

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

Đề tài:

**“Ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng
thuộc khách sạn Wink Hotel Danang Centre”**

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Phạm Cẩm Ly

Đà Nẵng, tháng 6, năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

Đề tài:

**“Ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng
thuộc khách sạn Wink Hotel Danang Centre”**

Giảng viên hướng dẫn	: Ths. Nguyễn Thúy Nga
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Phạm Cẩm Ly
Mã số sinh viên	: 2254060006
Khóa học	: 2022 - 2026
Lớp	: 22KS1

Đà Nẵng, tháng 6, năm 2026

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	i
DANH MỤC BẢNG.....	ii
DANH MỤC SƠ ĐỒ	iii
LỜI CẢM ƠN.....	iv
PHẦN MỞ ĐẦU.....	v
1. Lý do chọn đề tài:	v
2. Mục tiêu nghiên cứu	vi
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	vi
4. Phương pháp nghiên cứu	vi
5. Kết cấu khóa luận	vii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ NHÀ HÀNG	1
1.1 Tổng quan về nhà hàng trong khách sạn	1
1.1.1 Khái niệm nhà hàng.....	1
1.1.2 Phân loại nhà hàng.....	1
1.1.2.1 Căn cứ mức độ liên kết.....	1
1.1.2.2 Căn cứ theo quy mô	2
1.1.2.3 Căn cứ theo chất lượng phục vụ	2
1.1.2.4 Căn cứ vào hình thức phục vụ	2
1.1.2.5 Các căn cứ phân loại khác.....	3
1.1.3 Chức năng hoạt động kinh doanh nhà hàng	4
1.2 Cơ sở lý luận về quy trình phục vụ nhà hàng	4
1.2.1 Khái niệm quy trình phục vụ nhà hàng	4
1.2.2 Ý nghĩa quy trình phục vụ đối với hoạt động kinh doanh của nhà hàng.....	4
1.3 Các lý thuyết về ứng dụng công nghệ	5
1.3.1 Lý thuyết hệ thống thông tin	5
1.3.1.1 Khái niệm hệ thống thông tin	5
1.3.1.2 Yếu tố cấu thành một hệ thống thông tin	6
1.3.1.3 Mô hình thành công của hệ thống thông tin.....	7
1.3.2 Lý thuyết chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM)	9

1.3.2.1 Khái niệm mô hình chấp nhận công nghệ	9
1.3.2.2 Các thành phần của mô hình chấp nhận công nghệ.....	9
1.3.3 Lý thuyết chuyển đổi số	10
1.3.3.1 Khái niệm chuyển đổi số.....	10
1.3.3.2 Các cấp độ chuyển đổi số.....	11
1.3.3.3 Chuyển đổi số trong du lịch	11
1.3.4 Lý thuyết Internet vạn vật	14
1.3.4.1 Khái niệm Internet vạn vật	14
1.3.4.2 Đặc điểm của internet vạn vật	14
1.4 Tổng quan về công nghệ trong ngành nhà hàng - khách sạn	15
1.4.1 Khái niệm công nghệ.....	15
1.4.2 Xu hướng công nghệ trong ngành khách sạn hiện nay	15
1.4.3 Lợi ích của ứng dụng công nghệ.....	18
1.5 Ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng	18
1.5.1 Trước khi khách sử dụng dịch vụ.....	18
1.5.2 Trong khi sử dụng dịch vụ	20
1.5.3 Sau khi sử dụng dịch vụ.....	20
TIÊU KẾT CHƯƠNG 1	22
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ	
TẠI NHÀ HÀNG CỦA WINK HOTEL DANANG CENTRE	23
2.1 Tổng quan về khách sạn Wink Hotel Danang Centre.....	23
2.1.1 Giới thiệu chung về khách sạn	23
2.1.2 Cơ cấu tổ chức khách sạn	31
2.1.3 Kết quả hoạt động kinh doanh.....	36
2.2 Tổng quan về nhà hàng của Wink Hotel Danang Centre	37
2.2.1 Cơ cấu tổ chức bộ phận nhà hàng	37
2.2.2 Chức năng và nhiệm vụ các vị trí	37
2.3 Thực trạng ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng	39
2.3.1 Tác động của ứng dụng công nghệ đến quy trình phục vụ tại nhà hàng.....	39
2.3.1 Menu điện tử (QR Code)	41
2.3.2 Thanh toán điện tử.....	42

2.3.3 Máy Self-service.....	43
2.3.4 Hệ thống POS (Point of Sale)	44
2.4 Mức độ sử dụng công nghệ của khách hàng thông qua khảo sát.....	45
2.4.1 Phương pháp nghiên cứu	45
2.4.2 Kết quả nghiên cứu	45
2.4.2.1 Mô tả khảo sát	46
2.4.2.2 Kết quả đánh giá trải nghiệm công nghệ của khách hàng.....	47
2.5 Đánh giá thực trạng.....	55
2.5.1 Giai đoạn trước khi sử dụng dịch vụ	55
2.5.2 Giai đoạn trong khi sử dụng dịch vụ	55
2.5.3 Giai đoạn sau khi sử dụng dịch vụ	56
TIÊU KẾT CHƯƠNG 2	57
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ ỨNG DỤNG	58
CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ TẠI NHÀ HÀNG CỦA WINK HOTEL DANANG CENTRE.....	58
3.1. Cơ sở triển khai giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ trong phục vụ.....	58
3.1.1 Chiến lược phát triển của ngành du lịch Việt Nam	58
3.1.2 Chiến lược phát triển du lịch của ngành du lịch Đà Nẵng.....	59
3.1.3 Định hướng chiến lược phát triển của Wink Hotel Danang Centre	60
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ	61
3.2.1 Chất lượng hệ thống.....	61
3.2.1.1 Thiết lập hạ tầng kết nối số độc lập.....	62
3.2.1.2 Nâng cấp tính năng của menu điện tử	63
3.2.2 Chất lượng thông tin	63
3.2.2.1 Nâng cao chất lượng hình ảnh thực đơn điện tử.....	64
3.2.2.2 Chi tiết hóa nội dung mô tả thực đơn điện tử	65
3.2.3. Chất lượng dịch vụ hỗ trợ.....	65
3.2.4 Sử dụng hệ thống	68
3.2.4.1 Ứng dụng trò chơi kích thích hành vi sử dụng	68
3.2.4.2 Chương trình ưu đãi điện tử.....	69
3.3. Kiến nghị.....	70

3.3.1. Kiến nghị đối với khách sạn	70
3.3.2. Kiến nghị đối với ngành du lịch	72
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3	74
TÀI LIỆU THAM KHẢO	75
PHỤ LỤC	77

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Khách sạn Wink Hotel Danang Centre	23
Hình 2.2: QR code gọi món tại từng bàn	41
Hình 2.3: Máy Self Service	43
Hình 2.4: Máy POS	44

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Dịch vụ lưu trú.....	26
Bảng 2.2: Dịch vụ khác.....	30
Bảng 2.3: Số lượng nhân sự tại khách sạn	34
Bảng 2.4: Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn	36
Bảng 2.5: Số lượng nhân sự tại bộ phận nhà hàng.....	37
Bảng 2.6: Tác động của công nghệ đến quy trình phục vụ.....	40
Bảng 2.7: Ý nghĩa của từng giá trị trung bình.....	46
Bảng 2.8: Đặc điểm nhân khẩu học và tần suất sử dụng	46
Bảng 2.9: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng hệ thống.....	47
Bảng 2.10: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng thông tin	49
Bảng 2.11: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng dịch vụ hỗ trợ	50
Bảng 2.12: Kết quả thống kê mô tả nhân tố sử dụng hệ thống	51
Bảng 2.13: Kết quả thống kê mô tả nhân tố sự hài lòng	53
Bảng 2.14: Điểm đánh giá trung bình của các nhân tố nghiên cứu	54

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1: Hệ thống dịch vụ của nhà hàng	4
Sơ đồ 1.2: Các yếu tố cấu thành một hệ thống thông tin	6
Sơ đồ 1.3: Mô hình thành công của hệ thống thông tin	7
Sơ đồ 1.4: Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM)	9
Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của khách sạn	31
Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức bộ phận nhà hàng.....	37

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp, em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ, hỗ trợ và động viên từ quý thầy cô, gia đình, bạn bè và đơn vị thực tập. Với tất cả sự trân trọng, em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến những tập thể và cá nhân đã đồng hành cùng tôi trong suốt chặng đường vừa qua.

Trước hết, em xin chân thành cảm ơn quý thầy cô trong Khoa Du lịch - Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã tận tình giảng dạy, truyền đạt cho tôi những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập tại trường. Những nền tảng kiến thức này chính là cơ sở quan trọng giúp em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến giảng viên hướng dẫn, cô Nguyễn Thúy Nga - người đã trực tiếp hướng dẫn, góp ý và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực hiện đề tài. Sự tận tâm, những nhận xét chuyên môn và định hướng của cô đã giúp em hoàn thiện khóa luận một cách tốt nhất.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh, chị tại Wink Hotel Danang Centre đã tạo điều kiện thuận lợi, cung cấp thông tin và hỗ trợ em trong quá trình khảo sát, thu thập dữ liệu thực tế. Những trải nghiệm thực tế tại đơn vị là nguồn tư liệu quý giá giúp em hoàn thành đề tài nghiên cứu.

Bên cạnh đó, em xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè đã luôn bên cạnh, động viên và hỗ trợ em cả về tinh thần lẫn vật chất trong suốt thời gian học tập và thực hiện khóa luận.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng, song do hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm, khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô để bài nghiên cứu được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Trong thời đại cách mạng công nghiệp, công nghệ ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội. Việc ứng dụng công nghệ đã trở thành một xu hướng tất yếu, không chỉ giúp nâng cao hiệu quả quản lý, tối ưu hóa quy trình vận hành mà còn góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Hiện nay, trong ngành khách sạn - nhà hàng, nhiều giải pháp công nghệ đã được áp dụng vào quá trình hoạt động như hệ thống quản lý bán hàng POS (Point of Sale), phần mềm quản lý kho, đặt món thông qua mã QR, thanh toán điện tử hay các ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong chăm sóc khách hàng. Những công nghệ này ngày càng được triển khai rộng rãi nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, đồng thời giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng cạnh tranh trong môi trường kinh doanh dịch vụ ngày càng năng động và khắt khe.

Bên cạnh đó, nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng đối với dịch vụ nhà hàng ngày càng cao. Khách hàng không chỉ quan tâm đến chất lượng món ăn mà còn chú trọng đến sự thuận tiện, tốc độ phục vụ cũng như trải nghiệm dịch vụ tổng thể. Việc ứng dụng công nghệ trong quá trình phục vụ giúp nhà hàng rút ngắn thời gian phục vụ, hạn chế sai sót trong việc ghi nhận và xử lý thông tin, đồng thời nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động vận hành. Ngoài ra, công nghệ còn hỗ trợ doanh nghiệp trong việc thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng, từ đó giúp hiểu rõ hơn nhu cầu và hành vi tiêu dùng của khách, góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ và xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp.

Wink Hotel Danang Centre là một khách sạn hiện đại, hướng đến phong cách dịch vụ tối giản nhưng vẫn đảm bảo sự tiện nghi và thuận tiện cho khách hàng. Trong mô hình hoạt động của khách sạn, nhà hàng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ ăn uống và góp phần tạo nên trải nghiệm tổng thể cho khách lưu trú. Việc ứng dụng công nghệ vào quy trình phục vụ tại nhà hàng giúp tối ưu hóa hiệu suất làm việc, giảm chi phí vận hành và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Tuy nhiên, quá trình triển khai công nghệ trong hoạt động phục vụ nhà hàng không chỉ đơn thuần là áp dụng các công cụ công nghệ mà còn cần được xem xét về hiệu quả sử dụng, mức độ phù hợp với mô hình hoạt động cũng như khả năng thích

ứng của nhân viên. Trong thực tế, việc ứng dụng công nghệ vẫn có thể gặp phải một số hạn chế như sự phụ thuộc vào hệ thống công nghệ, khả năng khai thác chưa tối đa các chức năng của hệ thống hoặc những khó khăn trong quá trình sử dụng.

Xuất phát từ những lý do trên, đề tài “Ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng thuộc Wink Hotel Danang Centre” đi vào phân tích và đánh giá thực trạng ứng dụng công nghệ trong hoạt động phục vụ tại nhà hàng của khách sạn, đồng thời đề xuất một số giải pháp công nghệ phù hợp nhằm tối ưu hóa quy trình phục vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ trong tương lai.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về công nghệ trong phục vụ nhà hàng.

Phân tích thực trạng ứng dụng công nghệ tại nhà hàng thuộc Wink Hotel Danang Centre.

Đánh giá hiệu quả của các công nghệ đang được sử dụng.

Đề xuất các giải pháp công nghệ mới hoặc cải tiến nhằm tối ưu hóa quy trình vận hành.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng

Phạm vi nghiên cứu

Không gian: Nhà hàng của Wink Hotel Danang Centre

Thời gian: 1/2026 – 6/2026

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích và tổng hợp tài liệu: được sử dụng nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận liên quan đến đề tài. Thu thập các tài liệu từ sách, giáo trình, bài báo khoa học, báo cáo chuyên ngành và các văn bản chính thức của cơ quan quản lý nhà nước. Các tài liệu được phân tích, chọn lọc và tổng hợp nhằm xây dựng khung lý thuyết về ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng, bao gồm các khái niệm, đặc điểm, vai trò cũng như các yếu tố liên quan.

Phương pháp thu thập tài liệu sơ cấp: thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với khách hàng sử dụng dịch vụ tại nhà hàng. Phương pháp này nhằm thu thập các thông tin thực tế liên quan đến mức độ hài lòng, đánh giá của khách hàng về chất lượng phục vụ cũng như việc ứng dụng công nghệ trong quá trình trải nghiệm dịch vụ. Cụ thể, tiến hành thiết kế bảng câu hỏi với các nội dung phù hợp với mục tiêu

nguyên cứu, sau đó phát phiếu khảo sát trực tiếp hoặc gián tiếp đến khách hàng. Dữ liệu thu thập được sẽ được tổng hợp, xử lý và phân tích nhằm phục vụ cho việc đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp.

5. Kết cấu khóa luận

Khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng

Chương 2: Thực trạng ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng của Wink Hotel Danang Centre

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ NHÀ HÀNG

1.1 Tổng quan về nhà hàng trong khách sạn

1.1.1 Khái niệm nhà hàng

PGS.TS. Trịnh Xuân Dũng, Giáo trình Tổ chức kinh doanh nhà hàng (2003), viết: *“Nhà hàng là cơ sở phục vụ ăn uống, nghỉ ngơi, giải trí cho khách du lịch và những người có khả năng thanh toán cao với những hoạt động và chức năng đa dạng.”*

Tác giả Vũ Thị Hòa, Giáo trình Lý thuyết nghiệp vụ nhà hàng (2012), viết: *“Nhà hàng là một cơ sở kinh doanh chuyên chế biến và phục vụ các sản phẩm ăn uống nhằm đáp ứng nhu cầu thiết yếu và nhu cầu của khách hàng với mục đích chủ yếu là lợi nhuận.”*

Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng (2013), Nguyễn Thị Hải Đường viết: *“Nhà hàng là cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn, uống và các dịch vụ bổ sung kèm theo với chất lượng phục vụ cao đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng.”*

1.1.2 Phân loại nhà hàng

Trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống, nhà hàng được tổ chức dưới nhiều hình thức và quy mô khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Theo Giáo trình Lý thuyết nghiệp vụ nhà hàng, Vũ Thị Hòa (2012), người ta thường sử dụng các tiêu chí sau làm cơ sở để phân loại nhà hàng:

Mức độ liên kết

Quy mô của nhà hàng

Chất lượng phục vụ

Hình thức phục vụ

Các tiêu thức phân loại khác

1.1.2.1 Căn cứ mức độ liên kết

Nhà hàng độc lập: là nhà hàng có tư cách pháp nhân riêng, là một doanh nghiệp độc lập không thuộc các khách sạn hay các cơ sở kinh doanh khác. Loại nhà hàng này có sự chủ động trong hoạt động kinh doanh, tuy nhiên gặp khó khăn trong việc thu hút khách.

Nhà hàng phụ thuộc: là loại nhà hàng không có tư cách như một doanh nghiệp độc lập mà chỉ là một đơn vị, một phần trong các cơ sở kinh doanh nào đó.

1.1.2.2 Căn cứ theo quy mô

Quy mô nhà hàng thường được đánh giá trên quy mô về cơ sở vật chất và khả năng phục vụ. Thông thường, người ta đánh giá quy mô nhà hàng dựa trên số lượng chỗ có khả năng phục vụ (cùng một thời điểm) của nhà hàng. Theo quy mô người ta thường chia nhà hàng thành ba loại sau:

Nhà hàng nhỏ: là nhà hàng có quy mô dưới 50 chỗ.

Nhà hàng trung bình: là nhà hàng có quy mô từ trên 50 chỗ đến 150 chỗ.

Nhà hàng lớn: là loại nhà hàng có quy mô hơn 150 chỗ.

1.1.2.3 Căn cứ theo chất lượng phục vụ

Theo chất lượng phục vụ người ta thường chia nhà hàng thành ba loại:

Nhà hàng bình dân (Economic Restaurant): là nhà hàng có chất lượng khiêm tốn, giá cả trung bình, chủng loại dịch vụ không nhiều.

Nhà hàng tiêu chuẩn (Standard Restaurant): là loại nhà hàng có chất lượng đạt những tiêu chuẩn nhất định (tương đối cao), chủng loại dịch vụ, sản phẩm ăn uống tương đối đa dạng, có giá cả cao hơn nhà hàng bình dân, tập trung vào lượng khách trung lưu trong xã hội.

Nhà hàng cao cấp (Deluxe Restaurant): là loại nhà hàng có chất lượng cao, chủng loại dịch vụ đa dạng, phong phú, giá cả cao, đáp ứng khách thường lưu trong xã hội. Loại nhà hàng này thường có ở các khách sạn cao cấp (từ 3 sao trở lên), cũng có những nhà hàng độc lập thuộc loại này.

1.1.2.4 Căn cứ vào hình thức phục vụ

Nhà hàng chọn món (À la carte): là loại nhà hàng với thực đơn rất đa dạng, phong phú về chủng loại món ăn, đồ uống thích hợp cho sự lựa chọn của khách, nhân viên phục vụ thường có tay nghề tương đối cao.

Nhà hàng ăn định suất (Set menu service): là loại nhà hàng phục vụ các bữa ăn đặt trước, định trước về giá cả và thực đơn, đối tượng phục vụ thường là khách theo nhóm theo đoàn.

Nhà hàng tự phục vụ (Buffet): là loại nhà hàng mà ở đó khách có thể tự chọn các món ăn nóng, nguội, các loại đồ uống và giá cố định cho tất cả các khách hàng.

Cửa hàng cà phê có phục vụ ăn uống (Coffee shop): là cửa hàng phục vụ cà phê, bữa ăn nhẹ, phục vụ ăn nhanh, các món ăn thường là đồ ăn sẵn (đóng gói, đóng

hộp từ trước), đồ ăn nhanh (mì gói, bánh mì...) các món ăn được chuẩn bị ngay sau quầy phục vụ.

Nhà hàng phục vụ đồ ăn nhanh (Fast food): đây là loại hình nhà hàng phục vụ nhu cầu ăn nhanh với thói quen công nghiệp, phổ biến ở các trung tâm thương mại các thành phố lớn tương tự như cửa hàng cà phê có phục vụ ăn uống.

Nhà hàng phục vụ tiệc (Banquet Hall): loại nhà hàng này thường có kiến trúc với phòng ăn rộng, có thể có sân khấu, sảnh đón tiếp, phục vụ các loại tiệc chiêu đãi khác nhau như hội nghị tổng kết, tiệc cưới, tiệc chiêu đãi.

1.1.2.5 Các căn cứ phân loại khác

Phân loại theo phương thức phục vụ và đặc tính sản phẩm Người ta có thể chia ra các loại:

Nhà hàng dân tộc: với phong cách phục vụ và món ăn mang đậm bản sắc dân tộc. Trang trí, kiến trúc, âm nhạc, trang phục của nhân viên cũng mang tính dân tộc, thống nhất với phong cách phục vụ và món ăn của nhà hàng.

Nhà hàng đặc sản: chuyên kinh doanh một loại đặc sản nào đó với phương châm dùng sản phẩm để thu hút khách.

Trên phương diện quản lý Nhà nước về doanh nghiệp, người ta còn phân loại nhà hàng theo hình thức sở hữu:

Nhà hàng tư nhân: là nhà hàng thuộc sở hữu tư nhân (có thể là hộ gia đình hoặc mang hình thức tư bản tư nhân). Chủ đầu tư tự điều hành quản lý, kinh doanh và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng.

Nhà hàng Nhà nước: là nhà hàng thuộc sở hữu của Nhà nước, đây là những nhà hàng có vốn đầu tư ban đầu là của Nhà nước, do một tổ chức hay một công ty quốc doanh chịu trách nhiệm điều hành, quản lý và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng của nhà hàng.

Nhà hàng cổ phần là nhà hàng do hai hoặc nhiều chủ đầu tư bỏ vốn góp để xây dựng, mua sắm những trang thiết bị và tổ chức kinh doanh.

Nhà hàng liên doanh có sự đóng góp vốn đầu tư hay nói cách khác thuộc sở hữu của một doanh nghiệp nước ngoài và một doanh nghiệp Việt Nam.

Nhà hàng 100% vốn nước ngoài: là nhà hàng mà toàn bộ vốn đầu tư của người nước ngoài. Các nhà hàng thường thuộc các tập đoàn kinh doanh ăn uống nổi tiếng trên thế giới.

1.1.3 Chức năng hoạt động kinh doanh nhà hàng

Theo Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng, Nguyễn Thị Hải Đường (2013), hoạt động cơ bản của nhà hàng là chế biến và phục vụ các món ăn đồ uống cho khách về mặt chức năng nhà hàng có ba chức năng cơ bản sau:

Chức năng sản xuất: nhà hàng tổ chức sản xuất ra các thức ăn, đồ uống để phục vụ cho khách.

Chức năng trao đổi bán sản phẩm): nhà hàng tiến hành bán cho khách các món ăn, thức uống đã được sản xuất ra và bán các món ăn, đồ uống cho các doanh nghiệp khác sản xuất.

Chức năng phục vụ nhà hàng: tổ chức cho khách tiêu dùng tại chỗ các món ăn, đồ uống và phục vụ các nhu cầu giải trí, bổ sung cho khách trong thời gian họ ăn uống.

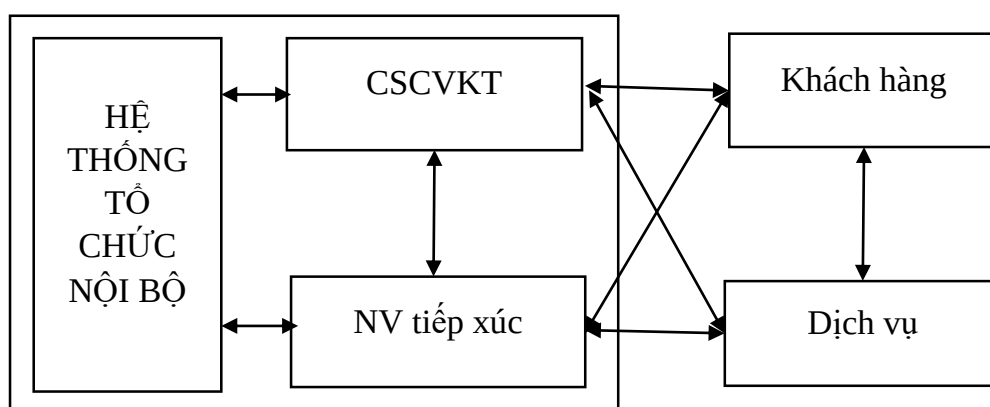
Ba chức năng trên có mối quan hệ biện chứng với nhau, chức năng này là điều kiện để thực hiện chức năng kia và ngược lại, nếu thiếu một trong ba chức năng trên nó sẽ phá vỡ sự thống nhất, làm thay đổi bản chất của hoạt động kinh doanh nhà hàng.

1.2 Cơ sở lý luận về quy trình phục vụ nhà hàng

1.2.1 Khái niệm quy trình phục vụ nhà hàng

Theo Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng, Nguyễn Thị Hải Đường (2013), Quy trình phục vụ nhà hàng là tổng hợp các nghiệp vụ, các giai đoạn kế tiếp nhau, liên quan chặt chẽ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách về dịch vụ ăn uống một cách nhanh chóng nhất với chi phí thấp nhất cho nhà hàng.

1.2.2 Ý nghĩa quy trình phục vụ đối với hoạt động kinh doanh của nhà hàng



Nguồn: Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng, Nguyễn Thị Hải Đường (2013)

Sơ đồ 1.1: Hệ thống dịch vụ của nhà hàng

Quy trình phục vụ có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với hoạt động của một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ như nhà hàng:

Quy trình phục vụ là chất xúc tác kết nối các yếu tố thành nhân tố nhân viên tiếp xúc trực tiếp; cơ sở vật chất kỹ thuật, khách hàng để tạo ra dịch vụ. Do vậy, nó tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất và tiêu dùng dịch vụ.

