

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



**GIÁO TRÌNH
QUẢN TRỊ KINH DOANH NHÀ HÀNG**

**PGS.TS. ĐÀO NGỌC CẢNH (Chủ biên)
ThS. PHẠM QUANG TRIỀU**

Cần Thơ, tháng 11 năm 2024

Lưu hành nội bộ

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ

GIÁO TRÌNH
QUẢN TRỊ KINH DOANH NHÀ HÀNG

PGS.TS. ĐÀO NGỌC CẢNH (Chủ biên)
ThS. PHẠM QUANG TRIỀU

Cần Thơ, tháng 11 năm 2024

Lưu hành nội bộ

LỜI NÓI ĐẦU

Quản trị kinh doanh nhà hàng là một trong những học phần cơ bản của chương trình đào tạo ngành Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống. Xu hướng bùng nổ thị trường khách du lịch ngày nay đang thúc đẩy hoạt động kinh doanh nhà hàng phát triển, mang lại lợi nhuận cao cho nhà đầu tư, tạo ra nhiều việc làm cho xã hội. Điều đó lại kéo theo sự ra đời nhiều nhà hàng mới với quy mô lớn, hiện đại cùng với sản phẩm ẩm thực ngày càng phong phú, đa dạng. Thực tế đòi hỏi phải quan tâm đến vấn đề đào tạo nguồn nhân lực cho ngành Du lịch nói chung, ngành Nhà hàng và dịch vụ ăn uống nói riêng.

Giáo trình “Quản trị kinh doanh nhà hàng” được biên soạn nhằm phục vụ cho đào tạo sinh viên ngành Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống. Đồng thời cũng phục vụ đào tạo các ngành trong khối ngành Du lịch như: ngành Du lịch, ngành Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, ngành Quản trị khách sạn. Giáo trình này bao gồm 06 chương:

Chương 1: Tổng quan về kinh doanh nhà hàng

Chương 2: Cơ cấu tổ chức và hoạt động kinh doanh nhà hàng

Chương 3: Quản trị cơ sở vật chất - kỹ thuật nhà hàng

Chương 4: Marketing trong kinh doanh nhà hàng

Chương 5: Quản trị nhân lực trong nhà hàng

Chương 6: Quản trị chất lượng dịch vụ nhà hàng

Mặc dù nhóm tác giả đã cố gắng đầu tư thời gian và sức lực trong quá trình biên soạn, nhưng do đây là giáo trình được biên soạn lần đầu nên không thể tránh khỏi những thiếu sót, hạn chế. Nhóm tác giả rất mong nhận được những ý kiến nhận xét và góp ý quý báu của quý thầy cô đồng nghiệp cùng các chuyên gia, nhà khoa học và các em sinh viên để giáo trình này ngày càng được hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

Nhóm tác giả

DANH MỤC HÌNH

Hình 1. Sơ đồ các khâu hoạt động trong nhà hàng.....	6
Hình 2. Mô hình tổ chức trực tuyến.....	32
Hình 3. Mô hình tổ chức theo chức năng	33
Hình 4. Mô hình tổ chức trực tuyến - chức năng.....	35
Hình 5. Quy trình tổ chức hoạt động của nhà hàng	36
Hình 6. Quy trình phục vụ ăn uống trực tiếp tại nhà hàng	45
Hình 7. Quầy thức ăn phục vụ khách theo thực đơn buffet.....	51
Hình 8. Ví dụ về thực đơn A la carte menu	52
Hình 9. Ví dụ về thực đơn Set menu	53
Hình 10. Bàn ăn và các dụng cụ ăn uống trong nhà hàng	70
Hình 11. Dụng cụ bằng sứ và thủy tinh trong nhà hàng	71
Hình 12. Xe đẩy thức ăn trong nhà hàng	72
Hình 13. Mục tiêu Marketing của doanh nghiệp nhà hàng	89
Hình 14. Phân đoạn thị trường khách hàng về ẩm thực	92
Hình 15. Kết quả phân tích công việc.....	108
Hình 16. Sơ đồ tuyển chọn nhân lực.....	109
Hình 17. Sơ đồ hệ thống đánh giá thực hiện công việc	112
Hình 18. Hệ thống tạo động lực cho người lao động	113
Hình 19. Sơ đồ tổ chức nhân sự trong nhà hàng.....	114
Hình 20. Mô hình Servqual về chất lượng dịch vụ.....	152

