Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN I

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ông bà xưa có câu "trai khôn lấy vợ, gái lớn gả chồng" và theo phong tục của cha ông ta ngày xưa thì việc cưới hỏi là một chuyện hệ trọng rất được xã hội quan tâm. Và đối với người Việt, lễ cưới là một trong bốn lễ quan trọng (quan, tang, hôn,tế) nên được thực hiện một cách trang nghiêm đầy đủ theo văn hóa của dân tộc ta.

Hôn lễ không chỉ là chuyện riêng của con cái mà còn là chuyện của cả gia tộc bởi mục đích "vĩnh truyền tông tộc". Hôn lễ Việt Nam ngày nay và xưa tuy có khác nhau chút ít nhưng đều chung mục đích là gắn tình thông gia của hai gia đình, đ ề cao đạo hiếu thảo và giữ tròn nhân cách sống.

"Ai trồng cây cũng muốn cây mau lớn, ai nuôi con cũng muốn con thành người" vì thế, các bậc cha mẹ đều rất muốn tổ chức một ngày cưới thật long trọng cho các con. Thứ nhất là để vui mừng cho hai con, thứ hai là để ra mắt hai họ, bà con, bạn bè lối xóm về dâu hiền, rể thảo của mình.

Tiệc cưới thường được tổ chức tại nhà, nhưng do nhu cầu của mọi người ngày càng cao nên họ muốn lựa chọn một địa điểm có thể giúp họ bớt phần nào lo lắng về ngày trọng đại này.

Cùng với bước tiến không ngừng của ngành du lịch là sự ra đời và phát triển đột phá của các loại hình dịch vụ, đứng trước sức ép của nền kinh tế thị trường hiện nay, để tồn tại và phát triển bền vững đòi hỏi mỗi doanh nghiệp cần phải đưa ra các chiến lược kinh doanh phù hợp và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ nói chung cũng như chất lượng phục vụ tiệc cưới nói riêng là một trong những công cụ cạnh tranh lành mạnh và có hiệu quả nhất.

Trên địa bàn thành phố Huế hiện nay có rất nhiều nhà hàng và nhiều khách sạn cũng đã cho t ổ chức tiệc cưới, tuy nhiên vẫn chưa thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của các thực khách cũng như nhu c ầu có một nhà hàng chuyên về tổ chức tiệc cưới

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

với phong cách phục vụ chuyên nghiệp. Hiểu được điều đó nên Nhà hàng Tiệc cưới Cung Hỷ thuộc Công ty TNHH Xí Hùng với đại sảnh tại 211 Chi Lăng đã tạo được

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

tiếng vang ngay từ lần đầu ra mắt, và là lựa chọn của hầu hết các gia đình khi có nhu cầu tổ chức tiệc cưới.

Đáp ứng nhu cầu của các gia đình, Nhà hàng Tiệc cưới Cung Hỷ với nghi thức tổ chức trang trọng, thức ăn ngon và với sức chứa tối đa có thể đến 600 thực khách đã giúp cho rất nhiều gia đình trọn vẹn ngày vui của mình. Bên cạnh đó, để giữ được vị trí của mình trong tâm trí của thực khách tham dự tiệc cưới, nhà hàng cũng phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.Việc tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng đồng thời đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng sẽ giúp cho nhà hàng ngày một tốt hơn. Xuất phát từ đó, tôi chọn đề tài "***Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Nhà Hàng Cung Hỷ-Huế***" làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu a.

Mục tiêu chung

Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới và đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Tp.Huế

b. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa lý luận cơ bản về đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới;
- Đánh giá thực trạng và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế;
- Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-TP Huế.

3. **Phương pháp nghiên cứu**

3.1. Quy trình nghiên cứu

Do đặc thù riêng của từng ngành dịch vụ nên mỗi ngành có những điểm riêng biệt, do đó để có thể hiểu sơ lược đề tài, tôi xin đưa ra quy trình nghiên cứu của đề tài như sau:

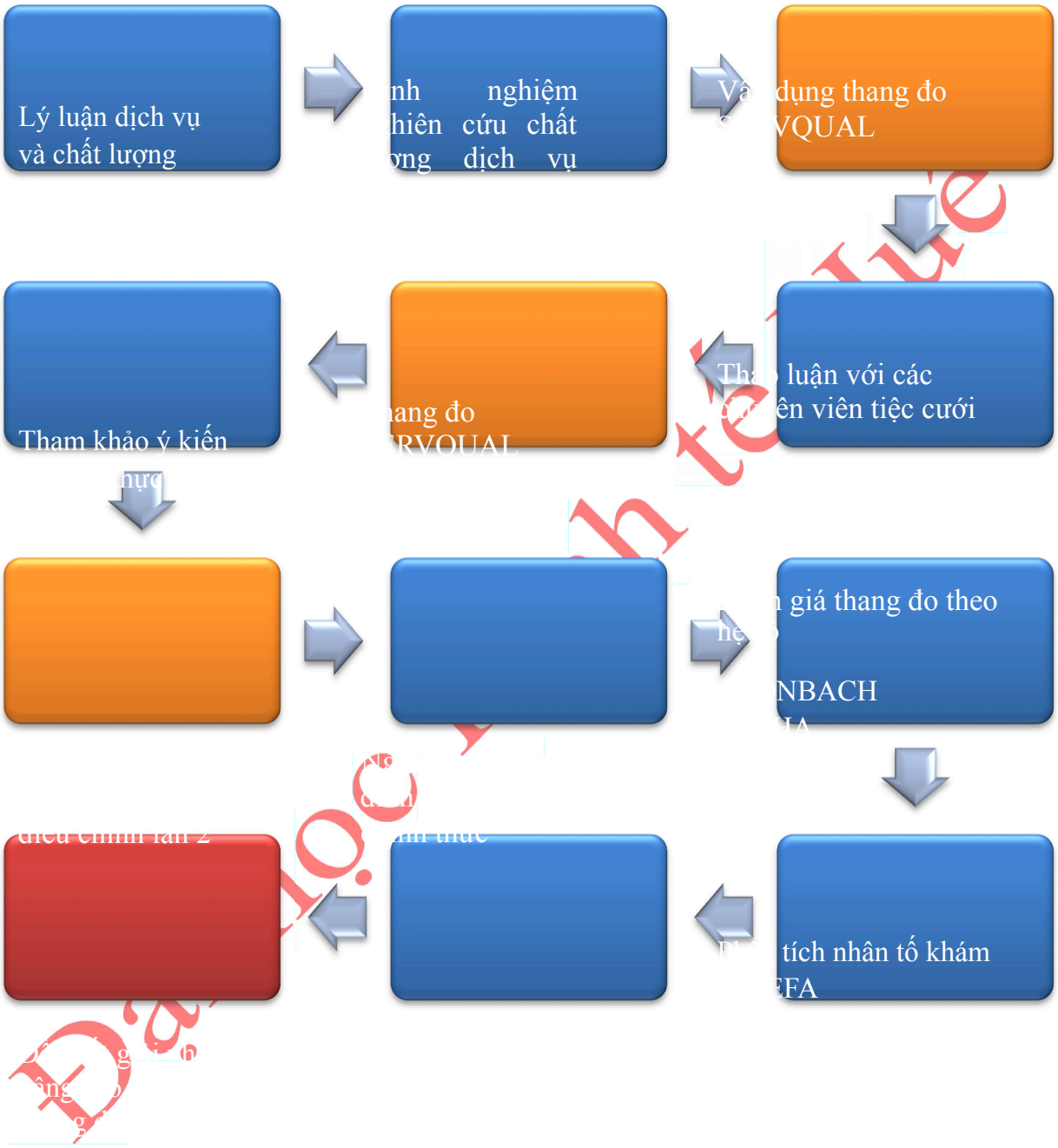
Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



Hình 1:*Quy trình nghiên cứu*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.2. Phương pháp thu thập thông tin

Nghiên cứu này thu thập thông tin bằng phương pháp nghiên cứu tài liệu, phương pháp chuyên gia và tiến hành phỏng vấn các thực khách thông qua phiếu khảo sát.

Nghiên cứu tài liệu: Dựa trên những kiến thức học được ở trường Đại học Kinh tế Huế, đặc biệt là đã được học ở bộ môn Quản trị dịch vụ và có tham khảo tài liệu ở các giáo trình và mạng internet.

Phương pháp chuyên gia: tiến hành thảo luận với các chuyên viên tổ chức đám cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế.

Tiến hành phỏng vấn các thực khách thông qua phiếu khảo sát.

Dữ liệu thứ cấp

Các loại thông tin cần thu thập:

-Thông tin về nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ-Huế;

+ Quá trình hình thành và phát triển ;

+ Cơ cấu tổ chức của nhà hàng;

+ Tình hình hoạt động trong những năm qua; -Thông tin về tiệc cưới.

Nguồn thu thập:

- Từ các chuyên viên tại nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ;
- Các tài liệu có liên quan.

Dữ liệu sơ cấp

-Thông tin cần thu thập:

+ Đặc điểm của khách hàng điều tra.

+ Các đánh giá của khách hàng về dịch vụ.

Phương pháp chọn mẫu để điều tra

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Do tính đặc thù của ngành dịch vụ nên tôi tiến hành chọn mẫu theo phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên (chọn mẫu phi xác suất): chọn mẫu thuận tiện.

Với bảng khảo sát sử dụng trong nghiên cứu này là 30 câu thì theo Bollen(1989) kích thước mẫu tối thiểu là 5*30= 150. Do đó, kích thước mẫu sẽ khảo sát là 150. Tổng số phiếu khảo sát phát ra là 150 trong đó có 5 phiếu không hợp lệ, sau khi nhập dữ liệu và làm sạch thì số phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng là 141 phiếu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Phương pháp xây dựng bảng câu hỏi

Sau khi thu thập thông tin sơ bộ về vấn đề nghiên cứu và tham khảo thang đo của Parasuraman về chất lượng dịch vụ, tôi đã quyết định chọn thang đo SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ cho nghiên cứu của mình. Tuy nhiên, để có thể hoàn thiện thêm thang đo này tôi đã nghiên cứu định tính 2 lần để bổ sung, hoàn chỉnh trước khi đi đến nghiên cứu định lượng thông qua phiếu khảo sát.

- **Nghiên cứu định tính lần 1**

Ở lần nghiên cứu đầu tiên này, tôi đã tiến hành tham khảo ý kiến của Giám đốc nhà hàng là anh Nguyễn Chánh Hùng và chị Nguyễn Thị Bích Châu, đồng thời tiến hành thảo luận với các chuyên viên tổ chức tiệc cưới là Trần Đức Huy, Trương Văn Tài, Nguyễn Minh Nhật

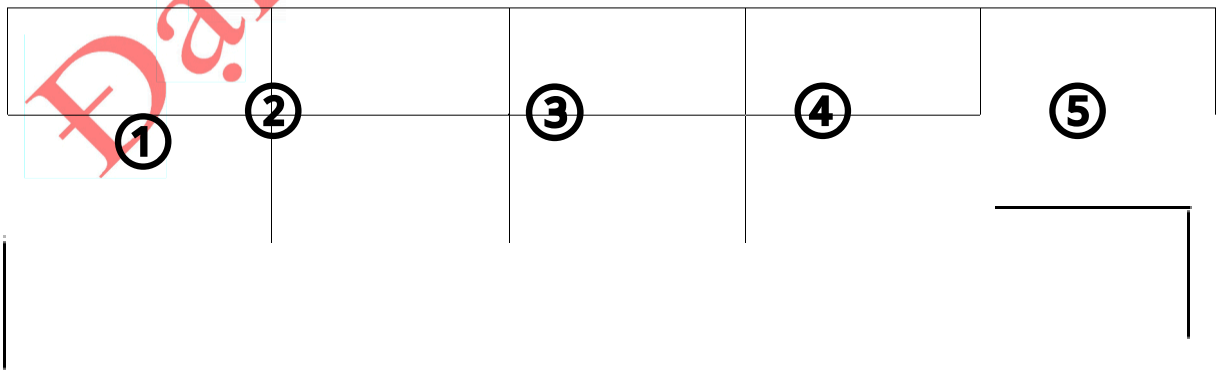
- **Nghiên cứu định tính lần 2**

Sau khi lấy ý kiến tham khảo của các chuyên viên tổ chức tiệc cưới, và để hoàn thiện hơn thang đo tôi đã tiến hành lần nghiên cứu tiếp theo, đó là lấy ý kiến của các thực khách tham dự tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế

- **Nghiên cứu định lượng**

Sau các bước nghiên cứu định tính trên tôi đã hoàn thành Phiếu khảo sát và tiến đến bước nghiên cứu định lượng. Phiếu khảo sát bao gồm 30 câu hỏi tương ứng với 30 biến. Thang đo được sử dụng trong các biến như sau:

Từ câu 1 đến câu 26: các biến này nhằm đánh giá mức độ đồng ý của các thực khách đến các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế, thang đo 5 bậc được sử dụng ở các biến này



Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý

Câu 27,28,29,30: các biến này nhằm đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng, cũng sử dụng thang đo 5 bậc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Giới tính: biến này nhằm đo lường sự khác biệt giữa nam và nữ khi đánh giá về chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Độ tuổi: biến này nhằm đo lường sự khác biệt giữa những thực khách có độ tuổi khác nhau khi đánh giá về chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Thu nhập: biến này nhằm đo lường sự khác biệt giữa những thực khách có thu nhập khác nhau khi đánh giá về chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

3.3. Phương pháp tổng hợp và xử lý số liệu

Các dữ liệu sau khi thu thập sẽ được làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 16.0 để kiểm đinh thang đo và được tổng hợp theo phương pháp phân tổ.

- **Thang đo**

Sử dụng các loại thang đo là: thang đo định danh, thang đo khoảng và thang đo Ordinal

Thang đo định danh (Nominal): thể hiện sự khác nhau về sự lựa chọn các yếu tố cảm nhận chất lượng, khác nhau về đặc điểm khách hàng.

Thang đo khoảng (Scale): Nhằm đo lường mức độ cảm nhận về chất lượng dịch vụ được lượng hoá bằng các khoảng bằng nhau và chia điều 1-5

Thang đo Ordinal: Nhằm đo lường sự khác nhau về lựa chọn các yếu tố cảm nhận chất lượng (ở độ tuổi và thu nhập)

3.4. Phương pháp phân tích

Sau khi thu thập dữ liệu, bước đầu tiên, tôi kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để loại các biến rác trước. Các biến có hệ số tương quan biến-tổng (item-total correction) nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo khi nó có độ tin cậy Cronbach Alpha từ 0.6 trở lên (Nunnally & Burnstein 1994)

Kế đến,kiểm định thang đo bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để loại dần các biến có trọng số (factor loading) nhỏ hơn 0.5 . Thang đo được chấp nhận khi giá trị hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) lớn hơn hoặc bằng 0.5 và nhỏ hơn hoặc bằng 1 (Othman & Owen, 2002) eigenvalue lớn hơn 1 và tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50% (Gerbing % Anderson 1988)

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sau khi thang đo chất lượng dịch vụ tiệc cưới đã đư ợc xử lý, sử dụng phương pháp phân tích hồi quy và phân tích tương quan để thấy được mối quan hệ giữa các

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thành phần tác động đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới và mức tác động của các thành phần này đến sự hài lòng của thực khách khi tham dự tiệc cưới.

Sau cùng, sử dụng phương pháp phân tích oneway-anova để kiểm định có sự khác biệt hay không về mức độ hài lòng của thực khách đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới theo đặc điểm giới tính, nhóm khách hàng, độ tuổi, trình độ văn hóa và thu nhập.

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

4.1. **Nội dung, đối tượng nghiên cứu**

- Nội dung nghiên cứu: Nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới.
- Đối tượng khảo sát: Các thực khách sử dụng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế

4.2. **Phạm vi nghiên cứu**

- *Phạm vi không gian:* Nhà hàng Cung Hỷ-Huế.
- *Phạm vi thời gian:*

Đánh giá thực trạng giai đoạn 2009-2012 và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng tiệc cưới cho những năm tiếp theo.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN II

NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 1:TỔNG QUAN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI

1.1. Lý luận cơ bản về dịch vụ và chất lượng dịch vụ

1.1.1. Dịch vụ

1.1.1.1. Bản chất của dịch vụ

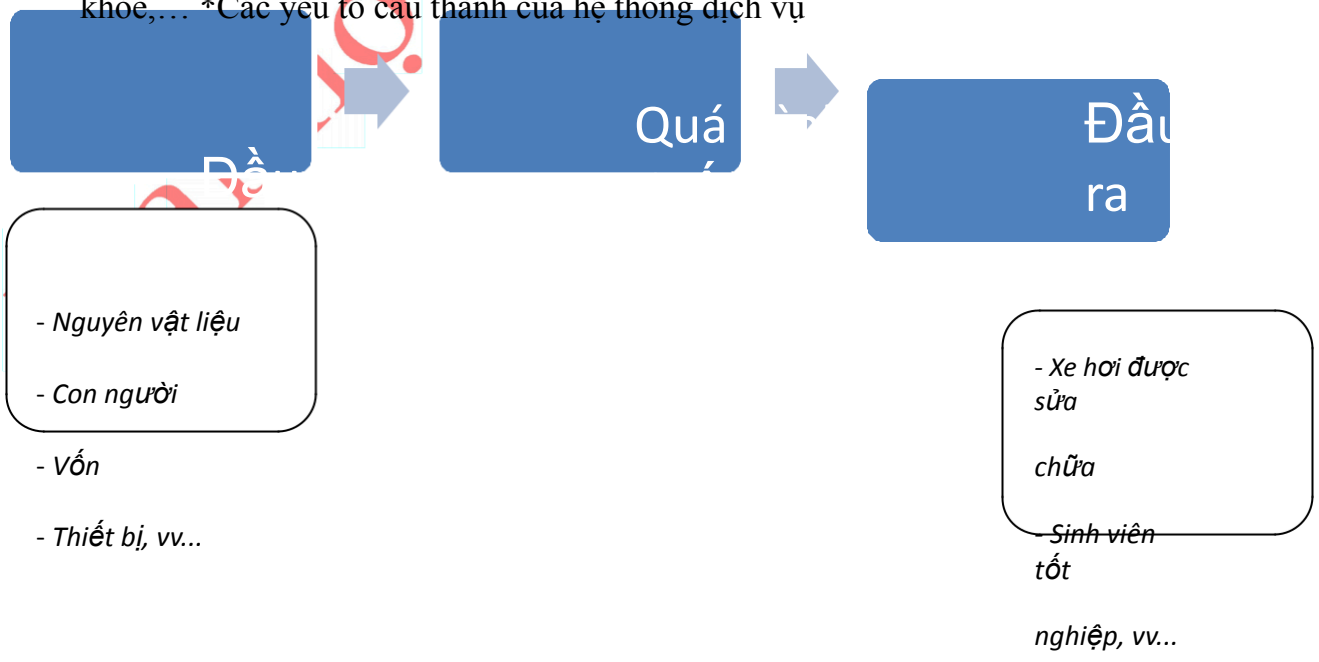
a. Khái niệm

Trong từ điển Oxford, công nghệ dịch vụ được định nghĩa là "cung cấp dịch vụ, không phải hàng hoá", hay "cung cấp thứ gì đó vô hình dạng".

Theo James Fitzsimmons, dịch vụ là một trải nghiệm vô hình, có tính mau hỏng theo thời gian được đem đến cho khách hàng (đóng vai trò là người cùng làm ra dịch vụ).

- *Tóm lại, dịch vụ là những hoạt động tạo ra các sản phẩm không tồn tại dưới dạng hình thái vật thể nhằm thoả mãn kịp thời các nhu cầu sản xuất và đời sống sinh hoạt của con người.*

Ví dụ: Dịch vụ nhà hàng, làm đẹp, tư vấn sức khỏe,… *Các yếu tố cấu thành của hệ thống dịch vụ



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hình 1.1: *Các yếu tố cấu thành hệ thống dịch vụ*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

b. Các đặc điểm của dịch vụ

b.1 Sự tham gia của khách hàng vào quá trình dịch vụ

Sự có mặt của khách hàng như một người tham gia trong quá trình dịch vụ yêu cầu phải chú ý đến thiết kế địa điểm, phương tiện;

Khách hàng có thể trở thành một phần năng động của trong tiến trình dịch vụ;

Khách hàng có thể được sắp xếp, khuyến khích sử dụng dịch vụ ở bên ngoài công ty.

b.2. Tính vô hình vô dạng hay phi vật chất

Đối với dịch vụ, khách hàng không thể nhìn thấy, thử mùi vị, nghe hay ngửi chúng trước khi tiêu dùng chúng;

Khách hàng phải lệ thuộc vào danh tiếng của doanh nghiệp.

b.3. Tính sản xuất và tiêu thụ đồng thời của dịch vụ Sản phẩm được làm ra và tiêu thụ cùng lúc;

Tính sản xuất và tiêu thụ đồng thời trong dịch vụ loại bỏ nhiều cơ hội trong việc kiểm soát chất lượng;

Ví dụ : Làm tóc và sản xuất xe ô tô.

b.4. Tính mau hỏng hay tính không cất giữ được

Dịch vụ không thể được tồn kho, nó bị mất đi khi không được sử dụng

Việc sử dụng đầy đủ công suất dịch vụ trở thành một thách thức trong quản lý

b.5. Tính không đồng nhất hay tính dị chủng của dịch vụ

Sản phẩm dịch vụ phi tiêu chuẩn hoá, sự cung ứng dịch vụ phụ thuộc vào kỹ thuật và khả năng của từng người thực hiện dịch vụ.