Việc thiết kế quy trình phục vụ nhằm hướng đến đáp ứng nhu cầu của khách một cách nhanh chóng với chi phí thấp nhất cho nhà hàng. Quy trình phục vụ đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá chất lượng phục vụ của khách, góp phần tích cực trong việc gia tăng hiệu quả hoạt động phục vụ khách.

Quy trình phục vụ là các bước thực hiện được lập trình theo một trình tự nhất định trong việc tương tác giữa các yếu tố: nhân viên tiếp xúc, cơ sở vật chất kỹ thuật và khách hàng nhờ sự hỗ trợ tích cực của hệ thống tổ chức nội bộ, do vậy, quy trình phục vụ giúp nhà hàng thực hiện các kế hoạch sản xuất kinh doanh như kế hoạch về lao động, về cơ sở vật chất kỹ thuật, về kế hoạch phục vụ khách...

1.3 Các lý thuyết về ứng dụng công nghệ

1.3.1 Lý thuyết hệ thống thông tin

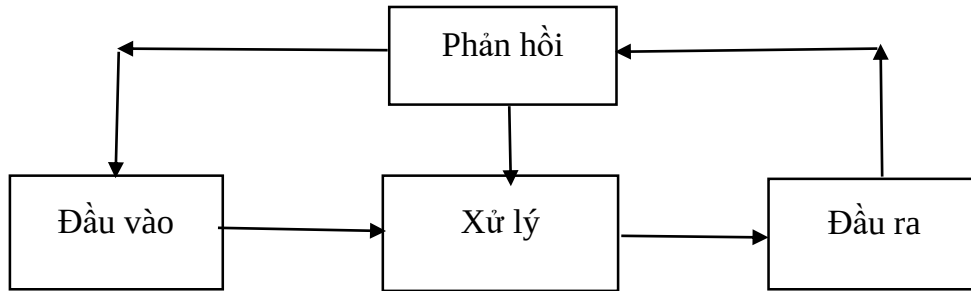
1.3.1.1 Khái niệm hệ thống thông tin

Theo TS. Trần Thị Song Minh, Giáo trình Hệ thống thông tin quản lý (2012), *“Hệ thống thông tin (IS - Information System) là một hệ thống bao gồm các yếu tố có quan hệ với nhau cùng làm nhiệm vụ thu thập, xử lý, lưu trữ và phân phối dữ liệu và thông tin, cung cấp một cơ chế phản hồi để đạt được mục tiêu định trước.”*

Hệ thống thông tin có thể chứa thông tin về đối tượng mà doanh nghiệp quan tâm. Điển hình như các thông tin về con người, thị trường kinh doanh, nơi chốn, sự kiện, hiện tượng và các hoạt động trong phạm vi một cơ quan hay trong môi trường hoạt động. Trong một hệ thống thông tin doanh nghiệp môi trường có thể là khách hàng, nhà cung cấp, các cơ quan quản lý nhà nước, các cổ đông và các đối thủ cạnh tranh.

Các chức năng chính của một hệ thống thông tin là thu thập dữ liệu từ trong nội bộ cơ quan và từ môi trường bên ngoài để lưu trữ và xử lý thành thông tin có ý nghĩa, rồi phân phối thông tin ấy đến những người hoặc tổ chức cần sử dụng.

1.3.1.2 Yếu tố cấu thành một hệ thống thông tin



Nguồn: TS. Trần Thị Song Minh, Giáo trình Hệ thống thông tin quản lý (2012)

Sơ đồ 1.2: Các yếu tố cấu thành một hệ thống thông tin

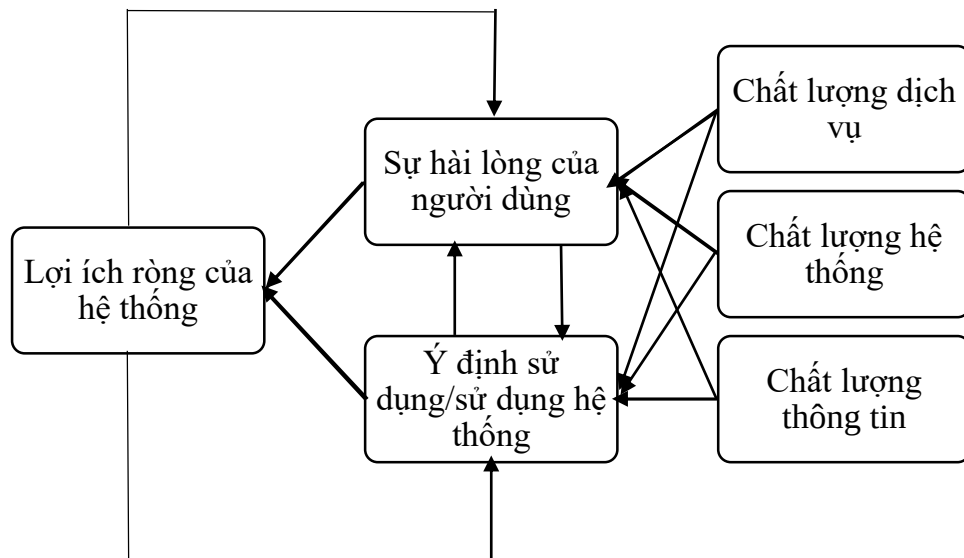
Đầu vào (Input): thực hiện thu thập và nhập dữ liệu thô chưa qua xử lý vào hệ thống.

Xử lý (Processing): là quá trình chuyển đổi dữ liệu đầu vào thành các thông tin đầu ra hữu ích. Quá trình này có thể bao gồm các thao tác tính toán, so sánh và lưu trữ dữ liệu cho mục đích sử dụng sau này. Quá trình xử lý có thể thực hiện thủ công hay với sự trợ giúp của các máy tính.

Đầu ra (Output): thực hiện việc tạo ra thông tin hữu ích, thông thường ở dạng các tài liệu và báo cáo. Đầu ra của hệ thống có thể là các phiếu trả lương cho nhân viên, các báo cáo cho các nhà quản lý hay thông tin cung cấp cho các cổ đông ngân hàng và các cơ quan nhà nước.

Thông tin phản hồi (Feedback): là kết quả đầu ra được sử dụng để thực hiện những thay đổi đối với các hoạt động nhập liệu và hoạt động xử lý của hệ thống. Nếu có lỗi hay vấn đề đối với đầu ra thì cần thực hiện việc hiệu chỉnh dữ liệu đầu vào hoặc thay đổi một tiến trình công việc.

1.3.1.3 Mô hình thành công của hệ thống thông tin



Nguồn: Mô hình thành công IS của Delone và McLean (2003)

Sơ đồ 1.3: Mô hình thành công của hệ thống thông tin

Mô hình thành công của hệ thống thông tin (IS) xác định và mô tả mối quan hệ giữa sáu khía cạnh quan trọng của sự thành công của IS: chất lượng thông tin, chất lượng hệ thống, chất lượng dịch vụ, việc sử dụng hệ thống/ý định sử dụng, sự hài lòng của người dùng và lợi ích ròng của hệ thống.

Chất lượng thông tin: Đề cập đến chất lượng thông tin mà hệ thống có khả năng lưu trữ, cung cấp hoặc tạo ra, và là một trong những khía cạnh phổ biến nhất được sử dụng để đánh giá các hệ thống thông tin. Chất lượng thông tin ảnh hưởng đến cả sự hài lòng của người dùng đối với hệ thống và ý định sử dụng hệ thống của người dùng, từ đó ảnh hưởng đến mức độ hệ thống có thể mang lại lợi ích cho người dùng và tổ chức.

Chất lượng hệ thống: Chất lượng tổng thể của một hệ thống cũng là một trong những khía cạnh phổ biến nhất được sử dụng để đánh giá các hệ thống thông tin. Chất lượng hệ thống ảnh hưởng gián tiếp đến mức độ hệ thống có thể mang lại lợi ích thông qua các mối quan hệ trung gian giữa ý định sử dụng và sự hài lòng của người dùng.

Chất lượng dịch vụ: Các hệ thống thông tin cũng thường được đánh giá dựa trên chất lượng dịch vụ mà chúng cung cấp. Chất lượng dịch vụ ảnh hưởng trực tiếp

đến ý định sử dụng và sự hài lòng của người dùng đối với hệ thống, từ đó ảnh hưởng đến lợi ích ròng mà hệ thống mang lại.

Ý định sử dụng/sử dụng hệ thống: Ý định sử dụng hệ thống thông tin và việc sử dụng hệ thống thực tế là những khái niệm đã được thiết lập vững chắc trong tài liệu về hệ thống thông tin. Trong mô hình thành công của hệ thống thông tin, việc sử dụng hệ thống và ý định sử dụng bị ảnh hưởng bởi chất lượng thông tin, hệ thống và dịch vụ. Việc sử dụng hệ thống được cho là ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dùng đối với hệ thống thông tin, từ đó ảnh hưởng đến ý định sử dụng. Cùng với sự hài lòng của người dùng, việc sử dụng hệ thống ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích ròng mà hệ thống có thể mang lại.

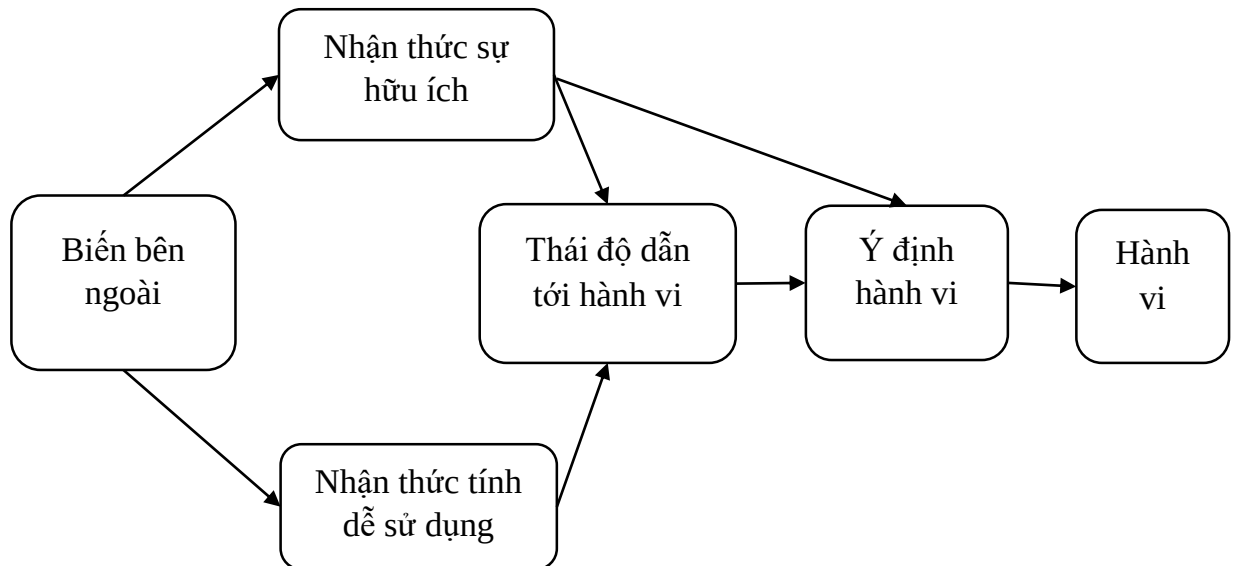
Sự hài lòng của người dùng: Sự hài lòng của người dùng phụ thuộc vào chất lượng thông tin, hệ thống và dịch vụ. Giống như việc sử dụng hệ thống thực tế, sự hài lòng của người dùng ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích ròng mà hệ thống thông tin mang lại. Sự hài lòng đề cập đến mức độ người dùng cảm thấy hài lòng hoặc thỏa mãn với hệ thống thông tin, và được cho là bị ảnh hưởng trực tiếp bởi việc sử dụng hệ thống.

Lợi ích ròng của hệ thống: Là một khía cạnh quan trọng của giá trị tổng thể của hệ thống đối với người dùng hoặc tổ chức liên quan. Trong mô hình thành công của hệ thống thông tin, lợi ích ròng của hệ thống bị ảnh hưởng bởi việc sử dụng hệ thống và sự hài lòng của người dùng đối với hệ thống. Bản thân lợi ích của hệ thống được cho là có ảnh hưởng đến cả sự hài lòng của người dùng và ý định sử dụng hệ thống của người dùng.

1.3.2 Lý thuyết chấp nhận công nghệ (Technology Acceptance Model – TAM)

1.3.2.1 Khái niệm mô hình chấp nhận công nghệ

Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) là một lý thuyết hệ thống thông tin mô phỏng cách người dùng chấp nhận và sử dụng một công nghệ.



Nguồn: Đề xuất của Davis (1989)

Sơ đồ 1.4: Mô hình chấp nhận công nghệ (TAM)

1.3.2.2 Các thành phần của mô hình chấp nhận công nghệ

Biến bên ngoài: là những nhân tố ảnh hưởng đến niềm tin của một người về việc chấp nhận sản phẩm hay dịch vụ. Những biến bên ngoài thường từ hai nguồn là quá trình ảnh hưởng xã hội và quá trình nhận thức, thu thập kinh nghiệm của bản thân.

Nhận thức sự hữu ích (Perceived usefulness - PU): Khái niệm này được Fred Davis định nghĩa là "mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống cụ thể sẽ nâng cao hiệu quả công việc của họ". Điều này có nghĩa là liệu một người có nhận thấy công nghệ đó hữu ích cho những việc họ muốn làm hay không.

Nhận thức tính dễ sử dụng (Perceived Ease of Use - PEOU): Davis định nghĩa điều này là "mức độ mà một người tin rằng việc sử dụng một hệ thống cụ thể sẽ không tốn nhiều công sức". Nếu công nghệ dễ sử dụng thì rào cản sẽ được khắc phục. Nếu nó không dễ sử dụng và giao diện phức tạp, thì không ai có thái độ tích cực đối với nó.

1.3.3 Lý thuyết chuyển đổi số

1.3.3.1 Khái niệm chuyển đổi số

Học viện quản lý PACE Institute Of Management viết: “*Chuyển đổi số (Digital Transformation - viết tắt là DX) là quá trình ứng dụng công nghệ kỹ thuật số để thay đổi tổng thể và toàn diện về cách thức hoạt động và tương tác trong mọi lĩnh vực của xã hội, từ chính phủ, doanh nghiệp đến đời sống người dân.*”

Theo Nghị quyết 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số đang là yếu tố quyết định phát triển của các quốc gia; là điều kiện tiên quyết, thời cơ tốt nhất để nước ta phát triển giàu mạnh, hùng cường trong kỷ nguyên mới - kỷ nguyên vươn mình của Dân tộc. Đất nước ta đang đứng trước yêu cầu cần có chủ trương, quyết sách mạnh mẽ, mang tính chiến lược và cách mạng để tạo xung lực mới, đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, để đưa đất nước phát triển mạnh mẽ trong kỷ nguyên mới - kỷ nguyên giàu mạnh, hùng cường, thực hiện thắng lợi mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam trở thành nước đang phát triển, có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao, đến năm 2045, trở thành nước phát triển, thu nhập cao.

Theo Nghị quyết 71/NQ-CP ngày 01/04/2025 của Chính phủ: Sửa đổi, bổ sung cập nhật Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22 tháng 12 năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia. Chính phủ xác định khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia là động lực quan trọng hàng đầu để phát triển kinh tế – xã hội trong giai đoạn mới. Nghị quyết tập trung hoàn thiện thể chế, chính sách và xây dựng chương trình hành động cụ thể để các bộ, ngành, địa phương triển khai chuyển đổi số đồng bộ trên phạm vi cả nước. Trong đó, Chính phủ nhấn mạnh việc phát triển hạ tầng số, dữ liệu số và các nền tảng số dùng chung; đẩy mạnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, điện toán đám mây và Internet vạn vật trong hoạt động quản lý, sản xuất và cung cấp dịch vụ. Đồng thời, Nghị quyết yêu cầu nâng cao chất lượng nguồn nhân lực số, thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp và hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh. Đối với các ngành dịch vụ, trong đó có du lịch, nhà hàng và khách sạn, định hướng này tạo cơ sở để doanh nghiệp triển khai các giải pháp như quản trị bằng phần mềm, thanh

toán không tiền mặt, đặt dịch vụ trực tuyến, sử dụng thiết bị tự phục vụ và khai thác dữ liệu khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ và trải nghiệm của khách hàng.

1.3.3.2 Các cấp độ chuyển đổi số

Theo Trung tâm Giám sát và điều hành đô thị thông minh thành phố Huế, có 3 cấp độ chuyển đổi số:

Số hóa dữ liệu (Digitization): Số hóa dữ liệu là bước chuyển dữ liệu từ các bản ghi trên giấy, file ghi âm, hình ảnh sang định dạng kỹ thuật số được tích hợp trên máy tính. Số hóa có tầm quan trọng đặc biệt đối với việc xử lý, lưu trữ và chia sẻ dữ liệu. Để đạt được hiệu quả chuyển đổi dữ liệu, công việc số hoá dữ liệu cần gắn liền với các nền tảng Công nghệ kết nối (Internet vạn vật), công cụ lưu trữ dữ liệu (điện toán đám mây) và bảo vệ sự toàn vẹn dữ liệu (blockchain).

Số hóa quy trình (Digitalization): Đây là quá trình sử dụng dữ liệu số để giúp đơn giản hóa quá trình làm việc. Digitalization không phải là thay đổi mô hình kinh doanh hoặc tạo ra các loại hình doanh nghiệp mới. Đây là việc tiếp tục thực hiện duy trì quy trình kinh doanh hiện tại nhưng nhanh hơn và hiệu quả hơn. Bản chất của Digitalization là hướng đến sự sáng tạo trong quy trình vận hành. Cùng nhìn về lĩnh vực dịch vụ khách hàng, số hóa quy trình giúp việc trích xuất hồ sơ khách hàng được thực hiện nhanh chóng thông qua máy tính.

Chuyển đổi số (Digital Transformation): Chuyển đổi số (Digital Transformation) là việc tổ chức thực hiện thay đổi theo mô hình kỹ thuật số. Đây là một quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện từ lãnh đạo cao nhất đến mọi thành viên của tổ chức. Trong lộ trình triển khai chuyển đổi số, doanh nghiệp cần tập trung vào xây dựng năng lực số, xây dựng năng lực lãnh đạo số hóa. Quá trình chuyển đổi số thành công sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng được tiềm năng của các nền tảng công nghệ để khai thác hiệu quả các cơ hội kinh doanh trên thị trường, gia tăng khả năng cạnh tranh và đạt được sự phát triển bền vững.

1.3.3.3 Chuyển đổi số trong du lịch

Quyết định số 2450/QĐ-BVHTTDL ngày 14 tháng 7 năm 2025 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã xác định chuyển đổi số là một trong những định hướng trọng tâm nhằm thúc đẩy phát triển ngành du lịch Việt Nam theo hướng hiện đại và bền vững. Theo đó, chuyển đổi số được triển khai nhằm xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh, trong đó công nghệ số và dữ liệu đóng vai trò nền tảng, giúp nâng

cao hiệu quả quản lý nhà nước, hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới mô hình kinh doanh và cải thiện chất lượng trải nghiệm của khách du lịch. Văn bản cũng nhấn mạnh việc phát triển các nền tảng số, hệ thống cơ sở dữ liệu du lịch đồng bộ và tăng cường kết nối giữa các chủ thể trong ngành, bao gồm cơ quan quản lý, doanh nghiệp và khách du lịch. Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh cung cấp dịch vụ công trực tuyến, nâng cao năng lực nguồn nhân lực số và ứng dụng các công nghệ hiện đại như dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI) được xem là những yếu tố then chốt để thúc đẩy quá trình chuyển đổi số.

Theo nghiên cứu về chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch năm 2022 của Bộ Văn hóa, Thể thao, và Du lịch - Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. Chuyển đổi số đối với doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước giúp xây dựng nên những cơ sở dữ liệu từ giá trị thực (biến đổi giá trị nghe, nhìn, cảm nhận được từ thế giới thực) sang dạng số (dạng điện toán được lưu trữ trên máy tính), nên rất thuận lợi cho việc quản lý, khai thác sử dụng. Dữ liệu số hóa đã trở thành tài sản của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước. Dữ liệu ngành càng được bổ sung, liên kết, tích hợp với nhau đã giảm được nhiều kinh phí xây dựng dữ liệu đơn lẻ, không đồng bộ như trước đây. Chuyển đổi số giúp doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước không những giải quyết công việc hiện tại hiệu quả mà quan trọng hơn là hoạch định được tầm nhìn chiến lược để thực hiện cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 có hiệu quả nhất. Thay đổi phương thức quản lý của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước theo hướng đơn giản về cơ cấu, logic, kế thừa và hiệu quả về hoạt động, hội nhập với quốc tế. Tạo ra những thay đổi lớn trong chuỗi giá trị hàng hóa và cung ứng sản phẩm; tự động hóa nâng cao hiệu suất công việc, hiệu quả sản xuất kinh doanh, năng lực cạnh tranh, gia tăng mạnh mẽ giá trị sản xuất, chất lượng dịch vụ công.

Với sự hỗ trợ của quá trình số hóa, các đại lý du lịch đã tận dụng để thực hiện các giao dịch và công bố chi tiết thông tin trong từng giai đoạn của chuyến đi, cho phép khách hàng nghiên cứu kỹ lưỡng trước khi chuẩn bị xuất phát. Nhiều mong muốn của khách hàng được đáp ứng thông qua việc so sánh giữa các đại lý và kiểm tra phản hồi từ những người dùng trước hay các tính năng quan trọng như đặt vé, đặt chỗ ở, hoặc thậm chí yêu cầu một chuyến tham quan ảo đến điểm đến mong muốn của họ.

Trong vài năm trở lại đây, việc áp dụng công nghệ vào công tác quảng bá tiếp thị, đặt tour, đặt phòng khách sạn ngày càng phổ biến tại Việt Nam. Năm 2018, đặt chỗ trực tuyến đã chiếm đến 19% tổng số tour và quy mô thị trường.

Theo đánh giá của Outbox Consulting - Công ty chuyên cung cấp các giải pháp nghiên cứu và tư vấn chuyên sâu cho ngành du lịch và khách sạn tại Việt Nam đưa ra trong báo cáo: “Xu hướng Du lịch Việt Nam 2021”, công nghệ sẽ là yếu tố hàng đầu giúp du khách có lại tự tin khi đi du lịch trong năm 2021. Bên cạnh đó, thanh toán không chạm (thí dụ như Apple hoặc Google Pay, PayPal và Venmo) sẽ làm tăng sự tự tin của du khách để thực hiện các chuyến đi.

Trong nhiều năm qua, Thành phố Đà Nẵng là một trong những địa phương tiên phong ứng dụng nền tảng công nghệ để phát triển du lịch thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch, truyền thông quảng bá theo xu hướng hiện đại. Từ năm 2015 đến năm 2017, Đà Nẵng đã xây dựng hệ thống trang web, cổng thông tin du lịch 5 ngôn ngữ, triển khai ứng dụng (App) Danang FantasticCity, triển khai Chatbot - trợ lý ảo tương tác với du khách cùng với tận dụng lợi thế của mạng xã hội Facebook, Instagram, YouTube... để quảng bá du lịch. Nhằm từng bước phục hồi du lịch sau đại dịch, Sở Du lịch Thành phố Đà Nẵng vừa trình làng ứng dụng VR360 mang thông điệp “Một chạm đến Đà Nẵng” tại địa chỉ vr360.danangfantasticcity.com với nhiều tính năng ưu việt. Đây là công nghệ thực tế ảo giúp dẫn đường cho du khách trải nghiệm tour khám phá Đà Nẵng kèm thuyết minh tự động, hình ảnh mãn nhãn, âm thanh sống động, cùng trợ giúp từ trợ lý ảo của Trung tâm Hỗ trợ du khách. Đặc biệt, Sở Du lịch thành phố Đà Nẵng cũng vừa ký kết hợp tác hỗ trợ chuyển đổi số với Tập đoàn Viettel, trong đó, Viettel sẽ hỗ trợ du lịch Đà Nẵng phát triển hệ sinh thái số với giải pháp thẻ du lịch thông minh, sàn thương mại du lịch và triển lãm du lịch ảo.

Việt Nam trong bối cảnh mới theo nghiên cứu về chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch năm 2022 của Bộ Văn hóa, Thể thao, và Du lịch - Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam:

Phát triển nền tảng du lịch số kết nối tới các kênh bán hàng trực tuyến

Phát triển nền tảng thu thập, phân tích dữ liệu du lịch

Phát triển Cổng thông tin du lịch quốc gia trên cơ sở tích hợp thông tin sản phẩm du lịch của các đơn vị, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch

Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ngành du lịch chuyển đổi số

Đào tạo kỹ năng số cho người dân

1.3.4 Lý thuyết Internet vạn vật

1.3.4.1 Khái niệm Internet vạn vật

Học viện quản lý PACE Institute Of Management viết: *“IoT (Internet of Things hay Internet vạn vật) là khái niệm mô tả mạng lưới các thiết bị vật lý, phương tiện, thiết bị gia dụng và các mục khác được kết nối với internet và có khả năng thu thập, chia sẻ dữ liệu với nhau. Các thiết bị này thường được trang bị cảm biến, phần mềm, và các công nghệ khác để giao tiếp và trao đổi dữ liệu một cách tự động.”*

Điểm nổi bật của internet vạn vật là tính kết nối và khả năng tương tác giữa các thiết bị, cho phép chúng tự động hoạt động, đưa ra quyết định hoặc kích hoạt hành động dựa trên dữ liệu thu thập được. Internet vạn vật có ứng dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như nhà thông minh, y tế, nông nghiệp, sản xuất, và quản lý năng lượng.