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	i
DANH MỤC HÌNH.....	ii
MỤC LỤC	iii
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ KINH DOANH NHÀ HÀNG	1
1.1. NHÀ HÀNG VÀ KINH DOANH NHÀ HÀNG.....	1
1.1.1. Khái niệm nhà hàng và kinh doanh nhà hàng.....	1
1.1.2. Điều kiện ảnh hưởng đến kinh doanh nhà hàng	3
1.1.3. Đặc điểm của kinh doanh nhà hàng	5
1.1.4. Rủi ro trong kinh doanh nhà hàng.....	10
1.2. VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA KINH DOANH NHÀ HÀNG	11
1.2.1. Vai trò của nhà hàng đối với kinh doanh khách sạn	11
1.2.2. Vai trò của nhà hàng đối với phát triển xã hội và du lịch.....	13
1.2.3. Chức năng, nhiệm vụ của nhà hàng	14
1.3. PHÂN LOẠI NHÀ HÀNG.....	16
1.3.1. Phân loại theo kiểu ẩm thực	16
1.3.2. Phân loại theo quy mô hoặc cấp độ dịch vụ	17
1.3.3. Phân loại theo loại hình phục vụ.....	17
1.3.4. Phân loại theo chủ đề món ăn	17
1.3.5. Các cách phân loại khác.....	17
1.4. LỊCH SỬ VÀ XU HƯỚNG KINH DOANH NHÀ HÀNG.....	18
1.4.1. Lịch sử hình thành và phát triển nhà hàng	18
1.4.2. Xu hướng mới trong kinh doanh nhà hàng	24

Bài đọc thêm: NHỮNG NGƯỜI MỞ ĐƯỜNG TRONG NGÀNH ÂM THỰC .27

CHƯƠNG 2: CƠ CẤU TỔ CHỨC VÀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH	
NHÀ HÀNG	31
2.1. CƠ CẤU TỔ CHỨC CỦA NHÀ HÀNG	31
2.1.1. Khái niệm và các yếu tố ảnh hưởng.....	31
2.2.2. Các mô hình tổ chức nhà hàng.....	32
2.2. TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHÀ HÀNG.....	35
2.2.1. Xây dựng kế hoạch	36
2.2.2. Tổ chức mua hàng.....	37
2.2.3. Tổ chức nhập hàng.....	40
2.2.4. Tổ chức lưu kho, cất trữ.....	40
2.2.5. Tổ chức xuất hàng.....	42
2.2.6. Tổ chức chế biến	42
2.2.7. Tổ chức phục vụ trực tiếp	44
2.3. XÂY DỰNG THỰC ĐƠN TRONG NHÀ HÀNG	47
2.3.1. Khái niệm thực đơn.....	47
2.3.2. Phân loại thực đơn	48
2.3.3. Vai trò của thực đơn.....	53
2.2.4. Căn cứ để xây dựng thực đơn	55
2.2.5. Nguyên tắc xây dựng thực đơn	57
2.2.6. Xác định giá bán thực đơn	59
2.2.7. Thiết kế và trình bày thực đơn	65
CHƯƠNG 3: QUẢN TRỊ CƠ SỞ VẬT CHẤT – KỸ THUẬT NHÀ HÀNG	
.....	68
3.1. CƠ SỞ VẬT CHẤT - KỸ THUẬT TRONG NHÀ HÀNG.....	68
3.1.1. Khái niệm cơ sở vật chất - kỹ thuật trong nhà hàng	68

