

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng
tại TMS Hotel DaNang Beach”**

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Tiến Hảo

Đà Nẵng, Tháng 6/2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
“Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng
tại TMS Hotel DaNang Beach”

ĐƠN VỊ THỰC TẬP: TMS HOTEL DANANG BEACH

Giảng viên hướng dẫn	: ThS. Nguyễn Xuân Vinh
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Tiến Hảo
Mã số sinh viên	: 2254060028
Khóa học	: 2022 – 2026
Lớp	: 22KS1

Đà Nẵng, Tháng 6/2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Nguyễn Tiến Hào

MSSV: 2254060028 Lớp: 22KS Khóa: 2022 – 2026

Ngành: Quản trị khách sạn

1. Tên đề tài: “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach”
 2. Nội dung: Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach” tập trung hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buồng, các yếu tố ảnh hưởng và các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ theo mô hình SERVQUAL. Trên cơ sở đó, đề tài phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach giai đoạn 2022–2025 nhằm đánh giá những kết quả đạt được, những hạn chế còn tồn tại và xác định các nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ của bộ phận buồng. Khóa luận sử dụng các phương pháp nghiên cứu như thu thập và tổng hợp tài liệu, quan sát thực tế, khảo sát khách hàng bằng bảng hỏi, thống kê mô tả, phân tích và so sánh số liệu. Từ kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng, góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng, tăng cường năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của khách sạn.
 3. Ngày giao khóa luận : 02/02/2026
 4. Ngày hoàn thành khóa luận : 31/05/2026
 5. Giảng viên hướng dẫn: ThS.Nguyễn Xuân Vinh
- Nội dung và yêu cầu Khóa luận tốt nghiệp đã được thông qua Bộ môn.

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

Trưởng bộ môn
(*ký ghi rõ họ tên*)

Giảng viên hướng dẫn
(*ký ghi rõ họ tên*)

Sinh viên thực hiện
(*ký ghi rõ họ tên*)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Dùng cho người hướng dẫn)

Họ và tên sinh viên: Nguyễn Tiên Hảo

Họ và tên người hướng dẫn: Th.S Nguyễn Xuân Vinh

Tên đề tài: *Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach*

Nội dung nhận xét:

1. Tinh thần, thái độ làm việc:

.....

2. Nội dung khóa luận:

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

3. Hình thức khóa luận:

4. Đồng ý cho sinh viên bảo vệ khóa luận trước hội đồng:

.....
.....

Đà Nẵng, ngày tháng năm 20

Người nhận xét

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ	i
DANH MỤC BẢNG BIỂU	ii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	iii
LỜI CẢM ƠN.....	iv
PHẦN MỞ ĐẦU	v
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TRONG KHÁCH SẠN	1
1.1 Tổng quan về khách sạn và bộ phận buồng.....	1
1.1.1 Khái niệm khách sạn.....	1
1.1.2 Phân loại khách sạn	2
1.1.3 Chức năng, vai trò và ý nghĩa của khách sạn trong ngành dịch vụ du lịch	3
1.1.4 Khái niệm bộ phận buồng trong khách sạn	5
1.1.5 Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận buồng.....	6
1.1.6 Vai trò của bộ phận buồng.....	7
1.2. Chất lượng dịch vụ buồng trong kinh doanh khách sạn.....	10
1.2.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ buồng.....	10
1.2.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ buồng	11
1.2.3 Vai trò của chất lượng dịch vụ buồng.....	12
1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng.....	14
1.3.1 Nhóm yếu tố chủ quan	14
1.3.2 Nhóm yếu tố khách quan.....	15
1.4 Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng trong khách sạn	16
1.4.1 Khái niệm đánh giá chất lượng dịch vụ	16
1.4.2 Các cách tiếp cận đánh giá chất lượng dịch vụ	17
1.4.3 Mô hình SERVQUAL trong đánh giá chất lượng dịch vụ.....	19
1.4.4 Ý nghĩa của việc vận dụng mô hình SERVQUAL đối với đề tài nghiên cứu này	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI TMS HOTEL DANANG BEACH.....	23

2.1 Giới thiệu khái quát về TMS Hotel Da Nang Beach	23
2.1.1 Thông tin chung về khách sạn.....	23
2.1.2 Cơ cấu tổ chức và các bộ phận chức năng	26
2.1.3 Lĩnh vực và sản phẩm - dịch vụ kinh doanh chính	30
2.2 Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn	36
2.2.1 Đặc điểm thị trường khách của khách sạn.....	36
2.2.2 Hoạt động Marketing và bán hàng	39
2.2.3 Kết quả hoạt động kinh doanh.....	40
2.3 Bộ phận buồng của khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach	42
2.3.1 Cơ cấu tổ chức và chức năng của bộ phận buồng.....	42
2.3.2 Nhiệm vụ của các vị trí chức danh của bộ phận buồng.....	44
2.3.3 Mối quan hệ giữa bộ phận buồng với các bộ phận khác trong khách sạn	45
2.4 Phương pháp và quy trình nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.....	47
2.4.1 Phương pháp nghiên cứu thực trạng.....	47
2.4.2 Quy trình nghiên cứu chất lượng dịch vụ buồng.....	48
2.4.3 Thiết kế thang đo và biến quan sát nghiên cứu	49
2.4.4 Bảng khảo sát và phương pháp thu thập dữ liệu	52
2.4.5 Phương pháp xử lý số liệu.....	53
2.4.6 Mô tả thống kê mẫu nghiên cứu.....	55
2.5 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach.....	56
2.5.1 Thang đo phương tiện hữu hình.....	56
2.5.2 Thang đo độ tin cậy.....	57
2.5.3 Thang đo khả năng đáp ứng.....	59
2.5.4 Thang đo sự đảm bảo.....	61
2.5.5 Thang đo sự đồng cảm	62
2.6 Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ buồng	64
2.6.1 Những kết quả đạt được.....	65
2.6.2 Những hạn chế còn tồn tại	66