Dịch vụ xử lý, cải đổi con người (làm đẹp, thời trang)> dịch vụ tiện ích (tải nhạc nền điện thoại...)

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

c. Sự khác nhau giữa hoạt động sản xuất và hoạt động dịch vụ

c.1. Đặc tính của đầu vào và đầu ra

- **Đầu vào:**

-DV :bao gồm cả khách hàng

-SX : không bao gồm khách hàng

- **Đầu ra:**

- DV : vô hình

- SX : hữu hình

c.2. Mối quan hệ tiếp xúc với khách hàng

Dịch vụ : tương tác trực tiếp với khách hàng

Sản xuất : phân phối sản phẩm qua trung gian phân phối.

Giao dịch trực tiếp với khách hàng => lợi thế trong việc xây dựng mối quan hệ

c.3. Thời điểm tiêu dùng sản phẩm

Chuỗi cung cấp hàng hóa



Chuỗi cung cấp dịch vụ



Hình 1.2:*Sự khác nhau trong thời điểm tiêu dùng sản phẩm của sản xuất và dịch vụ*

c.4. Khả năng đo lường đánh giá năng suất và chất lượng của quá trình sản xuất và dịch vụ

SX : thiết kế những tiêu chuẩn cụ thể, đo lường chính xác

DV: rất khó có một tiêu chuẩn nhất định do những đặc điểm vô hình, tính dị chủng của dịch vụ.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

d. Phân loại dịch vụ

Ngày nay, dịch vụ là một lĩnh vực bao gồm những hoạt động hết sức rộng lớn. Ban thư kí WTO đã chia các hoạt động dịch vụ khác nhau thành 12 ngành.

- Dịch vụ kinh doanh
- Dịch vụ liên lạc
- Dịch vụ xây dựng và thi công.
- Dịch vụ phân phối.
- Dịch vụ giáo dục.
- Dịch vụ môi trường.
- Dịch vụ tài chính.
- Dịch vụ liên quan đến sức khoẻ và dịch vụ xã hội.
- Dịch vụ du lịch và dịch vụ liên quan đến lữ hành.
- Dịch vụ giải trí, văn hoá và thể thao.
- Dịch vụ vận tải.
- Các dịch vụ khác.

1.1.1.2. Vai trò của dịch vụ

a. Vị trí của dịch vụ

Dịch vụ là một hợp phần của nền kinh tế quốc dân và đang ngày càng chiếm một vị trí quan trọng trong cả 2 chỉ tiêu chung của nền kinh tế là số lượng lao động và tỷ trọng trong tổng thu nhập quốc dân.

Ngành dịch vụ hiện đóng góp 60% GDP của thế giới (Lovelock và Wirtz, 2007). Ở các nước OECD, tỷ trọng này lên đến 70% (OECD, 2000: 3).

b. Vai trò của dịch vụ trong đời sống xã hội và hoạt động kinh tế của con người

- Dịch vụ là cầu nối giữa "đầu vào" và "đầu ra" trong quá trình sản xuất, thúc đẩy nền kinh tế phát triển năng động, hiệu quả.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Dịch vụ phát triển thúc đẩy phân công lao động xã hội, đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng của xã hội, nâng cao chất lượng cuộc sống.
- Dịch vụ tạo ra nhiều việc làm, thu hút một số lượng lớn lực lượng lao động xã hội, làm giảm tỷ lệ thất nghiệp.
- Dịch vụ phát triển làm biến đổi cơ cấu kinh tế theo hướng tối ưu.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Phát triển dịch vụ trong lĩnh vực thương mại có vai trò kích cầu, phục vụ khách hàng tốt hơn.

c. Sự phụ thuộc của sản xuất vào dịch vụ

Hầu hết các ngành sản xuất muốn thành công đều phải sử dụng đến lĩnh vực dịch vụ

Nhiều nhà sản xuất còn khai thác các dịch vụ tăng thêm giá trị lợi nhuận.

1.1.2. Chất lượng dịch vụ

1.1.2.1. Định nghĩa chất lượng dịch vụ

Từ ngữ "chất lượng" có nhiều nghĩa và có thể sử dụng nhiều cách. Garvin (1984) xác định năm phương cách để hiểu ý niệm về chất lượng.

- Phương cách siêu việt: Chất lượng trong trường hợp này là sự ưu việt nội tại. Nó phản ánh điều gì đó "tốt nhất".

-Phương cách dựa trên sản xuất liên quan đến sự phù hợp với quy cách hay thiết kế. Một dịch vụ chất lượng sẽ không bị sai sót nào so với quy cách.

-Phương cách dựa theo người sử dụng: chấp nhận rằng một dịch vụ hay một sản phẩm nào đó đáp ứng những đòi hỏi của người sử dụng thì đó là một dịch vụ chất lượng.

-Phương cách dựa trên sản phẩm là một phương cách dựa trên số lượng và chỉ xét đến đặc tính đo lường được. Trong đa số các trường hợp, nhiều hơn đồng nghĩa với tốt hơn và như vậy có chất lượng cao hơn.

- Trong một số trường hợp, ít hơn đôi khi được xem là chất lượng tốt hơn.

-Phương cách dựa trên giá trị : phương cách này đưa chí phí hay giá cả vào việc đánh giá.

Ví dụ: khách sạn một sao có giá 15$ cho tiền phòng và điểm tâm có thể được xem là giá hời hơn một khách sạn năm sao với giá 150$ cho tiền phòng và điểm tâm.

Vậy thì phương cách nào là thích hợp nhất để một nhà điều hành dịch vụ sử dụng?

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

• Theo quan điểm hiện đại hiện nay thì chất lượng dịch vụ là sự thoả mãn của khách hàng khi nhà cung cấp dịch vụ đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

• Sự thoả mãn của khách hàng đối với dịch vụ được xác định thông qua so sánh giữa dịch vụ mong đợi và dịch vụ được cung cấp (dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.1.2.2. Các thành phần chất lượng dịch vụ

Tùy theo từng loại hình dịch vụ khác nhau mà mỗi loại hình có các mức độ quan trọng khác nhau trong từng thành phần nhưng nhìn chung đều có 5 phần như sau: **Sự tin cậy (reliability), Sẵn sàng đáp ứng (responsiveness), Sự đảm bảo (assurance), Sự đồng cảm (empathy), Tính hữu hình (tangibles).**

a. Sự tin cậy (reliability)

Sự tin cậy chính là khả năng cung cấp dịch vụ như đã cam kết một cách tin cậy và chính xác.

Đảm bảo dịch vụ tin cậy là một trong những mong đợi của khách hàng

Đối với khách hàng, cam kết của dịch vụ gồm ba phần rõ rệt: các cam kết của tổ chức, những kỳ vọng thông thường, và các lời hứa cá nhân.

-Cam kết của tổ chức:

- Thông qua quảng cáo và marketing, trong thư tín được công bố rộng rãi, thể hiện trong các công ty giới thiệu về mình;
- Chuẩn mực trong kinh doanh.

-Những kỳ vọng chung: Khách hàng luôn đặt ra những ra những kỳ vọng khác bên cạnh các kỳ vọng thông thường trong mỗi thương vụ.

-Những cam kết cá nhân: những cam kết bạn sẽ thực hiện khi nhà cung ứng dịch vụ nói với khách hàng.

- Quản lý các cam kết : là "uốn" sự trông đợi của khách hàng cho phù hợp với những gì công ty sẽ làm và có thể làm vì họ;
- Sửa đổi các cam kết khi chúng không được thực hiện

b. Sẵn sàng đáp ứng (responsiveness)

Sẵn sàng đáp ứng là sự sẵn sàng giúp đỡ khách hàng một cách tích cực và cung cấp dịch vụ một cách hăng hái.

c. Sự đảm bảo (assurance)

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Là việc thực hiện dịch vụ một cách lịch sự và kính trọng khách hàng, phục vụ có hiệu quả với khách hàng, thực sự quan tâm và giữ bí mật cho họ.

Phát sinh "huận luyện cách mỉm cười" => phong cách phục

vụ Năng lực và chuyên môn là việc không thể xem nhẹ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Chính sự kết hợp giữa phong cách và năng lực sẽ nhận sự tán thưởng và đưa khách hàng quay lại hết lần này đến lần khác.

Năng lực phục vụ bao gồm 4 kỹ năng cơ bản:

- Hiểu biết về sản phẩm;
- Hiểu biết về công ty;
- Kỹ năng lắng nghe;
- Kỹ năng giải quyết vấn đề. **d. Sự đồng cảm (empathy)**

Thể hiện việc chăm sóc chu đáo, chú ý đến cá nhân khách hàng. Sự đồng cảm bao gồm khả năng tiếp cận và nỗ lực tìm hiểu nhu cầu của khách hàng.

Khách hàng khác nhau có những mong muốn, nhu cầu, kỳ vọng, thái độ và cảm xúc đa dạng khác nhau

- Thương cảm là đặt mình vào địa vị và thậm chí còn nhận lấy những cảm xúc của người khác.
- Đồng cảm là nhìn nhận và xác nhận lại trạng thái cảm xúc của của người khác.
- "Khách hàng không quan tâm đến việc bạn biết những gì, chừng nào họ biết chắc bạn luôn quan tâm chăm sóc họ" – Digital Equipment Corp. Bộ Phận Dịch Vụ Khách Hàng

e. Phương tiện vật chất hữu hình (tangibles)

Là sự hiện diện của điều kiện làm việc, trang thiết bị, con người và các phương tiện thông tin.

*<u>*Nguyên tắc là:*</u> không bao giờ đưa khách hàng những thứ chính bạn cũng cảm thấy miễn cưỡng, ngượng ngùng, hay tức giận nếu bản thân bạn phải nhận chúng.

1.1.2.3. Các khoảng cách trong chất lượng dịch vụ

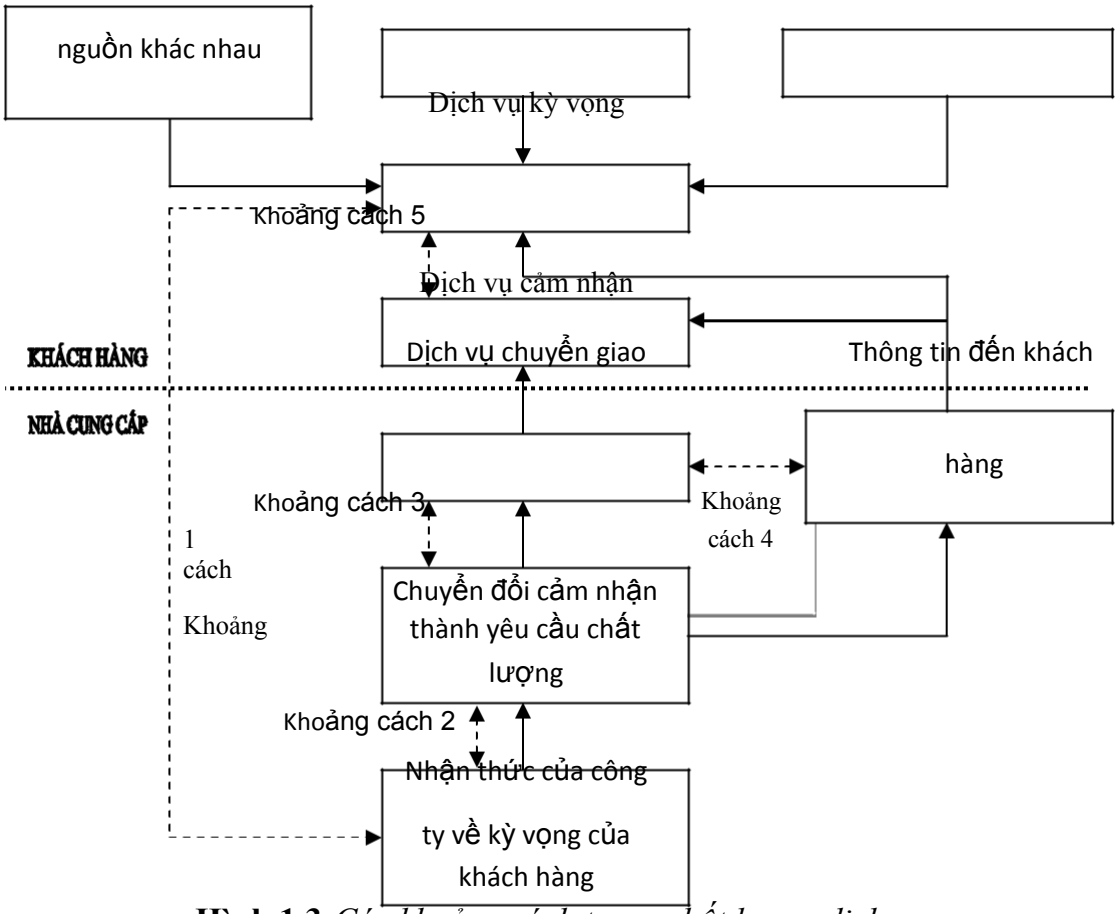
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Parasuraman & ctg (1985) là những người tiên phong trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ. Thành công của nghiên cứu đã tạo phương tiện đột phá giúp các nhà kinh doanh có được kết quả chất lượng dịch vụ của họ thông qua việc nghiên cứu đánh giá của khách hàng- người sử dụng dịch vụ. Thang đo SERVQUAL được ghép từ Service (Dịch vụ) và Quality (Chất lượng) được khá nhiều nhà nghiên cứu đánh giá là khá toàn diện(Svensson, 2002). Các nhà nghiên cứu này đưa ra mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



Hình 1.3:*Các khoảng cách trong chất lượng dịch vụ*

- Khoảng cách [1] là sai biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và nhận thức của nhà cung cấp dịch vụ về kỳ vọng đó.
- Khoảng cách [2] được tạo ra khi nhà cung cấp gặp các khó khăn, trở ngại khách quan lẫn chủ quan khi chuyển các kỳ vọng nhận thực được sang các tiêu chí chất lượng cụ thể và chuyển giao chúng đúng như kỳ vọng.

- Khoảng cách [3] hình thành khi nhân viên chuyển giao dịch vụ cho khách hàng không đúng các tiêu chí đã đ ịnh.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khoảng cách [4] là sai biệt giữa dịch vụ đã chuyển giao và thông tin mà khách hàng nhận được. Thông tin này có thể làm tăng kỳ vọng nhưng có thể làm giảm chất lượng dịch vụ cảm nhận khi khách hàng không nhận đúng những gì đã cam kết.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khoảng cách [5] hình thành từ sự khác biệt giữa chất lượng cảm nhận và chất lương kỳ vọng khi khách hàng tiêu thụ dịch vụ.

Parasuraman et al. (1985) cho rằng chất lượng dịch vụ chính là khoảng cách thứ năm. Khoảng cách này lại phụ thuộc vào 4 khoảng cách trước.

1.1.2.4. Thang đo SERVQUAL

Thang đo SERVQUAL-Parasuraman & Ctg (1988)

Mức độ tin cậy: đo lường mức độ thực hiện các chương trình dịch vụ đã đề ra với 5 biến

1. Khi công ty XYZ hứa sẽ thực hiện điều gì đó vào khoảng thời gian xác định thì công ty sẽ thực hiện

2. Khi bạn gặp vấn đề, công ty XYZ thể hiện sự quan tâm chân thành trong giải quyết vấn đề.

3. Công ty XYZ thực hiện dịch vụ đúng ngay lần đầu tiên.

4. Công ty XYZ cung cấp dịch vụ đúng vào thời điểm mà công ty hứa sẽ thực hiện.

5. Công ty XYZ thông báo cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện **Mức độđáp ứng:** đo lường khả năng thực hiện các dịch vụ kịp thời và đúng hạn với 3 biến

1. Nhân viên công ty XYZ phục vụ bạn nhanh chóng đúng hạn

2. Nhân viên trong công ty XYZ luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn

3. Nhân viên trong công ty XYZ không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của bạn.

Năng lực phục vụ: đo lường khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm của đơn vị dịch vụ cho khách hàng với 4 biến

1. Hành vi của nhân viên trong công ty XYZ ngày càng tạo sự tin tưởng đối với bạn

2. Bạn cảm thấy an toàn khi thực hiện giao dịch với công ty XYZ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3. Nhân viên trong công ty XYZ bao giờ cũng tỏ ra lịch sự, nhã nhặn vơi bạn

4. Nhân viên trong công ty XYZ đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của bạn

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Mức độ đồng cảm: đo lường khả năng quan tâm, thông cảm và chăm sóc từng cá nhân khách hàng với 4 biến

1. Công ty XYZ thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn
2. Công ty XYZ có những nhân viên thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn
3. Công ty XYZ thể hiện sự chú ý đặc biệt đến những vấn đề bạn quan tâm nhiều nhất
4. Nhân viên trong công ty XYZ hiểu được những nhu cầu đặc biệt của bạn

Phương tiện vật chất hữu hình: đo lường mức độ hấp dẫn, hiện đại của các trang thiết bị vật chất, giờ phục vụ thích hợp, cũng như trang phục của các nhân viên với 5 biến

1. Công ty XYZ có trang thiết bị hiện đại
2. Cơ sở vật chất của công ty XYZ trông rất hấp dẫn
3. Nhân viên trong công ty XYZ có trang phục gọn gàng, lịch sự
4. Các phương tiện vật chất trong hoạt động dịch vụ rất hấp dẫn tại công ty XYZ
5. Công ty XYZ có thời gian giao dịch thuận tiện

1.1.2.5. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

a. Sự hài lòng của khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng được định nghĩa như là một kết quả nhận thức và sự đánh giá hữu hiệu, một vài tiêu chuẩn so sánh được so sánh hiệu năng cảm nhận hiện tại. Nếu như hiệu năng cảm nhận ít hơn kỳ vọng, khách hàng sẽ không hài lòng. Nếu như hiệu năng cảmnhận thỏa mãn hoặc vượt quá sự mong đợi thì khách hàng sẽ hài lòng (Lin, 2003).

Sự hài lòng của khách hàng là vấn đề chủ yếu trong sự thành công của hệ thống doanh nghiệp, truyền thống, trực tuyến (Ho, Wu 1999).

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sự hài lòng của khách hàng nghĩa là nhu cầu và sự thỏa mãn của khách hàng, sản phẩm và dịch vụ được hài lòng, kinh nghiệm khách hàng được xác định (Friday và Cotts 1995, Gitomer 1998).

Sự hài lòng khách hàng được cho là công cụ cốt yếu để đánh giá sự thành công trong hoạt động kinh doanh.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hài lòng khách hàng là tài sản đảm bảo luồng tiền mặt thường xuyên cho doanh nghiệp trong tương lai.

Trong sự cạnh tranh khốc liệt của môi trường thương mại, để duy trì sự phát triển và thị phần, các công ty cần có sự hiểu biết về hài lòng khách hàng và xem nó như mộtnhân tố cốt yếu thiết lập mối quan hệ với khách hàng (Patterson et. al., 1997)

Trong mọi ngành, khách hàng là quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự thành công trong công ty.

Sự hài lòng của khách hàng là kết quả của sự kết hợp bởi những người có kinh nghiệm trong công ty đáp ứng hết kỳ vọng của họ. Khách hàng được hài lòng khi kỳ vọng của họ được thỏa mãn và thích thú, khi kỳ vọng của họ được nâng cao.Hài lòng khách hàng giữ lòng trung thành của họ lâu hơn, mua nhiều hơn, có sự nhạy cảm và nói tốt về công ty.

Sự hài lòng của khách hàng có thể được đo lường và thiết lập nhiều cách khác nhau để đo lường chúng (Kotler – pp. 411- 412).

b. **Mối quan hệ chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng**

Có nhiều quan điểm khác nhau về mức độ thỏa mãn của khách hàng.

