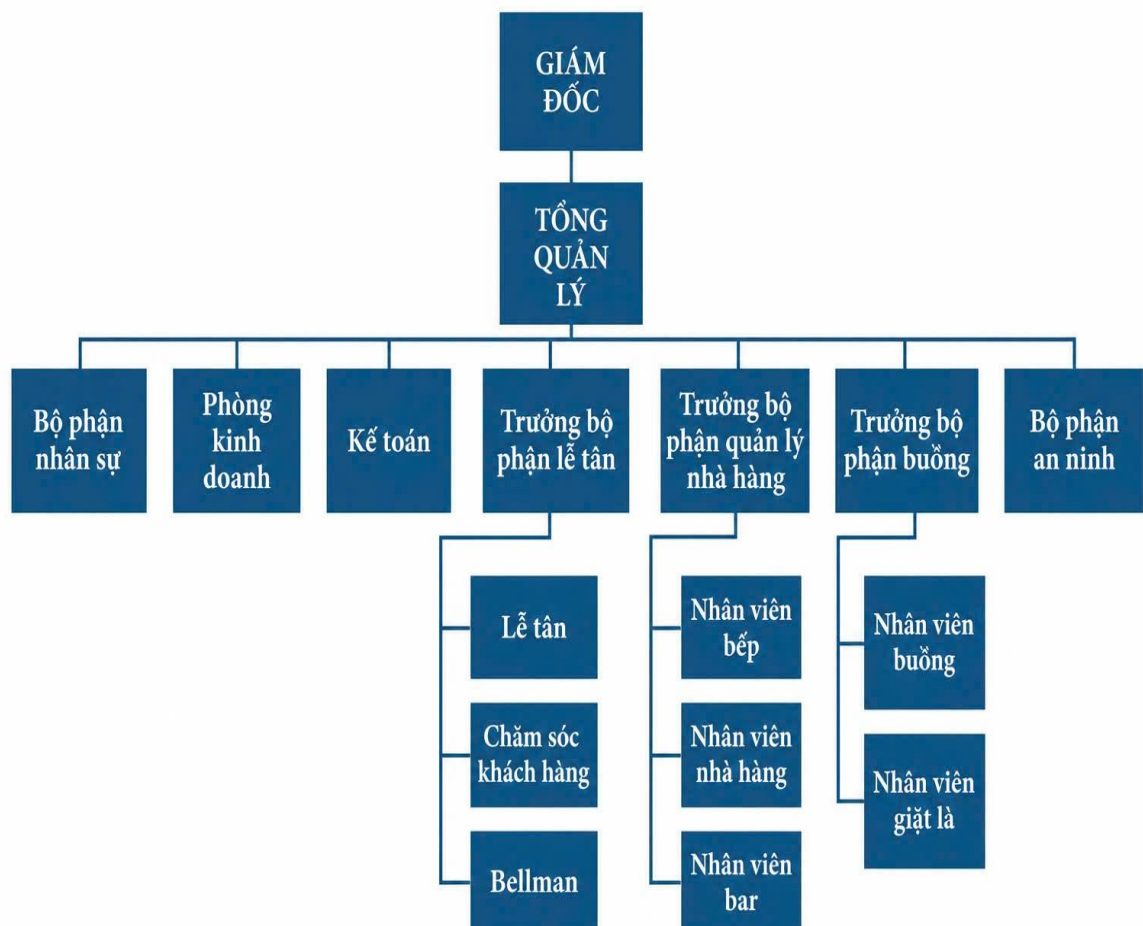
2.1.2.3. Dịch vụ bổ sung

Bên cạnh những dịch vụ trên khách sạn còn kết hợp nhiều dịch vụ bổ sung khác như dịch vụ giặt là, dịch vụ massage, tắm hơi. Ngoài ra còn có quầy lưu niệm giúp khách hàng mua sắm lưu giữ những khoảnh khắc tại nơi đây.

Tên dịch vụ bổ sung	Mô tả
Spa 	Có phòng spa chuyên nghiệp với các liệu pháp massage, thư giãn cơ thể, massage chân, massage cổ-vai-gáy Có phòng xông hơi
Hồ bơi ngoài trời 	Giờ hoạt động: 6:00 am đến 6:00 pm Trang thiết bị: có ghế dài để tắm nắng Có không gian thoáng, có tầm nhìn thành phố

Phòng gym	Giờ hoạt động: 6:00 am đến 10:00 pm Trang thiết bị: máy cardio, tạ... Có sẵn giải khát nhẹ gần khu vực phòng vì sau khi tập khách cần bổ sung
Các dịch vụ khác	Dịch vụ đưa đón sân bay Dịch vụ giặt là Dịch vụ lưu hành lý Bãi đậu xe

2.1.4. Cơ cấu tổ chức khách sạn



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại khách sạn

Nguồn: Bộ phận nhân sự Aria Grand Hotel Da Nang

Bảng 2.1: Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận

Tên bộ phận	Chức năng và nhiệm vụ
Tổng giám đốc	Là người chịu trách nhiệm quản lý, điều hành mọi hoạt động trong khách sạn, đảm bảo các bộ phận hoạt động hiệu quả; đưa ra những định hướng, tầm nhìn để khách sạn phát triển. Hỗ trợ công việc cho Tổng giám đốc là Thư kí Tổng giám đốc.
Tổng quản lý	Là lãnh đạo, quản lý toàn bộ hoạt động của khách sạn, bao gồm giám sát vận hành hàng ngày, quản lý tài chính, nâng cao trải nghiệm khách hàng, xây dựng và phát triển đội ngũ nhân sự, thực hiện chiến lược marketing và bán hàng, đảm bảo tuân thủ quy định và báo cáo công việc trực tiếp cho ban lãnh đạo hoặc chủ đầu tư.
Bộ phận nhân sự	Quản lý, tuyển dụng nhân sự cho khách sạn; có nhiệm vụ tổ chức, sắp xếp cán bộ, nhân viên, ban hành các thể chế, quy chế làm việc, theo dõi, đánh giá nhân viên các bộ phận và tiếp nhận ý kiến từ cấp trên, quản lý trực tiếp nhân viên, tổ chức tuyển dụng và đào tạo nhân viên.
Bộ phận kinh doanh	Là tìm kiếm khách hàng tiềm năng, bán các dịch vụ lưu trú, ẩm thực và hội nghị, đồng thời duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng để gia tăng doanh thu và xây dựng thương hiệu cho khách sạn. Bộ phận này còn chịu trách nhiệm nghiên cứu thị trường, xây dựng các chiến dịch marketing và phân tích hiệu quả kinh doanh để đạt mục tiêu doanh số đề ra.
Bộ phận kế toán	Quyết định các chiến lược về tài chính; tìm vốn, nguồn vốn cho khách sạn; theo dõi, quản lý và báo cáo sổ sách thu, chi, công nợ... Có nhiệm vụ lập chứng từ trong việc hình thành và sử dụng vốn, lập chứng từ xác định kết quả kinh doanh của từng bộ phận và của toàn khách sạn, lập báo cáo tài chính theo tháng, quý, năm, quản lý và giám sát thu, chi.
Trưởng bộ phận lễ tân	Quản lý và điều phối mọi hoạt động của bộ phận, từ việc lập kế hoạch, phân công công việc, tuyển dụng, đào tạo nhân viên đến việc giám sát quy trình, xử lý các phàn nàn của khách hàng, đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.
	Là cầu nối giữa khách hàng với các dịch vụ của khách sạn, giữa các bộ phận với nhau trong khách sạn; có nhiệm vụ đón

Lễ tân	tiếp, nhận, giải quyết yêu cầu của khách hàng và chuyển thông tin của khách hàng đến các bộ phận liên quan.
Chăm sóc khách hàng	Đảm bảo sự hài lòng của khách hàng trong suốt quá trình lưu trú bằng cách chào đón, xử lý yêu cầu, giải đáp thắc mắc, giới thiệu dịch vụ, thu thập ý kiến và xây dựng mối quan hệ lâu dài, từ đó nâng cao trải nghiệm và sự trung thành của khách hàng.
Bellman	Vận chuyển hành lý của khách từ xe lên phòng và ngược lại, nhưng còn bao gồm cả việc chào đón, hướng dẫn khách, cung cấp thông tin về khách sạn và dịch vụ, hỗ trợ đặt xe taxi, và đảm bảo khu vực tiền sảnh luôn gọn gàng, chuyên nghiệp, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng.
Trưởng bộ phận quản lý nhà hàng	Quản lý, điều phối hoạt động hàng ngày, đảm bảo chất lượng dịch vụ, đào tạo, quản lý nhân viên, kiểm soát công cụ và thiết bị, giải quyết khiếu nại của khách hàng, và báo cáo hiệu suất hoạt động cho cấp trên để tối ưu trải nghiệm khách hàng và đạt mục tiêu lợi nhuận của khách sạn.
Nhân viên bếp	Chịu trách nhiệm lên thực đơn và chế biến món ăn cho khách sạn; có nhiệm vụ kiểm tra, chuẩn bị đầy đủ các nguyên liệu, vật dụng cần thiết cho quá trình chế biến, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.
Nhân viên nhà hàng	Đón tiếp, phục vụ khách hàng, và đảm bảo chất lượng dịch vụ ăn uống, bao gồm việc nhận order, tư vấn món ăn, chuyển order xuống bếp, phục vụ đồ ăn thức uống, dọn dẹp bàn ăn, và xử lý thanh toán.
Nhân viên bar	Pha chế và phục vụ đồ uống có cồn và không cồn, đồng thời quản lý nguyên vật liệu, duy trì quầy bar sạch sẽ, tư vấn cho khách hàng và xử lý các yêu cầu để đảm bảo trải nghiệm khách hàng tốt nhất.
Trưởng bộ phận buồng	Lập kế hoạch, điều phối, và kiểm soát toàn bộ hoạt động của bộ phận buồng phòng để đảm bảo sự sạch sẽ, tiện nghi và tiêu chuẩn dịch vụ cao trong khách sạn. Nhiệm vụ chính bao gồm xây dựng quy trình làm việc, quản lý nhân sự, xử lý yêu cầu của khách, giám sát vệ sinh phòng và khu vực công cộng, quản lý đồ dùng, và phối hợp với các bộ phận khác để nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Nhân viên buồng	Bộ phận buồng phòng cung cấp sản phẩm dịch vụ chính tại khách sạn, mang lại nguồn doanh thu cao nhất trong tổng doanh thu của khách sạn; có nhiệm vụ chuẩn bị buồng, đảm bảo phòng sạch, luôn ở chế độ sẵn sàng đón khách - vệ sinh buồng phòng, các khu vực tiền sảnh, khu vực công cộng.
Nhân viên giặt là	Thực hiện toàn bộ quy trình giặt, sấy, là và gấp các loại đồ vải của khách sạn như chăn, ga, gối, khăn, rèm cửa và đồng phục nhân viên, cũng như giặt ủi theo yêu cầu của khách hàng, đảm bảo tiêu chuẩn sạch sẽ và chất lượng cao. Chức năng chính của bộ phận này là duy trì sự sạch sẽ, cung cấp vật dụng vải cần thiết cho các bộ phận khác trong khách sạn (buồng phòng, nhà hàng) và góp phần tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, chất lượng dịch vụ cao cho khách sạn.
Bộ phận an ninh	Đảm bảo an toàn cho khách hàng, tài sản của khách sạn và khách hàng, chịu trách nhiệm về an ninh trong khách sạn. Có nhiệm vụ tuần tra, canh gác theo ca, luôn ở tư thế sẵn sàng khi gặp sự cố, trông giữ xe cho khách và cho nhân viên các bộ phận khác trong khách sạn.

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn Aria Grand DaNang

2.2.1. Tình hình thu hút khách của khách sạn trong giai đoạn 2023-2025

Bảng 2.2: Tình hình lượt khách đến với khách sạn qua 3 năm

Đơn vị tính: Lượt khách

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	2024-2023	2025-2024
Khách quốc tế	22.400	29.800	38.500	33.04%	29.19%
Khách nội địa	31.200	34.500	36.800	10,58%	6.67%
Tổng	53.600	64.300	75.300	19,96%	17.11%

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn, năm 2025

Giai đoạn 2023 - 2025, tình hình thu hút khách tại khách sạn Aria Grand Đà Nẵng ghi nhận sự tăng trưởng toàn diện và liên tục ở cả hai phân khúc, nâng tổng lượt khách từ 53.600 lên 75.300 lượt. Trong đó, lượt khách quốc tế tăng trưởng bứt phá mạnh mẽ nhất từ 22.400 lên 38.500 lượt, duy trì tốc độ tăng xấp xỉ 30%/năm nhờ vào sự phục hồi hoàn toàn của thị trường du lịch quốc tế, chính sách thị thực thông thoáng, cùng các lễ hội lớn tại Đà Nẵng và chiến lược marketing hiệu quả trên các

nền tảng OTA. Mặt khác, lượt khách nội địa vẫn tăng trưởng đều đặn và đóng vai trò là nguồn khách nền tảng ổn định từ 31.200 lên 36.800 lượt, dù tốc độ tăng trưởng có xu hướng chậm lại từ 10,58% xuống 6,67% do tâm lý thắt chặt chi tiêu, chi phí vận chuyển nội địa biến động và sự bão hòa của thị trường du lịch trong nước. Sự tăng trưởng tổng thể này khẳng định uy tín ngày càng cao của khách sạn, đồng thời phản ánh kết quả tích cực từ việc nâng cao chất lượng dịch vụ và đào tạo nguồn nhân lực của đơn vị.