2.6.3 Nguyên nhân của các hạn chế	67
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI KHÁCH SẠN TMS HOTEL ĐÀ NẴNG BEACH.....	69
3.1 Định hướng phát triển của khách sạn và bộ phận buồng	69
3.1.1 Định hướng phát triển chung của khách sạn.....	69
3.1.2 Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng.....	70
3.2 Cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng	71
3.2.1 Căn cứ vào thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.....	71
3.2.2 Căn cứ vào xu hướng và yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ trong ngành khách sạn.....	72
3.3.3 Căn cứ vào định hướng phát triển của TMS Hotel Da Nang Beach.....	72
3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Đà Nẵng Beach	73
3.3.1 Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bộ phận buồng.....	73
3.3.2 Giải pháp nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.....	74
3.3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng cơ sở vật chất và tiện nghi phòng nghỉ.....	76
3.3.4 Giải pháp nâng cao chất lượng chăm sóc và hỗ trợ khách hàng.....	76
3.3.5 Giải pháp nâng cao công tác kiểm tra và phối hợp giữa các bộ phận.....	77
3.4 Kiến nghị.....	78
3.4.1 Đối với ban lãnh đạo khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach	78
3.4.2 Đối với bộ phận buồng.....	79
KẾT LUẬN	80
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO (APA)	81
PHỤ LỤC 1	82
PHỤ LỤC 2	90

DANH MỤC HÌNH ẢNH, SƠ ĐỒ

Tên hình ảnh, sơ đồ	Trang
Mô hình 1.1: Mô hình 5 thành phần SERVQUAL	20
Hình 2.1: Logo của TMS Hotel Da Nang Beach	23
Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của TMS Hotel Da Nang Beach	26
Sơ đồ 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của bộ phận buồng	42
Sơ đồ 2.3: Quy trình nghiên cứu chất lượng dịch vụ buồng	49
Biểu đồ 2.1: Kết quả khảo sát của khách hàng về thang đo phương tiện hữu hình	56
Biểu đồ 2.2: Kết quả khảo sát của khách hàng về thang đo độ tin cậy	58
Biểu đồ 2.3: kết quả khảo sát khách hàng về thang đo khả năng đáp ứng	60
Biểu đồ 2.4: Kết quả khảo sát khách hàng về thang đo sự đảm bảo	62
Biểu đồ 2.5: Kết quả khảo sát khách hàng về thang đo sự đồng cảm	63

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Tên bảng biểu	Trang
Bảng 2.1: Cơ cấu lao động theo trình độ tại TMS Hotel Da Nang Beach	28
Bảng 2.2: Thông tin loại phòng lưu trú của TMS Hotel Da Nang Beach Tháng 9/2025	30
Bảng 2.3: Thông tin các loại hình dịch vụ ẩm thực của TMS Hotel Da Nang Beach	32
Bảng 2.4: Phân tích các điểm mạnh yếu của các đối thủ cạnh tranh	38
Bảng 2.5: Các chỉ số hiệu suất kinh doanh buồng phòng – TMS Hotel Da Nang Beach	40
Bảng 2.6: Thang đo Likert 5 mức độ	50
Bảng 2.7: Thang đo tính hữu hình của dịch vụ buồng	50
Bảng 2.8: Thang đo độ tin cậy của dịch vụ buồng	51
Bảng 2.9: Thang đo khả năng đáp ứng của dịch vụ buồng	51
Bảng 2.10: Thang đo sự đảm bảo của dịch vụ buồng	52
Bảng 2.11: Thang đo sự đồng cảm của dịch vụ buồng	52
Bảng 2.12: Giá trị khoảng cách	54
Bảng 2.13: Mô tả mẫu khảo sát	55
Bảng 2.14: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo phương tiện hữu hình	56
Bảng 2.15: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo độ tin cậy	57
Bảng 2.16: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo khả năng đáp ứng	58
Bảng 2.17: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo sự đảm bảo	60
Bảng 2.18: Kết quả đánh giá khách hàng về thang đo sự đồng cảm	61
Bảng 2.19: Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ	62

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Ký hiệu viết tắt	Nội dung
SOP	Quy trình vận hành chuẩn
RevPAR	Doanh thu trên mỗi phòng khả dụng
TCVN	Tiêu chuẩn Việt Nam
ADR	Giá bán phòng bình quân ngày
OTA	Đại lý du lịch trực tuyến
TA	Đại lý du lịch
VIP	Khách quan trọng
MICE	Du lịch kết hợp hội họp, khen thưởng, hội nghị và triển lãm

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp, em đã nhận được nhiều sự hỗ trợ và hướng dẫn trực tiếp từ các cá nhân anh/chị nhân viên cũng như tập thể bộ phận buồng. Những sự giúp đỡ này là cơ sở quan trọng để em có thể hoàn thành bài khóa luận của mình.

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý Ban lãnh đạo nhà trường cùng tập thể Thầy/Cô Khoa Du lịch Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã tận tình giảng dạy và truyền đạt cho em những kiến thức chuyên môn trong suốt thời gian học tập. Những kiến thức này là nền tảng giúp em có thể vận dụng vào thực tế và triển khai đề tài nghiên cứu.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn đến Th.S Nguyễn Xuân Vinh – giảng viên hướng dẫn, người đã trực tiếp góp ý, định hướng và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực hiện khóa luận. Những nhận xét và hướng dẫn của Thầy đã giúp em hoàn thiện nội dung bài làm theo đúng yêu cầu chuyên ngành.

Bên cạnh đó, em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh/chị nhân viên, đặc biệt là bộ phận buồng tại Khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach đã tạo điều kiện thuận lợi để em được thực tập và trực tiếp tham gia vào môi trường làm việc thực tế. Thông qua quá trình này, em đã tích lũy thêm kinh nghiệm thực tiễn và hiểu rõ hơn về nghiệp vụ cũng như quy trình vận hành của bộ phận buồng trong khách sạn.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè đã luôn quan tâm, động viên em trong suốt quá trình học tập cũng như khi thực hiện khóa luận.