1.3.4.2 Đặc điểm của internet vạn vật

Kết nối liên tục: Các thiết bị internet vạn vật luôn kết nối với nhau và với internet, cho phép giao tiếp và trao đổi dữ liệu theo thời gian thực.

Tính tự động: internet vạn vật cho phép các thiết bị thực hiện các hành động và đưa ra quyết định tự động dựa trên dữ liệu thu thập được mà không cần can thiệp của con người.

Tính tương tác: Các thiết bị internet vạn vật có khả năng giao tiếp và tương tác với các thiết bị khác, tạo ra một hệ thống liên kết chặt chẽ và liên tục.

Đa dạng thiết bị: Internet vạn vật bao gồm nhiều loại thiết bị khác nhau, từ các thiết bị thông minh trong nhà đến các hệ thống công nghiệp, tất cả đều có khả năng kết nối và chia sẻ dữ liệu.

Tính mở rộng: Internet vạn vật có khả năng mở rộng dễ dàng, cho phép thêm các thiết bị và hệ thống mới mà không ảnh hưởng đến toàn bộ mạng lưới.

Thu thập và phân tích dữ liệu: Các thiết bị internet vạn vật thường được trang bị cảm biến và phần mềm cho phép thu thập và phân tích dữ liệu, giúp đưa ra các quyết định dựa trên dữ liệu đó.

Tính an toàn và bảo mật: Với sự kết nối liên tục và lượng dữ liệu lớn, internet vạn vật đòi hỏi các biện pháp an toàn và bảo mật mạnh mẽ để bảo vệ dữ liệu và người dùng.

Ứng dụng đa dạng: internet vạn vật có thể được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau như nhà thông minh, y tế, sản xuất, nông nghiệp, giao thông, và năng lượng, giúp cải thiện hiệu suất và hiệu quả trong các lĩnh vực này.

1.4 Tổng quan về công nghệ trong ngành nhà hàng - khách sạn

1.4.1 Khái niệm công nghệ

Theo Tạp chí Khoa học Giáo dục Kỹ thuật, Đại học Sư phạm Kỹ thuật Thành phố Hồ Chí Minh, tác giả Trần Khánh Đức viết: *“Công nghệ theo gốc Latin được ghép từ technic (kỹ thuật hay công cụ, vật liệu) và từ logic (trình tự, các cách tiếp cận khác nhau để giải quyết vấn đề). Khái niệm công nghệ được hiểu là môn khoa học ứng dụng nhằm vận dụng các qui luật tự nhiên và các nguyên lý khoa học, đáp ứng các nhu cầu vật chất và tinh thần của con người hoặc là tập hợp các cách thức, các phương pháp dựa trên cơ sở khoa học và được sử dụng vào sản xuất trong các ngành sản xuất khác nhau để tạo ra các sản phẩm vật chất và dịch vụ. Khái niệm công nghệ còn được hiểu là tập hợp các phương pháp, qui trình, kỹ năng, bí quyết, công cụ, phương tiện dùng để biến đổi các nguồn lực thành sản phẩm.”*

1.4.2 Xu hướng công nghệ trong ngành khách sạn hiện nay

Sử dụng phần mềm quản lý cơ sở lưu trú du lịch (PMS - Property Management System – phần mềm quản lý khách sạn): Đối với hầu hết các cơ sở lưu trú việc sử dụng phần mềm để điều hành là việc làm khá phổ biến trong thời đại công nghệ 4.0. Phần mềm quản lý cơ sở lưu trú du lịch giúp:

Doanh nghiệp: thông báo lưu trú qua internet, thông tin liên hệ cơ quan quản lý thực hiện các phối hợp quản lý.

Công an các cấp quản lý lưu trú: quản lý đối tượng, quản lý nhập cảnh, thanh tra, kiểm tra thông tin, thông báo quản lý.

Cơ quan quản lý du lịch: khai thác số liệu khách và phát triển du lịch.

Cơ quan quản lý thuế: khai thác số liệu kinh doanh của doanh nghiệp.

E - Marketing: là cách thức tiếp thị vận dụng các tính năng của internet nhằm mục đích cuối cùng là phân phối được sản phẩm hàng hóa hay dịch vụ đến thị trường tiêu thụ. Các hình thức cơ bản của e - marketing bao gồm: xây dựng website, marketing qua các công cụ tìm kiếm, quảng cáo trên các trang web, quảng cáo tương tác, marketing liên kết, marketing qua thư điện tử, marketing qua blog, marketing virus.

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, ngành khách sạn tại Việt Nam cũng đang từng bước thích ứng và phát triển theo hướng ứng dụng công nghệ hiện đại, phù hợp với định hướng của Nhà nước được nêu trong Nghị quyết 71/NQ-CP và Quyết định 2450/QĐ-BVHTTDL. Theo đó, một trong những xu hướng nổi bật là đẩy mạnh số hóa quy trình vận hành, trong đó các khách sạn ngày càng ứng dụng các hệ thống quản lý tích hợp như PMS (Property Management System - phần mềm quản lý khách sạn), POS (Point of Sale - hệ thống bán hàng và thanh toán) và CRM (Customer Relationship Management - hệ thống quản lý quan hệ khách hàng) nhằm tự động hóa hoạt động kinh doanh, nâng cao hiệu quả quản lý và tối ưu hóa nguồn lực. Bên cạnh đó, xu hướng phát triển dịch vụ không tiếp xúc (contactless service) đang được triển khai rộng rãi thông qua các hình thức như check-in trực tuyến, sử dụng mã QR trong phục vụ và thanh toán điện tử, góp phần nâng cao sự tiện lợi và đảm bảo an toàn cho khách hàng. Đồng thời, việc khai thác dữ liệu khách hàng để cá nhân hóa trải nghiệm cũng trở thành một xu hướng quan trọng, khi các doanh nghiệp khách sạn sử dụng dữ liệu để phân tích hành vi tiêu dùng, từ đó cung cấp các dịch vụ phù hợp với từng đối tượng khách. Ngoài ra, các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và Internet vạn vật (IoT) đang được ứng dụng ngày càng phổ biến trong hoạt động quản lý và phục vụ, từ dự báo nhu cầu, tối ưu hóa vận hành đến nâng cao chất lượng dịch vụ. Những xu hướng này không chỉ được định hướng trong các văn bản chính sách của Nhà nước mà còn được ghi nhận trong các báo cáo và bài viết của Tổng cục Du lịch Việt Nam và Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam, qua đó cho thấy việc ứng dụng công nghệ đã và đang trở thành yếu tố tất yếu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành khách sạn trong thời đại số.

Theo Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng 2030 của Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam (2020), chuyển đổi số đang được thúc đẩy mạnh mẽ trong mọi lĩnh vực kinh tế, trong đó có dịch vụ. Các nhà hàng hiện nay ngày càng ứng dụng các phần mềm quản lý như hệ thống POS, hệ thống quản lý khách hàng (CRM) ... nhằm tối ưu hóa hoạt động kinh doanh, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng hiệu quả vận hành.

Chuỗi khách sạn SOJO Hotels tại Việt Nam là một trong những mô hình tiêu biểu cho việc ứng dụng công nghệ trong ngành khách sạn hiện nay. Được phát triển

bởi TNG Holdings Vietnam, SOJO Hotels theo đuổi mô hình “khách sạn thuận ích” với mức độ số hóa cao trong toàn bộ quá trình phục vụ khách hàng. Khách có thể thực hiện đặt phòng, check-in, check-out, mở cửa phòng và điều khiển các thiết bị trong phòng thông qua ứng dụng di động mà không cần tiếp xúc trực tiếp với nhân viên. Bên cạnh đó, hệ thống công nghệ của SOJO còn cho phép thu thập và phân tích dữ liệu hành vi khách hàng nhằm cá nhân hóa trải nghiệm, như điều chỉnh ánh sáng, nhiệt độ hay gợi ý dịch vụ phù hợp. Mô hình “khách sạn không chạm” (touchless hotel) này được xem là bước tiến mới trong việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động phục vụ, giúp tối ưu hóa quy trình vận hành và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Nhờ việc tích hợp công nghệ vào toàn bộ hệ thống dịch vụ, SOJO Hotels được đánh giá là một trong những chuỗi khách sạn tiên phong trong xu hướng chuyển đổi số tại Việt Nam, góp phần định hình mô hình khách sạn hiện đại, lấy khách hàng làm trung tâm và đề cao trải nghiệm số hóa.

Vinpearl gây chú ý khi trở thành hệ thống khách sạn, du lịch nghỉ dưỡng đầu tiên tại Việt Nam ứng dụng công nghệ nhận dạng khuôn mặt dựa trên nền trí tuệ nhân tạo. Các chuyên gia công nghệ cho rằng, từ hiện tượng Vinpearl, việc ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) trong lĩnh vực này sẽ sớm bước vào giai đoạn phát triển bùng nổ tại Việt Nam. Công nghệ được doanh nghiệp này ứng dụng cho phép khách du lịch làm thủ tục check-in chỉ trong vài giây, có khả năng tự nhận diện khách ra - vào khuôn viên, hỗ trợ mở cửa phòng nghỉ, mua sắm tại hệ thống cửa hàng và thanh toán... giúp giải phóng mọi loại giấy tờ, thẻ thủ công như trước đây. Trong thời gian đầu, Vinpearl đưa công nghệ này vào ứng dụng tại quần thể du lịch nghỉ dưỡng Vinpearl Nha Trang. Các tính năng đang được vận hành rất thuận lợi là ra vào khu nghỉ dưỡng, khu vui chơi giải trí Vinpearl Land và các nhà hàng.

Với chủ đề “Dẫn dắt tương lai ngành khách sạn”, ngày 23 tháng 9 năm 2024, tại Cung hội nghị quốc tế Ariyana Đà Nẵng khai mạc triển lãm và diễn đàn “Công nghệ, đổi mới sáng tạo ngành khách sạn” (HorecFex Việt Nam 2024) lần đầu tiên ra mắt một robot du lịch có khả năng phục vụ, đối thoại, hướng dẫn du khách. Ông André Pierre Gentzsch, Tổng giám đốc điều hành Quần thể du lịch quốc tế Furama - Ariyana Đà Nẵng cho biết, robot này trị giá 15.000 USD, được ứng dụng tại Cung hội nghị quốc tế Ariyana Đà Nẵng và vừa được nhập từ Hồng Kông (Trung Quốc). Xuất hiện trước hơn 2.000 đại biểu, robot tự giới thiệu tên là Ms Ariyana, là nhân

viên chính thức của Cung hội quốc tế Ariyana Đà Nẵng mà không cần qua thời gian thử việc. “Tôi rất vui được có mặt hôm nay cùng quý vị tham dự sự kiện Horecfex 2024 Đà Nẵng, trong tương lai ngành khách sạn, nhà hàng và dịch vụ ẩm thực, tôi tin rằng tôi và các bạn của tôi sẽ đóng góp nhiều hơn, hiệu quả hơn trong ngành công nghiệp không khói cùng quý vị”, robot Ms Ariyana nói.

1.4.3 Lợi ích của ứng dụng công nghệ

Việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh nhà hàng - khách sạn mang lại nhiều lợi ích thiết thực, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Công nghệ giúp nâng cao hiệu quả quản lý và kiểm soát hoạt động kinh doanh. Thông qua các hệ thống phần mềm, nhà quản lý có thể theo dõi tình trạng hoạt động, doanh thu và hiệu suất làm việc của nhân viên một cách chính xác và kịp thời. Điều này giúp hạn chế sai sót trong quá trình vận hành và nâng cao hiệu quả điều hành.

Việc ứng dụng công nghệ còn giúp tiết kiệm chi phí và thời gian. Nhờ tự động hóa các quy trình và giảm sự phụ thuộc vào phương pháp quản lý thủ công, doanh nghiệp có thể tối ưu hóa nguồn lực, giảm chi phí nhân công và nâng cao hiệu suất làm việc.

Ngoài ra, công nghệ góp phần cải thiện và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Các hệ thống công nghệ giúp rút ngắn thời gian thực hiện các thủ tục như đặt dịch vụ, check-in, thanh toán, đồng thời tạo sự thuận tiện và chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ. Điều này làm gia tăng mức độ hài lòng và khả năng quay lại của khách hàng.

Công nghệ giúp doanh nghiệp quản lý tốt hơn công suất phòng, tối ưu hóa hoạt động bán hàng trên các kênh trực tuyến và đưa ra các chiến lược kinh doanh phù hợp dựa trên dữ liệu thu thập được.

Bên cạnh đó, hệ thống công nghệ còn cung cấp các báo cáo và dữ liệu phân tích chi tiết, giúp nhà quản lý có cái nhìn toàn diện về tình hình hoạt động và đưa ra quyết định chính xác, kịp thời.

1.5 Ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng

1.5.1 Trước khi khách sử dụng dịch vụ

Hệ thống đặt bàn trực tuyến: Theo bài viết của HORECFEX Vietnam ngày 29/1/2025, hệ thống đặt chỗ trực tuyến hiện đại là giải pháp giúp doanh nghiệp lưu trú tối ưu tỷ lệ lấp đầy và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Các lợi ích chính gồm:

Tiếp cận khách hàng 24/7: Hệ thống đặt chỗ trực tuyến hoạt động không ngừng nghỉ, cho phép khách hàng dễ dàng tìm kiếm và đặt chỗ vào bất kỳ thời điểm nào, từ bất kỳ đâu. Điều này đặc biệt hữu ích trong việc thu hút khách hàng vào các khung giờ thấp điểm hoặc ngoài giờ làm việc của doanh nghiệp.

Quản lý dữ liệu và phân tích hiệu quả: Các hệ thống đặt chỗ hiện đại tích hợp công cụ phân tích dữ liệu, giúp doanh nghiệp theo dõi các chỉ số quan trọng như: Tỷ lệ đặt chỗ theo giờ, ngày, tuần. Thói quen và sở thích của khách hàng. Hiệu suất sử dụng không gian bàn/phòng. Những thông tin này giúp doanh nghiệp điều chỉnh chiến lược, tối ưu hóa công suất sử dụng.

Cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng: Thông qua dữ liệu được thu thập từ hệ thống, doanh nghiệp có thể gửi các gợi ý đặt chỗ phù hợp, chương trình khuyến mãi hoặc ưu đãi cá nhân hóa, từ đó tăng khả năng khách hàng quay lại và cải thiện tỷ lệ lấp đầy.

Website và nền tảng mạng xã hội: Theo Tripadvisor, website và mạng xã hội là công cụ marketing mạnh mẽ trong ngành khách sạn. Website là kênh chính thức để giới thiệu dịch vụ, giá phòng, hình ảnh, đồng thời tích hợp công cụ đặt phòng trực tuyến. Các nền tảng mạng xã hội như: Facebook, Instagram, TikTok giúp tăng nhận diện thương hiệu, kết nối trực tiếp với khách hàng tiềm năng.

Hệ thống quản lý dữ liệu khách hàng (CRM): Theo bài viết của Học viện quản lý PACE Institute Of Management, CRM là viết tắt của cụm từ Customer Relationship Management, nghĩa là quản lý quan hệ khách hàng. CRM giúp các doanh nghiệp thu thập, quản lý và phân tích thông tin về khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau như cuộc gọi điện thoại, email, trang web, mạng xã hội và giao dịch mua bán. Bằng cách sử dụng hệ thống CRM, các tổ chức có thể hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của khách hàng, từ đó tăng cường khả năng phục vụ và tạo ra trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng. Các tính năng chính của CRM bao gồm quản lý thông tin khách hàng, quản lý hoạt động bán hàng, quản lý dịch vụ hỗ trợ khách hàng, quản lý chiến dịch Marketing và phân tích dữ liệu khách hàng. Ngoài ra, CRM cũng có thể tích hợp với các hệ thống khác như hệ thống quản lý khách hàng, hệ thống quản lý doanh nghiệp và hệ thống tự động hóa Marketing để tối ưu hóa quy trình kinh doanh và tăng cường hiệu suất làm việc.

1.5.2 Trong khi sử dụng dịch vụ

Hệ thống POS (Point of Sale): là hệ thống ghi nhận các giao dịch tại điểm bán hàng, bao gồm phần mềm và phần cứng POS (màn hình cảm ứng tính tiền, máy in hóa đơn...) Hệ thống POS dựa trên đám mây là một trong những xu hướng công nghệ nhà hàng chính cần lưu ý và đây là những hệ thống bán điểm, sử dụng công nghệ đám mây để triển khai và lưu trữ dữ liệu. Hệ thống POS màn hình cảm ứng cho phép người dùng chọn các tùy chọn khác nhau bằng cách chạm vào màn hình. POS bán hàng cảm ứng giúp việc thao tác của thu ngân nhanh chóng và thuận tiện hơn. Từ đó giúp tăng hiệu suất bán hàng, cải thiện trải nghiệm dịch vụ khách hàng.

Menu điện tử (QR Code Menu): Menu điện tử là hình thức hiển thị thực đơn thông qua thiết bị điện tử hoặc mã QR, cho phép khách hàng tra cứu thông tin món ăn một cách nhanh chóng và tiện lợi, đồng thời giảm chi phí in ấn. Tại đây, mã QR hướng khách hàng đến một trang trên trang web của nhà hàng. Qua đó họ có thể dễ dàng đặt món mà không cần phải chờ đợi nhân viên nhà hàng nhận đơn đặt hàng của họ. Mã QR cũng có khả năng được sử dụng để thanh toán hoặc để truy cập chương trình ưu đãi.

Thiết bị order cầm tay (tablet/PDA): PDA được viết tắt từ cụm từ tiếng Anh Personal Digital Assistant. Đây là thiết bị kỹ thuật số cầm tay có thiết kế gọn nhẹ, hỗ trợ nhân viên hoàn thành công việc của mình nhanh chóng và dễ dàng hơn. PDA là thiết bị bán hàng cầm tay được tích hợp thêm phần mềm quản lý giúp nhân viên dễ dàng order món ăn, xuất hóa đơn bán hàng và thanh toán đơn hàng trực tiếp tại bàn cho khách. Thiết bị order cầm tay giúp nhân viên phục vụ ghi nhận yêu cầu của khách và truyền trực tiếp vào hệ thống, góp phần giảm sai sót và rút ngắn thời gian phục vụ.

Robot tự phục vụ: là các thiết bị tự động được lập trình để hỗ trợ hoặc thay thế con người trong một số công đoạn phục vụ khách hàng tại nhà hàng, quán cà phê hoặc khách sạn. Chúng thường đảm nhận các nhiệm vụ như: giao món ăn từ bếp đến bàn, dọn dẹp chén đĩa bẩn, tương tác đơn giản với khách hàng, hỗ trợ thanh toán hoặc điều hướng khách. Không chỉ giúp giảm tải công việc cho nhân viên, robot còn tạo nên trải nghiệm mới mẻ, hiện đại cho thực khách.

1.5.3 Sau khi sử dụng dịch vụ

Hệ thống thanh toán điện tử: Thanh toán điện tử là giải pháp công nghệ cho phép khách hàng thực hiện giao dịch qua thẻ tín dụng, ví điện tử, QR code hoặc

Internet banking. Đây là xu hướng tất yếu trong ngành lưu trú nhằm nâng cao sự tiện lợi và an toàn. Tại Việt Nam, nhiều khách sạn đã triển khai thanh toán qua MoMo, ZaloPay, VNPay QR bên cạnh thẻ Visa/MasterCard. Giúp quá trình thanh toán nhanh chóng và tiện lợi hơn.

Hệ thống thu thập phản hồi khách hàng: Đây là công cụ cho phép doanh nghiệp thu thập ý kiến khách hàng qua khảo sát trực tuyến, email, ứng dụng di động hoặc thiết bị tại chỗ. Nhiều khách sạn sử dụng SurveyMonkey, Google Forms hoặc tích hợp phản hồi trực tiếp trên ứng dụng đặt phòng. Marriott International triển khai hệ thống phản hồi tức thì qua ứng dụng di động, giúp xử lý khiếu nại ngay trong thời gian khách lưu trú.

Hệ thống quản lý đánh giá trực tuyến: là hệ thống theo dõi, phân tích và phản hồi các đánh giá của khách hàng trên OTA (Booking, Agoda, Airbnb) và mạng xã hội. Hệ thống quản lý đánh giá trực tuyến cho phép doanh nghiệp theo dõi và xử lý các đánh giá của khách hàng trên nền tảng số, góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu và thu hút khách hàng mới. Theo báo cáo của TripAdvisor, 87% khách hàng coi đánh giá trực tuyến là yếu tố quyết định khi đặt phòng.

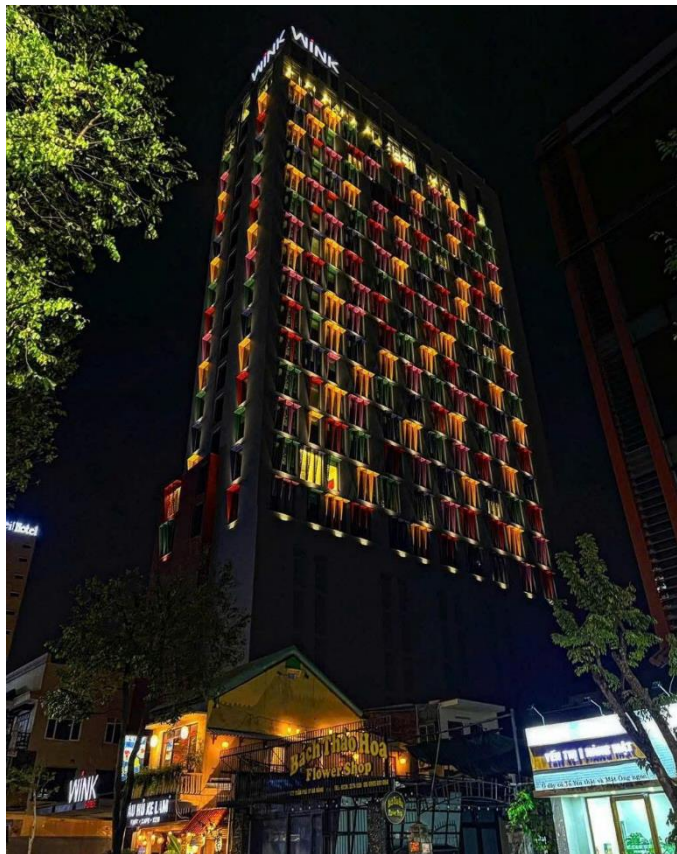
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã hệ thống hóa một cách toàn diện và khoa học các khái niệm nền tảng về dịch vụ ẩm thực, quy trình phục vụ tại nhà hàng thuộc cơ sở lưu trú và xu hướng ứng dụng thành tựu của cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 trong hoạt động kinh doanh số. Thông qua việc phân tích chuyên sâu các mô hình lý thuyết quốc tế, chương này đã làm rõ định nghĩa, đặc điểm và vai trò chiến lược của công nghệ đối với việc tối ưu hóa quy trình vận hành và nâng cao trải nghiệm của thực khách. Đây chính là khung lý thuyết vững chắc và là kim chỉ nam để triển khai các công cụ khảo sát thực chứng, phân tích định lượng và đánh giá thực trạng ứng dụng công nghệ của nhà hàng tại Chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ TẠI NHÀ HÀNG CỦA WINK HOTEL DANANG CENTRE

2.1 Tổng quan về khách sạn Wink Hotel Danang Centre

2.1.1 Giới thiệu chung về khách sạn



Nguồn: Phòng nhân sự - Wink Hotel Danang Centre

Hình 2.1: Khách sạn Wink Hotel Danang Centre

Tên gọi: WINK HOTEL DANANG CENTRE

Tên doanh nghiệp: CÔNG TY TNHH PHÁT TRIỂN KHÁCH SẠN TRUNG
TÂM ĐÀ NẴNG

Địa chỉ: 178 Trần Phú, Phước Ninh, Hải Châu, TP. Đà Nẵng

Xếp hạng sao: Khách sạn 4 sao

Số điện thoại: 0236 3831 999

Wink Hotel Danang Centre là khách sạn thuộc chuỗi Wink Hotels - thương hiệu khách sạn “Made in Vietnam” được phát triển bởi liên doanh Indochina Kajima. Khách sạn tọa lạc tại trung tâm thành phố Đà Nẵng với quy mô 244 phòng nghỉ hiện đại, được thiết kế theo phong cách trẻ trung, năng động và tiện nghi. Điểm nổi bật của Wink Hotel Danang Centre là mô hình lưu trú linh hoạt “STAY24”, cho phép khách hàng trải nghiệm trọn vẹn 24 giờ kể từ thời điểm nhận phòng, cùng với hệ

thống tiện ích 24/7 như Wink Bar, Grab & Go, phòng gym, không gian làm việc chung (Wink Space) và dịch vụ giặt là tự phục vụ.

Lịch sử hình thành và phát triển thương hiệu Wink Hotel:

Wink Hotels mang đến một sự diễn giải hiện đại về văn hóa, phong cách và thiết kế Việt Nam, với cách tiếp cận năng động trong ngành dịch vụ khách sạn. Bằng cách kết hợp dịch vụ cá nhân hóa, chu đáo cùng những trải nghiệm độc đáo và tinh gọn, Wink hướng đến việc thu hút, truyền cảm hứng và tạo sự gắn kết với từng vị khách.