2.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn trong giai đoạn 2023 - 2025

Bảng 2.3: Kết quả kinh doanh năm 2023 - 2025

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	2024-2023	2025-2024
Tổng doanh thu	425.500	548.200	712.600	28.84%	29.99%
Doanh thu lưu trú	248.000	315.500	4.5.200	27.22%	28.43%
Doanh thu ẩm thực	126.500	165.200	218.800	30.59%	32.45%
Doanh thu dịch vụ bổ sung	51.000	67.500	88.600	32.35%	31.26%
Tổng chi phí	295.200	36.500	41.000	24.93%	25.38%
Tổng lợi nhuận	130.300	16.000	20.000	37.68%	39.46%

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn năm 2025

Giai đoạn 2023 - 2025, tổng doanh thu của khách sạn ghi nhận sự bứt phá mạnh mẽ khi tăng liên tục từ 425.500 triệu đồng lên 712.600 triệu đồng với tốc độ tăng trưởng cao ổn định từ 28% đến gần 30% mỗi năm. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy toàn diện bởi cả ba mảng kinh doanh, trong đó doanh thu lưu trú duy trì vai trò cốt lõi với mức tăng đều đặn trên 27%/năm, còn doanh thu ẩm thực và dịch vụ bổ sung thể hiện sự bùng nổ mạnh mẽ khi đồng loạt vượt mức tăng trưởng 31% vào năm 2025. Nguyên nhân trực tiếp là do lượng khách quốc tế và nội địa đến khách sạn tăng cao làm tối ưu hóa công suất phòng, kết hợp với các chính sách kích cầu chi tiêu nội khu hiệu quả thông qua việc đa dạng hóa dịch vụ ăn uống, spa và lễ hành. Đi đôi với sự mở rộng quy mô kinh doanh, tổng chi phí của khách sạn cũng tăng lên từ mức 295.200 triệu đồng năm 2023 do phát sinh các khoản biến phí vận hành như điện nước, nguyên vật liệu và ngân sách đầu tư cho nhân sự, marketing. Tuy nhiên, nhờ

kiểm soát tốt các khoản định phí và duy trì tốc độ tăng doanh thu luôn nhanh hơn tốc độ tăng chi phí, tổng lợi nhuận của khách sạn đã đạt được mức tăng trưởng nhảy vọt đầy ấn tượng, lần lượt đạt 37,68% và 39,46% qua các năm, khẳng định hiệu quả quản lý tài chính cực kỳ tối ưu của doanh nghiệp.

2.3. Tổng quan về nhà hàng

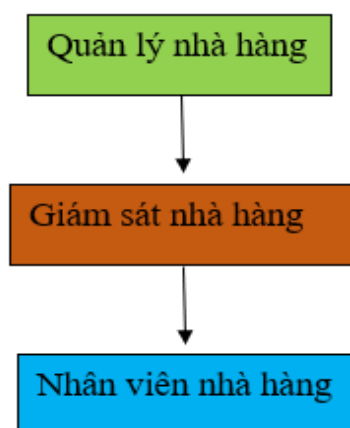
2.3.1. Giới thiệu về nhà hàng

Nằm trong khuôn viên của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng Hotel & Spa - điểm lưu trú chuẩn 4 sao tọa lạc gần bãi biển Mỹ Khê, hệ thống nhà hàng của khách sạn đóng vai trò là một trong những bộ phận dịch vụ cốt lõi, mang lại nguồn doanh thu lớn thứ hai cho toàn doanh nghiệp. Nhà hàng được vận hành với mục tiêu không chỉ phục vụ nhu cầu ẩm thực nội khu của khách lưu trú mà còn hướng tới việc nâng tầm trải nghiệm dịch vụ, tạo dựng dấu ấn thương hiệu ẩm thực mạnh mẽ trong lòng thực khách quốc tế và nội địa.

Nhà hàng Aria Grand được thiết kế theo phong cách kiến trúc hiện đại, tinh tế và sang trọng nhưng không kém phần ấm cúng. Nhà hàng sở hữu sức chứa tối đa khoảng 150 chỗ ngồi, được bố trí hệ thống bàn ghế linh hoạt từ bàn đôi, bàn bốn cho đến các khu vực bàn dài dành cho khách đoàn. Với không gian rộng rãi và hệ thống kính đón ánh sáng tự nhiên, nhà hàng mang lại tầm nhìn thoáng đãng, tạo cảm giác thư thái cho thực khách khi thưởng thức bữa ăn. Khu vực quầy line buffet được thiết kế khoa học tại vị trí trung tâm, giúp tối ưu hóa luồng di chuyển của khách, tránh tình trạng ùn ứ vào giờ cao điểm và thuận tiện cho việc tiếp cận các khu vực món ăn.

Nhà hàng nổi tiếng với thực đơn đa dạng, là sự giao thoa hài hòa giữa tinh hoa ẩm thực truyền thống Việt Nam và các món ăn đặc trưng theo phong cách Á - Âu. Trong đó, dịch vụ buffet sáng là sản phẩm chiến lược được phục vụ định kỳ hàng ngày (từ 06:00 đến 10:00). Các món ăn trên quầy line từ món nóng, súp, quầy salad lạnh, quầy bánh ngọt cho đến khu vực nấu trực tiếp tại chỗ như phở, các món trứng luôn được thay đổi theo ngày, đảm bảo tính tươi ngon và đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về vệ sinh an toàn thực phẩm.

2.3.2. Cơ cấu tổ chức nhà hàng



Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức nhà hàng

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

Cơ cấu tổ chức nhà hàng được xây dựng theo mô hình quản lý trực tuyến với sự phân cấp rõ ràng từ quản lý nhà hàng, giám sát nhà hàng đến nhân viên nhà hàng. Mô hình này giúp việc điều hành, giám sát và truyền đạt công việc được thực hiện thống nhất, góp phần nâng cao hiệu quả phục vụ và đảm bảo chất lượng dịch vụ.

Tên bộ phận	Chức năng và nhiệm vụ
Quản lý nhà hàng	Quản lý nhà hàng có chức năng tổ chức, điều hành và giám sát toàn bộ hoạt động phục vụ ăn uống nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh. Đồng thời, quản lý nhà hàng có nhiệm vụ phân công và kiểm tra công việc của nhân viên, giám sát quy trình phục vụ, kiểm tra chất lượng món ăn và vệ sinh an toàn thực phẩm, phối hợp với các bộ phận liên quan, xử lý tình huống phát sinh và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.
Giám sát nhà hàng	Giám sát nhà hàng có chức năng hỗ trợ quản lý trong việc kiểm tra, điều phối và giám sát hoạt động phục vụ tại nhà hàng nhằm đảm bảo quy trình phục vụ diễn ra hiệu quả và đúng tiêu chuẩn. Đồng thời, giám sát nhà hàng có nhiệm vụ phân công công việc cho nhân viên, theo dõi quá trình phục vụ khách, kiểm tra vệ sinh và tác phong làm việc của nhân viên, xử lý các tình huống phát sinh trong ca làm việc và phối hợp với các bộ phận liên quan để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nhân viên nhà hàng	Nhân viên nhà hàng có chức năng trực tiếp phục vụ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ ăn uống, góp phần đảm bảo chất lượng phục vụ và tạo sự hài lòng cho khách hàng. Đồng thời, nhân viên nhà hàng có nhiệm vụ chuẩn bị khu vực phục vụ, đón tiếp và hướng dẫn khách, phục vụ món ăn và đồ uống, dọn dẹp và set up bàn ăn, hỗ trợ khách trong quá trình dùng bữa, đảm bảo vệ sinh khu vực làm việc và thực hiện các công việc theo sự phân công của quản lý hoặc giám sát nhà hàng.
---------------------------	---

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

2.3.3. Đội ngũ lao động của nhà hàng

Bảng 2.4: Cơ cấu lao động theo trình độ tại Aria Grand Đà Nẵng

STT	Bộ phận	Tổng số lượng nhân viên	Giới tính		Độ tuổi			Trình độ học vấn	
			Nam	Nữ	18-25	26-35	36-45	Đại học	Cao đẳng
1	Nhà hàng	5	1	4	3	2	0	5	0
2	Bếp	5	4	1	3	2	0	4	1

Nguồn: Bộ phận nhân sự Aria Grand Đà Nẵng

Về số lượng nhân sự: Tổng số lượng nhân sự trực tiếp phục vụ của cả hai bộ phận là 10 người, được phân bổ đồng đều với 5 nhân viên thuộc bộ phận Nhà hàng và 5 nhân viên thuộc bộ phận Bếp. Quy mô nhân sự này ở mức tinh gọn, đòi hỏi tính chuyên môn hóa cao và sự phối hợp linh hoạt giữa các thành viên trong ca làm việc để đảm bảo vận hành ổn định.

Về cơ cấu giới tính: Có sự phân hóa rõ rệt và mang tính đặc thù nghề nghiệp giữa hai bộ phận. Tại bộ phận Nhà hàng, với tỷ lệ 4/5 nhân viên, điều này hoàn toàn phù hợp với yêu cầu công việc cần sự khéo léo, tinh tế và tỉ mỉ trong giao tiếp, phục vụ thực khách. Ngược lại, bộ phận Bếp lại có ưu thế về nhân sự Nam với tỷ lệ 4/5 nhân viên, đáp ứng tốt yêu cầu về thể lực, sức bền và khả năng chịu áp lực cao trong môi trường bếp nóng.

Về độ tuổi: Đội ngũ lao động tại cả hai bộ phận có xu hướng trẻ hóa mạnh mẽ. Cụ thể, có đến 60% nhân sự nằm trong độ tuổi từ 18 - 25 tuổi (3 nhân viên ở mỗi

bộ phận) và 40% còn lại nằm trong độ tuổi từ 26 - 35 tuổi (2 nhân viên ở mỗi bộ phận); hoàn toàn không có lao động thuộc nhóm tuổi trung niên (36 - 45 tuổi). Cơ cấu tuổi trẻ này mang lại lợi thế lớn cho khách sạn về sự năng động, nhiệt huyết, khả năng tiếp thu công nghệ, quy trình mới nhanh chóng và sự linh hoạt trong cung cách phục vụ.

Về trình độ chuyên môn: Chất lượng nguồn nhân lực tại đây được đánh giá ở mức rất cao so với mặt bằng chung của ngành. Đối với bộ phận Nhà hàng, 100% nhân viên (5/5 người) đều sở hữu trình độ Đại học. Tại bộ phận Bếp, tỷ lệ nhân sự có trình độ Đại học cũng chiếm đến 80% (4/5 người) và 20% còn lại (1/5 người) có trình độ Cao đẳng. Điều này chứng tỏ khách sạn Aria Grand rất chú trọng vào chất lượng tuyển dụng đầu vào. Nền tảng học vấn tốt của đội ngũ nhân viên là cơ sở vững chắc giúp khách sạn dễ dàng chuẩn hóa, nâng cao chất lượng dịch vụ và triển khai thành công các quy trình phục vụ chuyên nghiệp.

2.3.4. Kết quả kinh doanh của nhà hàng

Bảng 2.5: Kết quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	2024-2023(%)	2025-2024(%)
Doanh thu	126.500	165.200	218.800	30.59%	32.45%
Chi phí	92.300	119.400	154.200	29.36%	29.15%
Lợi nhuận	34.200	45.800	64.600	41.05%	41.05%

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

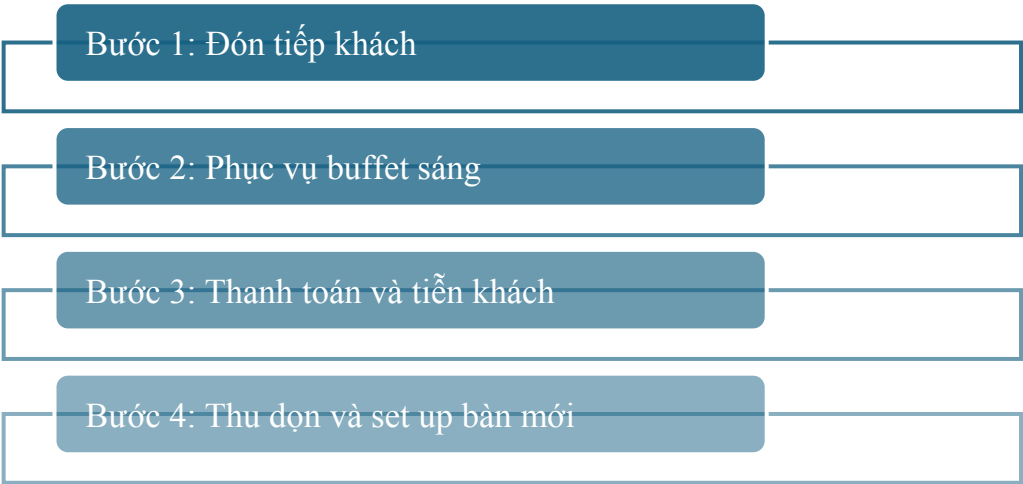
Giai đoạn 2023 - 2025, hoạt động kinh doanh ẩm thực của nhà hàng ghi nhận sự tăng trưởng vượt bậc và đồng bộ ở tất cả các chỉ tiêu tài chính. Doanh thu nhà hàng bứt phá mạnh mẽ từ 126.500 triệu đồng lên 218.800 triệu đồng, duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng và có xu hướng gia tăng qua các năm, từ 30,59% lên 32,45%. Sự bùng nổ về doanh thu này kéo theo tổng chi phí vận hành tăng lên tương ứng từ 92.300 triệu đồng năm 2023 lên 154.200 triệu đồng năm 2025 nhằm đáp ứng các khoản biến phí như nguyên vật liệu, nhân sự và nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ lượng thực khách ngày càng đông. Tuy nhiên, nhờ tối ưu hóa quy trình quản lý và duy trì tốc độ tăng chi phí thấp hơn tốc độ tăng doanh thu, biên độ lợi nhuận của nhà

hàng ngày càng được mở rộng. Kết quả là tổng lợi nhuận thu về đạt mức tăng trưởng nhảy vọt từ 33,92% tăng lên bùng nổ ở mức 41,05% vào năm 2025, mang về cho nhà hàng 64.600 triệu đồng và khẳng định hiệu quả kinh doanh cực kỳ xuất sắc của bộ phận ẩm thực.

2.4. Phân tích thực trạng quy trình phục vụ buffet sáng

2.4.1. Quy trình phục vụ

Sơ đồ 2.3: Quy trình phục vụ



Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

Bảng 2.6: Quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng

Các bước	Công việc cần làm
Bước 1: Đón tiếp khách	Chủ động chào đón khách, luôn có thái độ tôn trọng, vui vẻ và nhiệt tình với khách hàng.
	Hỏi khách đi bao nhiêu người, hỏi số phòng của khách và kiểm tra xem khách đăng kí sử dụng dịch vụ ăn buffet sáng của nhà hàng hay không.
	Trực tiếp dẫn khách đến bàn, chủ động kéo ghế mời khách ngồi.
Bước 2: Phục vụ buffet sáng	Theo dõi những khay thức ăn, dụng cụ ăn uống để kịp thời báo với các bộ phận khác nhanh chóng bổ sung.
	Quan sát tổng quan khu vực phục vụ để hỗ trợ khách hàng khi cần.
	Xin phép khách dọn dẹp những chén đĩa, dao nĩa đã dùng, để tạo không gian đặt những đĩa thức ăn khác.