Do hạn chế về thời gian và kinh nghiệm thực tế, bài khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý 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 bối cảnh ngành Du lịch – Khách sạn Việt Nam đang từng bước phục hồi và phát triển mạnh mẽ sau giai đoạn khó khăn, mức độ cạnh tranh giữa các cơ sở lưu trú ngày càng trở nên gay gắt. Khách hàng không chỉ quan tâm đến giá cả mà còn đặc biệt chú trọng đến chất lượng dịch vụ và trải nghiệm trong suốt quá trình lưu trú. Do đó, chất lượng dịch vụ ngày càng trở thành yếu tố then chốt quyết định mức độ hài lòng, khả năng quay lại cũng như lợi thế cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Trong các hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ buồng phòng được xem là sản phẩm cốt lõi, trực tiếp tạo ra giá trị sử dụng cho khách hàng. Chất lượng dịch vụ buồng không chỉ thể hiện ở sự sạch sẽ, tiện nghi mà còn phản ánh tính chuyên nghiệp trong quy trình phục vụ, thái độ của nhân viên cũng như sự phối hợp giữa các bộ phận. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm lưu trú và uy tín của khách sạn.

TMS Hotel Da Nang Beach là một trong những khách sạn có quy mô và vị trí thuận lợi tại thành phố Đà Nẵng, thu hút lượng khách tương đối ổn định trong thời gian qua. Tuy nhiên, trước áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng và yêu cầu ngày càng cao từ phía khách hàng, chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn cần được rà soát, đánh giá lại nhằm phát hiện những hạn chế còn tồn tại và có hướng hoàn thiện phù hợp.

Trong quá trình thực tập tại bộ phận buồng của khách sạn, bản thân em có cơ hội trực tiếp quan sát và tham gia vào các hoạt động thực tế tại bộ phận, từ đó nhận thấy rõ những vấn đề phát sinh trong quá trình vận hành cũng như những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng. Những trải nghiệm này không chỉ giúp em hiểu rõ hơn về hoạt động của bộ phận mà còn là cơ sở thực tiễn quan trọng để triển khai nghiên cứu.

Xuất phát từ những vấn đề trên, việc lựa chọn đề tài “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach” là cần thiết nhằm làm rõ những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân trong quá trình cung ứng dịch vụ. Trên cơ sở đó, đề tài hướng đến việc đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn trong thời gian tới. Đồng thời, việc nghiên cứu và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach có ý nghĩa thiết thực trong việc góp

phần hoàn thiện chất lượng phục vụ và nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ phận buồng tại khách sạn.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của đề tài là phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trong thời gian tới.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Để đạt được mục tiêu tổng quát trên, đề tài tập trung làm rõ các mục tiêu cụ thể sau:

- ✓ Hệ thống hóa những vấn đề lý luận liên quan đến chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn, đặc biệt là dịch vụ buồng phòng.
- ✓ Xác định các yếu tố chủ yếu tác động đến chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach, bao gồm các yếu tố như cơ sở vật chất, mức độ vệ sinh phòng, thái độ phục vụ của nhân viên, khả năng đáp ứng yêu cầu của khách và các điều kiện tiện nghi trong phòng.
- ✓ Tiến hành phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn thông qua việc thu thập và xử lý dữ liệu từ hoạt động thực tế và ý kiến phản hồi của khách hàng.
- ✓ Làm rõ những kết quả đạt được, các hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong quá trình cung ứng dịch vụ buồng tại khách sạn.
- ✓ Đề xuất các giải pháp phù hợp với điều kiện thực tế của khách sạn nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng, qua đó góp phần cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel DaNang Beach.

3.2 Phạm vi nghiên cứu

- ✓ Phạm vi nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ buồng tại khách

sạn, bao gồm các khía cạnh liên quan đến quy trình phục vụ, mức độ đáp ứng chất lượng phục vụ và công tác quản lý trong bộ phận buồng.

✓ Phạm vi về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại TMS Hotel Da Nang Beach.

✓ Phạm vi về thời gian: Nghiên cứu được thực hiện dựa trên dữ liệu và thông tin thu thập trong quá trình thực tập tại khách sạn từ ngày 07/7/2025 đến ngày 27/9/2025.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Phương pháp nghiên cứu định tính

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng nhằm xây dựng cơ sở lý luận cho đề tài. Dữ liệu được thu thập chủ yếu từ các nguồn tài liệu thứ cấp như giáo trình, sách chuyên ngành và các công trình nghiên cứu có liên quan đến lĩnh vực khách sạn và dịch vụ buồng.

Trên cơ sở các tài liệu thu thập được, đề tài tiến hành phân tích, tổng hợp và hệ thống hóa nhằm làm rõ các khái niệm, đặc điểm cũng như các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng trong khách sạn. Kết quả của phương pháp này là nền tảng quan trọng cho việc xây dựng nội dung khảo sát và triển khai nghiên cứu thực tiễn.

4.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng ở mức thống kê mô tả

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng nhằm đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn thông qua dữ liệu thu thập từ khách hàng. Dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi khảo sát đối với khách lưu trú trong thời gian thực tập, với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, sử dụng thang đo Likert 5 mức để đo lường mức độ cảm nhận của khách hàng.

Các tiêu chí khảo sát được xây dựng dựa trên mô hình SERVQUAL, bao gồm các khía cạnh như sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình, đồng thời có sự điều chỉnh phù hợp với đặc thù của bộ phận buồng trong khách sạn.

Sau khi thu thập, dữ liệu được xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả, chủ yếu thông qua việc tính giá trị trung bình nhằm phản ánh mức độ đánh giá của khách hàng đối với từng tiêu chí. Bên cạnh đó, thông tin thu thập từ quá trình quan sát thực tế trong thời gian thực tập cũng được sử dụng để hỗ trợ giải thích và bổ sung cho kết quả phân

tích định lượng.