Các nhà kinh doanh dịch vụ thường cho rằng chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn nhu cầu khách hàng là đồng nhất.Tuy nhiên nhiều nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn nhu cầu khách hàng là hai khái niệm phân biệt. Sự thỏa mãn khách hàng là một khái niệm tổng quát chỉ sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm hay dịch vụ trong khi chất lượng dịch vụ tập trung vào những thành phần cụ thể của dịch vụ (Zeithaml & Bitner, 2000).

Có nhiều nghiên cứu đã kiểm định và chứng minh mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng (Cronin & Taylor, 1992; Spreng & Mackoy, 1996).Song rất ít nghiên cứu tập trung vào việc kiểm định mức độ giải thích của các thành phần chất lượng dịch vụ đối với sự thỏa mãn của khách hàng, đặc biệt trong những ngành dịch vụ cụ thể (Lassar & Ctg, 2000).

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

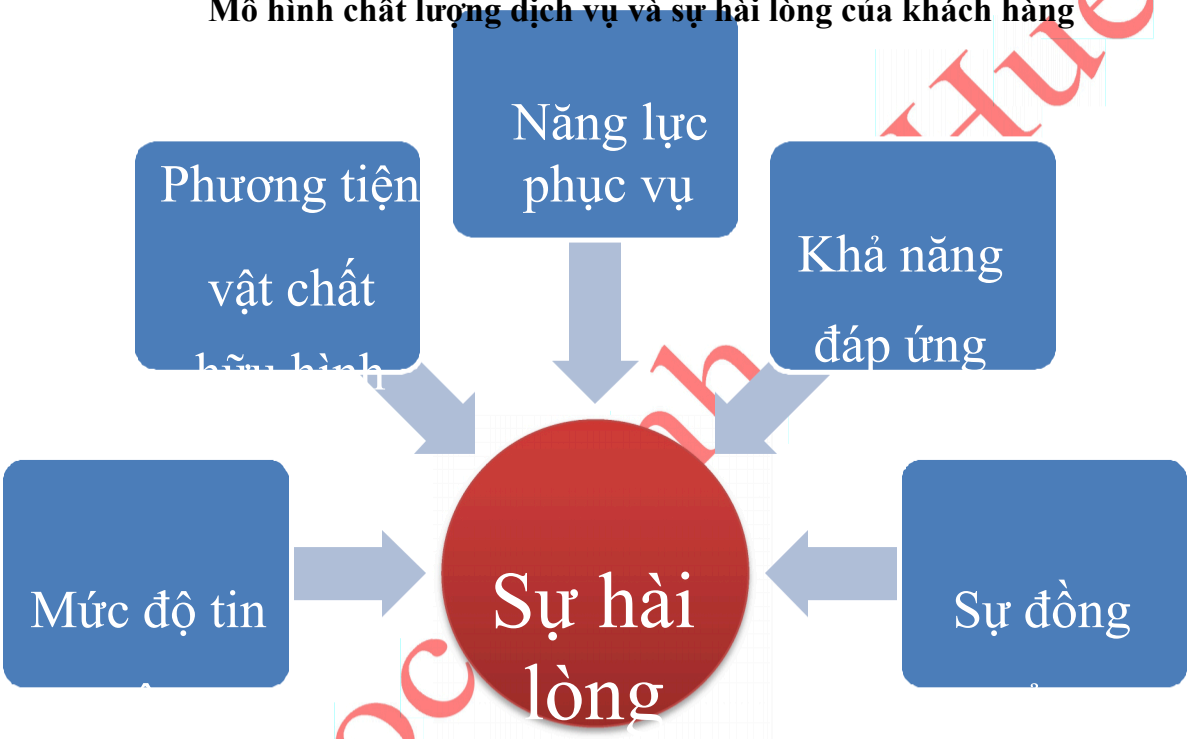
Vào tháng 7 năm 2003, Nguyễn Đình Thọ và nhóm giảng viên trường đại học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh đã đưa ra mô hình và ki ểm định giả thuyết về mối quan hệ giữa 5 thành phần chất lượng dịch vụ của thang đo SERVQUAL và mức độ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

thõa mãn của khách hàng.Kết quả kiểm định giả thuyết này đã chứng minh cho mối quan hệ giữa 5 thành phần chất lượng dịch vụ và sự thõa mãn là hiện hữu.Tóm lại, chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào khoảng cách giữa mức độ kỳ vọng của khách hàng cũng như là mức độ cảm nhận của họ đối với dịch vụ đó. Chất lượng dịch vụ bao gồm 5 thành phần chính đó là: khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, mức độ tin cậy, sự đồng cảm và phương tiện vật chất hữu hình.

Mô hình chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng



Hình 1.4: *Mô hình chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng*

Đại học Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới

1.2.1. Dịch vụ tiệc cưới

1.2.1.1. Khái niệm

Bữa tiệc hay tiệc hoặc tiệc tùng là một sự kiện được tổ chức của một hoặc nhiều bên để mời những đối tượng đến tham gia vào một loạt cho các mục đích xã hội, truyền thống, tôn giáo, lễ nghi, hội thoại, giải trí hoặc các mục đích khác.

Một bữa tiệc thường sẽ có thức ăn và đồ uống kèm theo (những món ăn, đồ uống được dọn ra trong bữa tiệc thường thịnh soạn và linh đình hơn so với những bữa ăn thông thường) và cũng thường có âm nhạc kết hợp khiêu vũ, nhảy múa, hát hò trong một số trường hợp.

Một bữa tiệc được tổ chức có thể nhân một dịp, một sự kiện, một kỹ niệm, một ngày lễ hoặc bất kỳ các lý do khác nhau, thực khách đến có thể đến kèm theo quà cáp hoặc đến không. Địa điểm tổ chức bữa tiệc thư ờng đa dạng, có thể là nhà riêng, nhà hàng, quán, trong các phòng tiệc, phòng ăn....

Vậy, có thể hiểu "tiệc cưới" là loại tiệc trong đó có những lễ nghi với sự tham gia của bạn bè, hai gia đình cô dâu, chú rể nhằm công bố tình thông gia của hai gia đình và sự kết hôn của cô dâu, chú rể trước sự chứng kiến của mọi người.

1.2.1.2. Ý nghĩa của việc tổ chức tiệc cưới

Sau quá trình tìm hiểu và được sự đồng ý của bố mẹ hai gia đình, đôi "tân lang" và "tân nương" chính thức trở thành vợ chồng. Sự kiện để đánh dấu thời khắc trọng đại này là "lễ cưới". Và ngày nay lễ cưới không những kế thừa những truyền thống, phong tục, tập quán của dân tộc mà còn được cách tân ngày càng phát triển văn minh theo sự phát triển của thời đại. Lễ cưới mang trong mình rất nhiều ý nghĩa nên ngày càng được mọi người quan tâm và chú trọng.

Thứ nhất, lễ cưới là bước đầu đánh dấu sự trưởng thành và nên vợ chồng của "tân lang" và "tân nương". Hai con người giờ đây bước sang một trang mới trong cuộc đời, họ yêu nhau, đến với nhau và có cả những trách nhiệm và nghĩa vụ với nhau.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thứ hai, để có thể có một nơi họp mặt, thông báo cho họ hàng, bạn bè hai họ về việc đôi trẻ chính thức về chung một nhà và xây dựng một tế bào mới cho xã hội - Gia đình.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Với những ý nghĩa hết sức tốt đẹp đó, lễ cưới được xem là một ngày t rọng đại của đời người, được mọi người hết sức quan tâm và có cái nhìn hết sức trân trọng về ngày lễ này. Và qua đó cũng cho thấy chất lượng dịch vụ tiệc cưới là một vấn đề được các gia đình xem trọng hàng đầu khi quyết định tổ chức lễ cưới cho con em mình .

1.2.2. Chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Chất lượng dịch vụ tiệc cưới là những gì khách hàng cảm nhận được. Chất lượng dịch vụ tiệc cưới được xác định dựa vào nhận thức hay cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ mà khách hàng nhận được.

Theo Parasuraman, thì chất lượng dịch vụ là cảm nhận của khách hàng về một dịch vụ đã cân xứng với kỳ vọng của họ trước đó. Theo đó thì một tiệc cưới đạt được chất lượng lànhững kỳ vọng về chất lượng dịch vụ (những mong muốn của khách hàng) được người tổ chức dịch vụ tiệc cưới thỏa mãn.

Kỳ vọng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiệc cưới(*phụ lục 3)*

Theo đó thì trước khi sử dụng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng thì các thực khách đã hình thành cho mình một kỳ vọng về chất lượng dịch vụ tại nhà hàng. Nếu những kỳ vọng đó được nhà hàng làm thỏa mãn thì các thực khách sẽ có đánh giá tốt về chất lượng dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng, từ đó các thực khách sẽ cảm thấy hài lòng và tiệc cưới đạt được chất lượng.

1.2.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Cảm nhận về chất lượng dịch vụ tiệc cưới thường được quyết định bởi cả thực khách và nội bộ doanh nghiệp dịch vụ và được đo lường bằng thông tin nghiên cứu thị trường.

Thực khách luôn chọn những dịch vụ mang lại giá trị cảm nhận cao nhất. Điều này có nghĩa là họ luôn suy xét giữa những lợi ích nhận được và chi phí mà họ phải trả cho từng thương hiệu dịch vụ. Họ không hoàn toàn chọn thương hiệu có giá cả thấp nhất khi những lợi ích mà họ mang lại thì không nhiều. Ngược lại, họ vui lòng chấp nhận một giá cao để được sử dụng những sản phẩm uy tín.

Giá trị khách hàng nhận được (chất lượng dịch vụ) chính là sự chênh lệch giữa tổng giá trị nhận được và tổng chi phí phải trả. Tổng giá trị nhận được là những lợi ích,

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Đại học Kinh tế Huế

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

cảm nhận mà khách hàng mong đợi ở dịch vụ. Tổng chi phí phải trả là tất cả những chi phí mà khách hàng phải trả trong việc so sánh, mua và sử dụng dịch vụ.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khi nói đến giá trị nhận được thì người ta luôn hàm ý đó chính là giá trị cảm nhận. Mặc dù cùng một dịch vụ nhưng giá trị nhận được hoàn toàn khác nhau đối với mỗi người. Mỗi người có một hoàn cảnh sống khác nhau, nhận định khác nhau về mức độ quan trọng và chi phí họ phải trả cho dịch vụ. Tóm lại, mỗi khách hàng đều có sự đánh giá khác nhau cho cùng một dịch vụ - đó chính là giá trị cảm nhận. Giá trị cảm nhận là một khái niệm rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Một doanh nghiệp tin rằng khi họ tạo ra được dịch vụ tốt, giá cả phải chăng thì khách hàng sẽ chọn lựa. Tuy vậy, một dịch vụ tốt chỉ khi khách hàng cho rằng nó tốt - một giá cả phải chăng chỉ được quan tâm khi khách hàng cảm nhận rằng nó phù hợp với những lợi ích mà họ nhận được khi sử dụng dịch vụ.

Ảnh hưởng đối với sự cảm nhận về chất lượng:

Mức độ tin cậy;

Mức độ đáp ứng;

Năng lực phục vụ;

Mức độ đồng cảm;

Phương tiện vật chất hữu hình.

Theo Hurbert (1995) thì trước khi sử dụng dịch vụ thì khách hàng đã hình thành một mô hình các quá trình thực hiện chất lượng, nếu có sự khác biệt giữa mô hình của nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng sẽ dẫn đến sự không hài lòng của khách hàng.

Theo David H.Maiter:

$$S=P-E$$

S: *Mức độ hài lòng của khách hàng*

P: *Cảm nhận về dịch vụ sau khi sử dụng dịch vụ*

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

E: *Kỳ vọng về dịch vụ*

Khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng khi những kỳ vọng về dịch vụ được đơn vị cung cấp dịch vụ thõa mãn. Cụ thể (P >=E)

Khách hàng sẽ cảm thấy không hài lòng khi những kỳ vọng về dịch vụ của mình không được thõa mãn (P<E)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

***Thang đo SERVQUAL áp dụng cho dịch vụ tiệc cưới**

Mức độ tin cậy: đo lường mức độ thực hiện các chương trình dịch vụ đã đề ra với 5 biến

1. Khi nhà hàng hứa sẽ thực hiện điều gì đó vào khoảng thời gian xác định thì nhà hàng sẽ thực hiện

2. Khi bạn gặp vấn đề, nhà hàng thể hiện sự quan tâm chân thành trong giải quyết vấn đề.

3. Nhà hàng thực hiện dịch vụ đúng ngay lần đầu tiên.

4. Nhà hàng cung cấp dịch vụ đúng vào thời điểm mà nhà hàng hứa sẽ thực hiện.

5. Nhà hàng thông báo cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện

Mức độ đáp ứng: đo lường khả năng thực hiện các dịch vụ kịp thời và đúng hạn với 3 biến

1. Nhân viên nhà hàng phục vụ bạn nhanh chóng đúng hạn

2. Nhân viên trong nhà hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn

3. Nhân viên trong nhà hàng không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của bạn.

Năng lực phục vụ: đo lường khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm của đơn vị dịch vụ cho khách hàng với 4 biến

1. Hành vi của nhân viên trong nhà hàng ngày càng tạo sự tin tưởng đối với bạn

2. Bạn cảm thấy an toàn khi thực hiện giao dịch với nhà hàng

3. Nhân viên trong nhà hàng bao giờ cũng tỏ ra lịch sự, nhã nhặn vơi bạn

4. Nhân viên trong nhà hàng đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của bạn

Mức độ đồng cảm: đo lường khả năng quan tâm, thông cảm và chăm sóc từng cá nhân khách hàng với 4 biến

1. Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn

2. Nhà hàng có những nhân viên thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3. Nhà hàng thể hiện sự chú ý đặc biệt đến những vấn đề bạn quan tâm nhiều nhất

4. Nhân viên trong nhà hàng hiểu được những nhu cầu đặc biệt của bạn

Phương tiện vật chất hữu hình: đo lường mức độ hấp dẫn, hiện đại của các trang thiết bị vật chất, giờ phục vụ thích hợp, cũng như trang phục của các nhân viên với 5 biến

1. Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại
2. Cơ sở vật chất của nhà hàng trông rất hấp dẫn
3. Nhân viên trong nhà hàng có trang phục gọn gàng, lịch sự
4. Các phương tiện vật chất trong hoạt động dịch vụ rất hấp dẫn tại nhà hàng
5. Nhà hàng có thời gian giao dịch thuận tiện

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.3. Kinh nghiệm nghiên cứu chất lượng dịch vụ và vận dụng đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới

1.3.1. Kinh nghiệm nghiên cứu chất lượng dịch vụ

Parasuraman & Ctg lúc đầu nghiên cứu chất lượng dịch vụ nhận thấy rằng chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi khách hàng được hình thành bởi 10 thành phần như sau:

1. Phương tiện vật chất hữu hình
2. Hiểu biết khách hàng
3. Độ tin cậy
4. Khả năng đáp ứng
5. Năng lực phục vụ
6. Tiếp cận
7. Thông tin
8. Lịch sự
9. Tín nhiệm
10. Độ an toàn

Theo trên thì mô hình 10 thành phần của chất lượng dịch vụ có thể bào quát hết mọi khía cạnh của một dịch vụ, nhưng lại khá phức tạp trong việc đo lường, mang tính lý thuyết, và có nhiều thành phần không đạt giá trị phân biệt. Do đó các nhà nghiên cứu đã nhiều lần kiểm định mô hình này và đi đến kết luận là chất lượng dịch vụ bao gồm 5 thành phần cơ bản:

- Phương tiện vật chất hữu hình (tangibles): thể hiện qua ngoại hình, trang phục nhân viên, và các thiết bị vật chất khác phục vụ cho dịch vụ.
- Mức độ tin cậy (reliability): thể hiện qua khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.
- Năng lực đáp ứng (respnsiveness): thể hiện sự nhiệt tình giúp đỡ khách hàng, cũng như cung ứng dịch vụ nhanh chóng.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Mức độ đảm bảo (assurance): thể hiện trình độ chuyên môn, thái độ lịch sự, niềm nở và tạo sự tin tưởng cho khách hàng.
- Sự đồng cảm (empathy): thể hiện sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.3.2. Vận dụng đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Sau khi thu thập thông tin sơ bộ về vấn đề nghiên cứu và tham khảo thang đo của Parasuraman về chất lượng dịch vụ, khóa luận đã quyết định chọn thang đo SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ tiệc cưới cho nghiên cứu của mình. Tuy nhiên, để có thể hoàn thiện thêm thang đo này cần nghiên cứu định tính 2 lần để bổ sung, hoàn chỉnh trước khi đi đến nghiên cứu định lượng thông qua phiếu khảo sát.

1.3.2.1. Nghiên cứu định tính lần 1

Tôi đã tiến hành lập phiếu tham khảo ý kiến (không có gợi ý về thang đo) của các chuyên viên để liệt kê tối đa các ý kiến và quan điểm của các chuyên viên về những yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới (phụ lục 1). Bước tiếp theo trong lần nghiên cứu này tôi tiếp tục lấy ý kiến của các chuyên viên thông qua phiếu tham khảo nhưng có gợi ý về câu hỏi cũng như gợi ý các thành phần của chất lượng dịch vụ tiệc cưới. Qua đó có sự điều chỉnh, bổ sung thang đo SERVQUAL lần 1 (Phụ lục 4)

Thành phần **Phương tiện vật chất hữu hình**được điều chỉnh thành 17 biến: bổ sung thêm các biến sau:

- Nhà hàng có khung cảnh đẹp
- Cách bố trí bàn tiệc và các dịch vụ khác hợp lý
- Cách trang trí phòng tiệc ở nhà hàng luôn làm anh (chị) hài lòng
- Khu vực vệ sinh công cộng làm anh (chị) hài lòng
- Người dẫn chương trình tiệc cưới của nhà hàng chuyên nghiệp
- Các trang trí món ăn đa dạng, đẹp mắt
- Dàn chào khánh tiết để đón tiếp khách nhã nhặn, lịch sự
- Ánh sang trang trí tạo cảm giác dễ chịu
- Giá cả dịch vụ phải chăng, có khuyến mãi
- Nhà hàng gần trung tâm thành phố
- Nhà hàng có dịch vụ giữ xe thuận tiện
- Đường đến nhà hàng để tham dự tiệc thuận tiện với anh (chị)

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nhà hàng luôn có những đổi mới khi anh (chị) đến tham dự tiệc cưới Thành phần **Mức độ tin cậy** vần giữ nguyên 5 biến

Thành phần **Mức độ đáp ứng**được bổ sung thành 7 biến

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nhân viên nhà hàng có phong cách phục vụ chuyên nghiệp
- Nhân viên nhà hàng giao tiếp với anh (chị) thân thiện
- Nhân viên nhà hàng nhà hàng đáp ứng tốt việc phân chia và phục vụ thức ăn, nước uống trên bàn tiệc
- Nhà hàng giải quyết nhanh chóng kịp thời trường hợp khách đi đông hơn

dư định Thành phần **Năng lực phục vụ**được bổ sung thành 8 biến, thêm các biến sau

- Thái độ phục vụ của nhân viên nhà hàng làm anh (chị) tự tin
- Thức ăn, thức uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm
- Khăn ăn, khăn phủ bàn ghế, chén đĩa đảm bảo vệ sinh sạch sẽ
- Thức ăn ngon, hợp khẩu vị

Thành phần **Mức độ đồng cảm**với 3 biến, loại biến "Nhà hàng có những nhân viên thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn"

1.3.2.2. Nghiên cứu định tính lần 2

Ở lần nghiên cứu này, tôi đã tiến hành tham khảo ý kiến của 15 thực khách thông qua phiếu khảo sát ở phụ lục 2. Có 2 lý do khiến tôi tiến hành bước nghiên cứu này, thứ nhất là để hoàn thiện thang đo, thứ 2 là để thang đo có thể chính xác hơn vì có tham khảo ý kiến của cả chuyên viên tổ chức tiệc cưới và thực khách.

Nghiên cứu này tiến hành khi các thực khách đến trở lại để hoàn thành các thủ tục và thanh toán phí tiệc cưới, đồng thời có tham khảo ý kiến của các thực khách đã nhiều lần tham dự tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế.Qua đó có sự điều chỉnh, bổ sung thang đo SERVQUAL lần 2 (Phụ lục 5)

Thành phần **Phương tiện vật chất hữu hình** được điều chỉnh thành 9 biến, loại các biến sau:

- Cách bố trí bàn tiệc và các dịch vụ khác hợp lý
- Các trang trí món ăn đa dạng, đẹp mắt
- Bảng hướng dẫn đến khu vực công cộng rất rõ rang

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Dàn chào khánh tiết để đón tiếp khách nhã nhặn, lịch sự
- Ánh sang trang trí tạo cảm giác dễ chịu
- Nhà hàng gần trung tâm thành phố
- Đường đến nhà hàng để tham dự tiệc thuận tiện với anh (chị)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nhà hàng luôn có những đổi mới khi anh (chị) đến tham dự tiệc cưới Thành phần **Mức độ tin cậy**vẫn giữ nguyên 5 biến.