	Nếu khách hàng yêu cầu thức uống được pha chế với công thức đặc biệt, nhân viên Phục vụ phải gửi order đến quầy Bar.
Bước 3: Thanh toán và tiễn khách	Khách ăn buffet sáng tại nhà hàng chủ yếu đã thanh toán trước tại lễ tân, trường hợp chưa thanh toán sẽ được nhân viên hướng dẫn hoàn tất thủ tục.
	Chủ động chào và cảm ơn khách đã dùng bữa tại nhà hàng với thái độ ân cần, chu đáo.
Bước 4: Thu dọn và set up bàn mới	Sau khi tiệc buffet kết thúc, nhân viên nhà hàng thu dọn tất cả các vật dụng, dụng cụ và giao cho bộ phận liên quan xử lý.
	Set up bàn mới theo tiêu chuẩn nhà hàng.

Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn

2.5. Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến quy trình phục vụ

2.5.1. Nhân viên phục vụ

Về kỹ năng phục vụ: Dựa trên cơ cấu nhân sự đã phân tích, bộ phận nhà hàng sở hữu lực lượng lao động rất trẻ (100% từ 18–35 tuổi). Lợi thế của độ tuổi này là sự năng động, tác phong nhanh nhẹn, nụ cười rạng rỡ và sự nhạy bén trong việc nắm bắt tâm lý khách hàng. Thao tác dọn đĩa bẩn tại bàn hay hỗ trợ khách tại quầy line được thực hiện khá linh hoạt và khéo léo. Tuy nhiên, do phần lớn nhân sự thuộc nhóm tuổi 18–25 (chiếm 60%), kinh nghiệm xử lý các tình huống phàn nàn của khách hàng vào giờ cao điểm – khi lượng khách đổ dồn về nhà hàng cùng một lúc – đôi lúc còn lúng túng, thiếu sự điềm tĩnh và tinh tế cần thiết của một phân khúc dịch vụ cao cấp.

Về kiến thức về thực đơn và dịch vụ: Với nền tảng 100% nhân viên nhà hàng có trình độ Đại học, đây là điểm sáng lớn nhất của khách sạn Aria Grand. Nhờ trình độ học vấn cao, nhân viên có khả năng ghi nhớ thực đơn rất nhanh, hiểu rõ các thành phần nguyên liệu có trong món ăn để tư vấn chính xác cho khách (đặc biệt là những khách dị ứng hoặc ăn chay). Bên cạnh đó, năng lực ngoại ngữ tốt của đội ngũ nhân viên trình độ Đại học giúp việc giao tiếp, giới thiệu các món ăn truyền thống Việt Nam tại quầy buffet sáng đến thực khách quốc tế diễn ra vô cùng tự nhiên và chuyên nghiệp, góp phần không nhỏ vào sự tăng trưởng doanh thu ẩm thực của khách sạn.

2.5.2. Cơ sở vật chất, trang thiết bị trong nhà hàng

Không gian nhà hàng: Nhà hàng tại Aria Grand Đà Nẵng được thiết kế theo phong cách hiện đại, sang trọng và ấm cúng. Khu vực quầy line buffet được bố trí ở vị trí trung tâm, giúp thực khách từ các góc bàn dễ dàng tiếp cận. Tuy nhiên, khi lượng khách lưu trú tăng trưởng mạnh mẽ qua các năm, không gian nhà hàng bắt đầu bộc lộ hạn chế về diện tích vào khung giờ cao điểm. Mật độ bàn ghế dày và lối đi giữa các quầy line đôi khi bị ùn ứ, gây khó khăn cho cả luồng di chuyển của khách lẫn thao tác bưng bê, dọn dẹp đĩa bẩn của nhân viên phục vụ.

Trang thiết bị và dụng cụ phục vụ: Hệ thống trang thiết bị phục vụ buffet tại nhà hàng được đầu tư đồng bộ và chất lượng cao. Các tủ hâm nóng thức ăn, đèn giữ nhiệt cho quầy bánh, quầy súp luôn hoạt động ổn định, đảm bảo món ăn đến tay khách hàng luôn giữ được hương vị và độ ấm nóng tiêu chuẩn. Công cụ dụng cụ như đĩa, ly, tách, dao, muỗng, nĩa được làm bằng chất liệu cao cấp, có độ sáng bóng và luôn được tiết trùng sạch sẽ. Dẫu vậy, thực trạng cho thấy vào những ngày khách sạn full phòng, tốc độ quay vòng và cung ứng dụng cụ sạch từ bộ phận Bếp/Rửa chén ra quầy line đôi lúc chưa kịp thời, dẫn đến tình trạng thiếu hụt cục bộ đĩa ăn sạch hoặc tách cà phê tại quầy line trong một vài thời điểm ngắn.

2.5.3. Sự phối hợp giữa các bộ phận

2.5.3.1. Sự phối hợp giữa phục vụ và bếp

Mục tiêu: Đảm bảo quầy buffet luôn đầy đặn, nóng sốt và không bị gián đoạn.

Báo bổ sung món: Phục vụ chủ động theo dõi quầy buffet, khi khay thức ăn vơi còn 1/3 phải báo ngay để bếp kịp nấu và châm thêm, tránh để quầy trống.

Truyền đạt yêu cầu đặc biệt: Phục vụ ghi nhận và báo chính xác cho bếp các yêu cầu riêng của khách như món không hành, đồ chay, món tại quầy nấu trực tiếp.

Điều tiết số lượng: Phục vụ liên tục cập nhật mật độ khách đông hay vắng để Bếp chủ động lượng thức ăn ra quầy, tránh thiếu hụt hoặc lãng phí.

2.5.3.2. Sự phối hợp giữa phục vụ và thu ngân

Mục tiêu: Kiểm soát chặt chẽ doanh thu, thủ tục nhanh gọn, tránh thất thoát.

Xác minh thông tin: Phục vụ đối chiếu số phòng của khách với danh sách từ thu ngân để phân biệt khách phòng đã bao gồm ăn sáng và khách vắng lại phải thu phí.

Xử lý chi phí phát sinh: Phục vụ chuyển order đồ uống đặc biệt ngoài gói buffet cho thu ngân nhập hệ thống và in hóa đơn kịp thời.

Kiểm soát thanh toán: Phối hợp theo dõi trạng thái bàn như bàn nào đã thu tiền, bàn nào ký nợ về phòng trước khi tiễn khách, tránh để khách rời đi khi chưa hoàn tất thủ tục.

Đối lưu cuối ca: Phục vụ bàn giao lại toàn bộ phiếu ăn sáng Voucher thu từ khách để Thu ngân đối chiếu và khóa sổ chính xác.

2.5.4. Công tác quản lý

Công tác quản lý nhà hàng tập trung vào việc dự báo chính xác số lượng khách đầu ca để phân ca và điều phối nhân sự hợp lý vào các khung giờ cao điểm, chia nhỏ nhà hàng thành các phân khu giao trách nhiệm rõ ràng cho từng nhân viên để tránh bỏ sót khách.

Giám sát chặt chẽ tiêu chuẩn dịch vụ về diện mạo nhân viên, độ nóng sốt của món ăn và không gian nhà hàng, trực tiếp giải quyết các khiếu nại vượt quá thẩm quyền của cấp dưới, phối hợp với bộ phận bếp kiểm soát lượng thực phẩm thừa để giảm chi phí hủy món.

Quản lý số lượng và hạn chế rơi vỡ công cụ dụng cụ, đối chiếu dữ liệu giữa phục vụ và thu ngân để ngăn ngừa thất thoát doanh thu, đồng thời nghiêm ngặt kiểm soát quy trình an toàn vệ sinh thực phẩm tại các quầy buffet.

2.6. Kết quả khảo sát về Quy trình phục vụ buffet sáng

2.6.1. Phương pháp thu thập dữ liệu phiếu khảo sát, phỏng vấn, quan sát

Khảo sát khách hàng bằng bảng hỏi: Khảo sát khách hàng để đánh giá mức độ hài lòng và những vấn đề gặp phải trong quy trình phục vụ. Khách hàng là người trực tiếp trải nghiệm quy trình phục vụ, do đó họ là nguồn thông tin quan trọng để đánh giá các yếu tố như: mức độ hài lòng, chất lượng dịch vụ cảm nhận, thái độ phục vụ, tốc độ phục vụ, sự chuyên nghiệp - tất cả đều là thành phần của quy trình phục vụ. Khảo sát khách hàng giúp phát hiện các điểm nghẽn trong quy trình phục vụ từ góc nhìn người tiêu dùng, từ đó đề xuất cải tiến mang tính khách quan và có tính thực tiễn cao.

2.6.2. Kết quả khảo sát khách hàng về quy trình phục vụ buffet sáng

Dữ liệu sau khi thu thập, sàng lọc để loại bỏ các phiếu không đạt yêu cầu, sẽ được phân tích bằng Excel với các kỹ năng phân tích như sau:

Thống kê số lượng, tỷ lệ phần trăm nhằm mô tả đặc điểm mẫu khảo sát và các đánh giá của khách hàng.

Thống kê giá trị trung bình và độ lệch chuẩn nhằm đánh giá mức độ sử dụng công nghệ của khách hàng với các tiêu chí khảo sát.

Để phục vụ việc diễn giải kết quả, nghiên cứu sử dụng phương pháp đối sánh giá trị trung bình với các mức độ đánh giá trên thang đo Likert.

Bảng 2.7: Ý nghĩa của từng giá trị trung bình

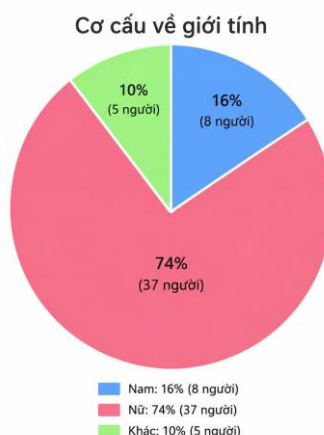
Giá trị trung bình	Ý nghĩa
1.0 - 1.8	Rất không tốt
1.8 - 2.6	Không tốt
2.6 - 3.4	Trung bình
3.4 - 4.2	Tốt
4.2 - 5.0	Rất tốt
Giá trị khoảng cách = (Giá trị lớn nhất - Giá trị nhỏ nhất) / n = (5 - 1) / 5 = 0.8	

Nguồn: Lê Thái Phương, 2022

2.6.2.1. Mô tả mẫu

a. Về giới tính

Biểu đồ 2.1: Thống kê giới tính khách hàng

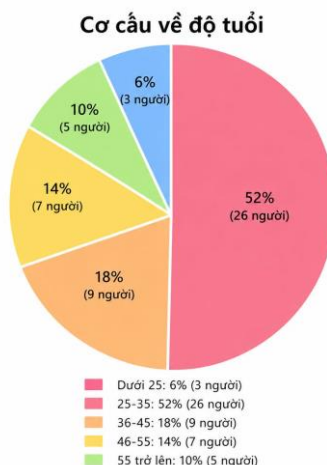


Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Cơ cấu giới tính của đối tượng khảo sát có sự chênh lệch khá lớn. Trong tổng số 50 người tham gia khảo sát, nữ giới chiếm tỷ lệ cao nhất với 74%, cho thấy đây là nhóm đối tượng chủ yếu trong mẫu nghiên cứu. Nam giới chiếm 16%, thấp hơn so với nữ giới. Bên cạnh đó, nhóm giới tính khác chiếm 10%, là tỷ lệ thấp nhất trong cơ cấu khảo sát. Kết quả này cho thấy mẫu khảo sát có sự tập trung chủ yếu vào khách hàng nữ, vì vậy các đánh giá và ý kiến thu thập được có thể phản ánh nhiều hơn quan điểm và trải nghiệm của nhóm khách hàng này.

b. Về độ tuổi

Biểu đồ 2.2: Thống kê độ tuổi khách hàng

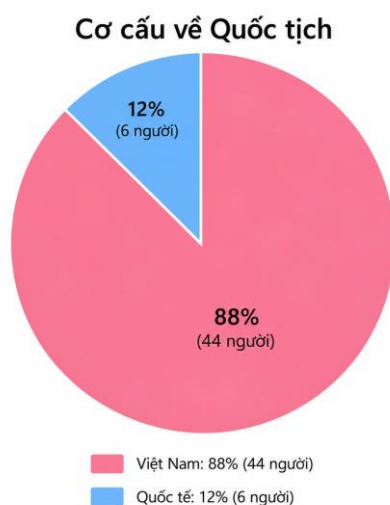


Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Qua biểu đồ cơ cấu độ tuổi cho thấy, nhóm khách hàng từ 25 - 35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 52%, chiếm hơn một nửa tổng số người được khảo sát. Đây là nhóm khách hàng chủ đạo của nhà hàng và thường có nhu cầu cao đối với các dịch vụ lưu trú, ăn uống và du lịch. Tiếp theo là nhóm 36 - 45 tuổi chiếm 18% và nhóm 46 - 55 tuổi chiếm 14%. Nhóm khách hàng từ 55 tuổi trở lên chiếm 10%, trong khi nhóm dưới 25 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất với 6%. Kết quả này cho thấy khách hàng sử dụng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng chủ yếu thuộc độ tuổi lao động và có khả năng chi tiêu ổn định, là đối tượng quan tâm nhiều đến chất lượng món ăn, không gian và trải nghiệm dịch vụ.