4.3 Phương pháp phân tích hỗ trợ

Bên cạnh các phương pháp nghiên cứu trên, đề tài còn sử dụng một số phương pháp phân tích hỗ trợ nhằm làm rõ nội dung nghiên cứu.

Cụ thể, phương pháp so sánh được sử dụng để đối chiếu giữa thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn với các tiêu chí đánh giá, qua đó xác định mức độ đáp ứng của dịch vụ. Đồng thời, phương pháp tổng hợp được áp dụng nhằm hệ thống hóa các kết quả phân tích và rút ra những nhận xét chung về chất lượng dịch vụ buồng.

Ngoài ra, phương pháp quan sát thực tế thông qua quá trình thực tập tại bộ phận buồng cũng được sử dụng nhằm bổ sung cơ sở thực tiễn và tăng tính khách quan cho nghiên cứu. Các phương pháp này là cơ sở để thực hiện việc phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng trong các nội dung tiếp theo của khóa luận.

5. Bố cục đề tài khóa luận tốt nghiệp

Ngoài phần mở đầu và kết luận, danh mục từ viết tắt, danh mục bảng và biểu đồ, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, đề tài được kết cấu thành 3 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel DaNang Beach.

Chương 3: Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel DaNang Beach.

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

1.1 Tổng quan về khách sạn và bộ phận buồng

1.1.1 Khái niệm khách sạn

Khách sạn là một loại hình cơ sở lưu trú phổ biến trong ngành du lịch và dịch vụ. Tuy nhiên, tùy thuộc vào điều kiện kinh tế – xã hội và mức độ phát triển của ngành du lịch ở mỗi quốc gia mà khái niệm khách sạn có thể được hiểu theo những cách khác nhau. Sự khác biệt này chủ yếu xuất phát từ tiêu chuẩn phục vụ, quy mô hoạt động cũng như chức năng cung ứng dịch vụ trong từng bối cảnh cụ thể. Vì vậy, việc nghiên cứu khái niệm khách sạn cần được xem xét trong mối quan hệ với hệ thống tiêu chuẩn và điều kiện phát triển của từng quốc gia.

Theo Chon và Maier (1995), “khách sạn là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể trả tiền để thuê buồng ngủ qua đêm; mỗi buồng cho thuê phải đảm bảo có ít nhất hai không gian cơ bản là phòng ngủ và phòng tắm”.

Từ góc độ giáo trình chuyên ngành, khách sạn không chỉ dừng lại ở chức năng lưu trú mà còn được xem là một tổ chức kinh doanh tổng hợp, cung cấp đồng thời nhiều loại dịch vụ khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch (Trường Đại học kinh tế Quốc dân, 2020).

Ở góc độ quản lý nhà nước, khái niệm khách sạn được quy định cụ thể hơn nhằm phục vụ cho công tác phân loại và kiểm soát chất lượng dịch vụ. Theo Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4391:2015 về Khách sạn – Xếp hạng (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2015), khách sạn là công trình kiến trúc độc lập, có từ 10 buồng ngủ trở lên, đáp ứng các yêu cầu về cơ sở vật chất, trang thiết bị và chất lượng dịch vụ phục vụ khách du lịch. Định nghĩa này không chỉ nhấn mạnh đến quy mô tối thiểu mà còn đề cập đến các tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng dịch vụ, qua đó tạo cơ sở pháp lý cho việc quản lý và xếp hạng khách sạn trên thị trường.

Trong thực tiễn hoạt động, khách sạn ngày càng mở rộng phạm vi cung ứng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Ngoài hai dịch vụ cơ bản là lưu trú và ăn uống, nhiều khách sạn còn cung cấp các dịch vụ bổ sung như hội họp, giải

trí, chăm sóc sức khỏe, làm đẹp và thể thao. Sự đa dạng này không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng mà còn giúp khách sạn gia tăng doanh thu và năng lực cạnh tranh. Từ các quan điểm trên, có thể hiểu một cách khái quát rằng khách sạn là cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú kết hợp với các dịch vụ bổ sung, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng và hướng đến mục tiêu lợi nhuận.

1.1.2 Phân loại khách sạn

Trong hoạt động kinh doanh lưu trú, khách sạn có thể được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau như quy mô, hạng sao, vị trí địa lý, mức độ dịch vụ cung cấp, hình thức sở hữu và mô hình thương hiệu. Việc phân loại không chỉ giúp nhận diện đặc điểm của từng loại hình khách sạn mà còn là cơ sở để tổ chức hoạt động kinh doanh, định vị thị trường mục tiêu và xây dựng tiêu chuẩn phục vụ phù hợp (Nguyễn Quyết Thắng, 2015).

Trong phạm vi nghiên cứu này, đề tài lựa chọn ba tiêu chí phân loại khách sạn có liên quan trực tiếp đến hoạt động cung ứng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach.

Trên cơ sở đó, các tiêu chí được xem xét gồm phân loại theo hạng sao, theo vị trí địa lý và theo mức độ dịch vụ cung cấp, ba tiêu chí này được phân loại cụ thể như sau:

❖ Thứ nhất, phân loại theo hạng sao

Đây là tiêu chí mang tính pháp lý và được sử dụng phổ biến trong thực tiễn quản lý. Theo Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4391:2015 về khách sạn – xếp hạng (Bộ Khoa học và Công nghệ, 2015), khách sạn được xếp hạng từ 1 đến 5 sao dựa trên các nhóm tiêu chí như cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị, chất lượng dịch vụ, trình độ nhân lực và mức độ đảm bảo an toàn. Trong đó, các khách sạn từ 4 đến 5 sao thường có tiêu chuẩn cao về diện tích phòng, trang thiết bị hiện đại, dịch vụ lễ tân và phục vụ 24/7, đồng thời cung cấp nhiều dịch vụ bổ sung như nhà hàng, phòng họp, spa và dịch vụ buồng phòng chuyên nghiệp. Việc phân hạng này có ý nghĩa quan trọng trong việc xác định phân khúc khách hàng cũng như yêu cầu đối với chất lượng dịch vụ buồng.