Thành phần **Mức độ đáp ứng**được điều chỉnh thành 4 biến, loại bỏ các biến sau:

- Nhân viên nhà hàng phục vụ anh (chị) chu đáo dù vào mùa cao điểm của tiệc cưới

- Nhân viên nhà hàng giao tiếp với anh (chị) thân thiện

- Nhân viên nhà hàng nhà hàng đáp ứng tốt việc phân chia và phục vụ thức ăn, nước uống trên bàn tiệc

Thành phần **Năng lực phục vụ** được điều chỉnh 5 biến, loại bỏ các biến sau:

- Khu vực công cộng của nhà hàng đảm bảo vệ sinh sạch sẽ

- Thái độ phục vụ của nhân viên nhà hàng làm anh (chị) tự tin

- Thức ăn, thức uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

Thành phần **Mức độ đồng cảm** được giữ nguyên 3 biến như ở thang đo SERVQUAL điều chỉnh lần 1.

Thang đo **mức độ hài lòng** của khách hàng sự dụng trong nghiên cứu bao gồm 4 biến quan sát đã được thảo luận và đưa vào khảo sát (cơ sở đo lường của Hayes 1994)

1 *Nhìn chung, anh (chị) hài lòng với trang thiết bị vật chất của nhà hàng*

2 *Nhìn chung, anh (chị) hài lòng với cung cách phục vụ của nhà hàng*

3 *Chất lượng dịch vụ của nhà hàng đáp ứng được yêu cầu mong đợi của anh (chị)*

4 *Anh (chị) sẽ giới thiệu nhà hàng Cung Hỷ-Huế với người quen nếu họ có nhu cầu tổ chức tiệc cưới*

Qua 2 bước nghiên cứu định tính, tôi đã tiến hành sửa chữa và hoàn chỉnh thang đo kế đó soạn thảo Phiếu khảo sát (Phụ lục 6) để tiến hành nghiên cứu định lượng.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ NHÀ HÀNG CUNG HỶ-HUẾ VÀ THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI

2.1. Tổng quan về nhà hàng Cung Hỷ-Huế

2.1.1. Giới thiệu về nhà hàng Cung Hỷ-Huế

Nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ được thành lập vào tháng 4 năm 2007 theo Giấy phép kinh doanh số 3108003251 do Sở Kế Hoạch Và Đầu Tư TP.Huế cấp.

Thông tin chung:

- Tên đơn vị tiếng Việt: Công Ty TNHH Xí Hùng
- Địa chỉ: 211 Chi Lăng, TP Huế, Tỉnh Thừa Thiên Huế

Điện thoại: 054 3527039 Di động: 0983527030-0942489429

- Mã số thuế: 3301204650
- Loại hình doanh nghiệp: Công Ty TNHH
- Ngành nghề kinh doanh: Cung cấp các dịch vụ về tiệc cưới, may mặc,…

Cùng với sự phát triển trong đời sống của người dân tại thành phố Huế, nhu cầu của người dân ngày càng tăng cao và để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của mọi người, nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ đã được thành lập và đi vào hoạt động từ tháng 4 năm 2007. Nhà hàng tọa lạc tại số 211 Chi Lăng- Huế thuộc công ty TNHH Xí Hùng, với chủ sở hữu là Ông Nguyễn Chánh Hùng cùng bà Nguyễn Thị Bích Châu.

Chính thức đi vào hoạt động từ năm 2007 đến nay đã hơn 5 năm, nhà hàng Cung Hỷ-Huế đã trở nên quen thuộc với thực khách về nhà hàng chuyên tổ chức tiệc cưới. Không những vậy, nhà hàng Cung Hỷ-Huế ngày càng chú tâm vào chất lượng tiệc cưới của mình để đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của các thực khách. Nhà hàng gồm 2 tầng tổ chức tiệc cưới, có thể đáp ứng nhu cầu 2 tiệc cưới cùng 1 lúc với sức chứa tối đa tại tầng 1 là 350 khách, và tầng 2 tối đa có thể 600 khách. Nhà hàng có nhiều mức giá khách nhau có thể phục vụ nhiều tầng lớp thực khách khác nhau, tuy vậy nhà hàng vẫn đảm bảo chất lượng nên được nhiều gia đình tin cậy, giới thiệu người thân, bạn bè quay trở lại đặt tiệc tại nhà hàng. Tất cả là nhờ sự tiếp thu ý kiến và không ngừng hoàn thiện chất lượng tại nhà hàng, đặc biệt là khâu nghi lễ, phục vụ và món ăn được mọi người hết sức khen ngợi.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Nhà hàng được thiết kế theo phong cách truyền thống, tông màu chủ đạo là nâu đen, được thiết kế theo 2 tầng với các trang trí bằng hòn non bộ, bể cá, các loại cây cảnh. Ban ngày khi nhìn trực diện, có thể thấy nổi bật lên kiến trúc kiểu cổ. Ban đêm còn có hệ thống lồng đèn hết sức lung linh và trang nhã. Cách bài trí bên trong phòng tiệc đảm bảo tiện nghi và đầy đủ cơ sở vật chất, đảm bảo an ninh, an toàn. Các thiết bị, bàn ghế được sắp xếp hợp lý, hệ thống vận chuyển thức ăn và bếp nấu được bố trí thuận tiện đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm.

Khi khách hàng đến đặt tiệc cưới thì được nhân viên kinh doanh đón tiếp nhiệt tình, giới thiệu và tư vấn đầy đủ giúp khách hàng có thể có những sự lựa chọn chính xác, phù hợp với điều kiện gia đình qua đó càng làm tăng thêm niềm vui cho các gia đình đặt tiệc tại nhà hàng. Bên cạnh đó, chỗ để xe thuận tiện và thức ăn ngon là 2 yếu tố nữa khiến các gia đình đặt tiệc tại nhà hàng Cung Hỷ. Vì dù nhà hàng có đẹp, có sang trọng, nhưng nếu phần thức ăn không được chú ý thì cũng không được mọi người thích và cũng sẽ không giới thiệu cho người khác. Hiểu được điều đó nên nhà hàng Cung Hỷ rất chú trọng đến thức ăn. Và đó là những lý do tại sao nhà hàng Cung Hỷ rất được lòng yêu mến của các thực khách.

Mặc dù đã đạt có một số thành công nhất định trong việc tổ chức dịch vụ tiệc cưới nhưng đội ngũ cán bộ và nhân viên nhà hàng Cung Hỷ không vì thế mà ỷ lại, xao nhãng công việc, họ vẫn làm việc hết sức chăm chỉ để ngày càng đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của các thực khách. Cùng với nhà hàng Cung Hỷ II đang xây dựng và dự kiến đi vào hoạt động vào tháng 7/2012, nhà hàng Cung Hỷ hy vọng sẽ ngày càng được mọi người yêu mến và góp phần nâng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại thành phố Huế.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

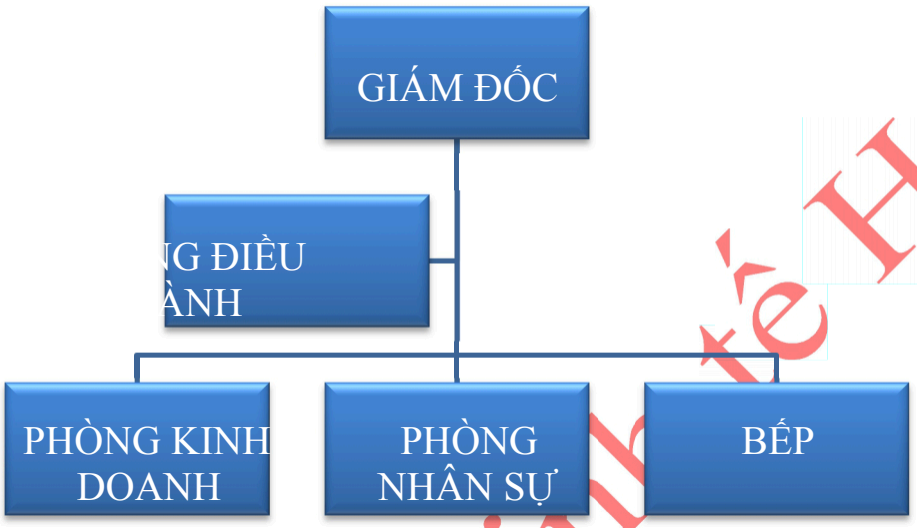
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của nhà hàng

Đạt được thành công hôm nay chính là nhờ sự quản lý và phân công lao động đúng đắn của giám đốc Chánh Hùng và chị Bích Châu. Với số lượng nhân viên ban đầu chỉ khoảng 10 người, đến nay số lượng nhân viên đã hơn 50 ngư ời. Để có thể quản lý tốt lượng



(Nguồn: Phòng nhân sự)

Hình 2.1: *Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của nhà hàng Cung Hỷ-Huế*

Giám đốc: Anh Nguyễn Chánh Hùng-Chị Nguyễn Thị Bích Châu

Nhân viên phục vụ: Nhân viên chính 10 người, nhân viên làm việc bán thời gian 10 người

Bếp: Bếp chính: 5 người, bếp phụ 15 người

Nhân viên nhà hàng: 11 người chia làm 2 ca sáng chiều.

2.1.3. Nghi thức tổ chức tiệc cưới

Nghi lễ trong tiệc cưới là một phần hết sức quan trọng. Bởi vì đây chính là tân lang và tân nương ra mắt họ hàng hai gia đình, bạn bè và người thân. Và cũng thông qua buổi tiệc cưới này đôi tân lang, tân nương có thể báo hiếu phần nào công ơn của bố me, và mọi người công nhận tân lang, tân nương chính thức là vợ chồng. Nghi lễ càng được tổ chức long trọng, chu đáo thì càng để lại ấn tượng sâu sắc trong lòng người tham dự.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tại nhà hàng Cung Hỷ, nghi lễ rất được xem trọng, và được các thực khách đánh giá là một trong những nhà hàng tổ chức tiệc cưới xem trọng phần nghi lễ và tổ chức rất bài bản và chuyên nghiệp.

Phần nghi thức:

- Trước lúc buổi tiệc bắt đầu, người nhà cùng với chuyên viên nhà hàng tiến hành ký giấy giao nhận mặt bằng và thức uống.
- Sau khi nhận thấy thực khách đã đến gần đông đủ MC chào mừng thực khách và có thông báo nhỏ giúp mọi người ổn định chổ ngồi và cũng nhằm thông báo cho buổi tiệc sắp bắt đầu.
- Chờ đợi khoảng 5 phút, khi khách đến tham dự đã vào bàn đầy đủ, ổn định chỗ ngồi, 2 MC của nhà hàng lên sân khấu phát biểu khai mạc buổi tiệc.

- Buổi lễ được bắt đầu với 2 ca sĩ hát mừng "Đám cưới trên đường quê" hoặc "Đám cưới như mơ", kết hợp với 2 ca sĩ là đoàn múa của nhà hàng.
- Sau màn hát mừng, MC giới thiệu bố mẹ 2 gia đình lên sân khấu. Sẽ tùy theo nội dung tiệc là VU QUY hay THÀNH HÔN mà MC sẽ giới thiệu bố mẹ nhà trai hoặc bố mẹ nhà gái trước.

- Nhân vật chính của buổi tiệc là đôi tân lang, tân nương là xuất hiện trên sân khấu sau phần giới thiệu bố mẹ trong tiếng nhạc, tiếng chúc mừng của thực khách. cùng với đoàn rước dâu theo phong cách truyền thống hoặc hiện đại.

- Tiếp theo, MC sẽ giới thiệu phần phát biểu ý kiến của 2 gia đình và tặng quà của nhà hàng.
- Cô dâu, chú rể tiến đến phần cắt bánh kem trong tiếng nhạc.

- Một phần không thể thiếu đó là rót rượu Champagne chúc mừng tại tháp rượu có đá tỏa khói mờ xung quanh hết sức lãng mạn.
- Sau phần rót rượu Champagne là lúc cô dâu, chú rể rót rượu thể hiện lòng biết ơn đối với bố mẹ và 2 gia đình kết tình thông gia với nhau. Cùng lúc đó, cô dâu, chú rể uống rượu giao bôi.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Lúc này âm thanh, ánh sáng phát huy tối đa nhiệm vụ của mình, máy bắn kim tuyến giúp cho phần sân khấu thêm sinh động. 2 hàng pháo bong bóng được kéo

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

lên hết sức đẹp mắt cùng với đó là 2 hàng pháo bông được kích hoạt phát ra những ánh sáng làm mê hoặc mọi thực khách.

- Sau cùng, MC tuyên bố phần nghi lễ kết thúc và buổi tiệc bắt đầu. 2 gia đình đi đến từng bàn để chúc mừng.

2.1.4. Hỗ trợ tiệc cưới

Để buổi tiệc tiến hành một cách thuận lợi và giúp phần nghi lễ thêm long trọng nhà hàng đã sử dụng một hệ thống trang thiết bị, âm thanh, ánh sáng hết sức chuyên nghiệp.

Đầu tiên, có thể nói đến đó là hệ thống ánh sáng, các thiết bị cung cấp ánh sáng tại nhà hàng đa phần là phải đặt hàng tại nước ngoài do tính tiện lợi, dễ sử dụng theo ý muốn của chủ nhà, có thể bật tắc hay tăng giảm cường độ ánh sáng theo từng nội dung của buổi tiệc, giúp làm nổi bật thêm cô dâu, chú rể hay là thực khách. Đồng thời, hệ thống đèn chùm, đèn mây phát ánh sáng dịu nhẹ ở toàn bộ sảnh tiệc cưới giúp cho buổi tiệc thêm sinh động.

Thứ 2 là hệ thống âm thanh, hệ thống âm thanh được thiết kế phù hợp cho tất cả mọi người, dù thực khách ngồi gần hay xa sân khấu đều đảm bảo có thể nghe rõ âm thanh một cách sống động, hệ thống âm thanh và ánh sáng được điều khiển bởi những chuyên gia phụ trách nên góp phần giảm tối đa những sai sót trong lúc buổi tiệc diễn ra.

Kế đến nữa là máy chiếu và bảng chiếu.Trước khi vào tiệc, nhà hàng nhận đĩa CD của cô dâu, chú rể để chiếu lên màn trang suốt thời gian diễn ra buổi tiệc. Nhờ vậy, mọi thực khách đều có thể chứng kiến quá trình tiến triển của cô dâu, chú rể, hay ngắm những bức ảnh hết sức lãng mạn trong ngày cưới này.

Một phần không thể không kể đến đó là hệ thống sân khấu động, có thể di chuyển.Giúp cho buổi tiệc thêm phần hào hứng.

Nhà hàng cũng không quên cách tạo điểm nhấn cho sân khấu bằng những viên đá khói lúc cắt bánh kem hay rót Champagne. Và cả những máy bắn pháo kim tuyến, máy tạo khói, pháo bong bóng hay pháo bông sáng. Tất cả góp phần hỗ trợ cho đám cưới được diễn ra hết sức long trọng và đẹp đẽ.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bằng cách sử dụng các thiết bị hỗ trợ trong việc tổ chức tiệc cưới nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ ngày càng hoàn thiện thêm chất lượng dịch vụ của mình, được đại đa số khách hàng đánh giá la một nhà hàng uy tín, chất lượng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.5. Thực đơn tiệc cưới

Theo đánh giá của đại đa số thực khách tại nhà hàng thì thức ăn tại nhà hàng Cung Hỷ ngon, hợp khẩu vị, thiết kế đẹp mắt đảm bảo vệ sinh. Đây chính là yếu tố mà nhà hàng Cung Hỷ quan tâm hàng đầu trong chất lượng dịch vụ của mình. Thức ăn do chính giám đốc Nguyễn Thị Bích Châu chọn lựa và lên thực đơn, chính Giám đốc cũng là ngư ời trực tiếp điều hành và quản lý khâu chế biến để đảm bảo chất lượng cho chính những món ăn của mình. Nhà hàng có thực đơn theo Set Menu với nhiều mức giá khác nhau để khách hàng có thể lựa chọn. Thấp nhất là 170.000đồng/1 suất. Tuy giá thành suất ăn có sự chênh lệch nhưng chất lượng món ăn vẫn rất đảm bảo.

Một số thực đơn điển hình

Thực đơn 170.000 đồng/1 Suất	**Thực đơn 180.000 đồng/1 Suất**
1. Bát bửu khai vị	1. Chả tôm+Gỏi thập cẩm
2. Cháo hải sản	2. Cháo tôm chả cua gân
3. Bắp bò hấp gừng	3. Gà hấp cải+Bánh bao
4. Gà quay mật ong	4. Lẩu nấm hải sản
5. Cơm gói lá sen	5. Cơm hấp lá sen
6. Sữa chua	6. Trái cây theo mùa
Thực đơn 190.000 đồng/1 Suất	**Thực đơn 200.000đồng/ 1 Suất**
1. Thiên Nga khai vị	1. Dê tái chanh (ngầu pín)
2. Súp gà hạt sen	2. Cháo hải sản
3. Tôm rang me	3. Tôm móc ly
4. Lẩu nấm hải sản	4. Cá diêu hồng chiên xù
5. Xôi gấc tôm chấy	5. Lẩu nấm gà
6. Trái cây thập cẩm	6. Bánh phu thê hộp

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng Cung Hỷ trong năm 2010-2011

2.1.6.1. Tình hình tài sản và nguồn vốn

Bên cạnh các yếu tố góp phần thành công của một doanh nghiệp như là thương hiệu, nguồn nhân lực thì yếu tố Tài sản và Nguồn Vốn góp một phần rất quan trọng.

Nhìn vào Bảng 2.1 ta có thể thấy được Tổng tài sản của doanh nghiệp năm 2011 tăng so với năm 2012 là8,106trđ**.** Trong đó, tiền và các khoản tương đương tiền không có sự chênh lệch nhiều giữa 2 năm 2010 và 2011. Các khoản phải thu ngắn hạn trong năm 2011 tăng 83,193trđ so với năm 2010, do trong năm nay nhà hàng có cho các khách hàng kéo dài thời gian thanh toán tiền cưới ban đầu là khoảng 3 ngày sau khi cưới là khách hàng phải thanh toán đầy đủ tiền dịch vụ cưới, nhưng nếu gặp những khách hàng thân quen thì có thể gia hạn thêm thời gian thanh toán. Hàng tồn kho trong năm 2011 giảm so với năm 2010 là 186,872trđ. Doanh nghiệp đã có sự quản lý tốt hơn hàng tồn kho của mình, nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất kinh doanh đã đi vào thời gian hoạt động hiệu quả và đều đặn góp phần sử dụng tốt nguồn lực của doanh nghiệp.

Khoản mục Tài sản cố định và Tài sản ngắn hạn khác có sự tăng đột biến do trong năm 2011 này doanh nghiệp có quyết định mở rộng thêm 1 cơ sở thứ 2 nên cần phải đầu tư thêm cơ sở vật chất và các trang thiết bị phù hợp. Cụ thể: Tài sản ngắn hạn khác tăng thêm do phải trả thuế và các khoản phải thu khác của nhà nước 9,908trđ. Tài sản cố định tăng thêm 289,839trđ so với năm 2010. Khoản mục tài sản dài hạn khác trong năm 2011 giảm 139,036trđ so với năm 2011. Trong năm 2011, đa số các khoản mục trong phần Tổng tài sản đều tăng, góp phần mở rộng doanh nghiệp và chứng minh sự hiệu quả trong kinh doanh của doanh nghiệp.