Dưới sự hậu thuẫn của Indochina Capital - công ty hàng đầu Việt Nam về bất động sản, đầu tư và dịch vụ tài chính từ năm 1999; cùng Vanguard Hotels - công ty khách sạn có trụ sở tại Singapore, cung cấp sản phẩm khách sạn chất lượng, giá cả hợp lý tại Đông Nam Á từ năm 2008, công ty Indochina Vanguard Hotels Pte. Ltd. đã ra đời để cho ra mắt thương hiệu Wink Hotels vào năm 2018 - một thương hiệu khách sạn trẻ trung, hiện đại, được tạo ra dành riêng cho thế hệ khách du lịch mới.

Thương hiệu Wink đặt mục tiêu xây dựng khoảng 20 khách sạn trong vòng 5 - 7 năm đầu, phân bố ở các thành phố lớn và các thị trường thứ cấp tại Việt Nam.

Xu hướng dịch vụ chú trọng công nghệ, tiện nghi thông minh, trải nghiệm khách hàng linh hoạt: check-in/check-out điện tử, hệ thống “Grab & Go”, tiện ích 24/7, phòng làm việc chung (Co-working spaces), và thiết kế thân thiện môi trường.

Khách sạn đầu tiên của Wink, Wink Hotel Saigon Centre, chính thức mở cửa vào tháng 3 năm 2021. Đây là bước khởi đầu cho chiến lược mở rộng chuỗi khách sạn Wink khắp Việt Nam.

Hiện nay, Wink Hotels đã có mặt tại những khu vực đô thị lớn như TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng, đồng thời đang mở rộng đến các địa phương trọng điểm khác như Tuy Hòa, Cần Thơ, Hải Phòng.

Đầu năm 2026, Tập đoàn Hyatt Hotels Corporation (NYSE: H) và Indochina Kajima đã công bố thương hiệu khách sạn Wink của Việt Nam chính thức gia nhập Unscripted by Hyatt. Thỏa thuận chiến lược giữa Hyatt và Indochina Kajima - liên doanh giữa Tập đoàn Indochina Capital và Tập đoàn Kajima đánh dấu lần ra mắt toàn cầu của thương hiệu Unscripted by Hyatt. Sự kiện đánh dấu sự mở rộng quy mô hiện diện thương hiệu của Hyatt tại Việt Nam tới các điểm đến mới như Cần Thơ, Tuy Hòa và Hải Phòng. Theo thỏa thuận này, 6 khách sạn Wink đang vận hành gồm: Wink

Saigon Centre, Wink Danang Centre, Wink Danang Riverside, Wink Tuy Hoa Beach, Wink Can Tho Centre, Wink Hai Phong Centre, đã gia nhập bộ sưu tập Unscripted by Hyatt, nâng tổng số khách sạn Hyatt tại Việt Nam từ 4 lên 10 khách sạn. Ngoài ra, Wink Hanoi Westlake dự kiến sẽ khai trương vào cuối năm 2026. Tổng cộng 7 khách sạn Wink này cung cấp hơn 2.000 phòng tại các điểm đến trọng yếu của Việt Nam, từ các đô thị lớn đến những trung tâm văn hóa, ven biển đang phát triển. Là một phần trong danh mục Essentials của Hyatt, thương hiệu cao cấp Unscripted by Hyatt được thiết kế linh hoạt và dễ dàng chuyển đổi, cho phép các khách sạn độc lập vừa giữ được bản sắc riêng, vừa tiếp cận các hệ thống mạnh mẽ và nền tảng toàn cầu của Hyatt. Điều này giúp các khách sạn như Wink chuyển đổi mà không bị gián đoạn hoạt động, đồng thời tận dụng quy mô toàn cầu của Hyatt và hơn 61 triệu thành viên đang là khách hàng thân thiết của World of Hyatt. Sự đồng điệu về giá trị này đã tạo nên nền tảng vững chắc cho sự phát triển. Thông qua cách tiếp cận linh hoạt, theo mô hình bộ sưu tập của Unscripted by Hyatt, mỗi khách sạn Wink sẽ tiếp tục mang đến trải nghiệm đặc trưng riêng, đồng thời vẫn đảm bảo chất lượng và dịch vụ đạt tiêu chuẩn Hyatt.

Wink Hotel Danang Centre:

Wink Hotel Danang Centre là một trong những khách sạn đầu tiên được xây dựng trong chuỗi Wink, được khởi công vào ngày 15 tháng 11 năm 2022.

Khách sạn có 244 phòng với các loại phòng đa dạng như Standard, Twin, Family, và Suite.

Khách sạn sử dụng thiết bị và tiện nghi hiện đại như ga trải giường cao cấp, vòi sen mạnh, amenities được chọn lọc bản địa, minibar, smart TV có khả năng kết nối thiết bị bên ngoài.

Các dịch vụ hỗ trợ khách liên tục như Wink Guides (nhân viên hướng dẫn & hỗ trợ khách), Grab & Go, Quầy Bar 24/7, khu tiện ích tự phục vụ, Co-working space.

Sứ mệnh:

Mang đến một kiểu trải nghiệm lưu trú “phong cách sống” hiện đại và linh hoạt - tức là khách có thể “STAY24” (lưu trú 24h, không bị giới hạn giờ check-in/out) và sử dụng dịch vụ tiện ích quanh năm 24/7.

Áp dụng công nghệ để đơn giản hóa trải nghiệm khách (mobile check-in/key, self-check in, dịch vụ không tiếp xúc, thanh toán hiện đại) nhằm đem lại sự nhanh

chóng, hiệu quả và thuận tiện.

Kết hợp thiết kế hiện đại, tiện nghi cao, đồng thời tôn trọng văn hóa địa phương để đem lại cảm giác thân thiện, bản sắc địa phương trong trải nghiệm lưu trú.

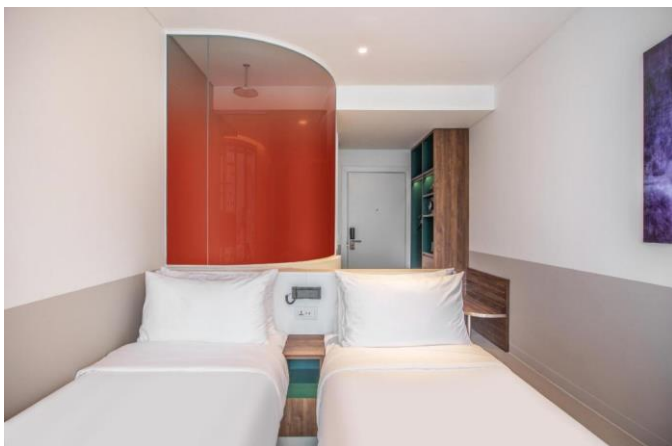
Tầm nhìn:

Trở thành thương hiệu khách sạn công nghệ “made in Vietnam” hàng đầu trong phân khúc “premium mid-scale / affordable luxury” tại các thành phố lớn.

Mở rộng chuỗi Wink Hotels tới nhiều điểm đến trong nước, với số lượng khách sạn tăng lên, và luôn cung cấp trải nghiệm chất lượng cao, tiện nghi & thuận tiện cho khách hàng cả trong & ngoài nước.

Dịch vụ lưu trú: Wink Hotel Danang Centre sở hữu 244 phòng nghỉ hiện đại, được thiết kế tối giản nhưng đầy đủ tiện nghi, mang đến sự thoải mái và tiện lợi cho khách hàng trong suốt kỳ lưu trú. Các phòng được chia thành nhiều hạng khác nhau, đáp ứng đa dạng nhu cầu từ khách công tác đến khách du lịch nghỉ dưỡng. Mỗi phòng đều được trang bị giường cao cấp, khu vực làm việc tiện nghi, cửa sổ lớn với tầm nhìn ra thành phố hoặc sông Hàn, cùng những tiện ích thông minh theo phong cách trẻ trung, năng động. Với phương châm “Stay your way”, khách hàng có thể trải nghiệm trọn vẹn 24 giờ từ thời điểm nhận phòng, tạo nên sự linh hoạt và khác biệt so với mô hình khách sạn truyền thống.

Bảng 2.1: Dịch vụ lưu trú

Wink Life Twin Diện tích: 20m² Loại giường: 2 giường đơn Tầm nhìn: Hướng phong cảnh / Khu dân cư Sức chứa: Tối đa 2 người lớn Đặc điểm: Thiết kế tinh gọn, hiện đại, tối ưu hóa không gian. Phù hợp cho bạn bè hoặc đồng nghiệp đi công tác.	
---	--

Wink Life Queen Diện tích: 20m2 Loại giường: 1 giường đôi lớn Tầm nhìn: Hướng phong cảnh / Khu dân cư Sức chứa: Tối đa 2 người lớn + 1 trẻ em (dưới 6 tuổi) Đặc điểm: Không gian ấm cúng, sành điệu, tích hợp công nghệ thông minh. Phù hợp cho khách du lịch một mình hoặc các cặp đôi.	
Wink Life Plus Queen Diện tích: 20m2 Loại giường: 1 giường đôi lớn Tầm nhìn: Hướng toàn cảnh thành phố Sức chứa: Tối đa 2 người lớn + 1 trẻ em (dưới 6 tuổi) Đặc điểm: Phòng có tầm nhìn trực diện ra thành phố sầm uất qua hệ thống kính tràn viền, mang lại trải nghiệm nghỉ dưỡng năng động và thoải mái.	

Wink Life Plus Twin Diện tích: 20m² Loại giường: 2 giường đơn Tầm nhìn: Hướng toàn cảnh thành phố Sức chứa: Tối đa 2 người lớn Đặc điểm: Sở hữu cửa sổ kính lớn từ trần đến sàn giúp ngắm trọn vẹn nhịp sống đô thị Đà Nẵng, kết hợp đầy đủ tiện nghi thông minh.	
Wink Luxury City View Diện tích: 30m² Loại giường: 1 giường lớn cỡ King Tầm nhìn: Hướng thành phố hoặc góc ôm trọn thành phố Sức chứa: Tối đa 2 người lớn lớn + 2 trẻ em (hoặc tối đa lên tới 3-4 người lớn tùy theo chính sách phụ thu) Đặc điểm: Không gian rộng rãi hơn, vị trí góc mang lại góc nhìn cực thoáng đãng. Trang bị nệm cao cấp và nội thất tối tân nâng cấp trải nghiệm.	

Family Room City View

Diện tích: 30m²

Loại giường: Cầu hình thông minh gồm 1 giường King + 1 giường tầng Tầm nhìn: Hướng thành phố

Sức chứa: Tiêu chuẩn cho gia đình hoặc nhóm bạn (3 người lớn + 1 trẻ em hoặc 4 người lớn)
Đặc điểm: Là thiết kế đặc trưng dành riêng cho gia đình của Wink. Phòng tối ưu không gian ngủ cho trẻ nhỏ hoặc nhóm bạn bằng giường tầng hiện đại mà vẫn giữ được sự riêng tư, thoải mái.



Nguồn: Wink Hotel Danang Centre

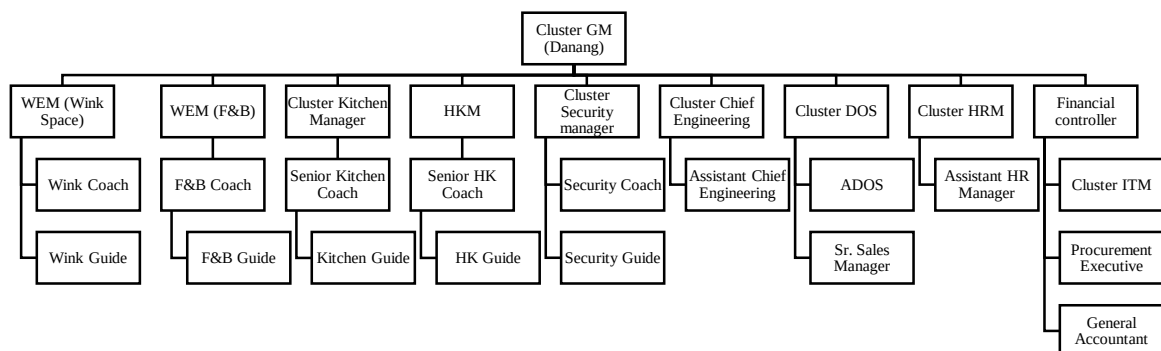
Bảng 2.2: Dịch vụ khác

Quầy check-in/check-out tự động Check-in/check-out linh hoạt: Chính sách “Stay24” cho phép khách nhận và trả phòng đúng 24 giờ kể từ thời điểm nhận phòng. Trang bị kiosk tự phục vụ để check-in/check-out nhanh chóng và thuận tiện.	
Quầy Grap & Go Tầng 19 có quầy Grab & Go như là 1 cửa hàng tiện lợi thu nhỏ, phục vụ đồ ăn nhẹ và nhu yếu phẩm.	
Wink Bar và Wink Space Tầng 19 có Wink Bar và Wink Space hoạt động 24/7, khách sạn cũng cung cấp bữa sáng miễn phí.	



Nguồn: Wink Hotel Danang Centre

2.1.2 Cơ cấu tổ chức khách sạn



Nguồn: Phòng Nhân sự - Wink Hotel Danang Centre

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

Wink Experience Manager (F&B)

Chức năng: Phục vụ nhu cầu ăn uống của khách lưu trú tại khách sạn, đồng thời đóng góp lớn vào doanh thu và thúc đẩy thương hiệu chung của khách sạn.

Nhiệm vụ: Quản lý và giám sát tất cả các hoạt động của quầy bar, đảm bảo tiêu chuẩn sản phẩm và dịch vụ được duy trì; chịu trách nhiệm pha chế đồ uống theo yêu cầu của khách tại quầy bar; phục vụ thực khách tại nhà hàng, từ tiếp đón đến bưng bê đồ ăn và đồ uống. Ngoài ra, vị trí này còn có nhiệm vụ đảm bảo an toàn thực phẩm, tuân thủ các quy định vệ sinh.

Wink Experience Manager (FO)

Chức năng: là một trong các bộ phận trong khách sạn có vai trò quan trọng

trong việc giao tiếp và tạo mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp và đối tác. Vị trí này chính là cầu nối giữa khách hàng và các dịch vụ của khách sạn, cũng như giữa các bộ phận nội bộ; hỗ trợ quản lý trong việc tư vấn và đưa ra góp ý về tình hình khách sạn, nhu cầu thị trường và xu hướng tương lai.

Nhiệm vụ: Đón tiếp, nhận, giải quyết mọi yêu cầu của khách hàng và chuyển thông tin của khách hàng đến các bộ phận liên quan; hướng dẫn khách và thực hiện các thủ tục đăng ký, trả phòng; thu phí nếu khách hàng sử dụng các sản phẩm và dịch vụ khác trong khách sạn. Đồng thời, bộ phận này còn có nhiệm vụ lưu trữ thông tin của khách lên hệ thống, báo cáo tình hình hoạt động cho quản lý, liên kết và hỗ trợ các bộ phận khác để hoàn thành nhiệm vụ.

Kitchen (Bộ phận Bếp)

Chức năng: Bộ phận bếp trong khách sạn đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các món ăn ngon và đáp ứng nhu cầu ẩm thực của khách hàng.

Nhiệm vụ: Chịu trách nhiệm điều hành và giám sát toàn bộ hoạt động của bộ phận bếp; đảm bảo chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm, quản lý hàng hóa, công cụ cũng như đào tạo nhân viên bếp; chế biến món ăn, sáng tạo thực đơn và giám sát công việc nấu nướng cũng như kiểm soát và xử lý sự cố phát sinh trong quá trình nấu.

Housekeeping (Bộ phận Buồng phòng)

Chức năng: Bộ phận Buồng phòng được coi là nền tảng của dịch vụ lưu trú, đảm bảo rằng các phòng đều sạch sẽ, thoải mái và đáp ứng đúng tiêu chuẩn của khách sạn. Vị trí này cũng liên kết chặt chẽ với bộ phận Wink Space để cung cấp dịch vụ liên quan đến việc đón tiếp và chăm sóc khách hàng.

Nhiệm vụ: Bộ phận Buồng phòng thực hiện việc chuẩn bị buồng và đảm bảo phòng luôn sẵn sàng đón khách, phục vụ riêng cho khách VIP; thực hiện vệ sinh hàng ngày của buồng phòng và các khu vực công cộng; kiểm tra tình trạng phòng, thiết bị và vật dụng khi thực hiện vệ sinh; nhận và giao các dịch vụ phục vụ khách, báo cáo vấn đề liên quan cho bộ phận Wink Space; nắm bắt tình hình khách thuê phòng và phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

Security (Bộ phận An ninh)

Chức năng: Đảm bảo an toàn cho khách hàng, tài sản của khách sạn và cả khách hàng, đồng thời chịu trách nhiệm về an ninh trong toàn bộ khách sạn.

Nhiệm vụ: Thực hiện tuần tra và canh gác theo ca, luôn ở tư thế sẵn sàng để xử lý mọi sự cố an ninh; trông giữ xe cho khách và nhân viên các bộ phận khác của khách sạn; hỗ trợ bộ phận Không gian Wink trong việc hướng dẫn và chuyển hành lý của khách vào và ra khỏi khách sạn; hỗ trợ các bộ phận khác trong khách sạn để đảm bảo an toàn và hiệu quả.

Engineering (Bộ phận Kỹ thuật)

Chức năng: Quản lý và giám sát các hệ thống kỹ thuật và thiết bị trong khách sạn để đảm bảo vận hành suôn sẻ và không gặp sự cố.

Nhiệm vụ: Kiểm tra, bảo trì thường xuyên các thiết bị trong khách sạn; sửa chữa các công cụ, thiết bị khi có yêu cầu từ bộ phận khác; thực hiện công việc trang trí sân khấu, chuẩn bị âm thanh cho hội trường, hội thảo khi có yêu cầu.

Human resources (Bộ phận Nhân sự)

Chức năng: Quản lý, tuyển dụng và duy trì nguồn nhân lực đủ chất lượng để đáp ứng yêu cầu của hoạt động kinh doanh; đào tạo và phát triển; quản lý lương thưởng và phúc lợi; quản lý hồ sơ và thủ tục hành chính; xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Nhiệm vụ: Tổ chức và sắp xếp cán bộ, nhân viên; ban hành các thể chế, quy chế làm việc; đánh giá, theo dõi quá trình làm việc của nhân viên các bộ phận và tiếp nhận ý kiến từ cấp trên cũng như thực hiện các biện pháp cần thiết để cải thiện hiệu suất làm việc; tổ chức tuyển dụng và đào tạo nhân viên. Xây dựng và thực hiện các chương trình đào tạo, phát triển kỹ năng cho nhân viên để nâng cao năng lực và hiệu suất làm việc. Xây dựng và quản lý các chính sách lương, thưởng, phụ cấp và các chế độ phúc lợi khác để đảm bảo quyền lợi cho nhân viên. Lưu trữ hồ sơ nhân viên, quản lý hợp đồng lao động, thực hiện các thủ tục giấy tờ liên quan đến nhân sự. Góp phần xây dựng và duy trì một môi trường làm việc tích cực, tạo dựng văn hóa doanh nghiệp mạnh mẽ và gắn kết.

Finance (Bộ phận Tài chính)

Chức năng:

Tài chính: Quyết định chiến lược về tài chính của khách sạn, tìm kiếm, quản lý, và đảm bảo nguồn vốn cần thiết cho hoạt động khách sạn. Bên cạnh đó, vị trí này còn theo dõi, quản lý và báo cáo sổ sách thu, chi, công nợ.

IT: có chức năng quản trị hệ thống website và server; quản lý hệ thống máy

tính trong văn phòng; quản lý mạng LAN nội bộ và Wifi; quản lý và bảo trì máy tính, máy in, quản lý tổng đài, hệ thống Wifi, kỹ thuật số của TV và hệ thống âm thanh; hỗ trợ nhân viên và khách hàng về các vấn đề liên quan đến máy tính và mạng

Nhiệm vụ:

Tài chính: Kiểm soát biến động tài chính khách sạn; lập chứng từ xác định kết quả kinh doanh của toàn khách sạn và của từng bộ phận; quản lý và giám sát thu, chi nhằm ngăn chặn thất thoát hoặc rủi ro tài chính.

IT: Bộ phận này chịu trách nhiệm toàn bộ các vấn đề liên quan đến Công nghệ thông tin trong khách sạn, quản lý và vận hành hệ thống máy tính, mạng LAN, internet, Wifi, và thiết bị ngoại vi. Đồng thời, hỗ trợ nhân viên và khách lưu trú về các vấn đề liên quan đến công nghệ thông tin.

Bảng 2.3: Số lượng nhân sự tại khách sạn

Bộ phận	Số lượng	Thông tin nhân sự
F&B	15	Giới tính: 10 nam, 5 nữ Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: 100% tiếng Anh giao tiếp tốt (6 nhân sự biết thêm tiếng Trung/Hàn)
FO	7	Giới tính: 4 nam, 3 nữ Trình độ học vấn: Đại học Trình độ ngoại ngữ: 100% tiếng Anh thành thạo (4 nhân sự biết thêm tiếng Hàn/Nhật)
Kitchen	11	Giới tính: 8 nam, 3 nữ Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: Cấp quản lý giao tiếp tốt, nhân sự biết thuật ngữ chuyên ngành
HK	11	Giới tính: 5 nam, 6 nữ Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: 4 nhân sự giao tiếp cơ bản,

		7 nhân sự biết từ vựng công việc
Security	6	Giới tính: 6 nam Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: 2 nhân sự giao tiếp cơ bản, 4 nhân sự biết từ vựng an ninh
Engineering	6	Giới tính: 6 nam Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: giao tiếp cơ bản, đọc hiểu tài liệu kỹ thuật
Sale&Marketing	8	Giới tính: 2 nam, 6 nữ Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: 100% tiếng Anh lưu loát, phục vụ đàm phán hợp đồng
HR	4	Giới tính: 4 nữ Trình độ học vấn: Đại học Trình độ ngoại ngữ: 100% tiếng Anh giao tiếp tốt đến thành thạo
Finance	7	Giới tính: 2 nam, 5 nữ Trình độ học vấn: Cao đẳng, Đại học Trình độ ngoại ngữ: đọc hiểu chứng từ quốc tế

Nguồn: Phòng Nhân sự - Wink Hotel Danang Centre

Khách sạn duy trì đội ngũ đủ để vận hành dịch vụ liên tục 24/7. Thường xuyên tuyển dụng nhân sự trẻ, part-time hoặc thực tập sinh, giúp linh hoạt về ca làm việc.

Vào mùa cao điểm du lịch (tháng 5 - 8), nhân viên buồng phòng và F&B thường chịu áp lực lớn, có nguy cơ thiếu hụt. Sự phụ thuộc vào nhân sự thời vụ/part-time có thể khiến chất lượng dịch vụ không đồng đều.

2.1.3 Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.4: Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn

Chỉ tiêu	2024	2025	Chênh lệch
Số phòng được thuê (%)	61,5%	65,2%	6%
Giá phòng bình quân theo ngày (VND)	1.245.000	1.717.000	38%
Tổng doanh thu (VND)	21.350.000.000	28.820.000.000	35%
Lợi nhuận gộp từ hoạt động kinh doanh (VND)	4.950.000.000	10.000.000.000	102%

Nguồn: Phòng Tài chính – Wink Hotel Danang Centre

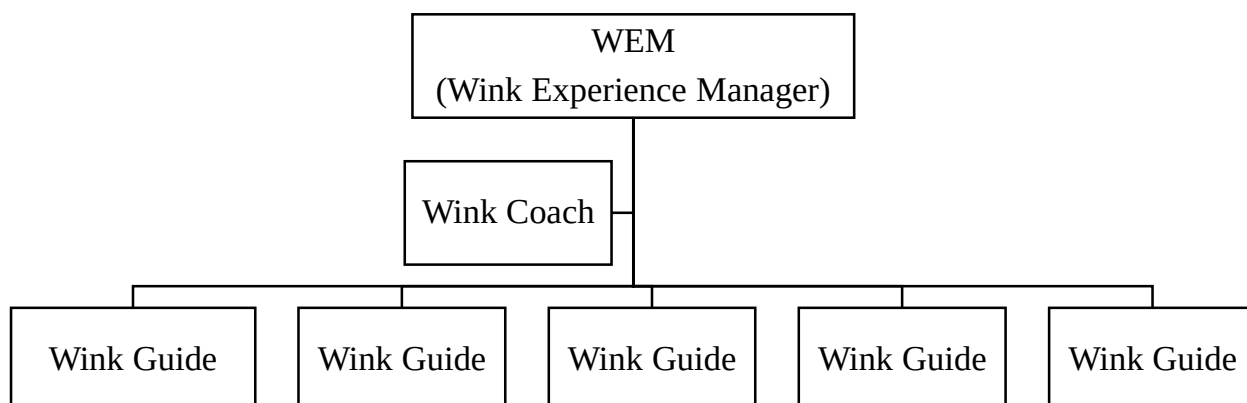
Nhận xét:

Dựa vào bảng số liệu về tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn giai đoạn 2024 - 2025, ta thấy kết quả tăng trưởng vượt bậc được phản ánh đồng đều qua tất cả các chỉ tiêu cốt lõi nhờ vào sự kết hợp giữa các yếu tố vĩ mô thuận lợi và chiến lược chủ quan hiệu quả. Về mặt khách quan, năm 2025 ghi nhận sự phục hồi mạnh mẽ của thị trường du lịch, lượng khách quốc tế và nội địa gia tăng ổn định cùng với các chính sách kích cầu kinh tế đã tạo ra môi trường kinh doanh lý tưởng, giúp tỷ lệ số phòng được thuê tăng từ 61,5% lên 65,2%, tương đương mức chênh lệch tăng 6%. Đồng thời, việc khách sạn chủ động điều chỉnh chiến lược định giá vi mô, nâng cấp chất lượng dịch vụ tích hợp công nghệ và định vị thương hiệu phân khúc cao cấp đã thúc đẩy giá phòng bình quân theo ngày tăng trưởng ấn tượng tới 38%, đạt từ 1.245.000 VND năm 2024 lên 1.717.000 VND năm 2025.