c. Quốc tịch

Biểu đồ 2.3: Thống kê Quốc tịch khách hàng



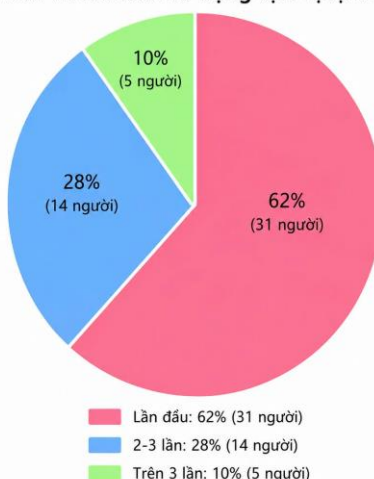
Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Dựa trên kết quả khảo sát, khách hàng mang quốc tịch Việt Nam chiếm tỷ lệ cao nhất với 88%, khách quốc tế chiếm 12%. Kết quả này cho thấy phần lớn khách hàng sử dụng dịch vụ tại nhà hàng là khách nội địa. Điều này phản ánh nhà hàng đang có khả năng thu hút tốt đối tượng khách hàng trong nước nhờ vị trí, thực đơn và chất lượng phục vụ phù hợp với nhu cầu của khách Việt Nam. Bên cạnh đó, tỷ lệ khách quốc tế tuy chưa cao nhưng vẫn cho thấy nhà hàng có khả năng tiếp cận và phục vụ khách du lịch nước ngoài. Qua đó, nhà hàng có thể tiếp tục duy trì chất lượng dịch vụ đối với khách nội địa, đồng thời cải thiện thêm về thực đơn, ngoại ngữ và phong cách phục vụ nhằm nâng cao khả năng thu hút khách quốc tế trong thời gian tới.

d. Tần suất sử dụng dịch vụ tại khách sạn

Biểu đồ 2.4: Thống kê tần suất khách sử dụng buffet sáng tại nhà hàng

Cơ cấu về tần suất sử dụng dịch vụ tại khách sạn

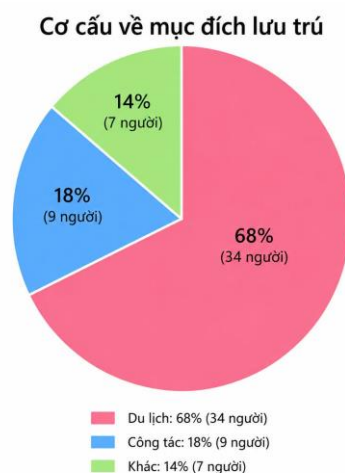


Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Dựa trên kết quả khảo sát, nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ lần đầu chiếm tỷ lệ cao nhất với 62%. Nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ từ 2 - 3 lần chiếm 28%, trong khi nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ trên 3 lần chỉ chiếm 10%. Kết quả này cho thấy nhà hàng đang thu hút được khá nhiều khách hàng mới đến trải nghiệm dịch vụ. Đây là tín hiệu tích cực, phản ánh khả năng tiếp cận và thu hút khách hàng của nhà hàng tương đối tốt. Tuy nhiên, tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ nhiều lần vẫn còn thấp, cho thấy mức độ duy trì khách hàng trung thành chưa cao. Vì vậy, nhà hàng cần tiếp tục nâng cao chất lượng món ăn, phong cách phục vụ và trải nghiệm khách hàng nhằm gia tăng mức độ hài lòng, từ đó khuyến khích khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ trong những lần tiếp theo.

e. Mục đích lưu trú

Biểu đồ 2.5: Thống kê mục đích lưu trú tại nhà hàng



Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Dựa trên kết quả khảo sát 50 khách hàng, mục đích lưu trú chủ yếu của khách hàng là du lịch với tỷ lệ cao nhất đạt 68%, tương ứng 34 người. Nhóm khách hàng lưu trú với mục đích công tác chiếm 18% với 9 người, trong khi các mục đích khác chiếm 14%, tương ứng 7 người. Kết quả này cho thấy phần lớn khách hàng đến khách sạn nhằm phục vụ nhu cầu du lịch và nghỉ dưỡng. Điều này phản ánh khách sạn có vị trí, dịch vụ và không gian phù hợp với đối tượng khách du lịch. Nhóm khách công tác và các mục đích khác vẫn chiếm một tỷ lệ nhất định, cho thấy khách sạn có khả năng phục vụ đa dạng đối tượng khách hàng. Qua đó, khách sạn có thể tiếp tục phát triển các dịch vụ phục vụ khách du lịch như nâng cao chất lượng lưu trú, ẩm thực và trải nghiệm nghỉ dưỡng, đồng thời bổ sung thêm các tiện ích dành cho khách công tác nhằm mở rộng và đa dạng hóa thị trường khách hàng.

2.6.2.2. Kết quả đánh giá

a. Phương tiện hữu hình

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại	2.78/5
2	Không gian có trang thiết bị phục vụ hiện đại	2.8/5
3	Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp	3.1/5
4	Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn	2.88/5

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Bảng kết quả khảo sát về phương tiện hữu hình cho thấy mức độ đánh giá của khách hàng đối với cơ sở vật chất và hình ảnh nhà hàng chỉ ở mức trung bình, dao động từ 2.78 đến 3.1 điểm. Trong đó, tiêu chí “Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp” đạt điểm cao nhất với 3.1/5, cho thấy khách hàng có ấn tượng tương đối tốt về tác phong và hình ảnh nhân viên. Điều này góp phần tạo nên sự chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ.

Các tiêu chí liên quan đến cơ sở vật chất như “Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại” (2.78/5) và “Không gian có trang thiết bị phục vụ hiện đại” (2.8/5) đều có điểm khá thấp. Điều này phản ánh hệ thống trang thiết bị và không gian phục vụ của nhà hàng chưa thực sự đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng, có thể còn thiếu tính hiện đại hoặc chưa được đầu tư đồng bộ. Bên cạnh đó, tiêu chí “Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn” đạt 2.88/5, cho thấy hình thức trình bày và sự thu hút của thực đơn chưa tạo được ấn tượng mạnh đối với khách hàng.

Yếu tố phương tiện hữu hình của nhà hàng vẫn còn nhiều hạn chế và cần được cải thiện nhằm nâng cao trải nghiệm khách hàng. Nhà hàng nên chú trọng đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, đổi mới trang thiết bị phục vụ, cải thiện không gian ăn uống và thiết kế thực đơn chuyên nghiệp, bắt mắt hơn để tăng tính cạnh tranh và nâng cao chất lượng dịch vụ.

b. Độ tin cậy

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Nhà hàng phục vụ đúng thời gian công bố	3.64/5
2	Nhà hàng quan tâm giải quyết các vấn đề khách phản nản	3.16/5
3	Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn	3.6/5
4	Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã được thông báo	3.9/5
5	Hoá đơn thanh toán chính xác, không có sai sót	4.06/5

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Bảng kết quả khảo sát về độ tin cậy cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực đối với khả năng cung cấp dịch vụ đúng cam kết của nhà hàng, với các mức điểm dao

động từ 3.16 đến 4.06 trên thang điểm 5. Điều này phản ánh nhà hàng đã tạo được sự tin tưởng nhất định đối với khách hàng trong quá trình phục vụ.

Trong đó, tiêu chí “Hóa đơn thanh toán chính xác, không có sai sót” đạt điểm cao nhất với 4.06/5, cho thấy nhà hàng thực hiện tốt quy trình thanh toán, đảm bảo tính minh bạch và chính xác, góp phần tạo sự an tâm cho khách hàng. Tiếp theo là tiêu chí “Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo” đạt 3.9/5, thể hiện khả năng phục vụ đúng hẹn của nhà hàng tương đối tốt, đáp ứng được mong đợi của khách hàng về thời gian phục vụ.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhà hàng phục vụ đúng thời gian công bố” đạt 3.64/5 và “Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn” đạt 3.58/5, cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng với tính nhất quán giữa cam kết và thực tế phục vụ. Tuy nhiên, tiêu chí “Nhà hàng quan tâm giải quyết các vấn đề khách phản nản” chỉ đạt 3.16/5 – mức thấp nhất trong nhóm. Điều này cho thấy khả năng xử lý khiếu nại và chăm sóc khách hàng của nhà hàng vẫn chưa thực sự hiệu quả, chưa tạo được sự hài lòng cao đối với khách hàng khi xảy ra vấn đề.

Yếu tố độ tin cậy của nhà hàng được đánh giá ở mức khá tốt, đặc biệt trong việc đảm bảo thời gian phục vụ và tính chính xác trong thanh toán. Tuy nhiên, nhà hàng cần chú trọng hơn đến công tác tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của khách hàng, nâng cao kỹ năng xử lý tình huống của nhân viên nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ và tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

c. Năng lực phục vụ

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Nhân viên thông báo chính xác khi nào món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ	3.54/5
2	Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhân chón	2.92/5
3	Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần	2.98/5
4	Nhân viên luôn coi việc phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu	3.14/5

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Bảng kết quả khảo sát về năng lực phục vụ cho thấy khách hàng đánh giá chất lượng phục vụ của nhân viên nhà hàng ở mức trung bình, với số điểm dao động từ 2.92 đến 3.54 trên thang điểm 5. Điều này phản ánh đội ngũ nhân viên đã đáp ứng

được một phần nhu cầu của khách hàng, tuy nhiên vẫn còn nhiều hạn chế cần được cải thiện để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Tiêu chí “Nhân viên thông báo chính xác khi nào món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ” đạt điểm cao nhất với 3.54/5. Kết quả này cho thấy nhân viên có khả năng cung cấp thông tin tương đối rõ ràng về thời gian phục vụ, giúp khách hàng chủ động hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ. Tiêu chí “Nhân viên luôn coi việc phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu” đạt 3.14/5, phản ánh thái độ phục vụ của nhân viên ở mức khá nhưng chưa thực sự tạo được sự hài lòng cao đối với khách hàng.

Tiêu chí “Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần” chỉ đạt 2.98/5 và “Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng” đạt thấp nhất với 2.92/5. Điều này cho thấy tốc độ phục vụ và khả năng hỗ trợ khách hàng của nhân viên vẫn còn hạn chế, đặc biệt trong những thời điểm đông khách hoặc khi khối lượng công việc tăng cao. Việc phản hồi và hỗ trợ khách hàng chưa kịp thời có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng đối với nhà hàng. Yếu tố năng lực phục vụ của nhà hàng chưa được khách hàng đánh giá cao. Vì vậy, nhà hàng cần chú trọng đào tạo kỹ năng nghiệp vụ, nâng cao tinh thần trách nhiệm và khả năng xử lý tình huống cho nhân viên. Đồng thời, cần bố trí nhân sự hợp lý để đảm bảo tốc độ phục vụ nhanh chóng, nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng và cải thiện chất lượng dịch vụ một cách toàn diện.

d. Sự đảm bảo

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng	3.4/5
2	Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng	3.4/5
3	Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng	3.42/5
4	Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng	3.34/5

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Bảng kết quả khảo sát về sự đảm bảo cho thấy khách hàng đánh giá chất lượng phục vụ của nhà hàng ở mức khá, với điểm trung bình dao động từ 3.34 đến 3.42 trên

thang điểm 5. Điều này cho thấy nhà hàng đã tạo được mức độ tin tưởng và cảm giác an tâm nhất định đối với khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Tiêu chí “Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng” đạt điểm cao nhất với 3.42/5. Kết quả này phản ánh thái độ phục vụ thân thiện, lịch sự của nhân viên được khách hàng đánh giá tích cực, góp phần tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao trải nghiệm của khách hàng tại nhà hàng. Tiếp theo là tiêu chí “Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng” đạt 3.4/5, cho thấy phong cách phục vụ của nhân viên nhìn chung đã tạo được sự tin cậy nhất định đối với khách hàng.

Tiêu chí “Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng” đạt 3.38/5, phản ánh khách hàng tương đối hài lòng về chất lượng món ăn cũng như sự an toàn trong quá trình sử dụng dịch vụ. Tiêu chí “Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng” đạt 3.34/5 mức thấp nhất trong nhóm, cho thấy kiến thức chuyên môn và khả năng tư vấn của nhân viên vẫn còn hạn chế, chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng khi cần hỗ trợ hoặc giải thích về món ăn, đồ uống.

Yếu tố sự đảm bảo của nhà hàng được khách hàng đánh giá tương đối tích cực. Tuy nhiên, để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, nhà hàng cần chú trọng đào tạo kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp và khả năng tư vấn cho nhân viên nhằm tạo sự chuyên nghiệp, nâng cao niềm tin và sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại nhà hàng.

e. Sự cảm thông

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng	3.26/5
2	Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng	3.52/5
3	Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng	3.2/5
4	Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng	3.22/5
5	Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng	2.94/5

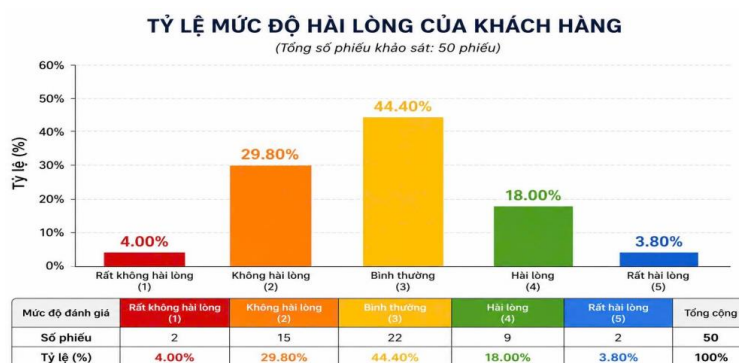
Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Bảng kết quả khảo sát về sự cảm thông cho thấy khách hàng đánh giá mức độ quan tâm và thấu hiểu khách hàng của nhà hàng ở mức trung bình khá, với điểm số dao động từ 2.94 đến 3.52 trên thang điểm 5. Điều này phản ánh nhà hàng đã có sự chú trọng nhất định đến nhu cầu và trải nghiệm của khách hàng, tuy nhiên vẫn còn nhiều điểm cần cải thiện để nâng cao sự hài lòng.

Tiêu chí “Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng” đạt điểm cao nhất với 3.52/5. Kết quả này cho thấy khung giờ hoạt động của nhà hàng tương đối phù hợp, đáp ứng được nhu cầu sử dụng dịch vụ của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Tiếp theo, tiêu chí “Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng” đạt 3.26/5 và “Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng” đạt 3.22/5, cho thấy khách hàng phần nào cảm nhận được sự quan tâm và nỗ lực của nhà hàng trong việc nâng cao chất lượng phục vụ.