Nhìn vào bảng so sánh phần Tổng nguồn vốn giữa 2 năm 2011 và 2010 ta có thể không có sự chênh lệch nhiều. Cụ thể Nguồn vốn đầu tư của chủ sỡ hữu không có sự thay đổi. Nguồn nợ ngắn hạn giảm 7,219trđ so với năm 2011. Nguồn lợi nhuận sau thuế chưa phân phối trong năm 2011 là 24,307trđ tăng 15,325trđ so vơi năm 2010 là 8,982trđ. Lợi nhuận tăng cao như vậy là do doanh thu thu được từ hoạt động cung cấp dịch vụ tăng. Nếu so sánh với tình hình khó khăn chung của nền kinh tế Việt Nam thì những kết quả đạt được như vậy rất đáng để khích lệ và để đạt được điều này nhờ sự đóng góp rất lớn của anh chị em nhân viên và sự lãnh đạo của ban giám đốc.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.1: *Tình hình tài sản và nguồn vốn trong năm 2010-2011*

ĐVT:*Triệu đồng Việt Nam*

Chỉ tiêu	2011		2010		So sánh 2011/2010	
	GT	%	GT	%	+/-	
A. Tổng tài sản	**1927,108**	**100,00**	**1919,002**	**100,00**	**8,106**	**1**
ền và các khoản tương	728,254	37,79	777,180	(48,926)	93,70	
đương ti ền	758,075	39,34	674,882	83,193	112,33	
Các kho ản phải thu ngắn hạn	60,721	3,15	247,593			
	9,908	0,51	0,000	(186,872)	24,52	
Hàng t ồn kho	309,619	16,07	19,780	9,908	–	
Tài s ản ngắn hạn khác	60,530	3,14	199,567	289,839	1565,32	
	1927,108	**100,00**	**1919,00**			
Tài s ản cố định	2,800	0,15	10,020	(139,036)	30,33	
	1900,000	98,59	1900,000			
Tài s ản dài hạn khác	24,307	1,26	8,982	**8,106**	**100,42**	
				(7,220)	27,95	
B. Tổng nguồn vốn				0,000	100,00	
				15,326	270,64	
ợ ngắn hạn						
ốn đầu tư của chủ sở hữu						
Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối						

(Nguồn: Phòng Kinh doanh)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.6.2. Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh

Xem bảng 2.2 ta thấy:

Về thu nhập: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh cho thấy tổng thu nhập đều tăng qua các năm. Từ năm 2010 sang 2011 tăng 56,76% (tương ứng với 526,518trđ). Doanh thu từ hoạt động bán hàng tăng từ0,927trđ đến 1453,263trđ tương ứng tăng 525,726trđ. Đây là một kết quả đáng khích lệ nhờ sự làm việc chăm chỉ của đội ngũ nhân viên và nhà hàng đã t ạo được thương hiệu riêng cho mình, được người dân tại TP.Huế tín nhiệm. Doanh thu từ hoạt động tài chính khác và thu nhập khác cũng tăng thêm nh ờ tận dụng các cơ sở vật chất của nhà hàng để cho thuê thêm cơ sở vật chất và thiết bị âm thanh, ánh sáng. Cụ thể thu nhập khác tăng 782,500đ.

Về chi phí: Chi phí cũng tăng qua các năm, từ năm 2010 qua 2011 tăng519,916trđtăng 56,78%. Trong đó, giá vốn hàng bán tăng thêm 293,677trđ, lý giải cho điều này là do giá nguyên vật liệu tăng và cơ sở sản xuất được mở rộng. Chi phí quản lý kinh doanh cũng tăng t ừ 192,583trđ lên đến 415,181trđ, lý giải cho điều này là do nhà hàng đã được sự yêu mến của người dân nên số lượng thực khách đến đặt tiệc tại nhà hàng tăng, nhà hàng phải tuyển thêm nhân viên để có thể đáp ứng đủ nhu cầu và đảm bảo chất lượng dịch vụ. Chính điều này cũng là lý do tại s ao các loại thuế tăng từ 0,934trđ đến 4,576trđ tăng 389,63%.

Về lợi nhuận: Mặc dù cũng gián tiếp chịu sự ảnh hưởng của nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng nhưng so vơi năm 2010 thì lợi nhuận của năm 2011 cũng tăng thêm 6,601trđ,cụ thể tăng từ 11,975trđ (2010) đến 18,577trđ (2011) tương ứng với tăng 55.12%. Trong đó chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp tăng từ 2,994trđ (2010) đến 3,251trđ (2011). Lợi nhuận sau thuế tăng 70,64%, tăng thêm 6,344trđ, tương ứng từ 8,981trđ (2010) đến 15,326trđ (2011). Chính sự tăng trưởng về lợi nhuận của doanh nghiệp trong tình hình nền kinh tế đang gặp khó khăn nói lên tính hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và doanh nghiệp cần phát huy những thành quả đã đạt được này.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.2 : *Tình hình hoạt động kinh doanh trong năm 2010-2011*

ĐVT: *1000 Đồng Việt Nam*

Chỉ tiêu	2011	2010	So Sánh 2011/2010	
			+/-	%
TỔNG THU NHẬP	**1454094,274**	1453263,655	**927576,081**	**526518,193**	**156,76**
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	48,119	782,500	927536,799	525726,856	156,68
Doanh thu hoạt động tài chính	**1435517,556**	1015759,702	39,282	8,837	122,50
Thu nhập khác	415181,667	4576,187	0	782,500	-
CHI PHÍ	**18576,718**	3250,926	**915600,646**	**519916,910**	**156,78**
Giá vốn hàng bán	15325,792		722082,215	293677,487	140,67
Chi phí quản lý kinh doanh			192583,814	222597,853	215,58
Thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất khẩu, thuế giá trị gia tăng			934,617	3641,570	489,63
LỢI NHUẬN			**11975,435**	**6601,283**	**155,12**
Chi phí thuế TNDN			2993,859	257,067	108,59
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp			8981,576	6344,216	170,64

(Nguồn: Phòng kinh doanh)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.1.7. So sánh dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng Cung Hỷ với các nhà hàng khác trên địa bàn thành phố Huế

	ĐĐ/Tiêu chí	Sức chứa	Vị trí thuận lợi	Sảnh đẹp	Chất lượng phục vụ

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.3 : *So sánh giữa các nhà hàn*

CUNG HỶ	DUY TÂN	VỸ D XƯA
20 - 45 bàn	Khu A: 30 bàn Khu B: 50 bàn	25-30 bàn
211 CHI LĂNG, TP Huế Vị trí thuận lợi và dễ tìm (9/10)	**12 Hùng Vương, TP Huế** Vị trí khá thuận lợi và rất dễ tìm. (9,5/10)	**131 Nguyễn Sinh Cun TP. Huế** Vị trí khá thuận lợi dễ tìm. (8,5/10)
Sảnh cưới của Cung Hỷ gọn và đẹp. Nhờ một mặt sảnh có view tốt nên không gian cũng không	Các sảnh cưới của nhà hàng Duy Tân có không gian rộng thoáng nhưng ấm cúng. Khung	Sảnh cưới của Vỹ dạ Xưa nhỏ g và đẹp. X quang có trang trí nhiều cây

quá gò bó. Cung Hỷ sở hữu hai sảnh cưới trong nhà. (8,5/10)	cảnh (view) khá đẹp cho tiệc cưới buổi tối. Sảnh có trang thiết bị khá hiện đại (8/10)	cảnh và 1 mặt nằm sát sông Hương nên rất thơ mộng. (8.5/10)	Kh hơi có bị 1 (8/1
Mặc dù vẫn có một số nhận xét về phục vụ trong tiệc cưới còn hơi ưng chậm nh chất lượng dịch vụ của Cung Hỷ có thể đánh giá là rất tốt.	Phục vụ ở mức khá.	Vì Vỹ Dạ Xưa tổ chức tiệc cưới với số lượng bàn không cao nên chất lượng phục vụ ổn định.	Các chú các của Gia Cổ ngh

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thực đơn	Thực đơn của Cung Hỷ mang đến cho khách nhiều sự lựa chọn khác nhau. Các món ăn đa phần đều thuần việt.	Thực đơn được chia theo các món tôm, bò, cá, gà… với nhiều cách chế biến khác nhau. Khá rõ ràng cho khách khi tự xắp xếp thực đơn cho mình.	Ngoài các món ăn Âu, Á đặc sắc, Vỹ Dạ Xưa còn đưa vào thực đơn tiệc cưới một số món cao cấp cho khách lựa chọn.	Thực đơn của Nam Giao Hoài Cổ rất phong phú với hơn 11 sự lựa chọn và khách vẫn có thể thay đổi món tùy theo ý thích	Thực đơn của Nam Châu Hội Quán khá phong phú nhưng vẫn chưa được đánh giá cao
Bãi giữ xe	Có hầm giữ xe thuận lợi	Chỗ giữ xe khá thuận lợi	Phải giữ xe ở những địa điểm khác nhau	Chỗ giữ xe khá thuận lợi	Có nơi đậu xe thuận lợi
Chi phí trung bình			160.000đ/Suất 200.000đ/Suất 200.000đ/Suất	150.000đ/Suất 180.000đ/Suất	

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Qua bảng so sánh dịch vụ tiệc cưới giữa các nhà hàng thì ta có thể thấy được rằng, nhà hàng Cung Hỷ đáp ứng được nhu cầu của đại đa số các thực khách với chi phí chấp nhận được nhưng món ăn vẫn đảm bảo chất lượng và các dịch vụ đính kèm cũng rất được chú ý cẩn thận. Theo khảo sát thì khách hàng đánh giá thức ăn của nhà hàng Cung Hỷ nấu ngon hơn những nhà hàng khác, và kiến trúc kiểu cổ của nhà hàng rất phù hợp với truyền thống cưới hỏi của người dân tại thành phố Huế. Nhà hàng chỉ có một điểm yếu nhỏ đó là không gian sảnh tiệc không được rộng như nhiều gia đình mong muốn, nhưng điều đó sẽ được khắc phục khi nhà hàng Cung Hỷ II xây dựng xong và dự kiến đi vào hoạt động từ tháng 7/2012.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

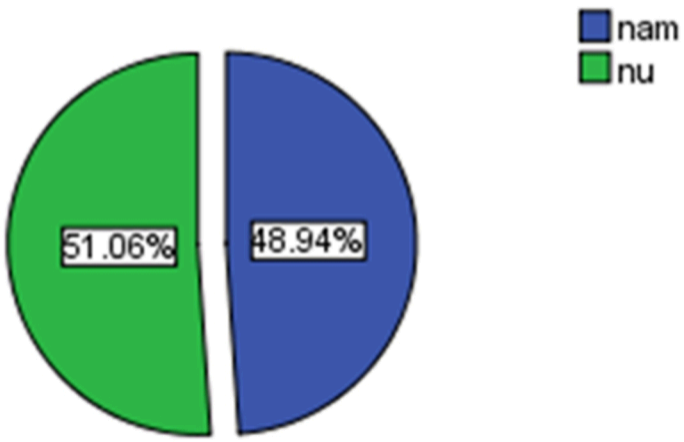
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế của thực khách

2.2.1. Thông tin mẫu nghiên cứu

Sau khi tiến hành điều tra và thu thập thông tin của 150 khách hàng, qua quá trình xử lý số liệu, nghiên cứu đã thu đư ợc những thông tin như sau:

Giới tính:



Biểu đồ 2.1 : *Tỷ lệ giới tính*

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Trong tổng thể mẫu là 141 có 69 nam chiếm tỉ lệ 48,94% , và 72 nữ chiếm 51,06%. Nghiên cứu cho thấy không có sự chênh lệnh nhiều khi tham dự tiệc cưới của giữa thực khách nam và nữ.

Đại học Kinh tế Huế

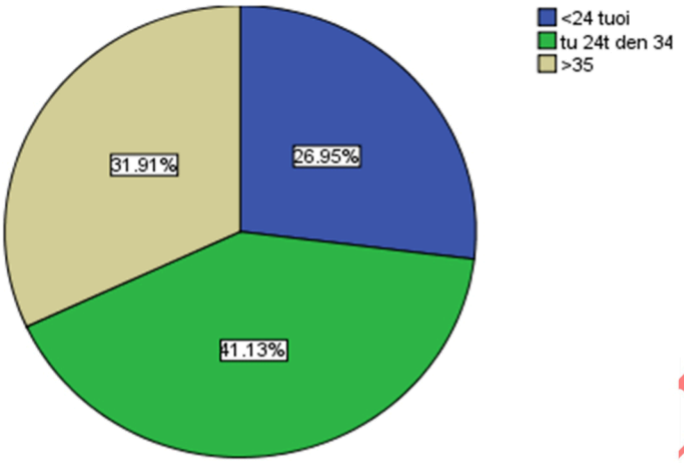
Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Độ tuổi:

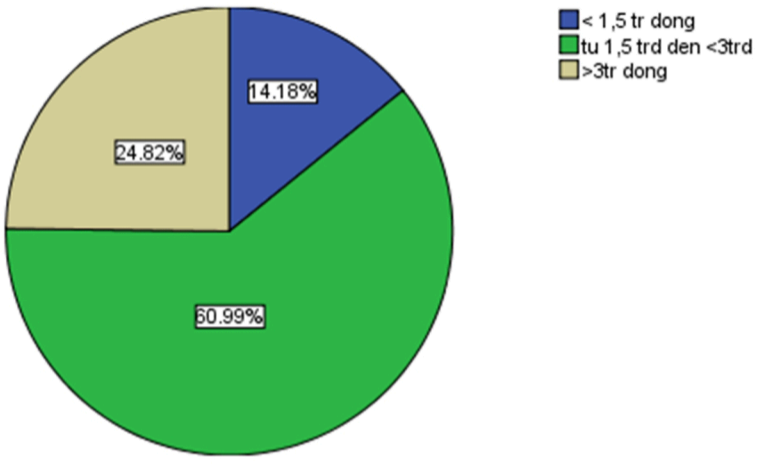


Biểu đồ 2.2.*Cơ cấu mẫu theo độ tuổi*

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Nhìn vào đồ thị thống kê thì ta có thể thấy được, thực khách trong độ tuổi từ 24 đến 34 tuổi có tỷ lệ cao nhất (58 thực khách), thực khách trên độ tuổi 35 chiếm 31,91% (45 thực khách). Và thực khách có độ tuổi dưới 24 chiếm tỷ lệ 26, 95% (38 thực khách).

Về thu nhập:



Biểu đồ 2.3: *Cơ cấu mẫu theo thu nhập*

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Đại đa số các thực khách có thu nhập trung bình từ 1,5 triệu đồng đến dưới 3tr

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

đồng/tháng, chiếm tỷ lệ 60,99%(86 thực khách). Số thực khách có thu nhập trên 3tr đồng/tháng cũng chiếm tỷ lệ cao gần 25%. Và chỉ có một số ít thực khách có thu nhập dưới 1,5tr đồng/tháng.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2.2. Kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach Alpha

2.2.2.1. Kiểm định các yếu tố chất lượng dịch vụ

Để kiểm định mức độ tin cậy của các biến, tôi đã tiến hành kiểm định hệ số tin cậy Cronbach Alpha của 26 biến quan sát, kết quả ở bảng sau

a. Mức độ tin cậy

Bảng 2.4: *Kiểm định C.A mức độ tin cậy*

Mức độ tin cậy			
		Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng
	gap kho khan, giup do	15,0638	2,290	0,503
	nhiet tinh			
	cung cap dv dung	15,0496	2,374	0,409
	ngay tu dau		2,262	0,407
	khieu nai, giai quyet	15,1206	2,150	0,508
	linh hoat		2,421	0,358
	co thay doi, giai quyet			
	kip thoi			
cung cap dich vu nhu		**Cronbach Alpha= 0, 681**		
	da gioi thieu	15,0496		

Đại học

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Alpha nếu loại biến	0,603	0,645	0,664	0,597
	0,642			

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Các biến trong thành phần mức độ tin cậy điều đảm bảo hệ số tương quan biến tổng > 0,3 và thành phần mức độ tin cậy có hệ số Cronbach Alpha= 0,681 > 0,6 nên đảm bảo tiêu chuẩn để tham gia vào các phân tích tiếp theo.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

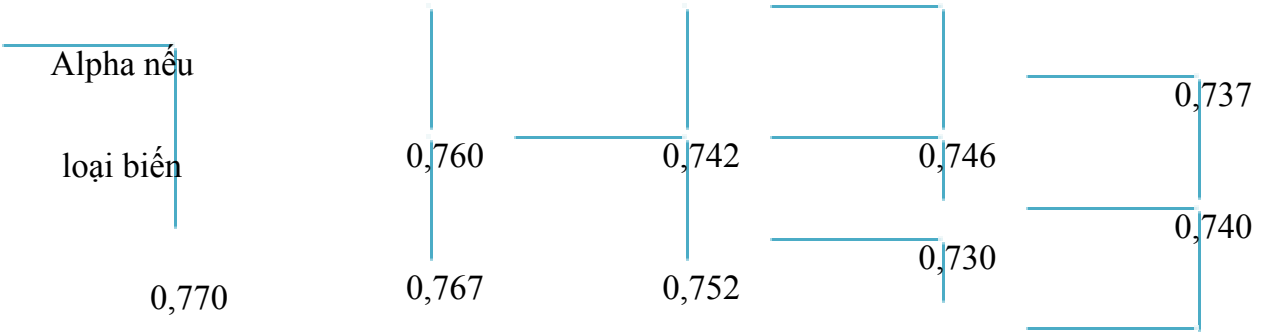
b. Phương tiện vật chất hữu hình

Bảng 2.5: *Kiểm định C.A phương tiện vật chất hữu hình*

Phương tiện vật chất hữu hình				
	vuc ve sinh sach se gia ca	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng
nha hang co khung	phai chang, co khuyen	29,2908	7,708	0,304
canh dep	mai	29,3688	7,477	0,377
nha hang co	nha hang co cho de	29,3901	7,482	0,339
trang thiet bi hien dai	xe thuan tien	29,3050	6,942	0,504
nhan vien co trang		29,2908	7,236	0,436
		29,2482	7,245	0,483
phuc lich su		29,6170	6,624	0,572
trang tri		29,5957	6,814	0,534
phong tiec hai long		29,6879	6,973	0,516
chuong trinh tiec hap dan				
MC chuyen nghiep khu				

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



Cronbach Alpha= 0, 771

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Điều kiện để đảm bảo các biến trong thành phần phương tiện vật chất hữu hình có đủđộ tin cậy làm thang đo là có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và có hệ số Cronbach Alpha > 0,6. Nhìn vào kết quả ở bảng trên thì ta thấy tất cả các biến trong thành phần này đều đủ điều kiện và sẽ được sử dụng đểnghiên cứu ở các kiểm định khác

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

c. Mức độ đáp ứng

Bảng 2.6 : *Kiểm định C.A mức độ đáp ứng*

Sẵn sàng đáp ứng			
	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
	Cronbach	1,283	0,510
nhan vien phuc chong		1,253	0,497
nhan vien luon giup do		1,144	0,589
nhan vien co ph phuc vu chuyen		1,277	0,411
giai quyet nhan dong hon du di			

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

0,645	0,651	0,593	0,706

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Thành phần mức độ đáp ứng có hệ số Cronbach Alpha= 0,713> 0,6 nên đủ độ tin cậy làm thang đo và các biến thuộc thành phần này điều đảm bảo hệ số tương quan biến tổng > 0,3 nên đều được sử dụng trong các kiểm định tiếp theo.

d. Năng lực phục vụ

Bảng 2.7 : *Kiểm định C.A năng lực phục vụ*

Năng lực phục vụ			
	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
nha hang phuc vu lich su	1,823	0,414	0,714
ban tiec ve sinh, sach se		0,622	0,670
thuc an ngon, hop khau	1,943	0,587	0,662
khong khi sanh tiec thoa mai	1,835	0,510	0,683
nha hang an ninh, an toa	1,524	0,484	0,698
Cronbach Alpha= 0,731	1,527		

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các biến trong thành phần năng lực phục vụ điều đảm bảo hệ số tương quan biến tổng > 0.3 và thành phần mức độ tin cậy có hệ số Cronbach Alpha= 0,731 > 0,6 nên đủ độ tin cậy để tham gia vào kiểm đinh EFA tiếp theo.

e. Mức độ đồng cảm

Bảng 2.8 : *Kiểm định C.Amức độ đồng cảm*

Mức độ đồng cảm				
	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
nha hang the hien su quan tam anh chi	7,1773	0,975	0,601	0,713
nhan vien hieu duoc nhu cau dac biet	7,3404	0,940	0,648	0,659
nha hang chu y d gi anh chi quan t	1,104	0,596	0,720	
Cronbach				

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Thành phần mức độ đồng cảm có hệ số Cronbach Alpha= 0,777> 0,6 nên đủ độ tin cậy làm thang đo và các biến thuộc thành phần này điều đảm bảo hệ số tương quan biến tổng > 0,3 nên đều được sử dụng trong kiểm định EFA tiếp theo.

2.2.2.2. Kiểm định mức độ hài lòng

Bảng 2.9 : *Kiểm định C.A mức độ hài lòng*

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

	Mức độ hài lòng			
	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
hai long trang thiet bi	11,6950	1,228	0,655	0,718
	11,7163	1,133	0,662	0,712
hai long cung cach phuc vu	11,7730	1,134	0,609	0,742
	11,5177	1,394	0,502	0,788
chat luong dap ung nhu cau mong doi				
gioi thieu voi nguoi quen				

Cronbach Alpha= 0,793

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Mức độ hài lòng có hệ số CronBach Alpha= 0,793 > 0,6 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến đo lường thành phần này cũng đảm bảo tiêu chuẩn > 0,3 nên các biến này đều được sử dụng trong phân tích tiếp theo.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy CronBach Alpha. Tiếp tục đánh giá mức độ hội tụ của các biến quan sát thông qua phương pháp phân tích nhân tố EFA. Không loại biến nào trong phần kiểm định Cronbach Alpha trên.