Chính sự gia tăng song song của cả công suất phòng lẫn giá phòng bình quân đã trở thành đòn bẩy trực tiếp thúc đẩy tổng doanh thu của khách sạn bứt phá mạnh mẽ 35%, tăng từ 21.350.000.000 VND lên 28.820.000.000 VND sau một năm. Đáng chú ý nhất là chỉ tiêu lợi nhuận gộp từ hoạt động kinh doanh đạt mức tăng trưởng kỷ lục 102%, nhảy vọt từ 4.950.000.000 VND lên con số 10.000.000.000 VND vào năm 2025. Sự chênh lệch bùng nổ về mặt lợi nhuận này xuất phát từ nguyên nhân chủ quan trong quản trị vi mô, khi ban quản lý khách sạn đã áp dụng triệt để mô hình vận hành tinh gọn, tối ưu hóa thành công chi phí biến đổi trên mỗi phòng và kiểm soát tốt chi phí cố định, giúp tốc độ tăng doanh thu vượt xa tốc độ tăng chi phí vận hành.

2.2 Tổng quan về nhà hàng của Wink Hotel Danang Centre

2.2.1 Cơ cấu tổ chức bộ phận nhà hàng



Nguồn: Phòng Nhân sự - Wink Hotel Danang Centre

Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức bộ phận nhà hàng

2.2.2 Chức năng và nhiệm vụ các vị trí

Bảng 2.5: Số lượng nhân sự tại bộ phận nhà hàng

Chức vụ	Số lượng
WEM	1
Wink Coach	1
Wink Guide	5
Intern	3
Casual	5

Nguồn: Phòng Nhân sự - Wink Hotel Danang Centre

Nhiệm vụ:

Wink Coach (Giám Sát nhà hàng):

Là Wink Coach, có nhiều vai trò khác nhau bao gồm là cầu nối, là một người huấn luyện..., cần đảm bảo được tất cả các Wink Guide nắm bắt và thể hiện được tinh thần Wink qua quá trình hướng dẫn đào tạo công việc hàng ngày.

Tương tác, kết nối và hỗ trợ Wink Guides trong từng nhiệm vụ công việc, trao quyền và cho phép nhân viên thoải mái sáng tạo để mang lại những trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng.

Luôn cố vũ, động viên và hướng dẫn kịp thời những điều mà đội nhóm còn chưa nắm rõ trong công việc của họ bao gồm tất cả các nghiệp vụ liên quan FO, F&B...

Quan tâm đến sự khác biệt trong tính cách của mỗi thành viên trong nhóm và kết nối với các đồng nghiệp của mình trên tinh thần tôn trọng sự khác biệt và đề cao giá trị cá nhân của mỗi người, tôn vinh văn hóa và nét Việt tại Wink.

Dưới dự hướng dẫn và đồng hành từ Wink Experience Manager, cũng như các kiến thức được trang bị thông qua các quy trình vận hành tiêu chuẩn đã được ban hành, Wink Coach chịu trách nhiệm quan sát và giám sát hoạt động hàng ngày tại Wink Space đảm bảo chất lượng dịch vụ Wink mang lại luôn đạt theo các tiêu chuẩn đã đặt ra.

Wink Coach còn là người chịu trách nhiệm chính cho toàn bộ vận hành tại Wink Space trong ca làm việc của mình và báo cáo trực tiếp cho Wink Experience Manager cũng như các bộ phận liên quan khác được biết trong trường hợp cần thiết.

Wink Guide:

Wink Hotel Danang Centre khác với các khách sạn khác. Thông thường, các nhân viên trong khách sạn được gọi là Staff hoặc Waiter /Waitress nhưng nhân viên ở Wink được gọi là Wink Guide vì ở Wink rất coi trọng yếu tố con người.

Wink Guide là chìa khóa tạo ra trải nghiệm khác biệt tại Wink mà chúng ta muốn mang lại cho khách hàng. Là một phần của “Cộng đồng chung”, có nhiệm vụ trao cho khách hàng cảm giác Wink là bạn, là ngôi nhà thứ hai của khách, và khách là một phần của “Cộng đồng chung” này.

Đem đến cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời, nắm bắt được tinh thần tự do phóng khoáng của những du khách hiện đại nhưng đồng thời cũng giữ gìn bản sắc, nét văn hóa của người Việt, cho khách tận hưởng được sự kết hợp hài hòa giữa yếu tố hiện đại và truyền thống đan xen từ thiết kế đến trang thiết bị cũng như dịch vụ mang tính cách mạng Wink.

Dưới dự hướng dẫn và đồng hành từ Wink Experience Manager và Wink Coach, cũng như các kiến thức được trang bị thông qua các quy trình vận hành tiêu chuẩn, Wink Guide có trách nhiệm đảm bảo các dịch vụ khách hàng nhận từ lúc khách đến cho đến lúc khách đi tại Wink là theo đúng tiêu chuẩn đề ra và tốt nhất. Đồng

thời, đảm bảo vận hành, giữ gìn khu vực Wink Space theo những tiêu chuẩn đã được ban hành bởi Wink Hotels.

Wink Guide làm việc và báo cáo trực tiếp cho Wink Coach đồng thời chủ động hỗ trợ kịp thời các nghiệp vụ liên quan khác cho những đồng nghiệp của mình khi cần thiết.

2.3 Thực trạng ứng dụng công nghệ trong phục vụ nhà hàng

2.3.1 Tác động của ứng dụng công nghệ đến quy trình phục vụ tại nhà hàng

Trước hết, tại giai đoạn tiếp cận thông tin và gọi món, việc triển khai menu điện tử (QR Code) và máy order tự phục vụ đã làm thay đổi cách thức khách hàng tiếp cận thực đơn. Thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào nhân viên phục vụ, khách hàng có thể chủ động tra cứu thông tin, lựa chọn món ăn và đưa ra quyết định. Sự thay đổi này không chỉ giúp nâng cao tính chủ động của khách hàng mà còn góp phần giảm tải cho nhân viên trong những thời điểm đông khách. Đồng thời, vai trò của nhân viên phục vụ cũng có sự chuyển dịch, từ người trực tiếp thực hiện thao tác sang người hỗ trợ và tư vấn khi cần thiết.

Trong giai đoạn ghi nhận và xử lý đơn hàng, hệ thống POS đóng vai trò trung tâm trong việc số hóa quy trình. Thông tin gọi món được nhập trực tiếp vào hệ thống và truyền đến bộ phận bếp một cách nhanh chóng và chính xác, thay thế cho phương thức ghi chép thủ công trước đây. Nhờ đó, thời gian xử lý đơn hàng được rút ngắn, đồng thời hạn chế tối đa sai sót trong quá trình truyền đạt thông tin. Quy trình phục vụ vì vậy trở nên đồng bộ và hiệu quả hơn.

Đối với giai đoạn phục vụ và phối hợp giữa các bộ phận, việc ứng dụng các thiết bị công nghệ và hệ thống kết nối giúp nâng cao khả năng phối hợp giữa khu vực phục vụ và bộ phận bếp. Thông tin được cập nhật theo thời gian thực, giúp nhân viên chủ động trong việc theo dõi tiến độ món ăn và phục vụ khách hàng một cách kịp thời. Điều này góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và giảm thiểu tình trạng gián đoạn trong quá trình phục vụ.

Ở giai đoạn thanh toán, việc áp dụng các hình thức thanh toán điện tử đã đơn giản hóa đáng kể quy trình thanh toán. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch nhanh chóng thông qua thẻ ngân hàng, ví điện tử hoặc các phương thức không dùng tiền mặt khác. Đồng thời, dữ liệu thanh toán được cập nhật tự động vào hệ thống, hỗ trợ hiệu quả cho công tác quản lý và kiểm soát doanh thu.

Có thể nhận thấy việc ứng dụng công nghệ tại nhà hàng đã tác động toàn diện đến quy trình phục vụ như: rút ngắn thời gian thực hiện các bước trong quy trình, giảm sự phụ thuộc vào thao tác thủ công, nâng cao độ chính xác và tính đồng bộ trong xử lý thông tin, thay đổi vai trò của nhân viên theo hướng hỗ trợ và tư vấn.

Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích đạt được, sự thay đổi này cũng đặt ra một số yêu cầu mới, bao gồm việc nâng cao năng lực sử dụng công nghệ của nhân viên và khả năng thích ứng của khách hàng đối với các hình thức phục vụ hiện đại.

Để làm rõ hơn tác động của công nghệ đến quy trình phục vụ, có thể so sánh giữa quy trình phục vụ truyền thống và quy trình có ứng dụng công nghệ tại nhà hàng. Sự khác biệt này không chỉ thể hiện ở phương thức thực hiện mà còn phản ánh mức độ chuyển đổi số và hiệu quả vận hành của hệ thống phục vụ.

Bảng 2.6: Tác động của công nghệ đến quy trình phục vụ

Giai đoạn	Quy trình phục vụ truyền thống	Quy trình có ứng dụng công nghệ tại Wink Hotels Danang Centre
1. Tiếp cận & giới thiệu dịch vụ	Khách nhận thông tin qua nhân viên hoặc menu giấy	Khách tiếp cận thông tin qua QR menu, website, mạng xã hội
2. Gọi món	Nhân viên giới thiệu và ghi nhận yêu cầu bằng lời hoặc giấy	Khách tự xem menu QR hoặc sử dụng máy order tự phục vụ
3. Ghi nhận đơn hàng	Nhân viên ghi chép thủ công, dễ sai sót	Nhập trực tiếp vào hệ thống POS hoặc kiosk
4. Chuyển thông tin đến bếp	Truyền đạt bằng lời hoặc phiếu giấy	Dữ liệu truyền tự động từ POS/kiosk đến bếp
5. Chế biến & theo dõi món	Nhân viên phải kiểm tra thủ công	Hệ thống cập nhật trạng thái món theo thời gian thực
6. Phục vụ món ăn	Nhân viên phục vụ theo thứ tự thủ công	Nhân viên phối hợp dựa trên thông tin từ hệ thống

7. Thanh toán	Thanh toán tiền mặt hoặc quét thẻ tại quầy	Thanh toán điện tử (QR, ví điện tử, thẻ...)
8. Lưu trữ & quản lý dữ liệu	Ghi chép thủ công, khó tổng hợp	Dữ liệu lưu trữ tự động trên hệ thống

Nguồn: Wink Hotels Danang Centre

Từ bảng so sánh trên có thể nhận thấy, việc ứng dụng công nghệ đã làm thay đổi toàn diện quy trình phục vụ tại nhà hàng. Các khâu trong quy trình không còn hoạt động rời rạc mà được liên kết thông qua hệ thống công nghệ, giúp nâng cao tính đồng bộ và hiệu quả vận hành. Đồng thời, công nghệ cũng góp phần chuyển dịch vai trò của nhân viên từ thực hiện thủ công sang hỗ trợ và kiểm soát hệ thống.

2.3.1 Menu điện tử (QR Code)



Nguồn: Ảnh tự chụp

Hình 2.2: QR code gọi món tại từng bàn

Nhà hàng triển khai menu điện tử thông qua mã QR, cho phép khách hàng sử dụng điện thoại thông minh để truy cập thực đơn. Việc áp dụng hình thức này giúp khách hàng chủ động trong việc tìm hiểu thông tin món ăn, giá cả và lựa chọn dịch vụ mà không cần phụ thuộc hoàn toàn vào nhân viên phục vụ.

Dưới góc độ chuyển đổi số, QR Code menu là biểu hiện rõ nét của việc số hóa thông tin và thay đổi phương thức cung cấp dịch vụ từ truyền thống sang nền tảng số. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí in ấn mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc cập nhật thực đơn một cách linh hoạt.

Việc sử dụng QR Code thể hiện sự kết nối giữa thiết bị cá nhân của khách hàng và hệ thống thông tin của nhà hàng, tạo nên một môi trường dịch vụ số hóa, trong đó khách hàng trở thành một phần của hệ sinh thái công nghệ.

Tuy nhiên, khách hàng thường áp dụng cách gọi món truyền thống thông qua nhân viên và đồng thời hiệu quả của công nghệ này bị hạn chế đối với nhóm khách hàng không quen sử dụng thiết bị công nghệ. Từ đó ảnh hưởng đến mức độ chấp nhận và trải nghiệm dịch vụ.

2.3.2 Thanh toán điện tử

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ trong ngành dịch vụ, thanh toán điện tử đã trở thành một trong những công cụ quan trọng giúp nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Tại nhà hàng thuộc Wink Hotels Danang Centre, các hình thức thanh toán điện tử từng bước được triển khai nhằm thay thế hoặc bổ trợ cho phương thức thanh toán truyền thống.

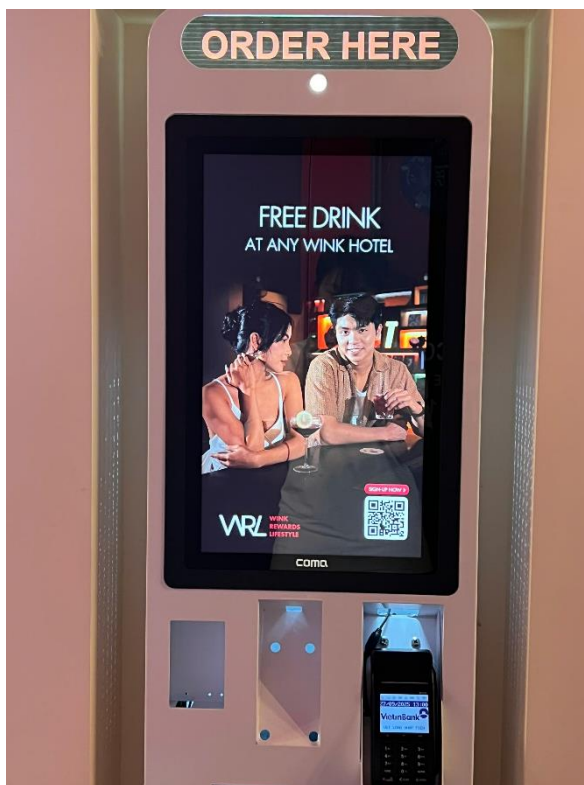
Hiện nay, nhà hàng hỗ trợ nhiều phương thức thanh toán như thẻ ngân hàng, ví điện tử, chuyển khoản, ... Việc đa dạng hóa hình thức thanh toán giúp khách hàng có nhiều lựa chọn phù hợp với nhu cầu và thói quen tiêu dùng, đồng thời góp phần rút ngắn thời gian thanh toán so với phương thức tiền mặt.

Việc áp dụng thanh toán điện tử tại nhà hàng thể hiện rõ quá trình chuyển đổi từ phương thức thanh toán truyền thống sang môi trường số. Hoạt động thanh toán không còn phụ thuộc hoàn toàn vào tiền mặt mà được tích hợp với các nền tảng công nghệ, góp phần số hóa quy trình phục vụ. Thanh toán điện tử giúp giảm thiểu thao tác thủ công trong quá trình thanh toán, tăng tốc độ xử lý giao dịch, nâng cao tính minh bạch và khả năng kiểm soát doanh thu.

Trong thời đại công nghệ hiện nay, thanh toán điện tử không chỉ là một công cụ giao dịch mà còn là một phần của hệ thống kết nối giữa các thiết bị và nền tảng công nghệ. Thông tin thanh toán có thể được liên kết với hệ thống POS, giúp cập nhật dữ liệu giao dịch theo thời gian thực và hỗ trợ công tác quản lý.

Dưới góc độ của internet vạn vật, việc kết nối giữa thiết bị thanh toán (máy POS, điện thoại di động) và hệ thống quản lý giúp tạo ra một quy trình khép kín, trong đó dữ liệu được truyền tải và xử lý một cách nhanh chóng và chính xác. Điều này góp phần nâng cao hiệu quả vận hành và giảm thiểu sai sót trong quá trình thanh toán.

2.3.3 Máy Self-service



Nguồn: Ảnh tự chụp

Hình 2.3: Máy Self Service

Xu hướng hiện đại hóa hoạt động dịch vụ, máy order tự phục vụ (self-service kiosk) ngày càng được nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực F&B triển khai nhằm nâng cao hiệu quả vận hành và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Máy order tự phục vụ cho phép khách hàng chủ động lựa chọn món ăn, tùy chỉnh yêu cầu và thực hiện đặt món trực tiếp trên thiết bị mà không cần thông qua nhân viên phục vụ. Điều này làm thay đổi đáng kể phương thức tương tác truyền thống giữa khách hàng và nhà hàng.

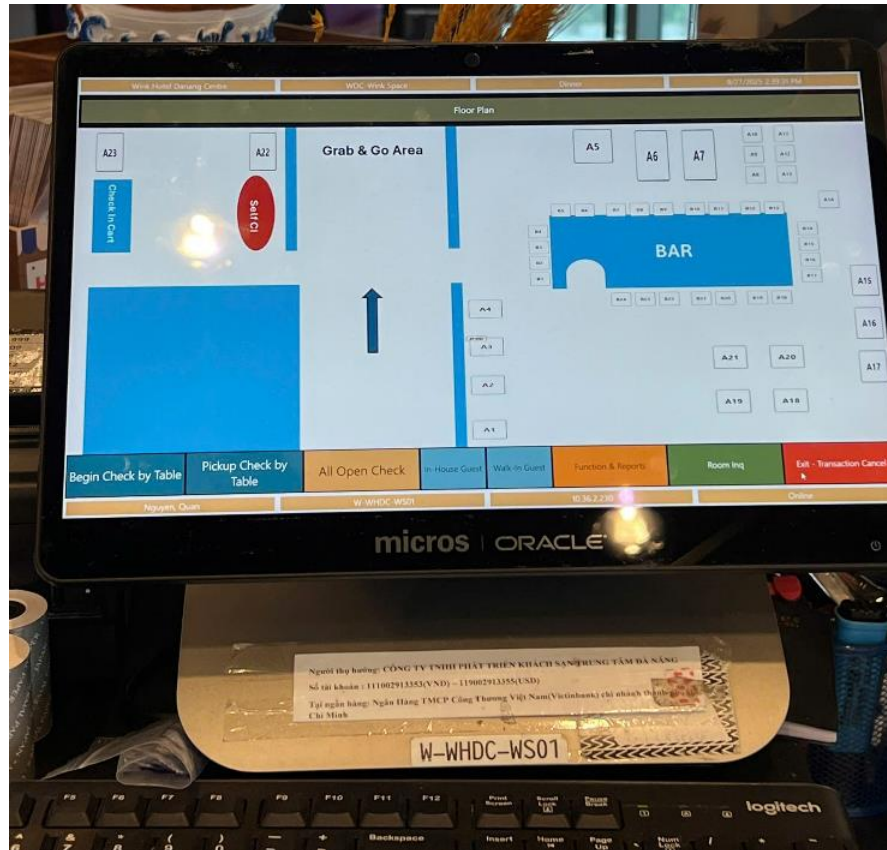
Việc ứng dụng máy order tự phục vụ thể hiện bước tiến rõ rệt trong quá trình chuyển đổi số, khi một phần vai trò của nhân viên phục vụ được thay thế bằng công nghệ. Quy trình gọi món được tự động hóa, giúp giảm sự phụ thuộc vào yếu tố con người và nâng cao tính nhất quán trong phục vụ.

Máy order tự phục vụ không hoạt động độc lập mà là một phần trong hệ thống công nghệ tổng thể của nhà hàng. Khi khách hàng hoàn tất thao tác đặt món, dữ liệu sẽ được truyền trực tiếp đến hệ thống POS và bộ phận bếp.

Tuy nhiên, một số nhóm khách (người lớn tuổi, ít tiếp xúc công nghệ) có thể cảm thấy không thoải mái khi sử dụng kiosk, dẫn đến tâm lý e ngại hoặc vẫn ưu tiên

phương thức phục vụ truyền thống. Ngoài ra, hiệu quả của hệ thống còn phụ thuộc vào mức độ tích hợp và ổn định của hạ tầng công nghệ. Nếu hệ thống kết nối không đồng bộ, có thể xảy ra lỗi trong quá trình truyền dữ liệu.

2.3.4 Hệ thống POS (Point of Sale)



Nguồn: Ảnh tự chụp

Hình 2.4: Máy POS

Hệ thống POS được sử dụng như một công cụ trung tâm trong quá trình phục vụ, đảm nhiệm chức năng ghi nhận, xử lý và truyền tải thông tin đơn hàng. Khi khách hàng lựa chọn món ăn, nhân viên phục vụ nhập dữ liệu vào hệ thống POS, sau đó thông tin được chuyển trực tiếp đến bộ phận bếp để tiến hành chế biến. Quy trình này giúp loại bỏ các bước trung gian thủ công, từ đó giảm thiểu sai sót và nâng cao tốc độ phục vụ.

Dưới góc độ chuyển đổi số, việc áp dụng hệ thống POS thể hiện sự thay thế phương thức ghi chép truyền thống bằng hệ thống số hóa, giúp chuẩn hóa quy trình vận hành và nâng cao hiệu quả quản lý. POS không chỉ phục vụ hoạt động giao dịch mà còn đóng vai trò như một hệ thống thu thập và lưu trữ dữ liệu, hỗ trợ nhà hàng trong việc phân tích doanh thu và hành vi tiêu dùng của khách hàng.

Hệ thống POS có thể được xem là một nút trung tâm trong mạng lưới kết nối giữa các thiết bị và bộ phận (phục vụ - bếp - thu ngân), đảm bảo dòng thông tin được truyền tải liên tục và chính xác.

2.4 Mức độ sử dụng công nghệ của khách hàng thông qua khảo sát

2.4.1 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hỗn hợp bao gồm phương pháp định tính và phương pháp định lượng:

Phương pháp định tính: Được thực hiện theo trình tự dựa trên cơ sở lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu liên quan đi trước để đề xuất các giả thuyết và mô hình nghiên cứu sơ bộ. Phương pháp định tính được thực hiện nhằm mục đích bổ sung và hiệu chỉnh biến quan sát của các nhân tố trong mô hình nghiên cứu đề xuất để làm cơ sở xây dựng thang đo và bảng câu hỏi để thu thập dữ liệu cho quá trình nghiên cứu định lượng.

Phương pháp định lượng: Sử dụng kỹ thuật thu thập dữ liệu qua bảng câu hỏi để kiểm định các giả thuyết và mô hình đo lường. Gồm các nhân tố: Chất lượng hệ thống, Chất lượng thông tin, Chất lượng dịch vụ hỗ trợ, Sử dụng hệ thống và Sự hài lòng.

Các câu hỏi khảo sát được xây dựng dựa trên *Mô hình thành công của hệ thống thông tin của Delone và McLean (2003)* và 70% dựa vào bảng câu hỏi của bài *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến việc sử dụng và sự hài lòng trong việc sử dụng hệ thống thông tin kế toán tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng* của tác giả Ngô Đức Chiến và Hoàng Thị Thu.

2.4.2 Kết quả nghiên cứu

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

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

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

Để phục vụ việc diễn giải kết quả, nghiên cứu sử dụng phương pháp đối sánh giá trị trung bình với các mức độ đánh giá trên thang đo Likert (Rensis Likert, 1932) 5 mức độ.

Bảng 2.7: Ý nghĩa của từng giá trị trung bình

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

*(Nguồn: Lê Thái Phụng, 2022)***2.4.2.1 Mô tả khảo sát****Bảng 2.8: Đặc điểm nhân khẩu học và tần suất sử dụng**

Đặc điểm		Số lượng	Tổng
Giới tính	Nam	46	100
	Nữ	54	
Độ tuổi	Dưới 18	8	100
	Từ 18 - 25 tuổi	33	
	Từ 26 - 35 tuổi	25	
	Trên 35 tuổi	34	
Nghề nghiệp	Học sinh/Sinh viên	20	100
	Nhân viên văn phòng	23	
	Kinh doanh tự do	38	
	Khác	19	
Tần suất sử dụng	Lần đầu	44	100
	Từ 2-3 lần	33	
	Trên 3 lần	23	

*(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)***Nhận xét:**

Về giới tính: Mẫu nghiên cứu có sự cân bằng tương đối và không xảy ra hiện tượng lệch mẫu quá lớn, trong đó tỷ lệ khách hàng Nữ chiếm chủ đạo với 54% (54 khách), cao hơn khách hàng Nam chiếm 46% (46 khách).

Về độ tuổi: Khách hàng của nhà hàng tập trung mạnh mẽ vào nhóm tuổi lao động và người trẻ. Trong đó, nhóm từ 18 đến 25 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 33%, tiếp theo là nhóm trên 35 tuổi (34%) và nhóm từ 26 đến 35 tuổi (25%). Nhóm khách hàng dưới 18 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất, chỉ ở mức 8%. Kết quả này hoàn toàn tương thích với định vị phân khúc "Lifestyle Hotel" hướng đến thế hệ Millennials và Gen Z của thương hiệu Wink Hotels.