Ví dụ, tiêu chí xếp hạng 4–5 sao thường bao gồm: diện tích tối thiểu phòng, dịch vụ lễ tân 24/7, hệ thống an ninh, nhà hàng/tiện ích nội bộ và tiêu chuẩn phục vụ buồng phòng, những tiêu chí này ảnh hưởng trực tiếp đến quy trình và tiêu chuẩn buồng phòng

tại khách sạn.

❖ *Thứ hai, phân loại theo vị trí địa lý*

khách sạn được phân thành nhóm trung tâm thành phố, ven biển, sân bay và nghỉ dưỡng; mỗi nhóm có đặc thù khách hàng và yêu cầu vận hành khác nhau. Mỗi loại hình có đặc điểm khách hàng và yêu cầu vận hành khác nhau. Chẳng hạn, khách sạn ven biển – như TMS Hotel DaNang Beach – thường phục vụ khách du lịch nghỉ dưỡng, với yêu cầu cao về không gian, tầm nhìn và trải nghiệm thư giãn. Điều này đặt ra những yêu cầu đặc thù đối với bộ phận buồng như kiểm soát độ ẩm, xử lý mùi, tăng tần suất vệ sinh và bảo trì trang thiết bị do ảnh hưởng của môi trường biển. Ngược lại, khách sạn trung tâm thành phố thường phục vụ khách công vụ với yêu cầu về tốc độ phục vụ và tính tiện lợi cao hơn.

❖ *Thứ ba, phân loại theo mức độ dịch vụ cung cấp*

Khách sạn còn có thể được phân loại theo mức độ dịch vụ cung cấp, bao gồm khách sạn dịch vụ cơ bản, dịch vụ đầy đủ và dịch vụ cao cấp. Sự khác biệt giữa các nhóm này thể hiện ở phạm vi dịch vụ, mức độ tiện nghi, giá phòng và tỷ lệ nhân viên phục vụ trên mỗi khách. Cụ thể, khách sạn dịch vụ cao cấp thường có mức giá cao, cung cấp đầy đủ các dịch vụ bổ sung và yêu cầu tiêu chuẩn phục vụ nghiêm ngặt, trong khi khách sạn dịch vụ cơ bản chỉ đáp ứng nhu cầu lưu trú thiết yếu. Sự phân loại này có ảnh hưởng trực tiếp đến tổ chức hoạt động của bộ phận buồng, đặc biệt là về quy trình phục vụ, tiêu chuẩn vệ sinh và mức độ cá nhân hóa dịch vụ.

Từ các tiêu chí phân loại trên, có thể thấy mỗi loại hình khách sạn đều có những đặc điểm riêng về vận hành và cung ứng dịch vụ. Việc lựa chọn các tiêu chí phân loại phù hợp không chỉ giúp làm rõ đặc điểm của đối tượng nghiên cứu mà còn tạo cơ sở quan trọng cho việc phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn trong các chương tiếp theo.

1.1.3 Chức năng, vai trò và ý nghĩa của khách sạn trong ngành dịch vụ du lịch

1.1.3.1 Chức năng của khách sạn

Khách sạn là một trong những loại hình cơ sở lưu trú chủ yếu trong ngành du lịch, thực hiện chức năng cơ bản là cung cấp dịch vụ lưu trú cho khách trong thời gian xa nơi cư trú thường xuyên. Thông qua việc đảm bảo các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật,

trang thiết bị và tiện nghi, khách sạn đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, sinh hoạt và đảm bảo sự thuận tiện cho khách trong suốt thời gian lưu trú.

Bên cạnh chức năng lưu trú, khách sạn còn thực hiện chức năng cung cấp các dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng trong thời gian lưu trú. Các dịch vụ này bao gồm dịch vụ ăn uống, giải trí, chăm sóc sức khỏe, tổ chức hội nghị – sự kiện, cũng như các dịch vụ hỗ trợ như giặt là, vận chuyển, đặt vé và cung cấp thông tin du lịch. Việc cung ứng đồng bộ các dịch vụ không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách mà còn góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và khả năng cạnh tranh của khách sạn.

Ngoài ra, khách sạn còn thực hiện chức năng tổ chức và phối hợp dịch vụ trong nội bộ, đảm bảo sự liên kết giữa các bộ phận như lễ tân, buồng phòng, nhà hàng và các bộ phận hỗ trợ khác. Trong đó, bộ phận buồng đóng vai trò trực tiếp trong việc đảm bảo chất lượng lưu trú, thông qua việc duy trì tiêu chuẩn vệ sinh, tiện nghi và trải nghiệm không gian cho khách. Sự phối hợp này có ý nghĩa quan trọng trong việc duy trì chất lượng dịch vụ ổn định và tạo nên tính chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách tại khách sạn.

1.1.3.2 Vai trò của khách sạn trong thực tiễn phát triển du lịch

Trong hệ thống hoạt động du lịch, khách sạn giữ vai trò quan trọng trong việc đảm bảo điều kiện phục vụ khách du lịch tại điểm đến. Với chức năng cung cấp dịch vụ lưu trú và các dịch vụ đi kèm, khách sạn góp phần trực tiếp vào việc thu hút khách du lịch và kéo dài thời gian lưu trú của họ, từ đó gia tăng mức chi tiêu và hiệu quả kinh doanh du lịch.