2.2.3.1. Phân tích EFA các yếu tố chất lượng dịch vụ

Điều kiện để số liệu phù hợp với phân tích nhân tố là KMO > 0.5 và kiểm định Bartlett's cho giá trị p-value nhỏ hơn mức ý nghĩa 0.05.

Bảng 2.10 :*Kiểm định KMO các yếu tố chất lượng dịch vụ*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,750
Bartlett's Test of Sphericity	App df Sig.	874,280 153 0,000

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Kết quả phân tích cho thấy giá trị KMO có giá trị 0,75 lớn hơn 0,5. Kết quả này chứng tỏ dữ liệu đủ lớn .Kết quả kiểm định Bartlett's Test of Sphericity có giá trị 0,000 nhỏ hơn 0,05 nên các biến thu được trong phân tích nhân tố điều có ý nghĩa.

Bảng 2.11 : *Kết quả phân tích EFA các yếu tố chất lượng dịch vụ*

Component	**5**
	6
1	
	7
2	
	8
3	
	9
4	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumula %	Total	% of Variance	Cumulative %
5,010	27,836	27	5,010	27,836	
1,743	9,682	37	1,743	9,682	
1,506	8,365	45	1,506	8,365	
1,435	7,975	53	1,435	7,975	
1,232	6,842	60	1,232	6,842	
1,114	6,188	66	1,114	6,188	
0,862	4,790	71			
0,833	4,627	76			
0,753	4,184	80			

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

10	0,618	3,433	83,923			
11	0,554	3,079	87,002			
12	0,508	2,823	89,825			
13	0,437	2,430	92,255			
14	0,384	2,133	94,388			
15	0,343	1,906	96,294			
16	0,270	1,501	97,795			
17	0,246	1,367	99,162			
18	0,151	0,838	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Để xác định số lượng nhân tố, trong nghiên cứu này sử dụng 2 tiêu chuẩn.

Thứ nhất là tiêu chuẩn Kaiser (Kaiser Criterion) nhằm xác định số nhân tố được trích từ thang đo. Các nhân tố kém quan trọng bị loại bỏ, chỉ giữ lại những nhân tố quan trọng bằng cách xem xét giá trị Eigenvalue. Giá trị Eigenvalue đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, Chỉ có nhân tố nào có Eigenvalue lớn hơn 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích.

Thứ hai là tiêu chuẩn phương sai trích (Variance Explained Criteria): Phân tích nhân tố là thích hợp nếu tổng phương sai trích không được nhỏ hơn 50%.

Dựa theo bảng trên, tổng phương sai trích là 66,889% > 50%, do đó, phân tích nhân tố là phù hợp.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.12 : *Kết quả phân tích EFA các yếu tố chất lượng dịch vụ*

	Thành phần	
phuc vu	tri phong tiec	1
chuyen nghiep ban tiec ve sinh, sach se thuc an ngon, hop khau vi chuon g trinh tiec hap dan	hai long	0,834
nhan vien phuc vu nhanh chong		0,834
nhan vien luon san sang giup do		0,594
khu vuc ve sinh sach se		
co thay doi, giai quyet kip thoi		
nha hang co cho de xe		
thuan tien		
cung cap dich vu nhu da gioi		
thieu cung cap dv dung ngay		
tu dau gap kho khan, giup do		
nhiet tinh nha hang co khung canh dep		
nha hang co trang thiet bi hien dai trang		

nha hang chu y den nhung gi anh chi quan tam

nhan vien hieu duoc nhu cau dac biet

nha hang the hien su quan tam anh chi

nhan vien co phong cach

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2	3	4	5

0,511

(Nguồn: Số liệu điều tra)

0,848

0,832

0,669

0,820

0,722

0,681

0,765

0,755

0,661

0,813

0,711

0,604

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Kết quả sau khi xoay nhân tố thì 18 biến được chia thành6 nhóm thành phần chính và được mô tả như sau:

Thành phần 1: Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Năng lực phục vụ"**

- Chương trình tổ chức tiệc chuyên nghiệp, hấp dẫn
- Bàn tiệc đảm bảo vệ sinh, sạch sẽ
- Thức ăn ngon, hợp khẩu vị

Các thực khách luôn rất coi trọng năng lực phục vụ của nhà hàng, và đây được xem là một nhân tố tác động rất lớn đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới và sự hài lòng của khách hàng. Một nhà hàng dù có trang thiết bị đẹp hay hiện đại bao nhiêu nhưng thức ăn không ngon và không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm thì cũng không được đánh giá cao.Nhóm nhân tố này giải thích được 27,836% biến động của phương sai.

Thành phần 2:Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Sự đồng cảm"**

- Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến anh (chị)
- Nhân viên nhà hàng hiểu được những nhu cầu đặc biệt của anh (chị)
- Nhà hàng chú ý đến những gì anh (chị) quan tâm nhiều nhất

Sự đồng cảm có nghĩa là đ ội ngũ nhân viên nhà hàng hiểu đến ca những điều mà thực khách chưa nói. Các thực khách đánh giá cao những gì mà nhân viên nhà hàng quan tâm đến ho. Nhóm nhân tố này giải thích được 9,682% biến động của phương sai.

Thành phần 3:Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Sẵn sàng đáp ứng"**

- Nhân viên nhà hàng phục vụ nhu cầu anh (chị) nhanh chóng
- Nhân viên nhà hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ anh (chị)
- Nhân viên nhà hàng có phong cách phục vụ chuyên nghiệp

Mặc dù là vào mùa đông khách hay là vào mùa thấp điểm, sự đảm bảo đối với thực khách cũng rất quan trọng. Các thực khách tham dự tiệc cưới đều mong muôn đội ngũ nhân viên có thể đáp ứng nhu cầu của họ một cách nhanh nhất. Tránh những khía cạnh tâm lý trong lúc chờ đời.Nhóm nhân tố này giải thích được 8,365% biến động của phương sai.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Thành phần 4: Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Quan tâm khách hàng**"

- Khi có sự thay đổi trong dịch vụ, nhà hàng thông báo kịp thời

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Khu vực vệ sinh công cộng ở nhà hàng sạch sẽ
- Nhà hàng có chỗ để xe thuận tiện

Thành phần này là nhóm mới xuất hiện sau khi phân tích EFA, nhóm này được đặt tên là quan tâm khách hàng do các biến đo lường các yếu tố tạo sự thuận lợi cho khách hàng khi đến tham dự tiệc cưới. Nhóm nhân tố này giải thích được 7,975% biến động của phương sai.

Thành phần 5:Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Mức độ tin cậy**"

- Nhà hàng cung cấp dịch vụ tiệc cưới như đã giới thiệu
- Khi anh (chị) gặp khó khăn, nhà hàng giúp đỡ nhiệt tình
- Nhà hàng cung cấp dịch vụ đúng ngay từ đầu

Mức độ tin cậy luôn là một thành phần không thể thiếu tác động đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới. Có câu nói "Uy tín là chất lượng", các thực khách cho rằng để nhà hàng có thể thành công và có thể cạnh tranh được với các dịch vụ cùng loại thì đây là một thành phần vô cùng quan trọng. Nhóm nhân tố này giải thích được 6,842% biến động của phương sai.

Thành phần 6: Bao gồm 3 biến được đặt tên là "**Phương tiện vật chất hữu hình**"

- Nhà hàng có khung cảnh đẹp
- Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại
- Cách trang trí phòng tiệc làm anh (chị) hài lòng

Ngày nay, các thực khách đều mong muốn tham dự những tiệc cưới có cơ sở vật chất tốt, hiện đại, luôn đổi mới, điều đó chứng tỏ kỳ vọng của thực khách ngày càng cao, họ hướng đến nhu cầu cao hơn là được "ăn ngon mặc đẹp" và được sự tôn trọng của mọi người. Do đó nhóm thành phần này cũng được thực khách quan tâm. Nhóm nhân tố này giải thích được 6,188% biến động của phương sai.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Bảng 2.13 : *Kết quảkiểm định C.A các thành phần mới.*

	Thành phần				
	1	2	3	4	5	6
Cronbach Alpha	0, 689	0,777 0,706		0,713	0,649	0,654

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Qua 6 lần phân tích EFA, kết quả thu được như trên. Kết quả cũng cho thấy một số thay đổi biến trong các thành phần, thang đo từ 5 thành phần chuyển sang thang đo 6 thành phần. Sau đó, tôi đã tiến hành kiểm định lại thang đo bằng hệ số CronBach Alpha. Kết quả cũng cho thấy thang đo đã đạt yêu cầu và có thể thực hiện trong các kiểm định tiếp theo.

2.2.3.2. Phân tích EFA mức độ hài lòng

Bảng 2.14 : *Kết quả phân tích EFA mức độ hài lòng*

	Thành phần1
	0,830
hai	0,825
long	
cung	
cach	
phuc	
vu hai	
long	
trang	
thiet bi	

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

chat luong dap	0,789
ung nhu cau	0,699
mong doi gioi	2,479
thieu voi nguoi	
quen Eligenvalue	
Phương sai trích (%)	6198
Cronbach Alpha	0,793

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Kết quả sau khi phân tích EFA mức độ hài lòng, trích được 1 yếu tố tại Eligenvalue 2,479 và phương sai trích thu được là 61,987% > 50%. Và trọng số của các biến trong thành phần này đều đạt điều kiện để thực hiện các phân tích tiếp theo.

2.2.3.3. Điều chỉnh mô hình nghiên cứu

Qua các lần phân tích EFA ở các bảng trên, tôi nhận thấy thành phần và các biến có sự thay đổi, thành phần từ 5 chuyển thành 6 và các biến trong các thành phần như sau:

Phương tiện vật chất hữu hinh

Nhà hàng có khung cảnh đẹp

Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại

Cách trang trí phòng tiệc làm anh (chị) hài lòng

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Mức độ tin cậy

Nhà hàng cung cấp dịch vụ tiệc cưới như đã giới thiệu

Khi anh (chị) gặp khó khăn, nhà hàng giúp đỡ nhiệt tình

Nhà hàng cung cấp dịch vụ đúng ngay từ đầu

Năng lực phục vụ

Chương trình tổ chức tiệc chuyên nghiệp, hấp dẫn

Bàn tiệc đảm bảo vệ sinh, sạch sẽ

Thức ăn ngon, hợp khẩu vị

Sẵn sàng đáp ứng

Nhân viên nhà hàng phục vụ nhu cầu anh (chị) nhanh chóng
Nhân viên nhà hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ anh (chị)
Nhân viên nhà hàng có phong cách phục vụ chuyên nghiệp

Sự đồng cảm

Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến anh (chị)

Nhân viên nhà hàng hiểu được những nhu cầu đặc biệt của anh (chị)

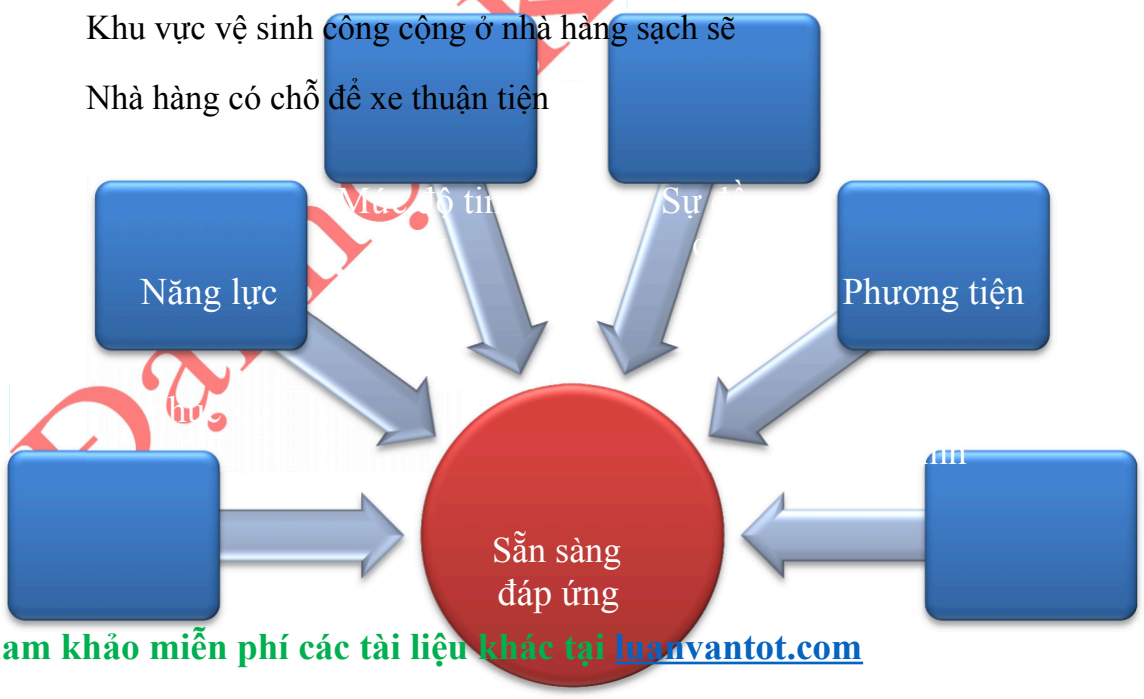
Nhà hàng chú ý đến những gì anh (chị) quan tâm nhiều nhất

Quan tâm khách hàng

Khi có sự thay đổi trong dịch vụ, nhà hàng thông báo kịp thời

Khu vực vệ sinh công cộng ở nhà hàng sạch sẽ

Nhà hàng có chỗ để xe thuận tiện



Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Hình 2.2: *Thang đo chất lượng dịch vụ tiệc cưới sau khi đã đi ểu chỉnh*

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2.2.3.4. Ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ

Bảng 2.15 : *Trung bình các thành phần ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ*

	N	Mean	Std. Deviation
TBPTHH	141	3,7778	0,38968
TBMDTC	141	3,7967	0,41742
TBNLPV	141	3,9409	0,32436
TBMDDU	141	3,9149	0,37671
TBMDDC		3,6123	0,47580
TBQTKH		3,5414	0,45867

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Nhìn vào kết quả ta có thể nhận thấy các thành phần đều có tác động đến mức độ hài lòng của khách hàng.Trong đó thành phần Năng lực phục vụvà Mức độ đáp ứng chiếm tỉ lệ cao nhất.Các thành phần đều có ảnh hưởng quan trọng gần như nhau đến chất lượng dịch vụ.

2.2.4. Phân tích hồi quy

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sau khi tiến hành kiểm định thang đo và phân tích nhân tố khám phá nhằm lấy cơ sở cho việc phân tích hồi quy. Tôi áp dụng phương pháp hồi quy đa biến nhằm đo lường mức độ tác động của từng nhân tố đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng Cung Hỷ-Huế.

Bảng 2.16 : *Kiểm định độ phù hợp các biến hồi quy*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,790[a]	0,624	0,602	0,29150

a. Predictors: (Constant), QTKH, MDDU, PTHH, MDTC, MDDC, NLPV

(Nguồn: số liệu điều tra)

Giá trị R^2 = 0,624 hay R^2 hiệu chỉnh bằng 0,602 tức là mô hình đã giải thích được 60,2% biến động của phương sai. Điều này chứng tỏ rằng các biến có sự tương quan khá chặt chẽ.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Trong mô hình nghiên cứu phân tích hồi quy, biến phụ thuộc là "Mức độ hài lòng chất lượng dịch vụ", các biến độc lập là nhân tố đã được rút trích trong kiểm định EFA trước đó.

Mô hình hồi quy được lựa chọn xây dựng là mô hình hàm hồi quy tuyến tính bội có dạng:

$$Y = ß_0 + ß_1*X_1 + ß_2*X_2 + ß_3*X_3 + ß_4*X_4 + ß_5*X_5 + ß_6*X_6$$

Trong đó: Y là biến phụ thuộc(Mức độ hài lòng chất lượng dịch vụ), $ß_k$ là các hệ số hồi quy riêng phần, X_i là các biến độc lập trong mô hình.

Các biến độc lập được sử dụng để phân tích hồi quy bao gồm:

X_1 là Phương tiện vật chất hữu hình

X_2 là Mức độ tin cậy

X_3 là Năng lực phục vụ

X_4 là Mức độ đáp ứng

X_5 là Mức độ đồng cảm

X_6 là Quan tâm khách hàng

Bảng 2.17: *Hệ số của phương trình hồi quy*

Coefficients[a]				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,206	0,371	
	NLPV	0,233	0,090	0,076
	MDDU	0,052	0,074	0,155
	PTHH	0,247	0,059	0,212
	QTKH	0,089	0,064	0,055
	MDTC	0,069	0,070	0,329
	MDDC	0,132	0,068	

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

	t	Sig.
0,115		
	3,248	0,001
	0,995	
	1,960	0,000
	2,581	0,000
	0,701	
	4,148	0,001
	1,386	0,000
		0,000
		0,000

a. Dependent Variable: MDHL

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Từ kết quả trên,tôi xây dựng mô hình hôi quy diễn tả mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng như sau

Mức độ hài lòng = 1,206 + 0,069*X_1 + 0,132*X_2 + 0,233*X_3 + 0,052*X_4+ 0,247*X_5 + 0,089*X_6

Các hệ số hồi quy ß phản ánh tỷ lệ thuận hay nghịch với quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng.

$ß_1$ = 0,069 phản ánh mức độ hài lòngvề chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên 0,069 đơn vị khi Phương tiện hữu hình tăng lên 1 đơn vị.

$ß_2$ = 0,132 phản ánh mức độ hài lòngvề chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên 0,132 đơn vị khi mức độ tin cậy tăng lên 1 đơn vị.

$ß_3$ = 0,233 phản ánh mức độ hài lòngvề chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên 0,233 đơn vị khi năng lực phục vụ của nhà hàng tăng lên 1 đơn vị.

$ß_4$ = 0,052 phản ánh mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên 0,052 đơn vị khi mức độ đáp ứng của nhà hàng tăng lên 1 đơn vị.

$ß_5$ = 0,247 phản ánh mức độ hài lòngvề chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên0,247 đơn vị khi mức độ đồng cảm tăng lên 1 đơn vị.

$ß_6$ = 0,089 phản ánh mức độ hài lòngvề chất lượng dịch vụ của khách hàng sẽ tăng lên 0,089 đơn vị khi mức độ quan tâm khách hàng tăng lên 1 đơn vị.

2.2.5. Phân tích tương quan

Bảng 2.18: *Phân tích tương quan*

	PTHH	MDHL	MDTC	NLPV	MDDU	MDDC	QTKH

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PTHH	Pearson Correlation	1	0,293**	0,286**	0,329**	0,227**	0,238**	0,323**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	141	141	141	141	141	141	141
MDHL	Pearson Correlation	0,293**	1	0,367**	0,413**	0,224**	0,485**	0,401**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	141	141	141	141	141	141	141

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

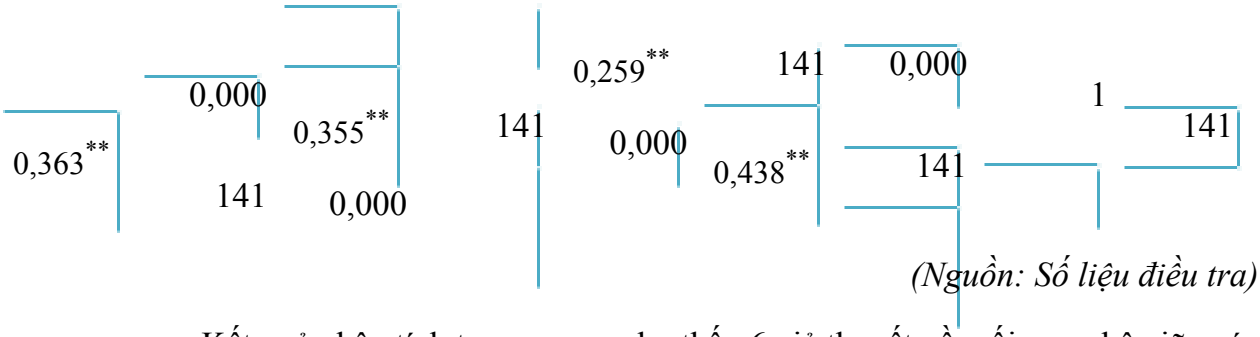
Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

MDTC	Pearson Correlation	0,286**	0,367**	1	0,380**	0,313**	0,260**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	141	141	141	141	141	141
NLPV	Pearson Correlation	0,329**	0,413**	0,380**	1	0,394**	0,298**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	141	141	141	141	141	141
MDDU	Pearson Correlation	0,227**	0,224**	0,313**	0,394**	1	0,302**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	141	141	141	141	141	141
MDDC	Pearson Correlation	0,238**	0,485**	0,260**	0,298**	0,302**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	
	N	141	141	141	141	141	141
QTKH	Pearson Correlation	0,323**	0,401**	0,363**	0,355**	0,259**	0,438**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	141	141	141	141	141	141

Học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149



(Nguồn: Số liệu điều tra)

Kết quả phân tích tương quan cho thấy 6 giả thuyết về mối quan hệ giữa các thành phần chất lượng dịch vụ tiệc cưới và sự hài lòng của khách hàng đều có kết quả dương. Chứng tỏ các yếu tố đều có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung hỷ và ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của thực khách. Các giá trị sig. đều nhỏ hơn 0,01 do vậy chúng đều có ý nghĩa về mặt thống kê. Những mối liên hệ này cùng chiều và có tương quan giữa các thành phân chất lượng dịch vụ, cũng như có sự tương quan giữa thành phần chất lượng dịch vụ với sự hài lòng của thực khách.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khi nhà hàng có đầy đủ trang thiết bị, phong cảnh và tạo nên sự thoải mái cho khách hàng thì các thực khách càng hài lòng với nhà hàng.