Về nghề nghiệp: Cơ cấu nghề nghiệp tương đối đa dạng. Khách hàng làm việc trong lĩnh vực kinh doanh tự do chiếm tỷ trọng lớn nhất với 38%. Tiếp theo là nhóm nhân viên văn phòng (23%) và học sinh/sinh viên (20%). Các khối ngành nghề khác cấu thành 19% còn lại của tổng mẫu.

Về tần suất sử dụng công nghệ tại nhà hàng: Đáng chú ý, tỷ lệ khách hàng tiếp cận và sử dụng công nghệ phục vụ tự động (quét mã QR, máy tự phục vụ) lần đầu tiên chiếm vị trí cao nhất với 44%. Nhóm khách hàng đã sử dụng từ 2 - 3 lần đạt 33%, và nhóm khách hàng trung thành có tần suất sử dụng trên 3 lần chiếm 23%.

Tỷ lệ khách hàng trải nghiệm công nghệ lần đầu tiên chiếm tỷ trọng lớn (44%) đặt ra yêu cầu cấp thiết cho nhà hàng trong việc tối ưu hóa giao diện hệ thống theo hướng trực quan nhất. Đồng thời, số liệu này là cơ sở thực chứng bắt buộc đơn vị phải xây dựng quy trình phục vụ kết hợp giữa công nghệ và hướng dẫn trực tiếp của nhân viên nhằm hỗ trợ kịp thời, giảm thiểu rào cản tâm lý e dè của người dùng mới.

2.4.2.2 Kết quả đánh giá trải nghiệm công nghệ của khách hàng

a. Chất lượng hệ thống

Bảng 2.9: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng hệ thống

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của các hệ thống tại nhà hàng rất nhanh chóng.	11	10	25	38	16	3.38	Trung bình
Giao diện hệ thống được thiết kế trực quan, các nút chức năng	1	1	22	48	28	4.01	Tốt

(chọn món, thêm ghi chú, thanh toán) dễ thao tác.							
Hệ thống hoạt động ổn định xuyên suốt quá trình gọi món, không bị lỗi kết nối hay tự động thoát trang.	1	6	23	41	29	3.91	Tốt
Hệ thống cung cấp đầy đủ các tính năng cần thiết (đặt món, gọi nhân viên, thanh toán).	1	4	11	43	41	4.19	Tốt

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Về tiêu chí tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu nhanh chóng: Đánh giá trung bình chỉ đạt 3.38 điểm, xếp mức trung bình. Phân phối tần suất cho thấy có đến 21 khách hàng không hài lòng. Do hệ thống mạng Wi-Fi tại nhà hàng bị nghẽn cục bộ vào khung giờ cao điểm khi lượng truy cập tăng đột biến, dẫn đến tình trạng trễ lệnh và kéo dài thời gian tải trang của thực khách.

Về tiêu chí giao diện hệ thống thiết kế trực quan, dễ thao tác: Mức độ hài lòng đạt mức tốt với điểm trung bình 4.01, trong đó có 76 thực khách đánh giá tích cực. Nhờ tư duy tối ưu hóa luồng trải nghiệm người dùng tốt, cách bố trí các nút chức năng cốt lõi hợp lý, thân thiện và phù hợp với thói quen sử dụng công nghệ của tệp khách hàng trẻ.

Về tiêu chí hệ thống hoạt động ổn định xuyên suốt, không bị lỗi kết nối: Đạt kết quả tốt với số điểm 3.91, nhận được 70 phản hồi đồng ý và hoàn toàn đồng ý. Nền tảng ứng dụng phần mềm thực đơn điện tử và hệ thống máy chủ nội bộ của khách sạn vận hành đồng bộ, ít xảy ra xung đột kỹ thuật hoặc tự động thoát trang trong điều kiện thường.

Về tiêu chí hệ thống cung cấp đầy đủ các tính năng cần thiết: Ghi nhận mức độ đánh giá cao nhất với 4.19 điểm, xếp mức tốt (áp đảo với 84 phiếu điểm 4 và 5). Do hệ thống E-menu được tích hợp trọn gói và khép kín mọi tính năng cơ bản từ đặt món, gọi nhân viên đến tất toán hóa đơn, đáp ứng trọn vẹn mô hình dịch vụ tự phục vụ mà khách sạn định hướng.

b. Chất lượng thông tin

Bảng 2.10: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng thông tin

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Thông tin về món ăn và giá cả trên hệ thống là chính xác, rõ ràng.	1	2	10	52	35	4.18	Tốt
Thông tin (hình ảnh, mô tả món ăn) phù hợp với nhu cầu lựa chọn của tôi.	6	14	30	35	15	3.39	Trung bình
Hệ thống cập nhật đúng lúc tình trạng món ăn (còn hay hết) giúp tôi quyết định nhanh.	3	4	21	46	26	3.88	Tốt

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Về tiêu chí thông tin về món ăn và giá cả chính xác, rõ ràng: Ghi nhận mức độ đánh giá cao nhất với 4.18 điểm, xếp mức tốt (áp đảo với 87 phiếu điểm 4 và 5). Nhà hàng thực hiện đồng bộ hóa dữ liệu bảng giá chuẩn từ hệ thống quản trị trung tâm lên thực đơn điện tử, đảm bảo tính công khai, minh bạch và nhất quán về mặt chi phí, giúp thực khách an tâm khi gọi món.

Về tiêu chí hình ảnh, mô tả phù hợp với nhu cầu lựa chọn của tôi: Đây chính là điểm yếu lớn nhất của nhân tố này khi điểm trung bình rơi mạnh xuống mức trung bình với chỉ 3.39 điểm, đồng thời có tới 20 khách hàng không hài lòng. Kho dữ liệu hình ảnh hiện tại của E-menu có thể chưa bắt mắt hoặc mang tính đồ họa, quảng cáo quá mức, chưa phản ánh chân thực kích thước và cách trình bày thực tế của món ăn tại bàn; phần mô tả còn sơ sài, thiếu thông tin về thành phần dinh dưỡng hoặc cảnh báo dị ứng khiến khách hàng gặp khó khăn khi đối chiếu với nhu cầu cá nhân.

Về tiêu chí hệ thống cập nhật đúng lúc tình trạng món ăn: Đạt kết quả tốt với số điểm 3.88, nhận được 72 phản hồi đồng ý và hoàn toàn đồng ý. Hệ thống thực đơn điện tử đã có sự liên kết tương đối tốt với bộ phận nhà bếp và kho nguyên liệu, giúp

tự động ẩn hoặc gắn nhãn đã hết hàng theo thời gian thực, giảm thiểu tình trạng khách gọi trùng món đã hết và hỗ trợ quá trình ra quyết định nhanh hơn.

c. Chất lượng dịch vụ hỗ trợ

Bảng 2.11: Kết quả thống kê mô tả nhân tố chất lượng dịch vụ hỗ trợ

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Nhân viên tại Wink Hotel có đủ kiến thức để hướng dẫn sử dụng hệ thống hiệu quả.	1	1	19	41	38	4.14	Tốt
Khi hệ thống gặp sự cố (lỗi mạng, không quét được mã), nhân viên nhà hàng luôn có mặt kịp thời để hỗ trợ xử lý.	2	10	50	23	15	3.39	Trung bình
Quy trình phục vụ kết hợp công nghệ diễn ra ổn định và đáng tin cậy.	1	2	15	51	31	4.09	Tốt
Nhân viên luôn có thái độ thân thiện, sẵn sàng lắng nghe khi khách hàng cần hỗ trợ kỹ thuật.	1	0	12	45	42	4.27	Rất tốt

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Về tiêu chí nhân viên tại Wink Hotel có đủ kiến thức để hướng dẫn sử dụng hệ thống hiệu quả: Đạt kết quả tốt với điểm số 4.14, nhận được 79 phản hồi đồng ý và hoàn toàn đồng ý. Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, nắm vững quy trình vận hành và am hiểu kỹ thuật của hệ thống E-menu, đảm bảo năng lực giải đáp và hướng dẫn trực quan cho thực khách.

Về tiêu chí khi hệ thống gặp sự cố lỗi mạng, không quét được mã, nhân viên nhà hàng luôn có mặt kịp thời để hỗ trợ xử lý: Đây chính là điểm yếu lớn nhất của nhân tố này khi điểm trung bình rơi mạnh xuống mức trung bình với chỉ 3.39 điểm, đồng thời ghi nhận tới 50 phiếu đánh giá ở mức bình thường (điểm 3) và 12 phiếu

không hài lòng (điểm 1 và 2). Vào các khung giờ cao điểm, nhân viên bị quá tải do phải kiêm nhiệm quá nhiều công việc cơ học như bung bê, dọn dẹp. Dẫn đến việc thiếu kênh thông tin cảnh báo thời gian thực và không thể có mặt kịp thời tại bàn để cứu trợ kỹ thuật cho khách.

Về tiêu chí quy trình phục vụ kết hợp công nghệ diễn ra ổn định và đáng tin cậy: Mức độ hài lòng đạt mức tốt với điểm trung bình 4.09, ghi nhận 82 ý kiến đánh giá tích cực. Mô hình vận hành kết hợp giữa công nghệ gọi món số và con người phục vụ nhìn chung đi đúng định hướng phân khúc khách sạn phong cách sống, tạo ra cảm giác chuyên nghiệp và an tâm cho phần lớn thực khách.

Về tiêu chí nhân viên luôn có thái độ thân thiện, sẵn sàng lắng nghe khi khách hàng cần hỗ trợ kỹ thuật: Ghi nhận mức độ đánh giá cao nhất toàn bảng với 4.27 điểm, xếp mức rất tốt. Xuất phát từ DNA cốt lõi của thương hiệu Wink Hotels trong việc tuyển dụng và xây dựng văn hóa dịch vụ chú trọng vào thái độ hòa đồng, hiếu khách; nhân viên luôn giữ sự niềm nở, tích cực khi tiếp nhận các phản hồi trực tiếp từ khách hàng.

d. Sử dụng hệ thống

Bảng 2.12: Kết quả thống kê mô tả nhân tố sử dụng hệ thống

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Tôi thường xuyên lựa chọn sử dụng các công nghệ tại nhà hàng (như quét mã QR, máy tự phục vụ) thay vì gọi nhân viên theo cách truyền thống.	5	14	32	35	14	3.39	Trung bình
Tôi sử dụng các nền tảng công nghệ của nhà hàng trong suốt quá trình từ khi chọn món, gọi món cho đến khi thanh toán.	1	3	20	44	32	4.03	Tốt

Tôi chủ động tìm hiểu và sử dụng nhiều tính năng khác nhau trên hệ thống (ví dụ: xem ảnh món ăn, ghi chú yêu cầu đặc biệt, xem khuyến mãi).	2	7	13	47	31	3.98	Tốt
---	---	---	----	----	----	------	-----

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Về tiêu chí thường xuyên lựa chọn sử dụng các công nghệ tại nhà hàng thay vì gọi nhân viên theo cách truyền thống: Đây chính là điểm yếu lớn nhất của nhân tố này khi điểm trung bình chỉ đạt 3.39. Nguyên nhân xuất phát từ tâm lý e ngại của một bộ phận khách hàng khi hệ thống mạng Wi-Fi đôi lúc bị trễ lệnh vào giờ cao điểm, kèm theo việc thiếu sự đồng hành hướng dẫn trực tiếp của nhân viên ở bước tiếp cận đầu tiên, khiến khách hàng có xu hướng quay lại lựa chọn phương thức giao tiếp truyền thống để cảm thấy an tâm hơn.

Về tiêu chí sử dụng các nền tảng công nghệ của nhà hàng trong suốt quá trình từ khi chọn món, gọi món cho đến khi thanh toán: Mức độ ghi nhận đạt kết quả tốt với điểm trung bình 4.03. Nhờ vào tính khép kín và liên thông tốt của các tính năng trên hệ thống E-menu; một khi thực khách đã vượt qua rào cản thao tác ban đầu, họ có sự tin tưởng và sẵn sàng duy trì việc tương tác trên môi trường số cho đến khi hoàn thành chu trình trải nghiệm bữa ăn.

Về tiêu chí chủ động tìm hiểu và sử dụng nhiều tính năng khác nhau trên hệ thống: Đạt kết quả tốt với số điểm 3.98, ghi nhận 78 phản hồi đồng ý và hoàn toàn đồng ý. Do tệp khách hàng mục tiêu của Wink đa phần là những người trẻ (Millennials và Gen Z) vốn có tư duy cởi mở và nhạy bén với công nghệ; họ luôn có tính tò mò, thích khám phá các tiện ích mở rộng như bộ lọc món ăn, xem hình ảnh minh họa hoặc tự cá nhân hóa các yêu cầu đặc biệt trực tiếp trên màn hình di động.

e. Sự hài lòng

Bảng 2.13: Kết quả thống kê mô tả nhân tố Sự hài lòng

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Tôi cảm thấy hài lòng khi trải nghiệm công nghệ phục vụ tại Wink Hotel.	1	1	9	49	40	4.26	Rất tốt
Công nghệ tại nhà hàng đáp ứng tốt các yêu cầu về sự tiện lợi và nhanh chóng.	3	14	36	35	12	3.39	Trung bình
Tôi cảm thấy thoải mái vì hệ thống dễ thao tác và hỗ trợ việc dùng bữa hiệu quả hơn.	1	16	41	28	14	3.38	Trung bình
Việc ứng dụng công nghệ giúp giảm thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm của tôi.	1	1	9	51	38	4.24	Rất tốt

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Về tiêu chí tôi cảm thấy hài lòng khi trải nghiệm công nghệ phục vụ tại Wink Hotel: Ghi nhận mức độ đánh giá cao nhất toàn bảng với 4.26 điểm. Nhờ vào mô hình khách sạn phong cách sống mang tính tiên phong, việc đưa các yếu tố công nghệ mới lạ vào phục vụ đã tạo được hiệu ứng tâm lý tích cực, mang lại cảm giác hiện đại và thỏa mãn được nhu cầu trải nghiệm không gian sống của thực khách.

Về tiêu chí công nghệ tại nhà hàng đáp ứng tốt các yêu cầu về sự tiện lợi và nhanh chóng: Tiêu chí này rơi mạnh xuống mức Trung bình với chỉ 3.39 điểm, ghi nhận lượng ý kiến trung lập và không hài lòng khá cao. Do điểm nghẽn về hạ tầng mạng Wi-Fi nội bộ vào giờ cao điểm chưa được tối ưu, dẫn đến tình trạng lag mạng, chậm lệnh làm ảnh hưởng trực tiếp đến kỳ vọng của thực khách về tính tốc độ và tiện lợi vốn có của công nghệ.

Về tiêu chí tôi cảm thấy thoải mái vì hệ thống dễ thao tác và hỗ trợ việc dùng bữa hiệu quả hơn: Đây chính là nút thắt lớn nhất của nhân tố này khi điểm trung bình chỉ đạt 3.38. Nguyên nhân xuất phát từ việc giao diện thực đơn số đôi chỗ còn chưa tối ưu, thông tin mô tả món ăn còn sơ sài và thiếu sự hỗ trợ kỹ thuật kịp thời tại bàn, khiến một bộ phận thực khách cảm thấy bối rối, giảm đi sự thoải mái khi phải tự loay hoay thao tác một mình.

Về tiêu chí việc ứng dụng công nghệ giúp giảm thời gian chờ đợi và nâng cao trải nghiệm: Đạt kết quả Rất tốt với số điểm cao 4.24, nhận được sự đồng thuận lớn từ 89 thực khách, phản ánh đúng bản chất ưu việt của mô hình tự phục vụ. Trong điều kiện kỹ thuật vận hành ổn định, quy trình gọi món trực tuyến chạy thẳng vào bếp đã cắt giảm hoàn toàn các bước trung gian truyền thống, giúp rút ngắn thời gian chờ lên món và tối ưu hóa hành trình trải nghiệm của khách.

f. Đánh giá chung

Bảng 2.14: Điểm đánh giá trung bình của các nhân tố nghiên cứu

Tiêu chí	Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
Chất lượng hệ thống	3.87	Tốt
Chất lượng thông tin	3.82	Tốt
Chất lượng dịch vụ hỗ trợ	3.97	Tốt
Sử dụng hệ thống	3.80	Tốt
Sự hài lòng	3.82	Tốt

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Nhận xét:

Nhìn chung, cả 5 nhân tố nghiên cứu đều đạt kết quả kết luận ở mức Tốt với điểm đánh giá trung bình dao động từ 3.80 đến 3.97 điểm. Kết quả thực chứng này khẳng định định hướng ứng dụng công nghệ trong phục vụ tại nhà hàng thuộc Wink Hotel Danang Centre đã gặt hái được những thành công nền tảng, tạo được ấn tượng tốt và sự đồng thuận cao từ phía thực khách.

Về nhân tố chất lượng dịch vụ hỗ trợ đạt 3.97 điểm: Ghi nhận mức điểm cận xuất sắc và dẫn đầu trong các nhân tố. Nhờ vào năng lực chuyên môn, sự am hiểu công nghệ tốt và thái độ phục vụ luôn thân thiện, niềm nở của đội ngũ nhân viên, tạo thành bệ đỡ vững chắc cho thực khách khi tiếp cận mô hình số.

Về nhân tố chất lượng hệ thống đạt 3.87 điểm và Chất lượng thông tin 3.82 điểm: Điều duy trì ở mức tốt ổn định. Do hệ thống E-menu được tích hợp đầy đủ tính năng khép kín, giao diện trực quan và dữ liệu bảng giá luôn được cập nhật chính xác, công khai theo thời gian thực từ hệ thống quản trị trung tâm.

Về nhân tố sử dụng hệ thống đạt 3.80 điểm: Đây chính là điểm yếu nhất trong mô hình quản trị. Mặc dù vẫn xếp mức Tốt, nhưng điểm số này phản ánh đúng thực trạng các nút thắt kỹ thuật cốt lõi như tốc độ phản hồi mạng bị chậm vào giờ cao

điểm, thông tin hình ảnh thực tế chưa bắt mắt và thiếu sự hỗ trợ kịp thời tại bàn, làm giảm hứng thú độ sẵn sàng và cản trở hành vi tự thao tác một mình của thực khách.

Về nhân tố sự hài lòng đạt 3.82 điểm: Đạt kết quả tốt tương đương với chất lượng thông tin số cung cấp. Điểm số này là kết quả phản chiếu từ trải nghiệm thực tế; sự hài lòng tổng thể bị kéo phụ thuộc trực tiếp bởi điểm nghẽn hạ tầng mạng và tính tiện lợi chưa đạt kỳ vọng tối đa vào các khung giờ cao điểm của nhà hàng.

2.5 Đánh giá thực trạng

2.5.1 Giai đoạn trước khi sử dụng dịch vụ

Ưu điểm: Hệ thống thực đơn điện tử chuẩn bị cho khách bước đầu đáp ứng tốt yêu cầu cung cấp đầy đủ các tính năng cần thiết cho một chu trình tự phục vụ. Giao diện được thiết kế trực quan, bố cục sắp xếp nút bấm khoa học giúp thực khách dễ dàng nhận diện và định vị chức năng khi vừa tiếp cận. Thông tin về giá cả, món ăn hiển thị rõ ràng, minh bạch nhờ đồng bộ trực tiếp từ hệ thống quản trị trung tâm. Đồng thời, đội ngũ nhân viên có đủ kiến thức chuyên môn, am hiểu kỹ thuật để sẵn sàng hướng dẫn, định hướng cho khách ngay từ bước đầu tiên.

Nhược điểm: Khách hàng vẫn còn tâm lý do dự, dè dặt, e ngại và chưa có thói quen thường xuyên chủ động lựa chọn sử dụng các nền tảng công nghệ tự phục vụ thay vì gọi nhân viên theo phương thức truyền thống ngay khi mới vào bàn ăn.

Nguyên nhân: Do rào cản về mặt tâm lý e ngại công nghệ của một bộ phận khách hàng. Khách hàng dễ cảm thấy bối rối và thiếu sự thoải mái khi phải tự mình quét mã QR và loay hoay thao tác trên màn hình điện thoại mà thiếu đi sự đồng hành, dắt dẫn trực tiếp của nhân viên ở khoảng khắc tiếp cận đầu tiên.

2.5.2 Giai đoạn trong khi sử dụng dịch vụ

Ưu điểm: Nền tảng ứng dụng thực đơn điện tử và hệ thống máy chủ nội bộ của khách sạn vận hành ổn định trong điều kiện thường, ít xảy ra sự cố kỹ thuật hay tự động thoát trang. Điểm sáng lớn nhất là hệ thống cập nhật đúng lúc tình trạng món ăn và tự động ẩn món khi nhà bếp hết nguyên liệu, giúp khách ra quyết định nhanh và không gọi trùng món đã hết. Một khi đường truyền ổn định, thực khách tin tưởng và sẵn sàng duy trì sử dụng công nghệ xuyên suốt chu trình gọi món đến thanh toán.

Nhược điểm: Giai đoạn này bộc lộ những điểm nghẽn thực tế lớn làm đứt gãy trải nghiệm của khách như tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của hệ thống bị chậm, lag mạng; hình ảnh và mô tả món ăn trên thực đơn số chưa đáp ứng tốt nhu cầu lựa

chọn ẩm thực; và nhân viên nhà hàng không thể có mặt kịp thời để hỗ trợ xử lý khi hệ thống phát sinh sự cố hoặc khách gặp lỗi không quét được mã.

Nguyên nhân: Do hệ thống hạ tầng mạng wi-fi dùng chung tại nhà hàng chưa được quy hoạch tách biệt, dẫn đến nghẽn mạng cục bộ vào các khung giờ cao điểm khi lượng khách truy cập tăng đột biến.

Kho ảnh thực đơn mang tính đồ họa quảng cáo quá mức, chưa phản ánh chân thực hình dáng, kích thước món ăn thực tế tại bàn; phần mô tả còn sơ sài, thiếu thông tin về hàm lượng dinh dưỡng (calo) và cảnh báo thành phần gây dị ứng.

Vào giờ đông khách, nhân viên sảnh bị quá tải và bị vắt kiệt sức lực vào các công việc bung bê khay đĩa nặng hoặc dọn dẹp cơ học từ bếp ra sảnh, đồng thời thiếu công cụ cảnh báo lỗi công nghệ thời gian thực nên không thể bao quát để cứu trợ khách kịp thời.

2.5.3 Giai đoạn sau khi sử dụng dịch vụ

Ưu điểm: Việc ứng dụng công nghệ giúp cắt giảm hoàn toàn các bước ghi chép trung gian, lệnh gọi món chạy thẳng vào bếp giúp rút ngắn rõ rệt thời gian chờ đợi lên món. Quy trình phục vụ kết hợp công nghệ hiện đại mang lại hiệu ứng tâm lý hào hứng, mới lạ cho thực khách. Sau khi kết thúc bữa ăn, nhân viên nhà hàng luôn giữ thái độ niềm nở, thân thiện, sẵn sàng lắng nghe mọi ý kiến đóng góp mang tính kỹ thuật của khách, tạo cơ sở tốt để tối ưu dữ liệu đánh giá trực tuyến của thương hiệu.

Nhược điểm: Tổng thể chu trình dịch vụ số vẫn chưa thỏa mãn tốt kỳ vọng của thực khách về sự tiện lợi và nhanh chóng tuyệt đối. Đồng thời, khách hàng chưa thực sự thoải mái vì hệ thống đôi lúc quá khó để họ tự thao tác một mình mà không có người hỗ trợ.

Nguyên nhân: Do sự hài lòng tổng thể bị kéo thấp mang tính hệ thống. Những trải nghiệm tiêu cực tích tụ từ việc lag mạng đường truyền và việc thiếu nhân viên ứng cứu kỹ thuật kịp thời ở giai đoạn gọi món trước đó đã trực tiếp làm sụt giảm đánh giá cuối cùng của thực khách đối với toàn bộ chu trình phục vụ bằng công nghệ của khách sạn.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã tập trung phân tích và bóc tách bức tranh thực trạng ứng dụng công nghệ tại nhà hàng thuộc khách sạn Wink Hotel Danang Centre thông qua sự kết hợp giữa phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Dựa trên số liệu khảo sát thực tế từ thực khách, chương này đã làm rõ những điểm sáng đáng ghi nhận như hệ thống phần mềm có tính năng đa dạng, giao diện trực quan và đội ngũ nhân sự Wink Guides có thái độ vô cùng thân thiện, am hiểu kỹ thuật. Tuy nhiên, bằng các chứng cứ số liệu trực quan, nghiên cứu cũng đã chỉ ra những vùng lõm hạn chế cốt lõi: tốc độ phản hồi hạ tầng mạng còn chậm vào giờ cao điểm, nội dung mô tả thực đơn chưa sâu sắc và sự quá tải cơ học khiến nhân viên chưa thể hỗ trợ kỹ thuật kịp thời cho khách. Sự đứt gãy giữa một hệ thống phần mềm tốt và một trải nghiệm thực tế chưa hoàn hảo chính là cơ sở thực chứng quan trọng. Những nút thắt khách quan này sẽ được sử dụng làm tiền đề căn cơ để đề xuất hệ thống giải pháp ứng đối mang tính đột phá và khả thi tại Chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG PHỤC VỤ TẠI NHÀ HÀNG CỦA WINK HOTEL DANANG CENTRE

3.1. Cơ sở triển khai giải pháp nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ trong phục vụ

3.1.1 Chiến lược phát triển của ngành du lịch Việt Nam

Hệ thống giải pháp bám sát Chính sách phát triển của Ngành Du lịch Việt Nam về xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh. Căn cứ theo Quyết định số 1671/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025”, ngành du lịch đặt trọng tâm vào việc khuyến khích các cơ sở lưu trú và ăn uống số hóa quy trình phục vụ nhằm nâng cao tính minh bạch, tối giản tương tác vật lý và tối ưu hóa trải nghiệm của du khách quốc tế lẫn nội địa.