Khách sạn còn đóng vai trò là cầu nối giữa các dịch vụ trong chuỗi giá trị du lịch. Thông qua việc liên kết với các đơn vị lữ hành, vận chuyển, điểm tham quan và các dịch vụ hỗ trợ khác, khách sạn góp phần hình thành hệ sinh thái dịch vụ hoàn chỉnh, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách du lịch trong suốt hành trình.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ của khách sạn, đặc biệt là các bộ phận trực tiếp phục vụ như buồng phòng, có ảnh hưởng lớn đến mức độ hài lòng và đánh giá của khách hàng đối với điểm đến. Do đó, khách sạn không chỉ đóng vai trò cung ứng dịch vụ mà còn góp phần xây dựng hình ảnh, uy tín và sức cạnh tranh của du lịch địa phương trên

thị trường.

1.1.3.3 Ý nghĩa của khách sạn trong phát triển du lịch

Hoạt động kinh doanh khách sạn có ý nghĩa quan trọng trong việc đóng góp vào sự phát triển kinh tế – xã hội của địa phương và quốc gia. Trước hết, khách sạn là một trong những nguồn tạo doanh thu đáng kể cho ngành du lịch, góp phần tăng trưởng kinh tế và thúc đẩy các ngành liên quan như thương mại, vận tải và dịch vụ.

Bên cạnh đó, khách sạn tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho lực lượng lao động ở nhiều trình độ khác nhau, từ lao động phổ thông đến lao động có chuyên môn cao. Điều này không chỉ góp phần giải quyết việc làm mà còn nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành dịch vụ.

Ngoài ra, sự phát triển của hệ thống khách sạn còn góp phần cải thiện cơ sở hạ tầng, nâng cao chất lượng dịch vụ tại điểm đến và thúc đẩy quá trình hội nhập quốc tế. Thông qua việc phục vụ khách du lịch trong và ngoài nước, khách sạn góp phần quảng bá hình ảnh văn hóa, con người và điểm đến, từ đó nâng cao vị thế của du lịch Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Những nội dung trên cho thấy khách sạn không chỉ là đơn vị cung ứng dịch vụ mà còn là nhân tố trung tâm trong hệ thống du lịch, có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của khách. Đặc biệt, chất lượng dịch vụ buồng – với vai trò trực tiếp trong trải nghiệm lưu trú – là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng, qua đó tác động đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn cũng như điểm đến.

1.1.4 Khái niệm bộ phận buồng trong khách sạn

Bộ phận buồng (Housekeeping) là một trong những bộ phận chức năng chủ yếu trong cơ cấu tổ chức khách sạn, chịu trách nhiệm quản lý, duy trì và đảm bảo các điều kiện vệ sinh, tiện nghi trong toàn bộ khu vực lưu trú theo tiêu chuẩn phục vụ đã được thiết lập.

Theo Pizam và Holcomb (2008), bộ phận buồng được xem là một trong những bộ phận có quy mô lớn trong khách sạn, đảm nhận nhiệm vụ vệ sinh buồng phòng, hành lang và các khu vực công cộng nhằm đảm bảo môi trường lưu trú sạch sẽ, an toàn và đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Trong hoạt động thực tiễn, bộ phận buồng không chỉ thực hiện các công việc

mang tính tác nghiệp như làm sạch và chuẩn bị buồng phòng trước khi khách đến, vệ sinh khu vực công cộng, giặt là và bảo quản đồ vải, kiểm tra tình trạng trang thiết bị, mà còn đảm nhận các chức năng mang tính quản lý như tổ chức phân công công việc, kiểm soát chất lượng phục vụ và quản lý vật tư tiêu hao. Các nội dung này góp phần đảm bảo sự vận hành ổn định và duy trì tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ trong khách sạn (Nguyễn Quyết Thắng, 2015).

Xét trên phương diện cung ứng dịch vụ, bộ phận buồng có mối liên hệ trực tiếp với việc tạo ra sản phẩm cốt lõi của khách sạn là dịch vụ lưu trú. Thông qua việc duy trì tiêu chuẩn vệ sinh, mức độ tiện nghi và sự sẵn sàng của buồng phòng, bộ phận này góp phần đảm bảo trải nghiệm lưu trú của khách hàng diễn ra một cách thuận tiện và thoải mái. Đồng thời, chất lượng phục vụ của bộ phận buồng có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ hài lòng của khách, từ đó tác động đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

1.1.5 Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận buồng

Bộ phận buồng là một trong những bộ phận giữ vai trò trọng yếu trong hoạt động của khách sạn, thực hiện chức năng đảm bảo các điều kiện vật chất phục vụ nhu cầu lưu trú của khách hàng (Nguyễn Quyết Thắng, 2015). Bộ phận này chịu trách nhiệm duy trì chất lượng buồng phòng thông qua việc kiểm soát vệ sinh, tiện nghi và môi trường nghỉ ngơi, qua đó đảm bảo trải nghiệm lưu trú của khách diễn ra thuận tiện và thoải mái. Bên cạnh đó, bộ phận buồng còn thực hiện chức năng kiểm tra và giám sát tình trạng cơ sở vật chất, kịp thời phát hiện các hư hỏng và phối hợp với bộ phận kỹ thuật để sửa chữa, bảo trì nhằm duy trì sự vận hành liên tục và ổn định của khách sạn.

Ngoài chức năng đảm bảo điều kiện lưu trú, bộ phận buồng còn tham gia hỗ trợ công tác quản lý thông qua việc theo dõi tình trạng phòng, cập nhật thông tin và phối hợp với bộ phận lễ tân trong quy trình nhận – trả phòng. Đồng thời, bộ phận này góp phần đảm bảo an ninh, an toàn trong khu vực buồng phòng, hướng dẫn khách sử dụng trang thiết bị đúng cách và thực hiện tiết kiệm chi phí trong quá trình vận hành nhưng vẫn duy trì tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ. Trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, bộ phận buồng còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua các yếu tố cá nhân hóa dịch vụ, chẳng hạn như sắp xếp phòng theo yêu cầu, ghi nhận

thói quen của khách quen và hỗ trợ kịp thời các nhu cầu phát sinh. Những hoạt động này góp phần nâng cao mức độ hài lòng của khách, từ đó tác động tích cực đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn.