Đội ngũ nhân viên nhà hàng cùng với uy tín của mình luôn đảm bảo thực hiện đúng như những gì đã cam k ết và luôn tạo sự tin cậy cho khách hàng thì sự hài lòng của các thực khách sẽ ngày càng tăng.

Trong thời đại cạnh tranh, khi các nhà hàng đều có điểm mạnh về trang thiết bị hay cả thương hiệu thì điểm mạnh về năng lực phục vụ là một yếu tố sẽ được các khách hàng xem trọng để lựa chọn địa điểm tổ chức tiệc cưới, đồng thời qua đó sẽ năng cao được mức độ hài lòng của khách hàng khi nhà hàng có năng lực phục vụ vượt trội hơn.

Khách hàng có những khía cạnh tâm lý khác nhau trong lúc chờ đợi nên nếu mức độ đáp ứng càng nhanh chóng thì các thực khách càng hài lòng.

Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đặc biệt đến khách hàng và các nhân viên phục vụ có thể đoán hiểu được những nhu cầu của các thực khách thì càng làm cho các thực khách hài lòng, từ đó nâng cao độ cạnh tranh cho nhà hàng.

Luôn đặt mình vào vị trí của khách hàng để thay đổi dịch vụ sao cho phù hợp nhất, tạo sự thuận tiện cho khách hàng. Đây cũng là một thành phần quan trọng giúp cho các thực khách hài lòng hơn.

2.2.6. Phân tích Oneway Anova

Sau cùng, tôi tiếp tục thực hiện phân tích phương sai 1 yếu tố với các biến giới tính, tuổi, thu nhập để kiểm định có sự khác biệt giữa cá yếu tố đó đến mức độ hài lòng của thực khách về chất lượng dịch vụ tiệc cưới hay không.

a. Về giới tính

Bảng 2.19 : *Phân tích O.A giới tính*

	n	it	ps	df	
B	**G**	**hi**	**T**		1
et	**ro**	**n**	**ot**	139	
w	**u**	**G**	**al**		
ee	**ps**	**ro**		140	
	W	**u**			

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Mean Square	F	Sig.
0,002	0,018	0,893
0,128		

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Giá trị sig.= 0,893 > 0,05 do đó không có sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa thực khách nam và thực khách nữ đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

b. Về độ tuổi

Bảng 2.20 : *Phân tích O.A độ tuổi*

	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2	0,132	1,040	0,356
Within Groups	138	0,127		
Total	140			

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Kết quả cho thấy không có sự khác biệt giữa các thực khách có độ tuổi khác nhau về mức độ hài lòng đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới. Giá trị sig.=0,356> 0,05.

c. Về thu nhập

Bảng 2.21 : *Phân tích O.A thu nhập*

	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2	0,018	0,141	0,869
Within Groups	138	0,129		
Total	140			

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Giá trị sig.=0,869 > 0,05 do đó không có sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa các thực khách có thu nhập khác nhau đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI NHÀ HÀNG CUNG HỶ-HUẾ

3.1. Căn cứ đề xuất giải pháp

Qua các lần xử lý và phân tích số liệu, mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman ban đầu đã đươc s ửa chữa phù hợp với chất lượng dịch vụ tiệc cưới, tuy nhiên mô hình 5 thành phần đã đư ợc sữa chữa thành 6 thành phần cho phù hợp với sự đánh giá và thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế.

Mức độ hài lòng:

1. Sẵn sàng đáp ứng
   - Nhân viên nhà hàng phục vụ nhu cầu nhanh chóng
   - Nhân viên nhà hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ
   - Nhân viên nhà hàng có phong cách phục vụ chuyên nghiệp
2. Năng lực phục vụ
   - Chương trình tổ chức tiệc
   - Bàn tiệc đảm bảo vệ sinh, sạch sẽ
   - Thức ăn ngon
3. Mức độ tin cậy
   - Nhà hàng cung cấp dịch vụ tiệc cưới như đã giới thiệu
   - Sự giúp đỡ của nhà hàng khi thực khách gặp khó khăn
   - Nhà hàng cung cấp dịch vụ đúng ngay từ đầu
4. Sự đồng cảm
   - Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến thực khách
   - Nhân viên nhà hàng hiểu được những nhu cầu đặc biệt của thực khách
   - Nhà hàng chú ý đến những gì thực khách quan tâm nhiều nhất
5. Phương tiện vật chất hữu hình

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Nhà hàng có khung cảnh đẹp
- Nhà hàng có trang thiết bị hiện đại
- Cách trang trí phòng tiệc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

6. Quan tâm khách hàng

- Khi có sự thay đổi trong dịch vụ, nhà hàng thông báo kịp thời
- Khu vực vệ sinh công cộng ở nhà hàng sạch sẽ
- Nhà hàng có chỗ để xe thuận tiện

Dựa vào mô hình 6 thành phần này cùng với sự đánh giá của khách hàng, tôi đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế.

Giải pháp sẽ được chia làm 5 phần đầy đủ các giải pháp giúp nâng cao chất lượng dịch vụ theo mô hình 6 thành phần trên, giải pháp "quan tâm khách hàng" sẽ được lồng ghép vào các giải pháp khác.

3.2. Giải pháp

3.2.1. Về cơ sở vật chất hữu hình

Qua phần đánh giá của thực khách về cơ sở vật chất hữu hình của nhà hang, ta có thể nhận thấy được đại đa số đều hài long nhưng bên cạnh đó vẫn còn một số phàn nàn về nơi đậu xe, nhà vệ sinh, hay ánh sang ở những góc xa chưa đảm bảo. Do đó, tôi xin đề xuất một số thay đổi như sau:

a. Nhà để xe, nhân viên giữ xe

Khách đến tham dự tiệc đại đa số đều muốn có một chỗ để xe rộng rãi, an toàn và có chỉ dẫn hợp lý. Nhà hàng cần có bảng chỉ dẫn rõ ràng, nổi bật để khách dễ dàng nhận biết.

Nhân viên giữ xe nên có trang phục đồng bộ để khách có thể nhận biết dễ dàng, không bị nhầm lẫn.

b. Lối vào sảnh tiệc

Hiện nay, từ vị trí để xe đến sảnh tiệc còn cách xa nhau nên trong những ngày nắng gắt hoặc mưa to thì thực khách dễ bị ảnh hưởng. Để khắc phục trường hợp này, nhà hàng nên phân công 1 đội ngũ nhân viên mang ô, dù để che cho khách và hướng dẫn khách lối vào sảnh thuận lợi. Đây tuy là một vấn đề nhỏ, nhưng nó góp phần tạo nên sự chuyên nghiệp và gây được thiện cảm đối với thực khách.

c. Không gian sảnh tiệc

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Đại học Kinh tế Huế

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Một số ý kiến cho rằng, họ đã tham dự tại nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ nhiều lần nhưng phông nền sân khấu ít thay đổi, mặc dù đã đẹp rồi nhưng tôi cũng kiến nghị

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

nhà hàng nên có 2 hoặc 3 kiểu trang trí sân khấu để làm phong phú thêm sảnh tiệc của nhà hàng.

Nhà hàng nên có sự thay đổi trong phông màn, khăn bàn, khăn ăn, bọc ghế, chén đũa theo từng mùa trong năm, hoặc theo thời tiết để gây nên sự mới mẻ, thích thú cho các thực khách, đặc biệt là các thực khách tiềm năng-những người sẽ tổ chức đám cưới sau này.

d. Nội thất nhà hàng:

Trước khi vào món ăn thì nội thất nhà hàng chính là thứ gây ấn tượng đầu tiên cho thực khách, nên nhà hàng cần quan tâm đến vấn đề này bằng cách thường xuyên thay đổi các khăn bàn, bọc ghế, chén đũa. Và thường xuyên vệ sinh sảnh tiệc để đảm bảo luôn sạch sẽ, sang trọng.

e. Hệ thống âm thanh, ánh sáng:

Nhiều thực khách phàn nàn rằng, ngồi xa không nhìn rõ sân khấu, và có nhiều góc khuất trong việc bố trí bàn tiệc. Để khắc phục tình trạng này, cần chú ý trong việc bố trí bàn tiệc và kiểm tra lại hệ thống ánh sáng tại sân khấu đảm bảo các thực khách ở xa có thể nhìn rõ sân khấu.

f. Nhà vệ sinh công cộng

Các thực khách cho rằng, nhà vệ sinh đảm bảo nhưng nơi rửa tay quá xa, khó tìm đặc biệt là với những thực khách lần đầu tham dự tiệc cưới tại nhà hàng. Khi vệ sinh xong chưa có khăn hay hệ thống làm khô tay, mặt. Để khắc phục thì nhà hàng nên bố trí lại chỗ rửa tay, và nên có hệ thống làm khô tay, khăn lau mặt sau khi vệ sinh xong cho các thực khách.

g. Góp ý của thực khách

Một số thực khách có góp ý là tại các hành lang 2 bên nên trang bị gạt tàn thuốc.

Bánh kem giả nên làm chi tiết và trang trí bắt mắt hơn nữa.

Nếu được thì nên có một đội ngũ khánh tiết để đón chào các thực khách đến với nhà hàng.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.2.2. Đào tạo nhân viên-Tăng cường năng lực phục vụ

3.2.2.1. Đào tạo nhân viên

Có thể nói nhân viên là một trong những mắc xích quan trọng góp phần tạo nên chất lượng dịch vụ. Bởi vì, tất cả mọi dịch vụ đều do con người tạo ra. Do đó, nhà hàng nên chú trọng đến nhân viên hơn nữa.

a. Tuyển dụng

Để nắm được nhu cầu về nhân viên, nhà hàng nên cân nhắc các yếu tố sau:

-Xác định loại kỹ năng nhà hàng sẽ cần.

- Xác định nhà hàng sẽ cần bao nhiêu loại kỹ năng khác nhau.

- Xác định các cách khác nhau để đáp ứng được các kỹ năng đó.

- Xác định loại nhiệm vụ cần làm

Thông báo tuyển dụng:

Có thể áp dụng các hình thức thông báo tuyển dụng sau đây:

- Thông qua văn phòng dịch vụ lao động

- Quảng cáo trên báo chí, đài phát thanh, vô tuyến truyền hình.

- Niêm yết trước cổng nhà hàng.

Yêu cầu thông báo nên ngắn gọn, rõ ràng, chi tiết và đầy đủ những thông tin cơ bản cho các ứng viên về tuổi tác, sức khoẻ, trình độ.

Càng có nhiều ứng viên cho một chỗ làm việc càng có điều kiện để tuyển chọn nhân viên phù hợp

Kiểm tra, sát hạch, trắc nghiệm và phỏng vấn ứng viên:

Đây là bước khó khăn nhất đối với ứng viên nhằm chọn ra các ứng viên phù hợp nhất. Áp dụng hình thức kiểm tra, sát hạch để đánh giá ứng viên về các kiến thức cơ bản, khả năng thực hành hay trình độ lành nghề... dưới dạng bài thi, bài tập thực hành, làm thử một mẫu công việc như đánh máy, sử dụng máy vi tính, thư ký...

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Phỏng vấn để đánh giá ứng viên về phương diện cá nhân như các đặc điểm về tính cách, khí chất, diện mạo.

Trong cuộc phỏng vấn cần:

- Khẳng định và xác định các thông tin mà họ đưa ra về trình độ, kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm;

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- Cung cấp thêm thông tin cho các ứng cử viên về công việc cần làm và tiêu chuẩn yêu cầu khi thực hiện công việc;
- Khám phá những khả năng khác có ở ứng cử viên mà doanh nghiệp có thể sử dụng;
- Đưa ra mức lương và điều kiện làm việc để xác minh xem đối tượng phỏng vấn có chấp nhận việc hay không.
- Nhà hàng nên kiểm tra lại các bản nhận xét về quá trình làm việc trước đây của các ứng cử viên.

b. Đào tạo

Đào tạo nhân viên - sự đầu tư lâu dài

Nếu sống trong một thế giới lý tưởng, bạn có thể thuê được những nh ân viên có đủ năng lực và kỹ năng để đáp ứng ngay nhu cầu của tổ chức. Nhưng trong thị trường lao động cạnh tranh ngày nay, nhu cầu có được những nhân viên có đủ kỹ năng vượt quá khả năng cung cấp. Đó là lúc cần có sự đào tạo .

Việc đào tạo không chỉ trang bị cho nhân viên những kỹ năng nghề nghiệp mà điều này cũng chỉ ra rằng bạn đang đầu tư vào họ và tạo điều kiện để họ sát cánh với tổ chức. Nhân viên cũng sẽ cảm thấy được khuyến khích và có động lực hơn.

Có nhiều phương pháp để đào tạo và phát triển nguồn nhân lực. Mỗi một phương pháp có cách thức thực hiện, ưu nhược điểm riêng mà nhà hàng cầncân nhắc để lựa chọn cho phù hợp với điều kiện công việc, đặc điểm về lao động và về nguồn tài chính của mình.

b.1.Nhà hàng đào tạo nhân viên

Đào tạo trực tiếp tại nơi làm việc, trong đó người học sẽ học được những kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc thông qua thực tế thực hiện công việc và thường là dưới sự hướng dẫn của những người lao động lành nghề hơn.

- **Đào tạo theo kiểu chỉ dẫn công việc**

Đây là phương pháp phổ biến dùng để dạy các kỹ năng thực hiện công việc cho hầu hết các công nhân sản xuất và kể cả một số công việc quản lý. Quá trình đào tạo bắt đầu bằng sự giới thiệu và giải thích của người dạy về mục tiêu của công việc và chỉ

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

dẫn tỉ mỉ, theo từng bước về cách quan sát, trao đổi, học tập và làm thử cho tới khi thành thạo dưới sự hướng dẫn và chỉ dẫn chặt chẽ của người dạy.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

- **Kèm cặp và chỉ bảo**

Phương pháp này thường dùng để giúp cho các cán bộ quản lý và các nhân viên giám sát có thể học được các kiến thức, kỹ năng cần thiết cho công việc trước mắt và công việc cho tương lai thông qua sự kèm cặp, chỉ bảo của những người quản lý giỏi hơn. Có ba cách để kèm cặp là:

Kèm cặp bởi người lãnh đạo trực tiếp

Kèm cặp bởi một cố vấn

Kèm cặp bởi người quản lý có kinh nghiệm hơn -

Luân chuyển và thuyên chuyển công việc

Luân chuyển và thuyên chuyển công việc là phương pháp chuyển người quản lý từ công việc này sang công việc khác để nhằm cung cấp cho họ những kinh nghiệm làm việc ở nhiều lĩnh vực khác nhau trong tổ chức. Những kinh nghiệm và kiến thức thu được qua quá trình đó sẽ giúp cho họ có khả năng thực hiện những công việc cao hơn trong tương lai. Có thể luân chuyển và thuyên chuyển công việc theo ba cách:

Chuyển đối tượng đào tạo đến nhận cương vị quản lý ở một bộ phận khác trong tổ chức nhưng vẫn với chức năng và quyền hạn như cũ.

Người quản lý được cử đến nhận cương vị công tác mới ngoài lĩnh vực chuyên môn của họ.

Người quản lý được bố trí luân chuyển công việc trong phạm vi nội bộ một nghề chuyên môn.

b.2. Cử nhân viên đi đào tạo, hoặc mời các chuyên gia đến hướng dẫn cho nhân viên của mình

- **Cử đi học ở các trường chính quy**

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Các doanh nghiệp cũng có thể cử người lao động đến học tập ở các trường dạy nghề hoặc quản lý do các Bộ, ngành hoặc do Trung ương tổ chức. Trong phương pháp này, người học sẽ được trang bị tương đối đầy đủ cả kiến thức lý thuyết lẫn kỹ năng thực hành.Tuy nhiên phương pháp này tốn nhiều thời gian và kinh phí đào tạo.

- **Các bài giảng, các hội nghị hoặc các hội thảo**

Các buổi giảng bài hay hội nghị có thể được tổ chức tại doanh nghiệp hoặc ở một hội nghị bên ngoài, có thể được tổ chức riêng hoặc kết hợp với các chương trình đào tạo

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

khác. Trong các buổi thảo luận, học viên sẽ thảo luận theo từng chủ đề dưới sự hướng dẫn của người lãnh đạo nhóm và qua đó họ học được các kiến thức, kinh nghiệm cần thiết.

- **Đào tạo theo kiểu chương trình hóa, với sự trợ giúp của máy tính**

Đây là phương pháp đào tạo kỹ năng hiện đại ngày nay mà nhiều công ty ở nhiều nước đang sử dụng rộng rãi. Trong phương pháp này, các chương trình đào tạo được viết sẵn trên đĩa cứng của máy tính, người học chỉ việc thực hiện theo các hướng dẫn của máy tính, phương pháp này có thể sử dụng để đào tạo rất nhiều kỹ năng mà không cần có người dạy.

- **Đào tạo theo phương thức từ xa**

Đào tạo từ xa là phương thức đào tạo mà giữ người dạy và người học không trực tiếp gặp nhau tại một điểm và cùng thời gian mà thông qua phương tiện nghe nhìn trung gian.Phương tiện trung gian này có thể là sách, tài liệu học tập, băng hình, băng tiếng, đĩa CD và VCD, Internet (Video-Conferencing).Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ thông tin các phương tiện trung gian này càng đa dạng.

Phương thức đào tạo này có ưu điểm nổi bậc là người học có thể chủ động bố trí thời gian học tập cho phù hợp với kế hoạch của cá nhân; người học ở các địa điểm xa trung tâm đào tạo vẫn có thể tham gia được những khóa học, chương trình đào tạo có chất lượng cao. Tuy nhiên, hình thức đào tạo này đòi hỏi các cơ sở đào tạo phải có tính chuyên môn hóa cao, chuẩn bị bàu giảng và chương trình đào t ạo phải có sự đầu tư lớn.

b.3 Nhân viên tự đào tạo

Đặc điểm của phương pháp này là đòi hỏi nhân viên phải vượt ra khỏi những gì đã biết, tự học hỏi them những kỹ năng mới để hoàn thành nhiệm vụ được giao.

Lựa chọn những nhân viên có khả năng hoàn thành nhiệm vụ vượt quá năng lực.Đó thường là những người đã đảm nhiệm thành thục một công việc trong suốt một thời gian dài và đang cảm thấy nó trở nên nhàm chán, hoặc là những người có tài có ý chí vươn lên khát vọng thăng tiến trong sự nghiệp.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Khuyến khích đúng cách để nhân viên sẵn sang đảm nhận nhiệm vụ. Giám đốc có thể dựa vào các nhu cầu khác nhau của từng nhân viên để tạo động lực cho nhân viên: lương bổng, tương lai nghề nghiệp.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Sẵn sang hỗ trợ khi cần thiết. Ban giám đốc cùng những nhân viên có kinh nghiệm cần giúp đỡ và cung cấp các công cụ cần thiết để những nhân viên này có nhiều khả năng thành công hơn và luôn thấy hào hứng trong công việc.

c. Chế độ khen thưởng, kỷ luật

Ngoài các chế độ khen thưởng, kỷ luật đang áp dụng. Tôi đề nghị nhà hàng nên có chế độ khen thưởng bằng cách sau:

"Nhân viên xuất sắc nhất tháng": cuối mỗi tháng các nhân viên sẽ bầu chọn xem ai là nhân viên làm việc tốt nhất, nhân viên chăm chỉ nhất và nhân viên được Giám đốc đánh giá tốt nhất. Phần thưởng có thể bằng tiền hoặc hiện vật khuyến khích nhân viên làm việc tốt hơn.