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 (được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 147/QĐ-TTg) xác định rõ tầm nhìn phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, chất lượng và bền vững; trong đó, đẩy mạnh quá trình chuyển đổi số và phát triển hệ sinh thái du lịch thông minh là một trong những giải pháp đột phá cốt lõi. Ngành du lịch Việt Nam đang dịch chuyển mạnh mẽ từ mô hình quản lý truyền thống sang tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng dựa trên nền tảng công nghệ số, khuyến khích các cơ sở lưu trú và ăn uống ứng dụng các thành tựu của Cách mạng công nghiệp 4.0. Việc nghiên cứu nâng cao hiệu quả ứng dụng các giải pháp tự động hóa, liên thông dữ liệu và cá nhân hóa dịch vụ tại nhà hàng chính là sự chủ động hưởng ứng chiến lược quốc gia, giúp tối giản hóa quy trình cơ học, nâng cao tính minh bạch thông tin và đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế về chất lượng phục vụ trong kỷ nguyên số.

Về định hướng sản phẩm, chiến lược tập trung dịch chuyển từ chiều rộng sang chiều sâu, chú trọng tối ưu hóa mức chi tiêu và kéo dài thời gian lưu trú của du khách thay vì chỉ chạy theo số lượng. Việt Nam ưu tiên phát triển bốn dòng sản phẩm chủ lực bao gồm du lịch biển đảo cao cấp, du lịch văn hóa gắn liền với di sản và ẩm thực, du lịch sinh thái khám phá, và du lịch đô thị hiện đại kết hợp hội nghị (MICE). Bên cạnh đó, ngành cũng thúc đẩy mạnh mẽ các loại hình dịch vụ mới có giá trị gia tăng

cao như du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch golf và du lịch thể thao mạo hiểm nhằm đa dạng hóa trải nghiệm cho các tệp khách hàng cao cấp.

Về phương thức vận hành và quản lý, ngành du lịch đẩy mạnh tiến trình chuyển đổi số toàn diện và xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh, kết nối đồng bộ giữa cơ quan quản lý, doanh nghiệp và du khách. Các công nghệ tiên tiến như dữ liệu lớn (Big Data), trí tuệ nhân tạo (AI) và thực tế ảo được ứng dụng sâu rộng vào công tác quản trị điểm đến, đơn giản hóa quy tục cấp thị thực điện tử và phổ biến thanh toán không dùng tiền mặt. Đồng thời, không gian du lịch quốc gia được tổ chức lại theo các cụm động lực tăng trưởng và hành lang kinh tế nhằm tăng cường liên kết vùng, tránh sự trùng lặp sản phẩm và tối ưu hóa nguồn lực quảng bá thương hiệu quốc gia trên thị trường quốc tế.

Đặc biệt, chiến lược nhấn mạnh yếu tố phát triển bền vững và tăng trưởng xanh, gắn liền với trách nhiệm bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu. Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2030, tất cả các khu, điểm du lịch cùng các cơ sở lưu trú ven biển sẽ không còn sử dụng sản phẩm nhựa dùng một lần và túi nilon khó phân hủy. Việc phát triển du lịch luôn được đặt trong mối quan hệ hài hòa với bảo tồn, phát huy các giá trị di sản văn hóa dân tộc, giữ vững an ninh quốc phòng, bảo đảm sinh kế và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng địa phương.

3.1.2 Chiến lược phát triển du lịch của ngành du lịch Đà Nẵng

Là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm của khu vực miền Trung và cả nước, thành phố Đà Nẵng đang định hướng phát triển du lịch theo mô hình du lịch thông minh, lấy công nghệ làm nền tảng để nâng cao hiệu quả quản lý và chất lượng trải nghiệm du khách. Trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và phát triển du lịch của thành phố, Đà Nẵng xác định chuyển đổi số là xu hướng quan trọng nhằm xây dựng hình ảnh điểm đến hiện đại, năng động và thân thiện đối với khách du lịch trong nước cũng như quốc tế.

Trong những năm gần đây, thành phố đã đẩy mạnh triển khai nhiều giải pháp công nghệ trong lĩnh vực du lịch như hệ thống thông tin du lịch thông minh, nền tảng dữ liệu số, thanh toán điện tử, bản đồ du lịch số và các ứng dụng hỗ trợ khách du lịch. Đồng thời, Đà Nẵng cũng khuyến khích các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực khách sạn - nhà hàng tăng cường ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý và phục vụ nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh của điểm đến.

Đối với lĩnh vực nhà hàng trong khách sạn, việc ứng dụng công nghệ được xem là giải pháp quan trọng nhằm cải thiện tốc độ phục vụ, nâng cao trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quy trình vận hành. Trong bối cảnh Đà Nẵng đang tập trung phát triển mô hình du lịch thông minh, các doanh nghiệp khách sạn - nhà hàng cần chủ động đổi mới phương thức phục vụ theo hướng hiện đại và linh hoạt hơn. Việc áp dụng các công nghệ như menu QR, thanh toán điện tử, hệ thống quản lý thông tin, kiosk tự phục vụ hay robot hỗ trợ phục vụ không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn phù hợp với định hướng phát triển du lịch thông minh của thành phố.

Căn cứ theo Nghị quyết số 05-NQ/TU của Ban Chấp hành Đảng bộ thành phố về chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, và cụ thể là Đề án Phát triển du lịch dịch vụ thông minh tại Đà Nẵng, chú trọng thúc đẩy ứng dụng công nghệ số trong các hoạt động lưu trú, ăn uống, vận chuyển và phục vụ khách du lịch nhằm xây dựng hình ảnh một điểm đến hiện đại, tiện nghi và thân thiện với du khách trong nước cũng như quốc tế. Bên cạnh đó, Đà Nẵng cũng là địa phương đi đầu trong việc triển khai các giải pháp thành phố thông minh, thanh toán số, nền tảng dữ liệu du lịch và hệ sinh thái dịch vụ thông minh. Điều này tạo ra môi trường thuận lợi để các doanh nghiệp khách sạn - nhà hàng trên địa bàn tiếp tục đầu tư, nâng cấp và ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh.

3.1.3 Định hướng chiến lược phát triển của Wink Hotel Danang Centre

Chiến lược cốt lõi của Wink Hotels tập trung vào mô hình sang trọng với giá cả phải chăng nhằm tiên phong tái định nghĩa phân khúc lưu trú cho thế hệ du khách hiện đại, rành công nghệ và hướng tới cộng đồng. Bước ngoặt mang tính lịch sử trong lộ trình toàn cầu hóa của Wink là thỏa thuận hợp tác chiến lược với tập đoàn khách sạn danh tiếng Hyatt, đưa toàn bộ hệ thống khách sạn Wink trở thành đại diện ra mắt toàn cầu của thương hiệu cao cấp Unscripted by Hyatt. Cú bắt tay này giúp mạng lưới gồm 6 khách sạn đang vận hành (Wink Saigon Centre, Wink Danang Centre, Wink Danang Riverside, Wink Tuy Hoa Beach, Wink Can Tho Centre, Wink Hai Phong Centre) và dự án đang triển khai Wink Hanoi Westlake kết nối trực tiếp vào hệ thống đặt phòng toàn cầu cùng chương trình khách hàng thân thiết World of Hyatt với hơn 61 triệu thành viên, nâng tầm vị thế thương hiệu ra quốc tế mà vẫn bảo tồn nguyên vẹn bản sắc độc lập, khác biệt vốn có.

Để hiện thực hóa định hướng vận hành thông minh và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, Wink triệt để ứng dụng chuyển đổi số thông qua hệ thống quầy tự check-in/check-out, chìa khóa phòng điện tử, và đặc biệt là chương trình lưu trú mang tính cách mạng STAY24 (đảm bảo quyền lợi lưu trú trọn vẹn 24 giờ tính từ thời điểm nhận phòng). Về không gian kiến trúc, khách sạn phá vỡ cấu trúc truyền thống bằng cách loại bỏ sảnh chờ và minibar trong phòng, tập trung nguồn lực xây dựng không gian mở đa năng Wink Space (tích hợp quầy bar 24/7, khu làm việc chung coworking) kết hợp đặt các máy bán hàng tự động với giá thành hợp lý tại các tầng.

Đặc biệt, chiến lược phát triển bền vững được khẳng định mạnh mẽ khi toàn chuỗi hướng tới việc đạt tiêu chuẩn kiến trúc xanh LED Vàng quốc tế thông qua các giải pháp sử dụng vật liệu tiết kiệm năng lượng, kiểm soát vi khí hậu tiên tiến, kết hợp cam kết không sử dụng nhựa một lần và hợp tác sâu rộng với các đơn vị tái chế địa phương. Với quy mô sở hữu hơn 2.000 phòng trải dài từ các siêu đô thị đến những trung tâm công nghiệp, cảng biển và văn hóa - du lịch mới nổi, chiến lược của Wink Hotels là tạo dựng một hệ sinh thái phong cách sống “Made in Vietnam” dẫn đầu xu hướng sống xanh, sống số và mở rộng dấu ấn bền vững trên bản đồ du lịch quốc tế.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ

3.2.1 Chất lượng hệ thống

Nhìn chung, nhân tố chất lượng hệ thống gặt hái được kết quả tích cực với điểm đánh giá trung bình tổng thể đạt mức tốt (3.87 điểm). Kết quả này khẳng định hệ thống phần cứng và phần mềm tổng thể của nhà hàng cơ bản đã đáp ứng tốt các yêu cầu vận hành nền tảng. Khi đi sâu vào phân tích các tiêu chí thành phần, điểm sáng lớn nhất thuộc về khả năng cung cấp đầy đủ các tính năng cần thiết của hệ thống với số điểm rất cao (4.19 điểm). Thực khách đánh giá cao việc ứng dụng công nghệ đã tích hợp trọn gói chu trình tự phục vụ khép kín từ đặt món, gọi nhân viên cho đến tất toán hóa đơn, giúp họ hoàn toàn chủ động kiểm soát hành trình dùng bữa của mình mà không cần phụ thuộc vào phương thức cơ học truyền thống.

Bên cạnh tính đa năng, mức độ tối ưu của giao diện người dùng cũng là một điểm cộng lớn khi tiêu chí thiết kế trực quan đạt mức tốt (4.01 điểm). Điều này chứng minh giao diện thực đơn điện tử có bố cục khoa học, hệ thống nút bấm chức năng được sắp xếp hợp lý, thân thiện và rất dễ thao tác đối với những thực khách sử dụng thiết bị di động. Đồng thời, độ ổn định của nền tảng ứng dụng cũng ghi nhận kết quả

rất khả quan với điểm số đạt mức tốt (3.91 điểm). Điểm số này khẳng định chất lượng lập trình của phần mềm và năng lực vận hành của hệ thống máy chủ nội bộ tại khách sạn hoạt động rất mượt mà trong điều kiện tiêu chuẩn, hoàn toàn không xảy ra các sự cố xung đột kỹ thuật hay tự động thoát trang giữa chừng.

Tuy nhiên, tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của hệ thống khi tiêu chí này bị kéo tụt xuống mức trung bình (3.38 điểm). Điểm nghẽn về tốc độ khiến vòng quay tài trang bị kéo dài và làm chậm trễ tiến độ gửi lệnh đặt món của thực khách. Điều đáng lưu ý ở đây là sự sụt giảm này hoàn toàn không xuất phát từ lỗi cốt lõi của phần mềm (vì phần mềm vận hành rất ổn định đạt 3.91 điểm), mà nguyên nhân gốc rễ nằm ở hạ tầng đường truyền băng thông mạng wi-fi dùng chung tại nhà hàng chưa được quy hoạch tách biệt, dẫn đến hiện tượng nghẽn mạng cục bộ vào các khung giờ cao điểm khi lượng khách truy cập tăng đột biến. Hạn chế về mặt hạ tầng này chính là cơ sở thực chứng để nhà hàng đưa ra giải pháp trọng tâm là nâng cấp và tách biệt wi-fi nhằm xử lý triệt để nút thắt kỹ thuật này.

3.2.1.1 Thiết lập hạ tầng kết nối số độc lập

Khách sạn cần cấu trúc lại hệ thống mạng wi-fi nội bộ bằng cách thiết lập một mạng độc lập dành riêng cho khu vực sảnh ăn và nhà hàng với tên riêng biệt (ví dụ: Wink_Restaurant). Đường truyền này hoàn toàn độc lập với luồng băng thông dành cho khách lưu trú tại các phòng tầng trên. Được mã hóa bảo mật nâng cao và chỉ cấp quyền truy cập tự động cho hệ thống máy chủ nội bộ, thiết bị order cầm tay của nhân viên và các thiết bị di động của khách hàng ngay khi thực hiện thao tác quét mã QR đặt món. Việc quy hoạch mạng chuyên dụng này đảm bảo dung lượng đường truyền luôn ở trạng thái thả lỏng, đưa tốc độ tải trang, phản hồi lệnh đặt món về mức tức thì ngay cả khi nhà hàng vận hành tối đa công suất bàn. Giải quyết dứt điểm sự cố lag mạng và nghẽn lệnh vào giờ cao điểm, nâng điểm đánh giá tiêu chí tốc độ phản hồi hệ thống từ mức trung bình lên mức tốt.

Đồng thời nhân viên phục vụ tại sảnh ăn không được có tâm lý phó mặc cho công nghệ, mà phải áp dụng quy tắc quan sát chủ động. Nếu phát hiện khách hàng loay hoay với điện thoại hoặc quét mã QR không thành công quá 45 giây, nhân viên phải lập tức tiếp cận bàn ăn với thái độ lịch sự, chủ động kiểm tra kết nối. Trường hợp mạng thiết bị của khách lỗi, nhân viên phải cung cấp ngay một máy tính bảng dự

phòng do nhà hàng chuẩn bị để khách đặt món trực tiếp tại chỗ, đảm bảo dòng chảy phục vụ không bị gián đoạn.

3.2.1.2 Nâng cấp tính năng của menu điện tử

Giải pháp này được đưa ra nhằm giải quyết sự đứt gãy trong luồng thông tin và tổn hại trải nghiệm tâm lý của khách hàng trong quá trình tự thao tác gọi món. Cụ thể, giải pháp khắc phục triệt để hai vấn đề: một là tình trạng thực khách phải chờ đợi món ăn trong vô định, lo âu vì không biết đơn hàng đã được xử lý chưa; hai là trạng thái ức chế cảm xúc khi khách đã mất thời gian cân nhắc chọn món trên màn hình rồi mới nhận được thông báo từ chối từ nhân viên do nhà bếp đã hết nguyên liệu. Việc tối ưu hóa thuật toán phần mềm sẽ giúp minh bạch hóa quy trình và bảo vệ tính vẹn toàn của hành trình ẩm thực số.

Tích hợp tính năng hiển thị trạng thái món ăn theo thời gian: Ngay sau khi lệnh đặt món được gửi thành công, giao diện ứng dụng trên điện thoại của khách sẽ kích hoạt một tiến trình theo dõi trực quan. Thực khách có thể giám sát toàn bộ hành trình của đơn hàng thông qua các cột mốc trạng thái hiển thị rõ ràng bao gồm: Đã tiếp nhận, Đang chế biến, Đã xong, Đang chuyển đến bàn. Hệ thống cũng tự động hiển thị thời gian đếm ngược dự kiến, ví dụ: Còn 5 phút nữa món ăn sẽ hoàn thành. Đây là giải pháp tâm lý học dịch vụ đặc lực, giúp giải tỏa hoàn toàn cảm giác lo âu khi phải chờ đợi vô định và tăng sự hài lòng của khách về tính chuyên nghiệp của nhà hàng.

Tự động hóa đồng bộ dữ liệu tồn kho giữa bộ phận Bếp và hệ thống đặt món: Để ngăn chặn các trải nghiệm tiêu cực, phần mềm hệ thống cần thiết lập cơ chế liên thông dữ liệu tuyệt đối với kho nguyên liệu thực tế của nhà bếp. Khi số lượng định mức nguyên liệu của một món ăn cụ thể vừa được dùng hết, hệ thống quản trị nhà bếp sẽ tự động kích hoạt lệnh và đồng bộ ngay lập tức trạng thái Hết món hoặc Tạm ngừng nhận đơn ngay trên màn hình thực đơn của khách hàng theo thời gian thực. Việc tự động hóa này giúp ngăn chặn tình trạng khách chọn xong mới biết món hết, loại bỏ hoàn toàn các khiếu nại không đáng có.

3.2.2 Chất lượng thông tin

Nhìn chung, nhân tố chất lượng thông tin ghi nhận kết quả đánh giá ở mức khá tích cực với điểm trung bình tổng thể đạt 3.82 điểm. Điểm số này cho thấy hệ thống thực đơn điện tử của nhà hàng về cơ bản đã đảm bảo được tính minh bạch và khả

năng truyền tải dữ liệu cốt lõi đến khách hàng. Khách hàng thể hiện sự tin tưởng tuyệt đối vào tính chân thực của giá cả niêm yết, giúp loại bỏ hoàn toàn tâm lý lo ngại về sự sai lệch chi phí khi tự mình gọi món và tất toán hóa đơn trên nền tảng số.

Bên cạnh sự chính xác về giá cả, năng lực quản trị dữ liệu của hệ thống cũng vận hành tương đối hiệu quả. Kết quả chứng minh cơ chế liên thông thông tin giữa nhà bếp và thực đơn điện tử hoạt động khá nhịp nhàng trong điều kiện tiêu chuẩn, giúp thực khách chủ động nắm bắt danh mục ẩm thực sẵn có để đẩy nhanh tốc độ lựa chọn đơn hàng mà không cần mất thời gian hỏi lại nhân viên phục vụ.

Tuy nhiên, nút thắt lớn nhất của nhân tố này lại nằm ở khía cạnh nội dung trực quan khi tiêu chí thông tin, hình ảnh, mô tả món ăn bị kéo tụt xuống mức trung bình với chỉ 3.39 điểm. Phản ánh rõ một thực tế là kho tài sản số của nhà hàng hiện tại đang mang nặng tính đồ họa quảng cáo, chưa phản ánh chân thực hình dáng, kích thước món ăn thực tế tại bàn ăn. Đồng thời, phần mô tả chữ còn quá sơ sài, thiếu hụt các thông tin mà thực khách trẻ đang đặc biệt quan tâm như hàm lượng dinh dưỡng (calo) hay các khuyến cáo quan trọng về thành phần gây dị ứng.

3.2.2.1 Nâng cao chất lượng hình ảnh thực đơn điện tử

Giải pháp này được đề xuất nhằm giải quyết trực diện tình trạng thông tin thị giác trên hệ thống menu điện tử chưa đáp ứng được kỳ vọng thực tế của khách hàng. Khảo sát cho thấy kho hình ảnh hiện tại mang tính đồ họa, chỉnh sửa quảng cáo quá mức, tạo ra sự chênh lệch lớn giữa ảnh mạng và món ăn thực tế khi lên bàn. Điều này làm giảm niềm tin và gây khó khăn cho thực khách trong việc hình dung dung lượng, kích thước món ăn để ra quyết định gọi món phù hợp với sức ăn của cá nhân hoặc nhóm.

Nhà hàng cần chấm dứt việc sử dụng ảnh thiết kế đồ họa phối cảnh 3D thiếu thực tế. Thay vào đó, cần đầu tư xây dựng lại toàn bộ hình ảnh bằng hình chụp thực tế và các đoạn video ngắn có độ dài từ 3 đến 5 giây, quay cận cảnh góc 360 độ của món ăn ngay tại không gian bàn ăn của Wink. Hình ảnh phải phản ánh chính xác màu sắc, cách bài trí, và đặc biệt là tỷ lệ quy chuẩn của đĩa ăn so với các vật dụng xung quanh như ly nước, khăn ăn, để khách có điểm đối chiếu trực quan về kích thước.

Trên giao diện hiển thị, hình ảnh món ăn phải được đặt ở vị trí trung tâm, sắc nét, có tính năng chạm để phóng to để xem chi tiết nguyên liệu cấu thành. Nhà hàng cần bổ sung các nhãn dán định lượng trực quan ngay trên góc ảnh như: Phần ăn dành

cho 1 người, đĩa lớn dành cho nhóm 2-3 người, nhằm hỗ trợ thực khách định lượng chính xác nhu cầu gọi món, tránh lãng phí thức ăn hoặc gọi thiếu món.

3.2.2.2 Chi tiết hóa nội dung mô tả thực đơn điện tử

Thực đơn điện tử mô tả quá sơ sài, chỉ liệt kê tên món ăn mà thiếu đi thông tin về thành phần chi tiết, cách thức chế biến hay cảnh báo sức khỏe đã khiến tệp khách có xu hướng quan tâm sâu sắc đến lối sống lành mạnh hoặc có các yêu cầu nghiêm ngặt về dị ứng, rơi vào trạng thái do dự, không dám tự thao tác đặt món vì sợ không phù hợp với thể trạng cá nhân.

Tích hợp thực đơn sức khỏe và bộ lọc cảnh báo dị ứng. Bám sát xu hướng ẩm thực lành mạnh, menu điện tử cần tích hợp tính năng hiển thị chi tiết hàm lượng dinh dưỡng bao gồm tổng lượng calo và các chỉ số chất béo ngay dưới tên món. Đồng thời, hệ thống phải bổ sung bộ lọc thông minh cho phép khách hàng chủ động sàng lọc nhanh thực đơn theo nhu cầu cá nhân như: Món chay, món ít chất béo, món không cay. Đặc biệt, phần mềm phải thiết lập dòng chữ cảnh báo nổi bật về các thành phần dễ gây dị ứng phổ biến như hải sản, đậu phộng, gluten, sữa... để bảo vệ an toàn tuyệt đối cho thực khách. Phần mô tả món ăn cần được biên dịch song ngữ Anh - Việt một cách chuyên nghiệp, không chỉ liệt kê nguyên liệu thô mà phải sử dụng các tính từ gợi hình, gợi vị.

Xây dựng một Chatbot AI (trợ lý ảo) tích hợp trực tiếp vào màn hình đặt món. Chatbot này có khả năng tự động nhận diện ngôn ngữ của người dùng (Anh, Việt, Hàn, Trung...) để hỗ trợ giải đáp nhanh các thắc mắc về thực đơn, cách sử dụng mã QR, hoặc các yêu cầu đặc biệt. Điều này xóa bỏ rào cản ngôn ngữ cho khách du lịch quốc tế và giảm tải đáng kể áp lực cho nhân viên.

Thay vì để khách tự tìm món, hệ thống sẽ tự động hiển thị mục Gợi ý cho bạn dựa trên thời gian, ví dụ như: bữa sáng cần năng lượng, bữa tối cần món nhẹ... hoặc dựa trên các combo đặc trưng, giúp tối ưu hóa giá trị đơn hàng và tiết kiệm thời gian chọn món cho khách.

3.2.3. Chất lượng dịch vụ hỗ trợ

Nhìn chung, nhóm tiêu chí về dịch vụ hỗ trợ của đội ngũ nhân sự ghi nhận kết quả đánh giá tổng thể ở mức tốt. Sự kết hợp giữa thái độ phục vụ và năng lực chuyên môn của đội ngũ nhân viên đã tạo được thiện cảm lớn đối với thực khách. Nhân viên luôn có thái độ thân thiện, sẵn sàng lắng nghe khi khách hàng cần hỗ trợ kỹ thuật. Kết

quả này cho thấy tính hiếu khách và tinh thần của nhân sự tại Wink Hotel Danang Centre luôn giữ vững được tiêu chuẩn thương hiệu, sẵn sàng đồng hành cùng khách hàng để tiếp nhận các phản hồi về mặt trải nghiệm số.

Bên cạnh thái độ tích cực và năng lực chuyên môn, tính nhất quán của quy trình cũng đạt kết quả rất khả quan. Dữ liệu khảo sát khẳng định công tác đào tạo nội bộ của khách sạn được thực hiện bài bản; nhân viên nắm vững cách vận hành phần mềm để chỉ dẫn cho khách, đồng thời sự phối hợp giữa con người và công nghệ trong điều kiện vận hành tiêu chuẩn đạt được độ ăn khớp, đáng tin cậy.

Tuy nhiên, điểm yếu duy nhất cần phải cải thiện của nhóm này nằm ở tiêu chí "Khi hệ thống gặp sự cố (lỗi mạng, không quét được mã), nhân viên nhà hàng luôn có mặt kịp thời để hỗ trợ xử lý" khi bị kéo tụt xuống mức trung bình với chỉ 3.39 điểm. Phản ánh một nghịch lý: nhân viên có thái độ rất tốt và có đủ kiến thức nhưng lại không thể có mặt kịp thời để cứu trợ kỹ thuật cho khách khi có sự cố phát sinh. Nguyên nhân sâu xa của hạn chế này là vào các khung giờ cao điểm, nhân viên sảnh bị quá tải và bị vắt kiệt sức lực vào các công việc chân tay mang tính cơ học như bưng bê khay đĩa nặng hoặc dọn dẹp bàn ăn, dẫn đến việc thiếu quỹ thời gian để bao quát sảnh ăn và ứng cứu kỹ thuật kịp thời cho khách. Điểm nghẽn này chính là cơ sở thực chứng quan trọng để đưa ra giải pháp triển khai mô hình Robot phục vụ thông minh giúp giải phóng sức lao động cơ học cho nhân viên, giúp họ có 100% thời gian túc trực hỗ trợ kỹ thuật tại bàn cho khách.