Về mặt nhiệm vụ, bộ phận buồng đảm nhận toàn bộ các công việc liên quan đến việc chuẩn bị, duy trì và phục hồi trạng thái buồng phòng theo tiêu chuẩn phục vụ của khách sạn. Các nhiệm vụ này được triển khai xuyên suốt trong toàn bộ quá trình lưu trú của khách, từ trước khi khách đến, trong thời gian lưu trú cho đến sau khi khách trả phòng, đồng thời bao gồm cả việc vệ sinh khu vực công cộng và phối hợp với các bộ phận liên quan nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ một cách đồng bộ và hiệu quả.

❖ *Nhiệm vụ chính:*

➤ Chuẩn bị buồng phòng trước khi khách đến: đảm bảo các điều kiện về vệ sinh, trang thiết bị và tiện nghi theo tiêu chuẩn của khách sạn. Công việc này nhằm tạo ấn tượng ban đầu tốt đẹp và sẵn sàng đáp ứng nhu cầu lưu trú của khách hàng.

➤ Vệ sinh buồng phòng trong thời gian khách lưu trú: đảm bảo không gian luôn sạch sẽ, gọn gàng và đầy đủ tiện nghi. Qua đó góp phần nâng cao sự hài lòng và trải nghiệm của khách trong suốt thời gian lưu trú.

➤ Vệ sinh buồng phòng sau khi khách trả phòng: đảm bảo buồng phòng được khôi phục về trạng thái tiêu chuẩn để đón khách mới. Đồng thời tiến hành kiểm tra, phát hiện và xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh liên quan đến trang thiết bị.

➤ Vệ sinh khu vực công cộng (lobby, hành lang, bên ngoài) và quản lý đồ vải cho toàn bộ khách sạn, góp phần duy trì môi trường chung sạch sẽ, chuyên nghiệp. Đây cũng là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh và chất lượng dịch vụ tổng thể.

➤ Bảo quản tài sản, trang thiết bị: kiểm tra và theo dõi tình trạng trang thiết bị trong buồng phòng, nhằm đảm bảo hoạt động ổn định và hạn chế hư hỏng. Việc này giúp tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả sử dụng tài sản của khách sạn.

➤ Phối hợp cùng các bộ phận khác: Phối hợp với các bộ phận liên quan như lễ tân, kỹ thuật, an ninh, để đảm bảo quá trình phục vụ khách diễn ra đồng bộ, hiệu quả. Sự phối hợp này giúp nâng cao chất lượng dịch vụ và hạn chế sai sót khi vận hành.

1.1.6 Vai trò của bộ phận buồng

Bộ phận buồng giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động của khách sạn, là

bộ phận trực tiếp tạo ra sản phẩm lưu trú – yếu tố cốt lõi đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của khách hàng. Thông qua việc đảm bảo buồng phòng luôn sạch sẽ, an toàn và đầy đủ tiện nghi, bộ phận buồng tác động trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú cũng như mức độ hài lòng của khách. Do đó, chất lượng hoạt động của bộ phận này không chỉ phản ánh tiêu chuẩn phục vụ mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn trên thị trường (Nguyễn Quyết Thắng, 2015).

Xét trên phương diện hoạt động kinh doanh, bộ phận buồng có vai trò quan trọng trong việc duy trì và khai thác hiệu quả nguồn doanh thu từ dịch vụ lưu trú. Việc đảm bảo buồng phòng luôn trong trạng thái sẵn sàng phục vụ với chất lượng ổn định giúp tối ưu hóa công suất phòng và hạn chế tình trạng gián đoạn trong quá trình kinh doanh. Đồng thời, tiêu chuẩn vệ sinh và tiện nghi của buồng phòng cũng là yếu tố quyết định đến khả năng định giá dịch vụ và thu hút khách hàng, đặc biệt trong phân khúc khách sạn trung và cao cấp (Nguyễn Quyết Thắng, 2015).

1.1.6.1 Đối với hoạt động kinh doanh

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bộ phận buồng có vai trò trực tiếp trong việc đảm bảo khả năng khai thác sản phẩm lưu trú – nguồn doanh thu cốt lõi của khách sạn. Các chỉ số vận hành như tỷ lệ phòng sẵn sàng đứng giờ, tỷ lệ lấp đầy (occupancy) và doanh thu trên mỗi phòng (RevPAR) đều chịu ảnh hưởng đáng kể từ hiệu quả hoạt động của bộ phận này. Khi quy trình chuẩn bị buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn và kịp thời, khách sạn có thể tối ưu hóa công suất sử dụng phòng và hạn chế tình trạng thất thoát doanh thu.

Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ buồng còn tác động đến khả năng duy trì khách hàng và xây dựng hình ảnh thương hiệu. Việc đảm bảo buồng phòng sạch sẽ, tiện nghi và ổn định giúp giảm thiểu khiếu nại, nâng cao mức độ hài lòng và gia tăng khả năng quay lại của khách. Những yếu tố này không chỉ cải thiện doanh thu trong ngắn hạn mà còn góp phần tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của khách sạn.

1.1.6.2 Đối với xã hội

Ở góc độ xã hội, hoạt động của bộ phận buồng góp phần đáng kể vào việc tạo việc làm và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành du lịch – khách sạn. Với đặc thù sử dụng nhiều lao động trực tiếp, bộ phận này tạo cơ hội việc làm cho nhiều

nhóm lao động ở các trình độ khác nhau, đồng thời thông qua quá trình đào tạo và thực hành, góp phần hình thành kỹ năng nghề nghiệp và tác phong làm việc chuyên nghiệp.

Bên cạnh đó, bộ phận buồng còn đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì và lan tỏa các tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn và chất lượng dịch vụ tại điểm đến. Việc tuân thủ quy trình làm sạch, quản lý hóa chất, xử lý đồ vải và đảm bảo môi trường lưu trú an toàn không chỉ ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ mà còn liên quan trực tiếp đến sức khỏe cộng đồng và hình ảnh ngành du lịch. Do đó, hiệu quả hoạt động của bộ phận buồng góp phần nâng cao uy tín và tính chuyên nghiệp của điểm đến trên thị trường.