"Ý tưởng": giải này được trao cho nhân viên có những ý tưởng hay, tốt về cách để hoàn thiện thêm nhà hàng, tạo ra những ý tưởng mới lạ, hấp dẫn, góp phần làm tăng thêm tính cạnh tranh cho nhà hàng.

3.2.2.2. Tăng cường năng lực phục vụ

Trong lĩnh vực tổ chức tiệc cưới nói chung và ngành dịch vụ nói chung, năng lực phục vụ chiếm một vai trò hết sức quan trọng, nó góp phần tạo nên chất lượng của dịch vụ, và sẽ được khách hàng hết sức chú trọng. Để có thể tăng cường thêm năng lực phục vụ thì nhà hàng Cung Hỷ nên có một số thay đổi như sau

a. Luôn đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm

Mặc dù được đánh giá là một nhà hàng luôn đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, nhưng không vì thế mà xem nhẹ khâu này, vì chỉ cần sơ xuất là có thể gặp sự cố. Điển hình là phải thường xuyên theo dõi bản tin thời sự để có thể cập nhật các loại dịch bệnh, các loại thức ăn có thể bị nhiễm bệnh…

b. Thống nhất đội ngũ nhân viên phục vụ

Để tránh tình trạng một nhân viên chưa thạo nghiệp vụ dẫn đến sai sót trong lúc tác nghiệp, nhà hàng nên thống nhất về nghiệp vụ, nhân viên mới thì chỉ nên quan sát học tập, làm những công việc đơn giản, từ từ hoàn thiện nghiệp vụ của mình.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Mỗi tháng 1 lần, nên tổ chức họp đội ngũ nhân viên phục vụ để qua đó nêu lên những ưu điểm, khuyết điểm của từng cá nhân qua đó hoàn thiện thêm đội ngũ nòng cốt.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

c. Huấn luyện "nụ cười"

Quá trình dịch vụ là quá trình tiếp xúc giữa con người và con người nên vấn đề "thiện cảm" sẽ gây ấn tượng tốt cho thực khách. Luôn luôn nở nụ cười với khách sẽ làm cho không khí trở nên thoải mái hơn. Từ đó,sẽ tạo được thiện cảm với thực khách, rất có lợi trong việc xây dựng hình ảnh của nhà hàng.

3.2.3. Về sự sẵn sàng đáp ứng

Mỗi tiệc cưới thường có số lượng thực khách tham dự rất đông, nên về khả năng đáp ứng sẽ có rất nhiều hạn chế, để có thể khắc phục về vấn đề này, nhà hàng Cung Hỷ có thể thực hiên theo cách sau

a. Phân chia khu vực

Ta có thể chia sảnh tiệc ra làm 2, bên trái phân chia 5 phục vụ bàn cùng 1 quản lý chính, bên phải cũng như vậy. Việc phân chia như vậy đảm bảo cho nhà hàng luôn có sự quan tâm đồng đều đến cả sảnh tiệc.

b. Phân chia nhiệm vụ nhân viên phục vụ

Tùy theo số lượng khách mà phân chia số lượng nhân viên phục vụ cho phù hợp. ví dụ, mỗi nhân viên phục vụ đảm nhận 1 đến 2 bàn thì phải đảm bảo 2 bàn đó luôn được phục vụ chu đáo.

Trong trường hợp khách ngồi theo bàn không quen nhau thì nhân viên phục vụ cần đáp ứng tốt việc phân chia thức ăn, thức uống.

c. Giải quyết nhanh chóng các vấn đề phát sinh

Có thể phân nhân viên có kinh nghiệm nhiều nhất đi lại quan sát sảnh tiệc để giải quyết các vấn đề phát sinh như

- Khách đi đông hơn dự định: lập tức có cách giải quyết, thông báo kịp thời với bếp, phục vụ bàn để không để các thực khách phải đợi lâu
- Gặp sự cố ở bàn tiệc: trấn an mọi người, hạn chế việc làm lớn sự việc, giải quyết nhanh chóng.
- Gặp sự cố ở khâu âm thanh, ánh sáng: luôn có dự phòng

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3.2.4. Về độ tin cậy

Được xây dựng và phát triển trong hơn 5 năm qua, nhà hàng Cung Hỷ luôn được mọi người yêu mến và tin tưởng ,nhưng để có thể duy trì được sự yêu mến đó, cán bộ nhân viên nhà hàng Cung Hỷ cần làm việc tốt hơn nữa để có thể đáp ứng được nhu cầu ngày một cao của các thực khách, đồng thời đáp lại sự tin yêu của mọi người.

a. Luôn đảm bảo về chất lượng món ăn

Món ăn tại nhà hàng Cung Hỷ luôn được mọi người khen ngợi, vì vậy, mặc dù trong thời gian có rất nhiều món hàng biến động, nhà hàng Cung Hỷ cũng nên đảm bảo được chất lượng món ăn của mình

b. Giữ hình tượng nhà hàng thanh lịch, lịch sự

Thường xuyên nhắc nhở đội ngũ nhân viên về tác phong làm việc của mình cũng như luôn t ạo cho khách hàng một cảm giác thoải mái nhất.

c. Thực hiện đúng như những gì đã cam kết

Khi các khách hàng đến đặt tiệc tại nhà hàng, luôn có sự tư vấn cho khách hàng và một khi đã tư v ấn như thế nào thì phải luôn đảm bảo những gì nhà hàng tư vấn cho khách hàng và phải thực hiện đúng.

3.2.5. Sự đồng cảm

Theo những ghi nhận của tôi thì khách hàng đến đặt tiệc tại nhà hàng có rất nhiều tầng lớp khác nhau, trí thức cũng có, cả người dân bình thường cũng có.Và để đảm bảo được là một nhà hàng thân thiện, hiếu khách. Cán bộ nhân viên nhà hàng nên luôn có thái độ niềm nở, công bằng với tất cả mọi người, tránh trường hợp "phân biệt" Những bậc ông bà, bố mẹ ai cũng đều muốn tổ chức một ngày lễ cưới thật vui vẻ, khang trang cho các con nên tùy vào hoàn cảnh gia đình và điều kiện kinh tế mà phía nhà hàng nên có những sự tư vấn đầy đủ, rõ ràng cho cac khách hàng. Khi nhận được sự quan tâm, đồng cảm từ phía nhà hàng thì các thực khách luôn thấy vui vẻ, từ đó có ấn tượng tốt về nhà hàng, góp phần tăng mức độ hài lòng của thực khách. Nhà hàng có thể làm thực hiện theo cách này:

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Trong phòng làm việc, hoặc phòng họp nên treo nhiều khẩu hiệu thể hiện tư tưởng làm việc tốt, tích cực như "Thỏa mãn của khách hàng là thành công của nhà

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

hàng" hoặc "Hãy luôn mỉm cười, hạnh phúc nhân đôi". Từ đó, tạo nên một tập thể luôn luôn năng động và có thái độ tích cực trong lúc làm việc

a. An toàn trong việc giữ gìn trang bị vật chất của thực khách

Qua một thời gian đi vào hoạt động, hệ thống Camera của nhà hàng đã bị hư hỏng, không còn được sử dụng đúng chức năng, nên nhà hàng Cung Hỷ cần nên sửa chữa hoặc thay mới để có thể có sự quản lý chính xác.

Theo một số thực khách phản ánh, tuy có vé gửi xe nhưng còn sơ sài và còn ít, một số thực khách đến sau không nhận được vé gửi xe nên mặc dù có nhân viên giữ xe trông coi vẫn không an tâm. Ban Giám đốc nhà hàng nên bố trí từ 4 đến 6 nhân viên giữ xe ở hai bên lối ra và vào để có thể đảm bảo an toàn hơn nữa. Và chuẩn bị số lượng vé gửi xe đầy đủ cho tất cả thực khách hạn chế kẻ gian lợi dụng sơ hở để thực hiện hành vi của mình.

b. An toàn trong vệ sinh thực phẩm

Thời gian gần đây, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm hết sức nổi cộm. Mặc dù đã có giấy chứng nhận đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm nhưng vẫn có thể xảy ra sự cố trong lúc chế biến hay nguyên nhân do nguyên liệu không đảm bảo. Ban giám đốc nên thường xuyên dặn dò và giám sát khâu này. Có thể treo các khẩu hiệu đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm tại phòng bếp như sau.

"An toàn trong chế biến", "Rửa tay, mang găng tay trước khi chế biến", "Đảm bảo vệ sinh", "Kiểm tra nguyên liệu, thức ăn trước khi chế biến và sau khi nầu"

c. Tăng uy tín và sự tín nhiệm của khách hàng

Để giữ được uy tín lâu dài và đảm bảo độ tin cậy trong lòng khách hàng. Cán bộ nhân viên nhà hàng phải thường xuyên nâng cao trình độ của mình. Luôn đảm bảo độ tin cậy trong lòng khách hàng. Không ngừng tự hoàn thiện những sai sót và tiếp thu ý kiến của khách hàng để xây dựng hình ảnh nhà hàng ngày một tốt đẹp hơn trong mắt khách hàng

d. Hiểu biết khách hàng

Trong ngành kinh doanh dịch vụ, mối quan hệ với khách hàng hết sức quan trọng. Vì một người khách hài lòng thì họ sẽ giới thiệu tốt cho chúng ta với bạn bè và người thân của họ. Và một trong những biện pháp tốt để có thể gây ấn tượng đối với

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

khách hàng đó là luôn nở nụ cười và luôn đặt mình vào vị trí của họ.Có thể, chúng ta mới có thể làm cho khách hàng hài lòng, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN III

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1.Kết luận

Qua quá trình xâm nhập thực tế ngành dịch vụ nói chung và dịch vụ tiệc cưới nói riêng, tôi nhận thấy ngày nay mọi người đang rất chú ý đến chất lượng các loại dịch vụ, họ có thể chập nhận chi thêm tiền để có thể thỏa mãn chính mình. Chính vì vậy, các nhà hàng tổ chức tiệc cưới đã không ngừng tự hoàn thiện mình để có thể đáp ứng được nhu cầu ngày một cao của các thực khách.

Nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ là một địa chỉ tổ chức tiệc cưới đáng tin cậy của mọi người tại Thành phố Huế. Đạt được kết quả đó cũng nhờ sự làm việc hết mình của tập thể nhân viên nhà hàng Cung Hỷ.

Với mục tiêu khám phá, điều chỉnh thang đo, đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới và từ đó đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới, tôi đã có một thời gian nghiên cứu tại nhà hàng Cung Hỷ.Sau hơn 3 tháng làm việc và nghiên cứu chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ với đề tài "Giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế" tôi đã mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ.

Dựa vào kết quả nghiên cứu ở Chương 2 và Chương 3 tôi có một số kết luận như sau:

1. Chất lượng dịch vụ tiệc cưới được xác định dựa vào nhận thức hay cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ mà khách hàng nhận được. Theo đó, một tiệc cưới đạt được chất lượng là những kỳ vọng về chất lượng dịch vụ (những mong muốn của khách hàng) được người tổ chức dịch vụ tiệc cưới thõa mãn.

2. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ là: mức độ tin cậy, phương tiện vật chất hữu hình, năng lực phục vụ, khả năng đáp ứng, sự đồng cảm và quan tâm khách hàng

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

3. Dựa trên việc vận dụng thang đo của Parasuraman về chất lượng dịch vụ và kết hợp với các lần nghiên cứu điều chỉnh thang đo, khóa luận đã đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới trên thang đo đã điều chỉnh. Kết quả cho thấy, sau khi điều chỉnh thang đo phù hợp thì có thể đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

4. Căn cứ vào những kết quả ở chương 2, khoá luận đã đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ- Huế. Và kết quả của bài nghiên cứu này có thể giúp cho Ban giám đốc có thể hoàn thiện hơn chất lượng dịch vụ tiệc cưới của mình, đồng thời nâng cao vị thế cạnh tranh trong ngành dịch vụ tiệc cưới tại Thành phố Huế.

5. Bên cạnh đó, đề tài vẫn còn một số hạn chế như chưa có thang đo chuẩn, do thời gian nghiên cứu còn ngắn nên vẫn chưa có thể khảo sát một cách tổng quát để có thể đưa ra những giải pháp một cách cụ thể hơn. Và việc chọn mẫu cũng chỉ dừng lại ở việc chọn mẫu thuận tiện nên khả năng tổng quát chưa cao.

Để có thể khắc phục những nhược điểm của đề tài này và mở ta các gợi ý cho các nghiên cứu sau, các nghiên cứu sau có thể mở rộng thêm các biến trong các thành phần của chất lượng dịch vụ để có thể đánh giá một cách toàn diện hơn. Thang đo Servqual của Parasuraman tuy đã đầy đủ nhưng nó vẫn còn một số điểm hạn chế, các đề tài sau có thể hoàn thiện thêm thang đo này, hoặc có thể tham khảo thêm thang đo Servqerf để có một nghiên cứu tốt hơn. Về hạn chế của việc chọn mẫu, các tác giả sau có thể nghiên cứu theo các hướng chọn mẫu khác để đảm bảo tính tổng thể cho nghiên cứu (có thể chọn mẫu theo xác suất).

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

2. Kiến nghị

2.1. Đối với chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế

Trong tình hình cạnh tranh ngày một tăng và nhu cầu ngày càng cao của các thực khách, mong phía chính quyền tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng và xây dựng nhà hàng Cung Hỷ II từ đó có thể làm tăng tính cạnh tranh giữa các nhà hàng, giúp cho chất lượng dịch vụ ngày càng tốt hơn.

Có nhiều chương trình giới thiệu và quảng bá chất lượng dịch vụ của tỉnh nhà trên các phương tiện thông tin đại chúng từ đó có thể nâng cao hình ảnh và tạo điều kiện cho nhà hàng ngày càng phát triển hơn.

2.2. Đối với nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ

Để có thể tồn tại và ngày một phát triển hơn nữa, cán bộ nhân viên nhà hàng phải không ngừng rèn luyện, học tập để giữ vững niềm tin, uy tín trong lòng các thực khách.

Cần không ngừng tìm cách đổi mới, tiếp thu ý kiến của khách hàng để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

Nguồn nhân lực là một vấn đề hết sức quan trọng, ban giám đốc cần chú ý vấn đề này và luôn có những chính sách phù hợp để nâng cao trình độ nhân viên và qua đó tạo nên một lực lượng nòng cốt để phát huy những thành công đã đ ạt được hôm nay.

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC HÌNH VẼ VÀ BIỂU ĐỒ

DANH MỤC CÁC BẢNG

Trang

PHẦN I **1**

MỞ ĐẦU 1

1. Lý do chọn đề tài **1**

2. Mục tiêu nghiên cứu **2**

a. Mục tiêu chung **2**

b. Mục tiêu cụ thể **2**

3. Phương pháp nghiên cứu **2**

3.1. Quy trình nghiên cứu **2**

3.2. Phương pháp thu thập thông tin **4**

3.3. Phương pháp tổng hợp và xử lý số liệu **6**

3.4. Phương pháp phân tích **6**

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu **7**

4.1. Nội dung, đối tượng nghiên cứu **7**

4.2. Phạm vi nghiên cứu **7**

PHẦN II 8

NỘI DUNG NGHIÊN CỨU 8

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CHẤT LƯỢNGDỊCH VỤ TIỆC CƯỚI **8**

1.1. Lý luận cơ bản về dịch vụ và chất lượng dịch vụ **8**

1.1.1. Dịch vụ 8

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.1.1.1. Bản chất của dịch vụ **8**

a. Khái niệm **8**

b. Các đặc điểm của dịch vụ **9**

c. Sự khác nhau giữa hoạt động sản xuất và hoạt động dịch vụ **10**

d. Phân loại dịch vụ **11**

1.1.1.2. Vai trò của dịch vụ **11**

1.1.2. Chất lượng dịch vụ 12

1.1.2.1. Định nghĩa chất lượng dịch vụ **12**

1.1.2.2. Các thành phần chất lượng dịch vụ **13**

1.1.2.3. Các khoảng cách trong chất lượng dịch vụ **14**

1.1.2.4. Thang đo SERVQUAL **16**

1.1.2.5. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng **17**

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

1.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới **20**

1.3. Kinh nghiệm nghiên cứu chất lượng dịch vụ và vận dụng đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới **24**

CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VỀ NHÀ HÀNG CUNG HỶ - HUẾVÀ THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI **28**

2.1. Tổng quan về nhà hàng Cung Hỷ-Huế **28**

2.1.1. Giới thiệu về nhà hàng Cung Hỷ-Huế 28

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của nhà hàng 30

2.1.3. Nghi thức tổ chức tiệc cưới 30

2.1.4. Hỗ trợ tiệc cưới 32

2.1.5. Thực đơn tiệc cưới 33

2.1.6. Kết quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng Cung Hỷ trong năm 2010-2011 . 34

2.1.7. So sánh dịch vụ tiệc cưới của nhà hàng Cung Hỷ với các nhà hàng khác trên địa bàn thành phố Huế 38

2.2. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng Cung Hỷ-Huế của thực khách **40**

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI NHÀ HÀNG CUNG HỶ-HUẾ **59**

3.1. Căn cứ đề xuất giải pháp **59**

3.2. Giải pháp **60**

3.2.1. Về cơ sở vật chất hữu hình 60

3.2.2. Đào tạo nhân viên-Tăng cường năng lực phục vụ 62

3.2.3. Về sự sẵn sàng đáp ứng 67

3.2.4. Về độ tin cậy 68

3.2.5. Sự đồng cảm 68

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

PHẦN III 69

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ 70

1. Kết luận **70**

2. Kiến nghị **72**

2.1. Đối với chính quyền tỉnh Thừa Thiên Huế **72**

2.2. Đối với nhà hàng tiệc cưới Cung Hỷ **72**

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC HÌNH VẼ VÀ BIỂU ĐỒ

Trang

Hình 1: *Quy trình nghiên cứu* 3

Hình 1.1: *Các yếu tố cấu thành hệ thống dịch vụ* 8

Hình 1.2: *Sự khác nhau trong thời điểm tiêu dùng sản phẩm củasản xuất và dịch vụ* 10

Hình 1.3: *Các khoảng cách trong chất lượng dịch vụ* 15

Hình 1.4: *Mô hình chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng* 19

Hình 2.1: *Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của nhà hàng Cung Hỷ-Huế* 30

Hình 2.2: *Thang đo chất lượng dịch vụ tiệc cưới sau khi đã điều chỉnh* 52

Biểu đồ 2.1 : *Tỷ lệ giới tính* 40

Biểu đồ 2.2. *Cơ cấu mẫu theo độ tuổi* 41

Biểu đồ 2.3: *Cơ cấu mẫu theo thu nhập* 41

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com

Dịch vụ viết luận văn trọn gói website: luanvantot.com Zalo/tele 0934573149

DANH MỤC CÁC BẢNG

Trang

Bảng 2.1: *Tình hình tài sản và nguồn vốn trong năm 2010-2011* 35

Bảng 2.2 : *Tình hình hoạt động kinh doanh trong năm 2010-2011* 37

Bảng 2.3 : *So sánh giữa các nhà hàng tại TP.Huế* 38

Bảng 2.4: *Kiểm định C.A mức độ tin cậy* 42

Bảng 2.5: *Kiểm định C.A phương tiện vật chất hữu hình* 43

Bảng 2.6 : *Kiểm định C.A mức độ đáp ứng* 44

Bảng 2.7 : *Kiểm định C.A năng lực phục vụ* 44

Bảng 2.8 : *Kiểm định C.Amức độ đồng cảm* 45

Bảng 2.9 : *Kiểm định C.A mức độ hài lòng* 45

Bảng 2.10 :*Kiểm định KMO các yếu tố chất lượng dịch vụ* 46

Bảng 2.11 : *Kết quả phân tích EFA các yếu tố chất lượng dịch vụ* 46

Bảng 2.12 : *Kết quả phân tích EFA các yếu tố chất lượng dịch vụ* 48

Bảng 2.13 : *Kết quả kiểm định C.A các thành phần mới.* 51

Bảng 2.14 : *Kết quả phân tích EFA mức độ hài lòng* 51

Bảng 2.15 : *Trung bình các thành phần ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ* 53

Bảng 2.16 : *Kiểm định độ phù hợp các biến hồi quy* 53

Bảng 2.17 : *Hệ số của phương trình hồi quy* 54

Bảng 2.18: *Phân tích tương quan* 55

Bảng 2.19 : *Phân tích O.A giới tính* 57

Bảng 2.20 : *Phân tích O.A độ tuổi* 58

Bảng 2.21 : *Phân tích O.A thu nhập* 58

Đại học Kinh tế Huế

Tham khảo miễn phí các tài liệu khác tại luanvantot.com