Tiêu chí “Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng” đạt 3.2/5, phản ánh thái độ phục vụ của nhân viên ở mức tương đối nhưng chưa thực sự nổi bật. Đặc biệt, tiêu chí “Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng” chỉ đạt 2.94/5 - mức thấp nhất trong nhóm. Điều này cho thấy nhân viên vẫn chưa thực sự thấu hiểu nhu cầu cá nhân và sở thích của khách hàng, dẫn đến khả năng cá nhân hóa dịch vụ còn hạn chế. Nhìn chung, yếu tố sự cảm thông của nhà hàng chưa được khách hàng đánh giá cao. Vì vậy, nhà hàng cần chú trọng đào tạo nhân viên về kỹ năng giao tiếp, lắng nghe và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao khả năng thấu hiểu nhu cầu khách hàng. Đồng thời, cần xây dựng phong cách phục vụ tận tâm, chuyên nghiệp và cá nhân hóa hơn để nâng cao trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại nhà hàng.

f. Đánh giá tổng thể



Biểu đồ 2.6: Mức độ hài lòng về quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

Kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng cho thấy đa số khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ của nhà hàng ở mức bình thường, chiếm tỷ lệ cao nhất với 44.40%. Điều này phản ánh chất lượng dịch vụ của nhà hàng mới chỉ đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách hàng nhưng chưa tạo được nhiều ấn tượng nổi bật.

Bên cạnh đó, tỷ lệ khách hàng không hài lòng chiếm 29.80%, đây là mức khá cao, cho thấy nhà hàng vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế trong quá trình phục vụ, cơ sở vật chất hoặc khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Trong khi đó, tỷ lệ khách hàng đánh giá hài lòng chỉ đạt 18.00% và rất hài lòng đạt 3.80%, chứng tỏ số lượng khách hàng thực sự đánh giá cao chất lượng dịch vụ của nhà hàng còn khá thấp.

Tỷ lệ khách hàng rất không hài lòng chiếm 4.00%, cho thấy vẫn có một bộ phận khách hàng có trải nghiệm chưa tốt khi sử dụng dịch vụ tại nhà hàng. Điều này có thể ảnh hưởng đến hình ảnh và khả năng giữ chân khách hàng của nhà hàng trong tương lai.

Kết quả khảo sát cho thấy chất lượng dịch vụ của nhà hàng hiện đang ở mức trung bình và chưa tạo được sự hài lòng cao đối với khách hàng. Vì vậy, nhà hàng cần chú trọng cải thiện cơ sở vật chất, nâng cao kỹ năng phục vụ của nhân viên, tăng khả năng hỗ trợ khách hàng và nâng cao trải nghiệm dịch vụ nhằm gia tăng mức độ hài lòng và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

2.7. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng buffet sáng tại nhà hàng

2.7.1. Phương tiện hữu hình

2.7.1.1. Ưu điểm

Hình ảnh nhân viên tương đối chuyên nghiệp, thể hiện qua tiêu chí “Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp” đạt điểm cao nhất trong nhóm (3.1/5). Điều này góp phần tạo ấn tượng tốt ban đầu và nâng cao tính chuyên nghiệp của nhà hàng.

Cơ sở vật chất và thực đơn vẫn đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách hàng, khi các tiêu chí đều đạt mức trên trung bình, cho thấy nhà hàng vẫn đảm bảo được điều kiện phục vụ buffet sáng.

Không gian phục vụ tương đối gọn gàng và phù hợp với hoạt động buffet, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

2.7.1.2. Nhược điểm

Trang thiết bị của nhà hàng chưa được đánh giá cao, tiêu chí “Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại” chỉ đạt 2.78/5, cho thấy cơ sở vật chất chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng về sự hiện đại và tiện nghi.

Không gian và các thiết bị phục vụ chưa thực sự nổi bật, tiêu chí “Không gian có trang thiết bị phục vụ hiện đại” đạt 2.8/5, phản ánh việc đầu tư và nâng cấp chưa đồng bộ.

Thực đơn chưa đủ hấp dẫn về mặt hình thức, tiêu chí “Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn” chỉ đạt 2.88/5, cho thấy cách trình bày, bố cục hoặc hình ảnh minh họa chưa thu hút khách hàng.

Điểm đánh giá chung của nhóm phương tiện hữu hình còn thấp, dao động từ 2.78 đến 3.1 điểm, cho thấy đây là yếu tố còn nhiều hạn chế và cần được ưu tiên cải thiện để nâng cao chất lượng buffet sáng.

2.7.2. Độ tin cậy

2.7.2.1. Ưu điểm

Quy trình thanh toán chính xác và minh bạch, tiêu chí “Hóa đơn thanh toán chính xác, không có sai sót” đạt điểm cao nhất (4.06/5), cho thấy nhà hàng thực hiện tốt công tác kiểm soát và thanh toán cho khách hàng.

Khả năng phục vụ đúng thời gian khá tốt, thể hiện qua tiêu chí “Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo” đạt 3.9/5 và “Nhà hàng phục vụ đúng thời gian công bố” đạt 3.64/5. Điều này giúp khách hàng cảm thấy yên tâm và tin tưởng vào chất lượng phục vụ.

Món ăn và đồ uống tương đối phù hợp với mô tả trên thực đơn (3.58/5), cho thấy nhà hàng cơ bản đảm bảo được tính nhất quán giữa thông tin cung cấp và dịch vụ thực tế.

Nhìn chung, nhà hàng đã tạo được mức độ tin cậy khá tốt đối với khách hàng thông qua việc thực hiện đúng các cam kết trong quá trình phục vụ.

2.7.2.2. Nhược điểm

Khả năng tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của khách hàng còn hạn chế, tiêu chí “Nhà hàng quan tâm giải quyết các vấn đề khách phàn nàn” chỉ đạt 3.16/5, thấp nhất trong nhóm tiêu chí.

Việc xử lý các vấn đề phát sinh chưa thực sự hiệu quả, dẫn đến khách hàng chưa cảm nhận được sự quan tâm và hỗ trợ kịp thời từ phía nhà hàng.

Mặc dù các tiêu chí còn lại được đánh giá khá tốt nhưng chưa đạt mức rất cao, cho thấy nhà hàng vẫn cần tiếp tục nâng cao tính nhất quán trong quá trình phục vụ và tăng cường sự tin cậy đối với khách hàng.

2.7.3. Năng lực phục vụ

2.7.3.1. Ưu điểm

Nhân viên có khả năng cung cấp thông tin tương đối chính xác về thời gian phục vụ, thể hiện qua tiêu chí “Nhân viên thông báo chính xác khi nào món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ” đạt điểm cao nhất với 3.54/5. Điều này giúp khách hàng chủ động hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ.

2.7.3.2. Nhược điểm

Tốc độ phục vụ còn chậm, tiêu chí “Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng” đạt điểm thấp nhất với 2.92/5. Điều này cho thấy khách hàng chưa hài lòng về khả năng phục vụ kịp thời của nhân viên.

Khả năng hỗ trợ khách hàng chưa thực sự hiệu quả, tiêu chí “Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần” chỉ đạt 2.98/5, phản ánh sự chủ động và tính sẵn sàng phục vụ còn hạn chế.

“Nhân viên luôn coi việc phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu” đạt 3.14/5, cho thấy khách hàng chưa thực sự cảm nhận được sự tận tâm và tinh thần phục vụ của nhân viên trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Việc phản hồi các yêu cầu của khách hàng chưa nhanh chóng, đặc biệt trong những thời điểm đông khách, dễ làm ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng.

2.7.4. Sự đảm bảo

2.7.4.1. Ưu điểm

Nhân viên có thái độ phục vụ lịch sự, niềm nở, tiêu chí “Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng” đạt điểm cao nhất trong nhóm (3.42/5). Điều này góp phần tạo thiện cảm và nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của nhà hàng.

Thái độ phục vụ của nhân viên tạo được sự tin tưởng cho khách hàng, thể hiện qua mức điểm 3.4/5, cho thấy khách hàng nhìn chung cảm thấy yên tâm khi giao tiếp và sử dụng dịch vụ tại nhà hàng.

2.7.4.2. Nhược điểm

“Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng” chỉ đạt 3.34/5, thấp hơn mức tiêu chuẩn 3.4. Điều này cho thấy kiến thức chuyên môn và khả năng tư vấn của nhân viên vẫn còn hạn chế, chưa đáp ứng tốt nhu cầu hỗ trợ thông tin của khách hàng về món ăn và đồ uống.

2.7.5. Sự cảm thông

2.7.5.1. Ưu điểm

“Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng” đạt 3.52/5, là tiêu chí duy nhất đạt mức ưu điểm và có điểm số cao nhất trong nhóm. Điều này cho thấy khung giờ phục vụ buffet sáng của nhà hàng tương đối phù hợp với nhu cầu của khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách sử dụng dịch vụ.

2.7.5.2. Nhược điểm

“Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng” chỉ đạt 3.26/5, cho thấy khách hàng chưa thực sự cảm nhận được sự quan tâm cá nhân hóa từ phía nhà hàng.

“Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng” đạt 3.20/5, phản ánh tinh thần phục vụ và sự tận tâm của nhân viên chưa được khách hàng đánh giá cao.

“Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng” đạt 3.22/5, cho thấy những nỗ lực nâng cao trải nghiệm khách hàng chưa được thể hiện rõ trong quá trình phục vụ.

“Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng” đạt 2.94/5, là tiêu chí có điểm thấp nhất trong nhóm. Điều này cho thấy khả năng thấu hiểu nhu cầu, sở thích và cá nhân hóa dịch vụ của nhân viên còn hạn chế, chưa đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã phân tích khái quát và toàn diện thực trạng quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng giai đoạn 2023 - 2025 thông qua số liệu hoạt động kinh doanh và kết quả khảo sát khách hàng. Kết quả cho thấy khách sạn có sự tăng trưởng tích cực về lượng khách và doanh thu, trong đó bộ phận F&B đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của khách sạn. Đội ngũ nhân sự nhà hàng có trình độ chuyên môn tương đối tốt, trẻ trung và có khả năng ngoại ngữ, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ.

Qua quá trình khảo sát và đánh giá thực tế, quy trình phục vụ buffet sáng của nhà hàng được tổ chức theo hướng tinh gọn nhằm đáp ứng số lượng khách lớn trong thời gian ngắn. Tuy nhiên, quy trình vẫn còn mang tính thụ động, chủ yếu xử lý khi khách có yêu cầu phát sinh, chưa chú trọng đến việc cá nhân hóa trải nghiệm và chăm sóc khách hàng theo tiêu chuẩn dịch vụ cao cấp.

Kết quả khảo sát mức độ hài lòng cho thấy nhà hàng có ưu điểm ở tính chính xác trong thanh toán, phục vụ đúng giờ và thái độ nhân viên thân thiện, lịch sự. Tuy nhiên, nhiều hạn chế vẫn tồn tại như cơ sở vật chất chưa hiện đại, thực đơn chưa tạo điểm nhấn và tốc độ phục vụ vào giờ cao điểm còn chậm. Tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức bình thường và không hài lòng còn khá cao, phản ánh chất lượng dịch vụ chưa thật sự nổi bật.

Nguyên nhân của những hạn chế trên xuất phát từ nhiều yếu tố như không gian phục vụ chưa được bố trí hợp lý, nhân sự còn thiếu vào giờ cao điểm, kỹ năng xử lý tình huống và chăm sóc khách hàng chưa đồng đều, đồng thời công tác quản lý và phối hợp giữa các bộ phận vẫn còn hạn chế.

Nhìn chung, những kết quả phân tích trong chương 2 đã làm rõ thực trạng quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng, đồng thời chỉ ra các điểm mạnh, hạn chế và nguyên nhân cụ thể. Đây sẽ là cơ sở thực tiễn quan trọng để đề xuất các giải pháp hoàn thiện quy trình phục vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Aria Grand Đà Nẵng trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG THUỘC KHÁCH SẠN ARIA GRAND ĐÀ NẴNG

3.1. Định hướng và mục tiêu hoàn thiện quy trình phục vụ buffet sáng

3.1.1. Định hướng phát triển du lịch Việt Nam

Theo Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân và quảng bá hình ảnh quốc gia ra thế giới. Mục tiêu của ngành du lịch Việt Nam là phát triển theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, chất lượng, hiệu quả và bền vững, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh so với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới.

Trong những năm gần đây, cùng với xu thế hội nhập quốc tế và sự phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch sau đại dịch COVID-19, Việt Nam đã tập trung khai thác hiệu quả các tiềm năng và lợi thế sẵn có về tài nguyên thiên nhiên, văn hóa, lịch sử và con người. Nhiều điểm đến du lịch nổi tiếng như Đà Nẵng, Hội An, Huế, Nha Trang, Phú Quốc hay Hạ Long tiếp tục được đầu tư phát triển nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch. Bên cạnh việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, ngành du lịch còn chú trọng xây dựng các sản phẩm du lịch mới mang tính đặc trưng, khác biệt và có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế.

Một trong những định hướng quan trọng của du lịch Việt Nam là phát triển đa dạng các loại hình du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của du khách. Bên cạnh các sản phẩm du lịch truyền thống, ngành du lịch đang tập trung phát triển mạnh các loại hình du lịch nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch thể thao và du lịch MICE (hội nghị, hội thảo, triển lãm và sự kiện). Việc đa dạng hóa sản phẩm du lịch không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn tạo điều kiện khai thác hiệu quả các tiềm năng du lịch của từng địa phương.

Song song với việc phát triển sản phẩm du lịch, Nhà nước cũng đặc biệt quan tâm đến việc đầu tư đồng bộ cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Hệ thống giao thông đường bộ, đường hàng không, đường sắt và cảng biển tiếp tục được nâng cấp và mở rộng nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc kết nối các điểm đến du

lịch trên cả nước. Bên cạnh đó, hệ thống khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng và các cơ sở dịch vụ du lịch cũng được đầu tư theo hướng hiện đại, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế.

Trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, chuyển đổi số được xem là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam. Việc ứng dụng công nghệ số vào các hoạt động quản lý, kinh doanh và phục vụ khách hàng ngày càng được đẩy mạnh. Các doanh nghiệp du lịch, khách sạn và nhà hàng đang tích cực áp dụng các nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến, thanh toán không dùng tiền mặt, quản lý dữ liệu khách hàng, trí tuệ nhân tạo và các công cụ marketing số nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Đây được xem là xu hướng tất yếu giúp ngành du lịch nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

Bên cạnh đó, phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của ngành trong giai đoạn hiện nay. Ngành du lịch hướng đến việc xây dựng đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn vững vàng, kỹ năng nghề nghiệp tốt, khả năng ngoại ngữ và tác phong phục vụ chuyên nghiệp. Các cơ sở đào tạo du lịch được khuyến khích đổi mới chương trình đào tạo theo hướng gắn lý thuyết với thực tiễn, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp và thị trường lao động. Đồng thời, các doanh nghiệp du lịch cũng tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và chất lượng dịch vụ.

Đặc biệt, phát triển du lịch bền vững đang trở thành định hướng xuyên suốt của ngành du lịch Việt Nam trong thời gian tới. Việc khai thác tài nguyên du lịch phải đi đôi với bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc và đảm bảo lợi ích cho cộng đồng địa phương. Các doanh nghiệp du lịch được khuyến khích áp dụng mô hình kinh doanh xanh, tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu rác thải và nâng cao trách nhiệm xã hội trong quá trình hoạt động. Đây là yếu tố quan trọng góp phần xây dựng hình ảnh du lịch Việt Nam thân thiện, văn minh và phát triển bền vững.

Đối với lĩnh vực kinh doanh khách sạn và nhà hàng, những định hướng phát triển của ngành du lịch Việt Nam đặt ra yêu cầu ngày càng cao về chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng. Trong đó, dịch vụ ăn uống nói chung và buffet sáng nói riêng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng hình ảnh, uy tín và khả năng cạnh tranh của các cơ sở lưu trú. Khách hàng ngày nay không chỉ quan tâm đến chất lượng

món ăn mà còn chú trọng đến không gian phục vụ, thái độ nhân viên, mức độ an toàn thực phẩm và các trải nghiệm cá nhân hóa trong quá trình sử dụng dịch vụ.

3.1.2. Định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng

Theo Quyết định số 147/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 (Thủ tướng Chính phủ, 2020), toàn ngành du lịch nước nhà đang tập trung đẩy mạnh cơ cấu lại theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và bền vững, nhằm khẳng định vị thế là ngành kinh tế mũi nhọn quốc gia. Trong tiến trình dịch chuyển chiến lược đó, với vai trò là một trong những cực tăng trưởng trọng điểm của cả nước, Đà Nẵng định hướng phát triển du lịch theo hướng hiện đại, bền vững và trở thành trung tâm du lịch chất lượng cao.

Đà Nẵng định hướng phát triển du lịch theo hướng hiện đại, bền vững và trở thành trung tâm du lịch chất lượng cao của khu vực miền Trung và cả nước. Thành phố tập trung khai thác hiệu quả lợi thế về tài nguyên biển, cảnh quan thiên nhiên, văn hóa và vị trí địa lý thuận lợi nhằm xây dựng hình ảnh điểm đến “*an toàn, thân thiện và hấp dẫn*” đối với du khách trong và ngoài nước.

Trong thời gian tới, Đà Nẵng chú trọng phát triển đa dạng các loại hình du lịch như du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch MICE và du lịch giải trí cao cấp. Đồng thời, thành phố đẩy mạnh đầu tư cơ sở hạ tầng, nâng cấp hệ thống giao thông, khách sạn, khu vui chơi và các dịch vụ phục vụ khách du lịch nhằm nâng cao chất lượng trải nghiệm.

Đà Nẵng tăng cường ứng dụng công nghệ số trong hoạt động quản lý, quảng bá và xúc tiến du lịch, mở rộng liên kết với các địa phương lân cận như Huế, Quảng Nam để hình thành chuỗi sản phẩm du lịch đặc sắc. Thành phố cũng chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch có trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và ngoại ngữ nhằm đáp ứng yêu cầu phục vụ trong bối cảnh hội nhập Quốc tế.

Định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng còn gắn liền với mục tiêu bảo vệ môi trường, giữ gìn bản sắc văn hóa địa phương và phát triển du lịch xanh, bền vững. Qua đó, từng bước khẳng định vị thế của Đà Nẵng là một trong những điểm đến du lịch hàng đầu của Việt Nam và khu vực châu Á.

3.1.3. Định hướng phát triển của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng

Trong thời gian tới, khách sạn Aria Grand Đà Nẵng định hướng phát triển theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ và xây dựng hình ảnh khách sạn chuyên nghiệp,

hiện đại nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch. Trong bối cảnh thị trường du lịch và khách sạn tại Đà Nẵng ngày càng cạnh tranh, khách sạn xác định việc nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ là yếu tố quan trọng để tạo lợi thế cạnh tranh, thu hút khách hàng và phát triển bền vững.

Để thực hiện mục tiêu đó, khách sạn tiếp tục đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật, nâng cấp hệ thống phòng nghỉ, nhà hàng và các khu vực dịch vụ nhằm mang đến sự tiện nghi và thoải mái cho khách hàng. Bên cạnh việc cải thiện các trang thiết bị hiện có, khách sạn cũng chú trọng xây dựng không gian hiện đại, thân thiện và đáp ứng các tiêu chuẩn phục vụ ngày càng cao của khách du lịch trong nước và quốc tế.

Song song với việc đầu tư cơ sở vật chất, khách sạn đặc biệt quan tâm đến công tác phát triển nguồn nhân lực. Đội ngũ nhân viên được xem là yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ, vì vậy khách sạn thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và khả năng xử lý tình huống cho nhân viên. Đồng thời, khách sạn hướng đến xây dựng tác phong phục vụ chuyên nghiệp, tận tâm và lấy khách hàng làm trung tâm trong mọi hoạt động phục vụ.

Bên cạnh đó, khách sạn Aria Grand Đà Nẵng tiếp tục đẩy mạnh hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu thông qua các nền tảng số, mạng xã hội và các kênh đặt phòng trực tuyến. Khách sạn cũng tăng cường hợp tác với các công ty lữ hành, đơn vị vận chuyển và các đối tác du lịch nhằm mở rộng thị trường khách, đặc biệt là khách quốc tế và khách đoàn. Việc đa dạng hóa nguồn khách sẽ góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Đối với bộ phận nhà hàng, khách sạn định hướng phát triển theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống, đặc biệt là dịch vụ buffet sáng - một trong những dịch vụ quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú của khách hàng. Nhà hàng sẽ tập trung đa dạng hóa thực đơn, nâng cao chất lượng món ăn, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và cải thiện quy trình phục vụ nhằm mang đến cho khách hàng những trải nghiệm ẩm thực tốt hơn. Đồng thời, việc bổ sung các món ăn đặc trưng địa phương và nâng cao tính chuyên nghiệp trong phục vụ buffet sáng cũng là những nội dung được khách sạn chú trọng trong thời gian tới.

Với những định hướng trên, khách sạn Aria Grand Đà Nẵng kỳ vọng sẽ từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng sự hài lòng của khách hàng, khẳng định vị thế trên thị trường và góp phần vào sự phát triển chung của ngành du lịch thành phố Đà Nẵng.

3.1.4. Định hướng phát triển của nhà hàng

Định hướng phát triển của nhà hàng thuộc Aria Grand Hotel & Apartments có thể được xây dựng theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực, đa dạng hóa sản phẩm và phát triển thương hiệu gắn với du lịch nghỉ dưỡng tại Đà Nẵng. Hiện nay, nhà hàng của khách sạn được định vị theo phong cách hiện đại, phục vụ đa dạng món Á - Âu, có khả năng tổ chức buffet, gala dinner và phục vụ số lượng lớn khách lưu trú.

Trong thời gian tới, nhà hàng thuộc Aria Grand Hotel & Apartments định hướng phát triển theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và nâng cao trải nghiệm khách hàng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách trong và ngoài nước.

Nhà hàng chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống thông qua việc hoàn thiện quy trình phục vụ, đào tạo kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên và tăng cường khả năng giao tiếp ngoại ngữ. Đây được xem là yếu tố quan trọng nhằm tạo sự hài lòng và nâng cao khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường du lịch Đà Nẵng.

Nhà hàng định hướng đa dạng hóa thực đơn bằng cách bổ sung thêm các món ăn đặc sản miền Trung, món ăn địa phương Đà Nẵng - Hội An và các món ăn quốc tế phù hợp với thị hiếu của khách nước ngoài. Đồng thời, nhà hàng sẽ thường xuyên đổi mới thực đơn buffet nhằm tạo sự mới mẻ và tăng khả năng thu hút khách quay lại sử dụng dịch vụ.

Ngoài hoạt động phục vụ khách lưu trú, nhà hàng còn hướng đến phát triển dịch vụ tổ chức tiệc, gala dinner, hội nghị và sự kiện tại khách sạn. Với không gian có sức chứa lớn cùng khu vực T-Lounge trên tầng thượng, khách sạn có lợi thế trong việc tổ chức các buổi tiệc, sự kiện và chương trình giao lưu cho khách du lịch hoặc doanh nghiệp.

Nhà hàng cũng định hướng đẩy mạnh hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu thông qua các nền tảng mạng xã hội, website và các ứng dụng đặt phòng trực tuyến nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu Aria Grand trên thị trường du lịch. Việc

liên kết với các công ty lữ hành và đơn vị tổ chức sự kiện cũng sẽ góp phần mở rộng nguồn khách và tăng doanh thu cho bộ phận nhà hàng.

Nhà hàng hướng đến phát triển theo xu hướng du lịch bền vững bằng việc nâng cao tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, sử dụng nguyên liệu chất lượng và chú trọng xây dựng không gian ẩm thực thân thiện, hiện đại, đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng kết hợp trải nghiệm ẩm thực của du khách.

3.2. Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng buffet sáng tại khách sạn

3.2.1. Hoàn thiện và đa dạng hóa thực đơn buffet sáng

Kết quả khảo sát khách hàng cho thấy tiêu chí liên quan đến tính hấp dẫn của thực đơn buffet sáng chưa được đánh giá cao. Điều này phản ánh thực đơn hiện tại của nhà hàng vẫn chưa tạo được sự khác biệt rõ nét và chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Trong bối cảnh ngành du lịch và khách sạn đang phát triển mạnh mẽ, buffet sáng không chỉ đơn thuần là bữa ăn đầu ngày mà còn là một trong những dịch vụ quan trọng góp phần tạo nên ấn tượng về chất lượng lưu trú của khách sạn. Đối với nhiều khách hàng, đặc biệt là khách quốc tế và khách lưu trú dài ngày, chất lượng buffet sáng là một trong những tiêu chí quan trọng khi đánh giá và lựa chọn khách sạn trong những lần lưu trú tiếp theo. Vì vậy, việc hoàn thiện và đa dạng hóa thực đơn buffet sáng là giải pháp cần được ưu tiên thực hiện nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng.

Trước hết, nhà hàng cần tiến hành nghiên cứu nhu cầu và xu hướng tiêu dùng của khách hàng thông qua các phiếu khảo sát, phản hồi trực tiếp và dữ liệu lưu trú. Việc nắm bắt được đặc điểm cơ cấu khách hàng sẽ giúp nhà hàng xây dựng thực đơn phù hợp với thị hiếu của từng nhóm khách. Chẳng hạn, khách nội địa thường có xu hướng lựa chọn các món ăn truyền thống như phở, bún bò Huế, mì Quảng hoặc cháo, trong khi đó khách quốc tế lại quan tâm nhiều hơn đến bánh mì, ngũ cốc, salad, thịt nguội, xúc xích và các món trứng chế biến theo yêu cầu. Việc nghiên cứu kỹ nhu cầu khách hàng sẽ giúp nhà hàng tránh tình trạng xây dựng thực đơn theo cảm tính và nâng cao khả năng đáp ứng mong đợi của khách.

Nhà hàng cần xây dựng thực đơn theo chu kỳ luân phiên nhằm tạo sự mới mẻ và hạn chế cảm giác nhàm chán đối với khách lưu trú nhiều ngày. Hiện nay, nhiều khách sạn từ 3 đến 5 sao thường áp dụng hình thức thay đổi từ 20% đến 40% số món

ăn mỗi ngày để đảm bảo sự đa dạng trong thực đơn buffet sáng. Nhà hàng có thể áp dụng thực đơn luân phiên theo tuần hoặc theo tháng, trong đó vẫn duy trì các món ăn được khách hàng yêu thích nhưng đồng thời bổ sung các món mới theo từng giai đoạn. Việc đổi mới thực đơn thường xuyên không chỉ giúp gia tăng sự hài lòng mà còn tạo cảm giác hào hứng cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Ngoài việc đa dạng hóa số lượng món ăn, nhà hàng cần chú trọng đến sự cân đối giữa các nhóm thực phẩm nhằm đảm bảo giá trị dinh dưỡng cho khách hàng. Một thực đơn buffet sáng chất lượng cần bao gồm đầy đủ các nhóm thực phẩm như tinh bột, chất đạm, chất béo, vitamin và khoáng chất. Các món ăn nóng, món nguội, bánh ngọt, trái cây, nước uống và món tráng miệng cần được phân bổ hợp lý để khách hàng có nhiều lựa chọn phù hợp với nhu cầu cá nhân. Đặc biệt, trong bối cảnh xu hướng sống lành mạnh ngày càng phổ biến, nhà hàng nên bổ sung các món ăn ít dầu mỡ, thực phẩm hữu cơ, salad rau củ, nước ép trái cây tươi và các món ăn dành cho người ăn chay hoặc khách có chế độ dinh dưỡng đặc biệt. Điều này không chỉ giúp nâng cao giá trị dinh dưỡng của buffet sáng mà còn thể hiện sự quan tâm của nhà hàng đối với sức khỏe khách hàng.

Một giải pháp quan trọng khác là tăng cường các món ăn mang bản sắc địa phương nhằm tạo điểm nhấn riêng cho buffet sáng của khách sạn. Đà Nẵng là địa phương có nền ẩm thực phong phú với nhiều món ăn nổi tiếng được du khách yêu thích như mì Quảng, bánh bèo, bánh nậm, bánh bột lọc, bún chả cá hoặc các loại bánh dân gian miền Trung. Việc đưa các món ăn địa phương vào thực đơn buffet sáng không chỉ giúp quảng bá văn hóa ẩm thực địa phương mà còn tạo ra nét khác biệt so với các khách sạn khác trên địa bàn. Đây cũng là xu hướng được nhiều khách sạn áp dụng nhằm gia tăng trải nghiệm cho khách du lịch.