3.1.2. Các thành phần trong cơ sở vật chất - kỹ thuật của nhà hàng.....	68
3.1.3. Một số khu vực quan trọng trong nhà hàng	73
3.1.4. Một số hệ thống kỹ thuật cơ bản của nhà hàng.....	76
3.1.5. Vệ sinh cơ sở vật chất - kỹ thuật nhà hàng	76
3.2. BẢO DƯỠNG NHÀ HÀNG	78
3.2.1. Khái niệm.....	78
3.2.2. Hoạt động bảo dưỡng.....	78
3.2.3. Các chế độ bảo dưỡng.....	79
3.3. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA NHÀ HÀNG	82
3.3.1. Các tiêu chí đánh giá hiệu quả hoạt động của nhà hàng	82
3.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng CSVCKT	84
CHƯƠNG 4: MARKETING TRONG KINH DOANH NHÀ HÀNG	87
4.1. MỤC TIÊU, VAI TRÒ CỦA MARKETING.....	87
4.1.1. Khái niệm Marketing và quản trị Marketing	87
4.1.2. Mục tiêu Marketing trong kinh doanh nhà hàng.....	89
4.1.3. Vai trò của Marketing trong kinh doanh nhà hàng	89
4.2. XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC MARKETING NHÀ HÀNG	90
4.2.1. Nghiên cứu thị trường, xác định thị trường mục tiêu	90
4.2.2. Xây dựng chiến lược Marketing trong kinh doanh nhà hàng	93
4.2.3. Thực thi, kiểm tra, đánh giá chiến lược Marketing của nhà hàng	98
CHƯƠNG 5: QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC NHÀ HÀNG.....	104
5.1. KHÁI NIỆM VÀ CHỨC NĂNG QUẢN TRỊ NHÂN LỰC.....	104
5.1.1. Khái niệm quản trị nhân lực.....	104
5.1.2. Chức năng của quản trị nhân lực trong nhà hàng.	104
5.2. MỤC TIÊU, NGUYÊN TẮC QUẢN TRỊ NHÂN LỰC NHÀ HÀNG	105

5.2.1. Mục tiêu của quản trị nhân lực trong nhà hàng.	105
5.2.2. Nguyên tắc của quản trị nhân lực trong nhà hàng.	106
5.3. NỘI DUNG QUẢN TRỊ NHÂN LỰC TRONG NHÀ HÀNG.....	107
5.3.1. Phân tích công việc	107
5.3.2. Tuyển chọn nhân lực.....	109
5.2.3. Bố trí sắp xếp, lao động	111
5.2.4. Đào tạo, phát triển nhân lực:	111
5.2.5 Đánh giá thực hiện công việc.....	112
5.2.6. Tạo động lực cho người lao động	113
5.4. TỔ CHỨC NHÂN SỰ TRONG NHÀ HÀNG.....	114
5.4.1. Cơ cấu nhân sự trong nhà hàng.....	114
5.4.2. Chức năng của các bộ phận trong nhà hàng	114
5.4.3. Thời gian biểu làm việc tại nhà hàng.....	118
5.5. CHÍNH SÁCH TIPS CỦA NHÀ HÀNG	123
5.5.1. Khái niệm tiền Tips.....	123
5.5.2. Văn hóa Tips	124
5.5.3. Chính sách tiền Tips của nhà hàng	127
Bài đọc thêm: BẢN MÔ TẢ CÔNG VIỆC TRONG NHÀ HÀNG.....	127
CHƯƠNG 6: QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NHÀ HÀNG	134
6.1. KHÁI NIỆM VÀ BẢN CHẤT CỦA DỊCH VỤ	134
6.1.1. Khái niệm dịch vụ.....	134
6.1.2. Các tính chất của dịch vụ.....	135
6.2. CHẤT LƯỢNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ	138
6.2.1. Sản phẩm và chất lượng sản phẩm.....	138
6.2.2. Chất lượng dịch vụ nhà hàng	140

6.3. QUẢN TRỊ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NHÀ HÀNG	142
6.3.1. Các cách tiếp cận về chất lượng.....	142
6.3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.....	144
6.3.3. Chiến lược quản trị chất lượng dịch vụ	148
6.3.4. Các phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ.....	150
6.3.5. Đo lường chất lượng dịch vụ bằng mô hình Servqual	151
TÀI LIỆU THAM KHẢO	156
PHỤ LỤC	158
CÁC LOẠI NHÀ HÀNG VÀ CƠ SỞ DỊCH VỤ ĂN UỐNG	159