Đặc biệt, trong bối cảnh nhu cầu ứng dụng công nghệ trong ngành nhà hàng - khách sạn ngày càng gia tăng, việc nghiên cứu triển khai robot phục vụ tại nhà hàng thuộc Wink Hotels Danang Centre có thể được xem là một giải pháp hỗ trợ nâng cao hiệu quả phục vụ và tối ưu hóa quy trình vận hành. Vì vậy, việc ứng dụng robot phục vụ có thể góp phần hỗ trợ nhân viên trong các công việc mang tính lặp lại, giúp giảm áp lực lao động và nâng cao hiệu quả phối hợp trong quá trình phục vụ.

Robot phục vụ có thể được sử dụng trong một số hoạt động như vận chuyển món ăn từ khu vực bếp đến bàn khách, thu gom chén đĩa hoặc hướng dẫn khách di chuyển trong khu vực nhà hàng. Việc ứng dụng công nghệ này không nhằm thay thế hoàn toàn vai trò của nhân viên phục vụ mà hướng đến mô hình kết hợp giữa công nghệ và con người nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Trong đó, nhân viên vẫn giữ

vai trò chính trong giao tiếp, chăm sóc và xử lý tình huống với khách hàng, còn robot đóng vai trò hỗ trợ vận hành và tối ưu hóa các thao tác phục vụ cơ bản.

Bên cạnh việc hỗ trợ hoạt động phục vụ, robot còn góp phần tạo điểm nhấn công nghệ và nâng cao trải nghiệm của khách hàng, đặc biệt đối với nhóm khách trẻ hoặc khách hàng yêu thích mô hình dịch vụ hiện đại. Tuy nhiên, để triển khai hiệu quả giải pháp này, khách sạn cần cân nhắc các yếu tố như chi phí đầu tư, khả năng vận hành thực tế, không gian nhà hàng và mức độ phù hợp với mô hình phục vụ hiện tại nhằm đảm bảo tính khả thi và hiệu quả lâu dài trong quá trình ứng dụng công nghệ.

Nội dung và lộ trình triển khai chi tiết:

Giai đoạn 1: Khảo sát hạ tầng kỹ thuật và lựa chọn dòng Robot phù hợp. Nhà hàng cần tiến hành đo đạc lại mật độ và khoảng cách giữa các bàn ăn tại sảnh. Với đặc thù không gian hiện đại của Wink Hotel, nhà hàng nên lựa chọn dòng robot phục vụ chuyên dụng cho ngành F&B (ví dụ: dòng BellaBot hoặc PuduBot). Các dòng này sở hữu hệ thống cảm biến tránh vật cản 3D, camera chiều sâu, và kích thước nhỏ gọn, có khả năng di chuyển mượt mà trong không gian có lối đi hẹp và tự động dừng lại khi có khách cắt ngang đường đi.

Giai đoạn 2: Số hóa sơ đồ mặt bằng và thiết lập bản đồ di chuyển. Đội ngũ công nghệ thông tin phối hợp với nhà cung cấp quét và xây dựng một bản đồ số hóa không gian nhà hàng. Mỗi bàn ăn, khu vực Bếp và khu vực quầy Bar sẽ được định vị bằng các tọa độ chính xác trên hệ thống. Bản đồ này được đồng bộ hóa trực tiếp với hệ thống POS hiện tại của Wink.

Giai đoạn 3: Quy trình phối hợp giữa Người - Robot - Công nghệ sẽ diễn ra như sau:

Bước 1: Khách hàng đặt món qua Menu QR tại bàn, đơn hàng truyền thẳng xuống Bếp.

Bước 2: Khi món ăn hoàn thành, đầu bếp đặt đĩa thức ăn lên các khay của robot, bấm chọn Bàn số X trên màn hình cảm ứng của robot.

Bước 3: Robot tự động di chuyển từ bếp ra sảnh, dừng chính xác tại cạnh bàn của khách, phát âm thanh chào mừng bằng nhiều ngôn ngữ kết hợp với Chatbot và nhấp nháy đèn LED ở khay tương ứng để mời khách lấy món.

Bước 4: Khách hàng hoặc nhân viên phục vụ lấy món ăn ra khỏi khay, bấm nút Hoàn thành trên đầu robot, robot sẽ tự động quay trở lại trạm chờ ở khu vực Bếp

để đón đơn hàng tiếp theo. Đồng thời, robot có thể chở đĩa bản ngược về khu vực rửa bát.

3.2.4 Sử dụng hệ thống

Nhìn chung, thực trạng về nhân tố sử dụng hệ thống và sự tương tác kỹ thuật của thực khách tại nhà hàng ghi nhận kết quả tổng thể ở mức tốt. Sự đầu tư đồng bộ về mặt công nghệ bước đầu đã mang lại hiệu quả rõ rệt trong việc hình thành thói quen trải nghiệm số cho khách hàng. Một khi khách hàng đã vượt qua bước tiếp cận ban đầu, họ hoàn toàn tin tưởng và duy trì việc sử dụng công nghệ xuyên suốt toàn bộ chu trình dùng bữa mà không cần quay lại phương thức cơ học.

Bên cạnh việc duy trì chu trình cốt lõi, mức độ chủ động khám phá công nghệ của thực khách cũng đạt kết quả rất khả quan. Điều này cho thấy hệ thống thực đơn điện tử có sức hút tốt đối với thị giác của người dùng, kích thích sự tò mò và đáp ứng khá toàn diện nhu cầu tự cá nhân hóa bữa ăn của thực khách. Sự ổn định về mặt nền tảng phần mềm, không bị lỗi kết nối hay tự thoát trang chính là bệ đỡ vững chắc giúp khách hàng an tâm trải nghiệm sâu các tính năng phụ trợ này.

Tuy nhiên, tỷ lệ thực khách do dự, phân vân ở tiêu chí hành vi rất lớn. Khách hàng thiếu sự chủ động thường xuyên lựa chọn công nghệ ngay từ đầu mà vẫn có xu hướng tìm kiếm sự an toàn từ nhân viên. Hiện tượng lag mạng vào giờ cao điểm cộng với rào cản tâm lý e ngại ban đầu đã khiến khách hàng e dè khi bắt đầu vào bàn ăn.

3.2.4.1 Ứng dụng trò chơi kích thích hành vi sử dụng

Tâm lý chung của con người là ngại thay đổi và có xu hướng bám víu vào phương thức gọi món truyền thống vì nó không đòi hỏi nỗ lực thao tác. Bằng cách lồng ghép các yếu tố giải trí và phần thưởng vào phần mềm, nhà hàng sẽ dịch chuyển động lực của khách hàng từ trạng thái phải dùng theo quy trình sang trạng thái muốn dùng để khám phá và nhận quà.

Kịch bản trò chơi:

Trong suốt quá trình thực khách lướt thực đơn, chọn món và thêm vào giỏ hàng, hệ thống E-menu hoàn toàn không lộ bất kỳ thông tin nào về phần thưởng hay trò chơi. Giao diện giữ nguyên sự tinh tế, tập trung tối đa vào việc hỗ trợ khách lựa chọn ẩm thực.

Ngay khi thực khách hoàn thành chọn món và chạm vào nút xác nhận đặt món. Hệ thống xử lý lệnh trong 1 giây, màn hình điện thoại của khách lập tức tối mờ đi và một hiệu ứng hoạt họa 3D xuất hiện: 9 chiếc hộp quà bí ẩn mang sắc màu phát sáng liên tục.

Bước 1 (Gửi đơn & Nhận hộp quà): Khách hàng hoàn tất chu trình đặt món cơ bản. Hệ thống máy chủ tự động kiểm tra điều kiện (Mỗi hóa đơn số/mỗi bàn chỉ được kích hoạt 01 hộp quà duy nhất trong một lượt dùng bữa để tránh gian lận) và hiển thị hộp quà trên màn hình.

Bước 2 (Chạm để mở quà): Trên màn hình hiển thị 9 chiếc hộp quà đang lắc lư nhẹ kèm nút bấm gõ 2 lần để mở hộp. Thực khách tương tác trực tiếp bằng cách chọn vào hộp quà mình thích và gõ 2 lần vào màn hình.

Bước 3 (Hiệu ứng mở quà và Phân phối giải thưởng): Chiếc hộp quà bung mở ra với hiệu ứng pháo hoa vui mắt. Vật phẩm may mắn bên trong bay ra kèm theo âm thanh chúc mừng nhẹ nhàng.

Cơ cấu giải thưởng bất ngờ: 100% trúng thưởng các vật phẩm ngẫu nhiên dựa trên thuật toán tối ưu chi phí của nhà hàng như 1 ly nước đổi vị miễn phí, một món ăn nhẹ tráng miệng được bếp lên lệnh làm ngay, hoặc một chiếc E-voucher giảm giá 10% trực tiếp vào hóa đơn tất toán cuối chu trình.

Bước 4 (Liên thông hệ thống & Phục vụ tự động): Ngay khi quà hiện ra, mã QR Code của giải thưởng tự động lưu vào mục "Ưu đãi của tôi" trên ứng dụng của khách. Đồng thời, một lệnh phụ tự động đẩy thẳng xuống hệ thống hiển thị nhà bếp: Quà tặng hộp bí ẩn - Bàn X - Đĩa bánh ngọt. Nhân viên hoặc Robot sẽ mang món quà bất ngờ này ra bàn cho khách cùng với các món ăn chính mà khách vừa đặt.

Giao diện phần mềm khi khách thực hiện các thao tác như xem thực đơn, thêm món vào giỏ hàng hay bấm thanh toán cần có các hiệu ứng chuyển động bắt mắt, âm thanh vui tai nhẹ nhàng hoặc các thông điệp chúc mừng hài hước. Từ đó biến một hành vi công nghệ khô khan thành một trải nghiệm giải trí thú vị, xóa bỏ hoàn toàn sự e dè ban đầu.

3.2.4.2 Chương trình ưu đãi điện tử

Khách hàng luôn có xu hướng nhạy cảm về lợi ích, nếu việc tự phục vụ bằng công nghệ không mang lại một giá trị gia tăng cụ thể nào về mặt tài chính so với việc gọi nhân viên truyền thống. Họ sẽ không có lý do để ưu tiên lựa chọn nó trong những

lần ghé thăm tiếp theo. Việc cụ thể hóa lợi ích bằng các chương trình ưu đãi điện tử sẽ tạo ra lực đẩy hành vi mạnh mẽ.

Nhà hàng cần áp dụng chương trình ưu đãi độc quyền dành riêng cho khách hàng hoàn thành chu trình gọi món và thanh toán qua hệ thống số. Ví dụ, thực khách tự đặt món qua mã QR sẽ được giảm giá trực tiếp 5% hoặc 10% trên tổng giá trị hóa đơn ăn uống hoặc được tặng kèm một mã E-voucher giảm giá cho lần trải nghiệm dịch vụ tiếp theo tại nhà hàng hoặc quầy Bar của khách sạn. Các thông tin ưu đãi này phải được hiển thị nổi bật bằng banner điện tử ngay tại trang chủ của thực đơn số để thu hút sự chú ý của khách.

Đối với tệp khách hàng lưu trú hoặc khách địa phương quay lại nhiều lần, hệ thống menu điện tử cần liên thông với CRM để ghi nhận lịch sử gọi món. Dựa trên dữ liệu này, phần mềm sẽ tự động gửi các mã E-voucher cá nhân hóa vào ví điện tử của khách vào các dịp đặc biệt như ngày sinh nhật, tuần lễ tri ân hoặc gợi ý các món ăn kèm đúng với sở thích cũ kèm giá ưu đãi. Gia tăng mạnh mẽ tỷ lệ khách hàng chủ động chọn công nghệ thay vì nhân viên, nâng cao chỉ số trung thành và tần suất quay lại của khách hàng.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị đối với khách sạn

Để nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ trong hoạt động phục vụ tại nhà hàng thuộc Wink Hotels Danang Centre, khách sạn cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống công nghệ theo hướng đồng bộ, ổn định và phù hợp với thực tế vận hành của nhà hàng. Trong bối cảnh nhu cầu sử dụng dịch vụ hiện đại của khách hàng ngày càng gia tăng, việc đầu tư công nghệ không chỉ nhằm nâng cao tính hiện đại cho doanh nghiệp mà còn cần tập trung vào khả năng hỗ trợ trực tiếp cho quá trình phục vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Vì vậy, khách sạn cần thường xuyên kiểm tra, nâng cấp và tối ưu các hệ thống đang được sử dụng như menu QR, hệ thống POS, thanh toán điện tử và các nền tảng quản lý thông tin nhằm hạn chế tình trạng lỗi kết nối, sai sót trong quá trình order hoặc gián đoạn trong quá trình phục vụ khách hàng.

Bên cạnh việc đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ, khách sạn cần chú trọng hơn đến yếu tố con người trong quá trình triển khai công nghệ tại nhà hàng. Trong ngành dịch vụ nhà hàng – khách sạn, công nghệ chỉ đóng vai trò hỗ trợ và không thể thay thế hoàn toàn vai trò của nhân viên phục vụ. Do đó, khách sạn cần tăng cường đào

tạo kỹ năng sử dụng công nghệ cho nhân viên nhằm giúp nhân viên có khả năng thao tác hệ thống thành thạo, hỗ trợ khách hàng hiệu quả và xử lý nhanh các sự cố phát sinh trong quá trình phục vụ. Đồng thời, nhân viên phục vụ cũng cần được đào tạo về kỹ năng giao tiếp và hỗ trợ khách hàng khi sử dụng các công nghệ như menu QR, thanh toán điện tử hoặc kiosk tự phục vụ, đặc biệt đối với nhóm khách lớn tuổi hoặc khách chưa quen với hình thức phục vụ số hóa.

Ngoài ra, khách sạn cần tiếp tục hoàn thiện quy trình phục vụ theo hướng kết hợp hài hòa giữa công nghệ và yếu tố con người nhằm đảm bảo tính linh hoạt trong hoạt động phục vụ. Việc ứng dụng công nghệ không nên khiến trải nghiệm dịch vụ trở nên quá máy móc hoặc làm giảm sự tương tác cần thiết giữa nhân viên và khách hàng. Thay vào đó, công nghệ cần được sử dụng như một công cụ hỗ trợ nhằm giảm bớt các thao tác thủ công, tăng tốc độ xử lý thông tin và giúp nhân viên có nhiều thời gian hơn để tập trung vào chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó, khách sạn cũng cần tăng cường khả năng kết nối giữa các bộ phận thông qua hệ thống thông tin quản lý nhằm đảm bảo quá trình tiếp nhận order, chuyển thông tin đến bếp, thanh toán và phục vụ được thực hiện nhanh chóng, chính xác và đồng bộ hơn.

Trong thời gian tới, khách sạn cũng có thể nghiên cứu triển khai thêm một số giải pháp công nghệ mới phù hợp với mô hình phục vụ hiện đại như kiosk order tự phục vụ, robot hỗ trợ vận chuyển món ăn hoặc các giải pháp cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng thông qua dữ liệu khách hàng và hệ thống quản lý thông tin. Tuy nhiên, quá trình đầu tư cần được cân nhắc dựa trên khả năng vận hành thực tế, nhu cầu của khách hàng và mức độ phù hợp với mô hình hoạt động của nhà hàng nhằm đảm bảo hiệu quả sử dụng lâu dài và tránh đầu tư công nghệ mang tính hình thức. Đồng thời, khách sạn cần thường xuyên thu thập ý kiến phản hồi của khách hàng về trải nghiệm sử dụng công nghệ trong quá trình phục vụ để có cơ sở điều chỉnh và hoàn thiện hệ thống phù hợp hơn với nhu cầu thực tế.

Bên cạnh đó, khách sạn cần chú trọng đảm bảo an toàn thông tin và bảo mật dữ liệu khách hàng trong quá trình ứng dụng công nghệ. Trong bối cảnh thanh toán điện tử và các nền tảng số ngày càng được sử dụng phổ biến, việc bảo mật dữ liệu cá nhân và thông tin thanh toán của khách hàng là yếu tố quan trọng góp phần xây dựng niềm tin và nâng cao chất lượng dịch vụ. Vì vậy, khách sạn cần thường xuyên kiểm tra hệ thống bảo mật, nâng cấp phần mềm quản lý và xây dựng quy trình xử lý thông

tin phù hợp nhằm hạn chế rủi ro liên quan đến dữ liệu khách hàng trong quá trình vận hành hệ thống công nghệ tại nhà hàng.

3.3.2. Kiến nghị đối với ngành du lịch

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong lĩnh vực du lịch - khách sạn, ngành du lịch cần tiếp tục hoàn thiện các chính sách và định hướng phát triển nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh và phục vụ khách hàng. Hiện nay, công nghệ không chỉ đóng vai trò hỗ trợ quản lý mà còn trở thành yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện trải nghiệm du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp du lịch. Vì vậy, ngành du lịch cần tăng cường thúc đẩy quá trình chuyển đổi số trong toàn ngành theo hướng đồng bộ, hiện đại và phù hợp với xu hướng phát triển của du lịch thông minh hiện nay.

Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý du lịch cần tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ sinh thái du lịch thông minh nhằm hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ hiệu quả hơn trong hoạt động vận hành và phục vụ. Việc phát triển đồng bộ các nền tảng dữ liệu du lịch, hệ thống thanh toán điện tử, nền tảng kết nối dịch vụ và các giải pháp số trong ngành du lịch sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp khách sạn - nhà hàng nâng cao khả năng tiếp cận công nghệ và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh. Đồng thời, ngành du lịch cũng cần khuyến khích các doanh nghiệp chủ động đổi mới mô hình phục vụ theo hướng hiện đại, linh hoạt và tăng cường ứng dụng công nghệ trong các hoạt động phục vụ khách hàng.

Ngoài ra, ngành du lịch cần đẩy mạnh các chương trình đào tạo và nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ cho nguồn nhân lực trong lĩnh vực khách sạn - nhà hàng. Trên thực tế, mặc dù nhiều doanh nghiệp đã bắt đầu triển khai các giải pháp công nghệ trong phục vụ nhưng chất lượng nguồn nhân lực vẫn chưa thực sự đồng đều, đặc biệt là khả năng sử dụng hệ thống công nghệ và thích ứng với mô hình phục vụ số hóa. Do đó, việc tổ chức các chương trình đào tạo chuyên môn, kỹ năng công nghệ và kỹ năng vận hành hệ thống thông tin cho đội ngũ lao động trong ngành sẽ góp phần nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ trong thực tế hoạt động của doanh nghiệp.

Bên cạnh việc hỗ trợ doanh nghiệp về định hướng và nguồn nhân lực, ngành du lịch cũng cần chú trọng xây dựng các tiêu chuẩn và hướng dẫn liên quan đến ứng

dụng công nghệ trong hoạt động du lịch - khách sạn nhằm đảm bảo tính đồng bộ và an toàn trong quá trình triển khai. Trong bối cảnh thanh toán điện tử, dữ liệu khách hàng và các nền tảng số ngày càng được sử dụng phổ biến, các vấn đề liên quan đến bảo mật thông tin và an toàn dữ liệu cần được quan tâm nhiều hơn. Vì vậy, các cơ quan quản lý cần ban hành các quy định và tiêu chuẩn phù hợp nhằm hỗ trợ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ một cách hiệu quả, an toàn và phù hợp với xu hướng phát triển của ngành du lịch hiện nay.

Ngành du lịch cần tăng cường các hoạt động kết nối, chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các mô hình ứng dụng công nghệ mới trong lĩnh vực khách sạn - nhà hàng. Việc tổ chức hội thảo, chương trình xúc tiến chuyển đổi số hoặc các hoạt động hợp tác giữa doanh nghiệp và đơn vị công nghệ sẽ góp phần giúp các doanh nghiệp có thêm cơ hội tiếp cận các giải pháp công nghệ phù hợp với thực tế hoạt động. Đây cũng là cơ sở quan trọng để thúc đẩy quá trình hiện đại hóa ngành du lịch Việt Nam, nâng cao chất lượng dịch vụ và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch trong nước và quốc tế.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở bám sát các định hướng vĩ mô của Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, Đề án du lịch thông minh của thành phố Đà Nẵng và triết lý vận hành số của thương hiệu Wink Hotels. Chương 3 đã hoàn thành mục tiêu cốt lõi của khóa luận bằng việc đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ và toàn diện. Các giải pháp được thiết kế logic để giải quyết triệt để từng điểm nghẽn đã được bóc tách ở chương trước, bao gồm: quy hoạch dải mạng độc lập, tích hợp tính năng theo dõi món ăn thời gian thực và thực đơn sức khỏe. Đồng thời, giải pháp mang tính đột phá về việc ứng dụng Robot phục vụ để giải phóng sức lao động cơ học cho nhân sự, kết hợp chiến lược trò chơi và E-voucher đã mở ra một phương thức kích thích hành vi tự nguyện sử dụng công nghệ của khách hàng. Những giải pháp này không chỉ có giá trị thực tiễn cao đối với Wink Hotel Danang Centre trong việc hoàn thiện chu trình phục vụ tự động, tối ưu hóa chi phí vận hành mà còn là tài liệu tham khảo hữu ích cho các doanh nghiệp khách sạn - nhà hàng tại Việt Nam trong tiến trình chuyển đổi số ngành dịch vụ ẩm thực hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Trịnh Xuân Dũng (2003), *Tổ chức kinh doanh nhà hàng*, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội.
- [2] Vũ Thị Hòa (2012), *Giáo trình lý thuyết nghiệp vụ nhà hàng*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Thị Hải Đường (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh nhà hàng*, Nhà xuất bản Đà Nẵng.
- [4] Trần Thị Song Minh (2012), *Giáo trình hệ thống thông tin quản lý*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [5] Tổng cục Du lịch – Trung tâm thông tin du lịch (2022), *Chuyển đổi số trong ngành Du lịch – Chuyển đổi nhận thức và thống nhất hành động*, trang số 19.
- [6] Công ty Tư vấn Quản lý OCD (2025), *Hệ thống thông tin quản lý (MIS) là gì?* Truy cập ngày 11/3/2026, từ <https://ocd.vn/he-thong-thong-tin-quan-ly-mis-la-gi/>.
- [7] Wikipedia Bách khoa toàn thư mở (2013), *Hệ thống thông tin quản lý*. Truy cập ngày 11/3/2026, từ <https://byvn.net/TqEV>.
- [8] Wikipedia Bách khoa toàn thư mở, *Mô hình chấp nhận công nghệ*. Truy cập ngày 13/3/2026, từ https://en.wikipedia.org/wiki/Technology_acceptance_model.
- [9] Nguyễn Thành Phú - Học viện quản lý PACE Institute Of Management, *Chuyển đổi số là gì? Xu hướng DX 4.0: digital transformation*. Truy cập ngày 13/3/2026, từ <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/chuyen-doi-so-la-gi>.
- [10] Cục tin học hoá - Bộ Thông tin và Truyền thông (21/12/2023), *Bộ Tư pháp chuyên trang chuyển đổi số*. Truy cập ngày 13/3/2026, từ <https://dx.moj.gov.vn/cam-nang-chuyen-doi-so.htm>.
- [11] Trung tâm Giám sát và điều hành đô thị thông minh thành phố Huế (11/11/2022), *Tại sao phải chuyển đổi số & 3 cấp độ trong chuyển đổi số doanh nghiệp*. Truy cập ngày 13/3/2026, từ <https://dtm.hue.gov.vn/nhiem-vu-kts/tai-sao-phai-chuyen-doi-so-3-cap-do-trong-chuyen-doi-so-doanh-nghiep.html>.
- [12] TS. Đoàn Mạnh Cường (Văn phòng Quốc hội - 02/08/2022), *Chuyển đổi số trong hoạt động du lịch và yêu cầu đặt ra đối với đào tạo nhân lực du lịch*. Truy cập ngày 13/3/2026, từ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/42949>.

[13] Học viện quản lý PACE Institute Of Management, *IoT là gì? Ứng dụng của Internet vạn vật (Internet of Things)*. Truy cập ngày 14/3/2026, từ <https://www.pace.edu.vn/tin-kho-tri-thuc/iot-la-gi>.

[14] ezCloud, *7 Lợi ích to lớn mà công nghệ mang lại cho khách sạn*. Truy cập ngày 16/4/2026, từ <https://ezcloud.vn/loi-ich-to-lon-ma-cong-nghe-mang-lai-cho-khach-san.html>.

[15] Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia (22/12/2024), *Nghị quyết 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*.

[16] Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch 14/7/2025, *Quyết định số 2450/QĐ-BVHTTDL đẩy mạnh chuyển đổi số du lịch thông minh trong lĩnh vực du lịch*.

[17] Thủ tướng Chính phủ (03/6/2020), *Quyết định số 749/QĐ-TTg Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*.

[18] Thủ tướng Chính phủ (22/1/2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030*.

[19] Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (14/7/2025), *Quyết định số 2450/QĐ-BVHTTDL*

[20] Thủ tướng Chính phủ (30/11/2018), *Quyết định số 1671/QĐ-TTg Đề án tổng thể ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành du lịch giai đoạn 2018 - 2020, định hướng đến năm 2025*

[21] Ban Chấp hành Đảng bộ thành phố Đà Nẵng (17/06/2021), *Nghị quyết số 05-NQ/TU về chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*