Ngoài nội dung món ăn, nhà hàng cần đầu tư nâng cao chất lượng trình bày và trưng bày thực phẩm tại khu vực buffet. Các món ăn cần được bố trí khoa học, thuận tiện cho khách hàng lựa chọn và đảm bảo tính thẩm mỹ cao. Màu sắc của món ăn cần được kết hợp hài hòa nhằm tạo sự hấp dẫn về mặt thị giác. Các bảng tên món ăn nên được trình bày rõ ràng bằng tiếng Việt và tiếng Anh, đồng thời bổ sung thông tin về thành phần nguyên liệu hoặc cảnh báo dị ứng đối với một số món ăn đặc biệt. Điều này không chỉ tạo sự thuận tiện cho khách hàng mà còn thể hiện tính chuyên nghiệp của nhà hàng.

Nhà hàng có thể đầu tư phát triển các quầy chế biến trực tiếp như quầy trứng, quầy mì hoặc quầy bánh. Hình thức này cho phép khách hàng trực tiếp lựa chọn nguyên liệu và yêu cầu cách chế biến theo sở thích cá nhân. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng món ăn mà còn tăng tính tương tác giữa khách hàng và nhân viên, từ đó tạo ra trải nghiệm thú vị và đáng nhớ hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Để giải pháp đạt hiệu quả cao, nhà hàng cần xây dựng cơ chế đánh giá và cập nhật thực đơn định kỳ. Bộ phận quản lý nhà hàng nên thường xuyên thu thập phản hồi của khách hàng về chất lượng món ăn, mức độ đa dạng của thực đơn và các món ăn được yêu thích nhất. Dựa trên kết quả thu thập được, nhà hàng có thể điều chỉnh thực đơn cho phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng. Việc liên tục cải tiến và đổi mới thực đơn sẽ giúp nhà hàng nâng cao chất lượng buffet sáng, gia tăng sự hài lòng của khách hàng và góp phần nâng cao hình ảnh của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng trên thị trường du lịch.

3.2.2. Nâng cao chất lượng món ăn và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

Chất lượng món ăn là yếu tố cốt lõi quyết định mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng. Mặc dù kết quả khảo sát cho thấy khách hàng tương đối hài lòng về sự phù hợp giữa món ăn thực tế và thông tin được giới thiệu, tuy nhiên trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt của ngành khách sạn hiện nay, việc duy trì chất lượng món ăn ở mức ổn định là chưa đủ mà cần phải không ngừng cải tiến và nâng cao chất lượng nhằm đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng.

Trước hết, nhà hàng cần tăng cường công tác kiểm soát chất lượng nguyên liệu đầu vào. Đây là yếu tố nền tảng quyết định chất lượng món ăn sau chế biến. Bộ phận bếp cần lựa chọn những nhà cung cấp uy tín, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng và đảm bảo các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với các loại thực phẩm tươi sống như thịt, cá, hải sản, rau củ quả, cần thực hiện quy trình kiểm tra nghiêm ngặt trước khi nhập kho nhằm đảm bảo độ tươi ngon và chất lượng sản phẩm. Đồng thời, nhà hàng nên xây dựng danh sách các nhà cung cấp dự phòng để đảm bảo nguồn nguyên liệu luôn ổn định, tránh ảnh hưởng đến hoạt động phục vụ buffet sáng.

Quy trình bảo quản và chế biến thực phẩm cần được thực hiện theo đúng tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Nhà hàng cần thường xuyên kiểm tra hệ thống kho lạnh, tủ đông và các thiết bị bảo quản nhằm đảm bảo thực phẩm luôn được lưu trữ

trong điều kiện phù hợp. Khu vực bếp phải được vệ sinh định kỳ, dụng cụ chế biến được khử trùng thường xuyên và nhân viên bếp phải tuân thủ nghiêm túc các quy định về vệ sinh cá nhân trong quá trình làm việc. Điều này không chỉ giúp hạn chế nguy cơ mất an toàn thực phẩm mà còn góp phần nâng cao uy tín của nhà hàng trong mắt khách hàng.

Ngoài yếu tố an toàn, nhà hàng cần đặc biệt quan tâm đến chất lượng cảm quan của món ăn. Các món ăn trong buffet sáng phải đảm bảo hương vị thơm ngon, màu sắc hài hòa và hình thức trình bày hấp dẫn. Đội ngũ đầu bếp cần thường xuyên nghiên cứu, cải tiến công thức chế biến nhằm nâng cao chất lượng món ăn và tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Đồng thời, cần chú trọng đến việc điều chỉnh khẩu vị phù hợp với từng nhóm khách hàng, đặc biệt là khách quốc tế đến từ nhiều quốc gia khác nhau.

Nhà hàng cũng cần xây dựng quy trình bổ sung món ăn khoa học trong suốt thời gian phục vụ buffet sáng. Các món ăn không nên được trưng bày với số lượng quá lớn trong thời gian dài vì dễ làm giảm chất lượng và tính hấp dẫn. Thay vào đó, nên chia nhỏ lượng thức ăn và bổ sung liên tục để đảm bảo món ăn luôn nóng sốt, tươi mới và giữ được chất lượng tốt nhất. Việc duy trì chất lượng món ăn ổn định sẽ góp phần nâng cao sự hài lòng và tạo ấn tượng tích cực đối với khách hàng.

3.2.3. Nâng cao chất lượng phục vụ trong thời gian buffet sáng

Theo kết quả khảo sát, nhóm tiêu chí năng lực phục vụ có mức điểm tương đối thấp, đặc biệt là tốc độ phục vụ, khả năng hỗ trợ khách hàng và tinh thần sẵn sàng phục vụ của nhân viên. Điều này cho thấy chất lượng phục vụ vẫn còn là một trong những hạn chế cần được ưu tiên cải thiện trong thời gian tới.

Trước hết, nhà hàng cần xây dựng kế hoạch đào tạo nghiệp vụ thường xuyên cho đội ngũ nhân viên phục vụ. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng phục vụ buffet, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, kỹ năng giải quyết tình huống và kỹ năng làm việc nhóm. Việc đào tạo không nên chỉ dừng lại ở lý thuyết mà cần kết hợp với thực hành thực tế để nhân viên có thể áp dụng hiệu quả trong công việc hằng ngày.

Một trong những vấn đề nổi bật hiện nay là tốc độ phục vụ chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng. Vì vậy, nhà hàng cần rà soát lại quy trình phục vụ buffet sáng để loại bỏ những công đoạn không cần thiết, đồng thời phân công nhiệm vụ rõ ràng cho từng nhân viên nhằm nâng cao hiệu quả làm việc. Trong những khung giờ

cao điểm, cần bố trí thêm nhân sự tại các khu vực dễ xảy ra tình trạng quá tải như quầy buffet, khu vực đón khách và khu vực thu dọn bàn ăn.

Bên cạnh đó, nhà hàng cần xây dựng phong cách phục vụ chủ động thay vì chỉ phản ứng khi khách hàng yêu cầu. Nhân viên cần thường xuyên quan sát khu vực phục vụ để kịp thời hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Ví dụ, đối với khách lớn tuổi hoặc khách mang theo trẻ nhỏ, nhân viên có thể chủ động hướng dẫn chỗ ngồi, hỗ trợ lấy thức ăn hoặc cung cấp các dụng cụ cần thiết. Sự chủ động trong phục vụ sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và chuyên nghiệp từ phía nhà hàng.

Cần xây dựng cơ chế đánh giá chất lượng phục vụ dựa trên phản hồi của khách hàng. Những nhân viên có thành tích tốt cần được khen thưởng và ghi nhận kịp thời nhằm tạo động lực làm việc. Ngược lại, những trường hợp còn hạn chế cần được đào tạo bổ sung để nâng cao năng lực chuyên môn. Việc duy trì đội ngũ nhân viên có tác phong chuyên nghiệp và tinh thần phục vụ tận tâm sẽ góp phần nâng cao chất lượng buffet sáng một cách bền vững.

3.2.4. Cải thiện không gian và cơ sở vật chất khu vực buffet sáng

Kết quả khảo sát cho thấy nhóm tiêu chí phương tiện hữu hình có điểm đánh giá thấp nhất trong các nhóm yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng buffet sáng. Điều này phản ánh cơ sở vật chất và không gian phục vụ hiện tại vẫn chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng về tính hiện đại, tiện nghi và thẩm mỹ.

Để khắc phục hạn chế này, trước hết nhà hàng cần tiến hành rà soát toàn bộ hệ thống trang thiết bị phục vụ buffet sáng nhằm đánh giá mức độ đáp ứng nhu cầu sử dụng. Những thiết bị đã cũ, xuống cấp hoặc hoạt động không hiệu quả cần được thay thế hoặc nâng cấp kịp thời. Các thiết bị như quầy giữ nóng thức ăn, tủ lạnh bảo quản thực phẩm, máy pha cà phê, máy nước ép và hệ thống chiếu sáng cần được đầu tư đồng bộ nhằm nâng cao chất lượng phục vụ.

Nhà hàng cần sắp xếp lại không gian buffet theo hướng khoa học và thuận tiện hơn cho khách hàng. Các khu vực món nóng, món nguội, bánh ngọt, đồ uống và trái cây nên được bố trí riêng biệt để khách hàng dễ dàng lựa chọn. Lối đi giữa các quầy buffet cần đủ rộng nhằm hạn chế tình trạng chen lấn hoặc ùn tắc trong giờ cao điểm.

Nhà hàng cũng nên chú trọng nâng cao tính thẩm mỹ của không gian phục vụ. Hệ thống ánh sáng cần được bố trí hợp lý nhằm tạo cảm giác ấm cúng và thoải mái cho khách hàng. Các yếu tố trang trí như cây xanh, tranh ảnh hoặc hoa tươi có thể

được sử dụng để tạo điểm nhấn và nâng cao giá trị thẩm mỹ của khu vực buffet. Ngoài ra, cần duy trì công tác vệ sinh thường xuyên để đảm bảo khu vực phục vụ luôn sạch sẽ, ngăn nắp và tạo cảm giác dễ chịu cho khách hàng.

Việc đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và cải thiện không gian buffet sáng không chỉ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn giúp tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, hiện đại cho khách sạn Aria Grand Đà Nẵng.

3.2.5. Tăng cường chăm sóc khách hàng và cá nhân hóa trải nghiệm buffet sáng

Kết quả khảo sát cho thấy yếu tố sự cảm thông có mức đánh giá chưa cao, đặc biệt là khả năng thấu hiểu nhu cầu và sở thích ẩm thực của khách hàng. Điều này cho thấy hoạt động chăm sóc khách hàng của nhà hàng vẫn còn mang tính đại trà và chưa thực sự tạo được dấu ấn riêng trong trải nghiệm của khách.

Để nâng cao chất lượng buffet sáng, nhà hàng cần chuyển từ phương thức phục vụ đại trà sang định hướng phục vụ cá nhân hóa. Trước hết, nhân viên cần được đào tạo kỹ năng giao tiếp, lắng nghe và quan sát nhằm nhận biết nhu cầu của từng đối tượng khách hàng. Việc chủ động hỏi thăm, hỗ trợ và ghi nhận những yêu cầu đặc biệt sẽ giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm và tôn trọng.

Nhà hàng nên xây dựng hồ sơ khách hàng đối với khách lưu trú thường xuyên hoặc khách thân thiết. Thông qua dữ liệu lưu trú và lịch sử sử dụng dịch vụ, nhà hàng có thể ghi nhận sở thích ăn uống, các món ăn yêu thích hoặc những yêu cầu đặc biệt của khách hàng. Những thông tin này sẽ giúp nhân viên chủ động phục vụ và tạo ra trải nghiệm mang tính cá nhân hóa cao hơn.

Đối với các nhóm khách đặc biệt như người cao tuổi, trẻ em, khách ăn chay hoặc khách có yêu cầu dinh dưỡng riêng, nhà hàng cần có những hình thức hỗ trợ phù hợp. Nhân viên có thể chủ động giới thiệu các món ăn phù hợp, hỗ trợ lấy thức ăn hoặc sắp xếp vị trí ngồi thuận tiện hơn cho khách hàng.

Ngoài ra, nhà hàng cần tăng cường thu thập phản hồi của khách hàng thông qua phiếu khảo sát, mã QR hoặc trao đổi trực tiếp sau khi sử dụng dịch vụ. Các ý kiến đóng góp cần được phân tích và sử dụng làm cơ sở cho việc cải tiến chất lượng buffet sáng trong tương lai. Khi khách hàng cảm nhận được sự quan tâm chân thành và những trải nghiệm được cá nhân hóa, mức độ hài lòng và khả năng quay lại sử dụng dịch vụ sẽ được nâng cao đáng kể.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị với sở du lịch Đà Nẵng

Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng cần tiếp tục đẩy mạnh công tác quảng bá và xúc tiến du lịch thông qua việc tham gia các hội chợ du lịch quốc tế, tổ chức các chương trình giới thiệu điểm đến, sự kiện văn hóa - du lịch và tăng cường hoạt động truyền thông trên các nền tảng số. Việc quảng bá hiệu quả hình ảnh du lịch Đà Nẵng không chỉ góp phần thu hút thêm khách du lịch trong nước và quốc tế mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, nhà hàng và khách sạn trên địa bàn phát triển hoạt động kinh doanh. Khi lượng khách du lịch tăng trưởng ổn định, các khách sạn sẽ có thêm điều kiện để đầu tư nâng cao chất lượng dịch vụ, trong đó có dịch vụ buffet sáng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

Sở Du lịch cần thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho đội ngũ lao động trong ngành du lịch, khách sạn và nhà hàng. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng phục vụ khách hàng, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống, ngoại ngữ và ứng dụng công nghệ trong hoạt động du lịch. Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực sẽ góp phần giúp các doanh nghiệp cải thiện chất lượng phục vụ, xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

Ngoài ra, Sở Du lịch cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú, nhà hàng và các điểm du lịch trên địa bàn thành phố. Thông qua hoạt động thanh tra, kiểm tra định kỳ và đột xuất, Sở có thể kịp thời phát hiện những tồn tại, hạn chế trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp, đồng thời hướng dẫn và hỗ trợ các đơn vị khắc phục nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Bên cạnh vai trò quản lý nhà nước, Sở Du lịch cũng cần đóng vai trò cầu nối giữa cơ quan quản lý và doanh nghiệp, lắng nghe những khó khăn, vướng mắc của các đơn vị kinh doanh du lịch để có những chính sách hỗ trợ phù hợp, góp phần xây dựng môi trường du lịch văn minh, an toàn và chuyên nghiệp.

Sở Du lịch nên có các chính sách khuyến khích và hỗ trợ doanh nghiệp phát triển các sản phẩm du lịch và ẩm thực mang bản sắc riêng của địa phương. Đà Nẵng sở hữu nhiều giá trị văn hóa và ẩm thực đặc sắc có thể khai thác để tạo nên sự khác biệt cho điểm đến. Việc khuyến khích các khách sạn và nhà hàng đưa các món ăn truyền thống địa phương vào thực đơn, nhất là trong dịch vụ buffet sáng, không chỉ

góp phần quảng bá văn hóa ẩm thực Đà Nẵng đến du khách mà còn tạo ra những trải nghiệm mới mẻ, hấp dẫn và mang đậm dấu ấn địa phương. Đây cũng là một trong những giải pháp quan trọng giúp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng, gia tăng sức cạnh tranh của các cơ sở lưu trú và góp phần nâng cao hình ảnh du lịch Đà Nẵng trong thời gian tới.

3.3.2. Kiến nghị với ban lãnh đạo khách sạn

Để nâng cao chất lượng phục vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng, Ban lãnh đạo khách sạn cần quan tâm đầu tư và nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Việc bổ sung và hiện đại hóa các thiết bị phục vụ buffet không chỉ giúp nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn góp phần tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, hiện đại cho nhà hàng.

Bên cạnh đó, khách sạn cần chú trọng công tác tuyển dụng và đào tạo đội ngũ nhân viên nhà hàng. Nhân viên cần được bồi dưỡng thường xuyên về nghiệp vụ phục vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống và ngoại ngữ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế. Đây là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

Ban lãnh đạo cũng cần xây dựng chính sách khen thưởng, đánh giá và đãi ngộ phù hợp để tạo động lực làm việc cho nhân viên. Việc ghi nhận và khuyến khích kịp thời những cá nhân có thành tích tốt sẽ góp phần nâng cao tinh thần trách nhiệm, ý thức phục vụ và hiệu quả công việc của đội ngũ nhân viên nhà hàng.

Khách sạn cần tăng cường công tác giám sát và kiểm tra chất lượng phục vụ buffet sáng nhằm kịp thời phát hiện, khắc phục những hạn chế còn tồn tại. Đồng thời, cần đẩy mạnh sự phối hợp giữa các bộ phận như nhà hàng, bếp và lễ tân để đảm bảo quá trình phục vụ diễn ra đồng bộ, hiệu quả và đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng.

Ban lãnh đạo khách sạn cần thường xuyên tiếp nhận ý kiến phản hồi của khách hàng để làm cơ sở cải thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng. Đồng thời, cần tạo điều kiện về ngân sách và nguồn lực để tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ, góp phần nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên và nâng cao chất lượng dịch vụ một cách bền vững.

3.3.2. Kiến nghị đối với ban quản lý nhà hàng

Để nâng cao chất lượng phục vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng, Ban lãnh đạo khách sạn cần quan tâm hơn nữa đến việc đầu tư và

nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ. Các trang thiết bị như quầy buffet, hệ thống giữ nóng thực phẩm, máy pha cà phê, dụng cụ ăn uống và các thiết bị hỗ trợ phục vụ cần được kiểm tra, bảo dưỡng và thay thế kịp thời khi cần thiết. Bên cạnh đó, việc cải thiện không gian nhà hàng theo hướng hiện đại, tiện nghi và tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng cũng là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Ngoài cơ sở vật chất, Ban lãnh đạo cần chú trọng công tác tuyển dụng và đào tạo nguồn nhân lực. Đội ngũ nhân viên nhà hàng cần được đào tạo thường xuyên về nghiệp vụ phục vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống và ngoại ngữ nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của khách du lịch trong nước và quốc tế. Việc nâng cao trình độ chuyên môn và tác phong làm việc chuyên nghiệp sẽ giúp nhân viên tự tin hơn trong quá trình phục vụ, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

Bên cạnh đó, khách sạn cần xây dựng chính sách khen thưởng, đánh giá và đãi ngộ phù hợp đối với người lao động. Việc ghi nhận và khen thưởng kịp thời những cá nhân có thành tích tốt sẽ tạo động lực làm việc, khuyến khích nhân viên phát huy tinh thần trách nhiệm và nâng cao hiệu quả công việc. Đồng thời, cần xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, đoàn kết và tạo điều kiện để nhân viên có cơ hội phát triển nghề nghiệp lâu dài tại khách sạn.

Ban lãnh đạo cũng cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát chất lượng phục vụ buffet sáng thông qua việc theo dõi thường xuyên các hoạt động phục vụ, đánh giá hiệu quả công việc của nhân viên và tiếp nhận phản hồi từ khách hàng. Việc phát hiện kịp thời những hạn chế trong quá trình phục vụ sẽ giúp nhà hàng nhanh chóng đưa ra các biện pháp khắc phục, hạn chế ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng.

3.3.3. Kiến nghị đối với các bộ phận liên quan

Đối với bộ phận lễ tân, cần tăng cường phối hợp với nhà hàng trong việc cập nhật chính xác số lượng khách lưu trú, thời gian sử dụng buffet sáng và các yêu cầu đặc biệt của khách hàng như chế độ ăn kiêng, ăn chay hoặc dị ứng thực phẩm. Việc trao đổi thông tin kịp thời sẽ giúp nhà hàng chủ động trong công tác chuẩn bị món ăn, bố trí nhân sự và phục vụ khách hiệu quả hơn. Đồng thời, lễ tân cần giới thiệu đầy đủ thông tin về thời gian, địa điểm và các dịch vụ buffet sáng cho khách khi nhận phòng nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng ngay từ đầu.

Đối với bộ phận marketing, cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá hình ảnh buffet sáng thông qua website, mạng xã hội và các nền tảng du lịch trực tuyến. Bên cạnh đó, bộ phận marketing nên phối hợp với nhà hàng xây dựng các chương trình ưu đãi, giới thiệu những món ăn đặc trưng và các điểm nổi bật của buffet sáng nhằm nâng cao khả năng thu hút khách hàng. Đồng thời, việc thực hiện các cuộc khảo sát mức độ hài lòng cũng sẽ giúp khách sạn có thêm cơ sở để cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Đối với bộ phận chăm sóc khách hàng, cần thường xuyên tiếp nhận, tổng hợp và phân tích các ý kiến phản hồi của khách về chất lượng buffet sáng. Những thông tin này sẽ là cơ sở quan trọng giúp nhà hàng nhận diện các hạn chế còn tồn tại và đưa ra các biện pháp cải thiện phù hợp. Ngoài ra, bộ phận chăm sóc khách hàng cần phối hợp chặt chẽ với nhà hàng trong việc xử lý các phản hồi và khiếu nại của khách một cách nhanh chóng, chuyên nghiệp nhằm nâng cao mức độ hài lòng và giữ gìn hình ảnh của khách sạn.

Đối với bộ phận nhân sự, cần hỗ trợ nhà hàng trong công tác tuyển dụng, đặc biệt vào các giai đoạn cao điểm du lịch nhằm đảm bảo đủ nguồn nhân lực phục vụ khách. Đồng thời, bộ phận nhân sự cần phối hợp xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo định kỳ về nghiệp vụ phục vụ, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và xử lý tình huống cho nhân viên nhà hàng. Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực sẽ góp phần cải thiện chất lượng phục vụ buffet sáng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Dựa trên những vấn đề tồn tại được xác định ở Chương 2, đồng thời căn cứ vào định hướng phát triển của ngành du lịch Việt Nam, du lịch Đà Nẵng và chiến lược phát triển của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng, Chương 3 đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng buffet sáng tại nhà hàng. Các giải pháp được xây dựng theo hướng đồng bộ, phù hợp với điều kiện thực tế và khả năng triển khai của doanh nghiệp.

Cụ thể, chương đã tập trung vào các nhóm giải pháp như hoàn thiện quy trình phục vụ buffet sáng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đào tạo chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng giao tiếp, cải thiện trình độ ngoại ngữ cho nhân viên, đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ, đồng thời tăng cường sự phối hợp giữa các bộ phận trong quá trình phục vụ khách hàng. Bên cạnh đó, chương cũng đưa ra các kiến nghị đối với ban lãnh đạo khách sạn, ban quản lý nhà hàng và các bộ phận liên quan nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các giải pháp đã đề xuất.

Nhìn chung, các giải pháp được đề xuất không chỉ góp phần khắc phục những hạn chế còn tồn tại trong hoạt động buffet sáng mà còn hướng đến mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng sự hài lòng của khách hàng, nâng cao hình ảnh và uy tín của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh của khách sạn trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng phát triển và cạnh tranh gay gắt.

KẾT LUẬN

Khóa luận “*Nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng*” đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu thông qua việc triển khai nội dung trong ba chương.

Trong bối cảnh ngành du lịch và khách sạn ngày càng cạnh tranh, việc nâng cao chất lượng buffet sáng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm khách hàng và gia tăng năng lực cạnh tranh của khách sạn. Thông qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận về dịch vụ buffet sáng và chất lượng dịch vụ, đề tài đã xây dựng cơ sở khoa học để đánh giá thực trạng chất lượng phục vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand Đà Nẵng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhà hàng đã đạt được nhiều kết quả tích cực về quy trình phục vụ, thái độ của nhân viên, cơ sở vật chất và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế như thực đơn chưa thực sự đa dạng, khả năng phục vụ vào giờ cao điểm còn hạn chế, kỹ năng ngoại ngữ của nhân viên chưa đồng đều và một số trang thiết bị cần được nâng cấp để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách hàng.

Trên cơ sở những tồn tại đã được phân tích, đề tài đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng buffet sáng tại nhà hàng như hoàn thiện quy trình phục vụ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đa dạng hóa thực đơn, đầu tư cơ sở vật chất và tăng cường công tác chăm sóc khách hàng. Nếu được triển khai hiệu quả, các giải pháp này sẽ góp phần nâng cao chất lượng buffet sáng, gia tăng sự hài lòng của khách hàng, đồng thời nâng cao hiệu quả kinh doanh và vị thế cạnh tranh của khách sạn Aria Grand Đà Nẵng trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ths. Nguyễn Thanh Bình (2011), *Giáo trình Nghiệp vụ phục vụ nhà hàng*, NXB Từ điển Bách Khoa
2. PGS.TS Trần Thị Phùng (2008), *Giáo trình Kỹ thuật phục vụ ăn uống*, NXB Giáo dục (Bộ Giáo dục và đào tạo)
3. PGS.TS Nguyễn Văn Mạnh & TS.Hoàng Thị Lan Hương (2008), *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
4. TS.Trịnh Xuân Dũng (2005), *Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng*, NXB Lao động-Xã hội
5. TS. Phạm Xuân Hậu (2011), *Giáo trình Tổng quan du lịch*, NXB Giáo dục Việt Nam
6. TS. Đồng Thị Thanh Phương (2017), *Giáo trình Quản trị dịch vụ*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
7. Thủ tướng Chính phủ. (2020). *Quyết định số 147/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*, NXB: Cổng Thông tin điện tử Chính phủ.
8. Nguyễn Đình Hòa (2015). *Giáo trình Quản trị Dịch vụ*, NXB: Tài chính.
9. Tài liệu nội bộ từ Phòng nhân sự khách sạn Aria Grand Đà Nẵng.

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

Kính gửi quý khách hàng

Tôi là Nguyễn Hương Ly, sinh viên trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng. Tôi đang nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng thuộc khách sạn Aria Grand DaNang. Kính mong quý khách dành ít phút để hoàn thành phiếu khảo sát này. Mọi phản hồi của Quý khách đều rất quý giá đối với nghiên cứu của tôi. Thông tin khảo sát sẽ được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn Quý khách!

Phần 1: Thông tin cá nhân

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ ☐ Khác
2. Độ tuổi: ☐ Dưới 25 tuổi ☐ 25 – 35 tuổi
☐ 36 – 45 tuổi ☐ 46 – 55 tuổi ☐ Trên 55 tuổi
3. Quốc tịch: ☐ Việt Nam ☐ Quốc tế
4. Số lần sử dụng buffet sáng tại khách sạn:
☐ Lần đầu ☐ 2 -3 lần ☐ Trên 3 lần
5. Mục đích lưu trú: ☐ Du lịch ☐ Công tác ☐ Khác

Phần 2: Đánh giá sự hài lòng của quý khách đối với dịch vụ buffet sáng của khách sạn.

Quý khách vui lòng cho biết mức độ đồng ý đối với các phát biểu dưới đây:

1 Rất không đồng ý, 2 Không đồng ý, 3 Bình thường, 4 Đồng ý, 5 Rất đồng ý

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	2	2	2
	1	2	3	4	5
1. Phương tiện hữu hình					
Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại					
Không gian có trang thiết bị phục vụ hiện đại					
Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp					
Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn					

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	2	2	2
	1	2	3	4	5
2. Độ tin cậy					
Nhà hàng phục vụ đúng thời gian công bố					
Nhà hàng quan tâm giải quyết các vấn đề khách phản nản					
Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn					
Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã được thông báo					
Hoá đơn thanh toán chính xác, không có sai sót					
3. Năng lực phục vụ					
Nhân viên thông báo chính xác khi nào món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ					
Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhân chón					
Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần					
Nhân viên luôn coi việc phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu					
4. Sự đảm bảo					
Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng					
Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng					
Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng					
Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng					
5. Sự cảm thông					
Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.					
Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.					
Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng					
Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng					
Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng					

2. Quý khách vui lòng cho biết một số góp ý để nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Aria Grand DaNang

.....

.....

.....

.....

.....

Xin cảm ơn Quý khách đã dành thời gian hoàn thành khảo sát!