1.1.6.3 Đối với khách hàng

Từ góc nhìn khách hàng, buồng phòng là điểm tiếp xúc trực tiếp và thường xuyên nhất trong toàn bộ trải nghiệm lưu trú. Chất lượng của không gian lưu trú — bao gồm mức độ sạch sẽ, sự đầy đủ và hoạt động ổn định của trang thiết bị, cũng như khả năng đáp ứng nhanh các yêu cầu — có ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận và mức độ hài lòng của khách hàng.

Không chỉ dừng lại ở yếu tố vật chất, bộ phận buồng còn góp phần tạo nên trải nghiệm thông qua tính nhất quán và mức độ cá nhân hóa dịch vụ. Việc ghi nhận thói quen của khách, đáp ứng các yêu cầu đặc biệt hoặc duy trì tiêu chuẩn phục vụ đồng đều giữa các lần lưu trú giúp hình thành cảm nhận tích cực và gia tăng mức độ trung thành. Trong bối cảnh hiện nay, những trải nghiệm này còn được phản ánh thông qua các đánh giá trực tuyến, qua đó tác động gián tiếp đến hình ảnh và khả năng thu hút khách của khách sạn.

1.1.6.4 Đối với công tác quản lý

Ở phương diện quản lý, bộ phận buồng không chỉ thực hiện chức năng tác nghiệp mà còn đóng vai trò là một trung tâm kiểm soát chất lượng dịch vụ trong khách sạn. Thông qua việc triển khai các quy trình vận hành chuẩn (SOP), kiểm tra tình trạng buồng phòng và giám sát chất lượng vệ sinh, bộ phận này góp phần duy trì sự ổn định trong cung ứng dịch vụ và hạn chế sai sót trong quá trình phục vụ.

Đồng thời, bộ phận buồng còn cung cấp nguồn dữ liệu quan trọng phục vụ công tác quản lý, bao gồm tình trạng phòng, mức độ hao mòn trang thiết bị, tần suất phát sinh sự cố và phản hồi của khách hàng. Những thông tin này là cơ sở để nhà quản lý đưa ra

quyết định liên quan đến bảo trì, phân bổ nguồn lực và cải tiến chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, sự phối hợp giữa bộ phận buồng với lễ tân, kỹ thuật và các bộ phận khác trong quy trình nhận – trả phòng và xử lý sự cố cũng góp phần nâng cao hiệu quả vận hành tổng thể của khách sạn.

1.2. Chất lượng dịch vụ buồng trong kinh doanh khách sạn

1.2.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ buồng

Sản phẩm dịch vụ trong khách sạn mang những đặc trưng cơ bản như tính vô hình, không thể lưu trữ và quá trình cung ứng gắn liền với tiêu dùng. Do đó, việc đánh giá chất lượng dịch vụ nói chung và dịch vụ buồng nói riêng chủ yếu dựa trên đánh giá thực tế của khách hàng sau khi sử dụng. Trong lĩnh vực lưu trú, chất lượng dịch vụ buồng được thể hiện rõ thông qua trải nghiệm của khách trong suốt thời gian lưu trú tại khách sạn.

Theo TS. Nguyễn Quyết Thắng (2015), “chất lượng dịch vụ buồng là khả năng đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng đối với dịch vụ lưu trú và các dịch vụ liên quan trong buồng, phù hợp với tiêu chuẩn của cơ sở lưu trú.”

Từ góc độ nghiên cứu, chất lượng dịch vụ buồng có thể được hiểu là mức độ mà các yếu tố cấu thành dịch vụ buồng đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong quá trình lưu trú. Các yếu tố này bao gồm cơ sở vật chất, tiện nghi, quy trình phục vụ cũng như năng lực và thái độ của nhân viên. Chúng giữ vai trò quyết định vì tác động trực tiếp đến mức độ tiện nghi, sự thoải mái và cảm nhận về tính chuyên nghiệp của khách sạn, đặc biệt trong bối cảnh các tiêu chuẩn hạng sao ngày càng đặt ra yêu cầu cao đối với chất lượng dịch vụ.

Trong thực tiễn, chất lượng dịch vụ buồng thường được đánh giá thông qua mức độ hài lòng và phản hồi của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ. Việc đánh giá này tập trung vào các khía cạnh như điều kiện cơ sở vật chất, độ tin cậy của dịch vụ, khả năng đáp ứng, thái độ phục vụ và mức độ quan tâm cá nhân hóa. Những yếu tố này tương đồng với các thành phần trong mô hình SERVQUAL, qua đó phản ánh tương đối đầy đủ các khía cạnh cốt lõi của chất lượng dịch vụ buồng trong hoạt động kinh doanh khách sạn.

Do đó, việc xác định rõ khái niệm chất lượng dịch vụ buồng là cơ sở quan trọng

để xây dựng tiêu chí đánh giá, phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng, đặc biệt trong bối cảnh nghiên cứu tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach.

1.2.2 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ buồng

Chất lượng dịch vụ buồng trong khách sạn mang những đặc điểm cơ bản của dịch vụ nói chung, đồng thời thể hiện rõ nét thông qua đặc thù của hoạt động lưu trú. Việc nhận diện đầy đủ các đặc điểm này không chỉ giúp hiểu rõ bản chất của chất lượng dịch vụ buồng mà còn là cơ sở quan trọng cho công tác đánh giá, kiểm soát và nâng cao chất lượng trong thực tiễn kinh doanh khách sạn (Nguyễn Quyết Thắng, 2015).

Trên cơ sở đó, chất lượng dịch vụ buồng có thể được xem xét thông qua một số đặc điểm cơ bản của dịch vụ:

➤ *Tính vô hình:* Chất lượng dịch vụ buồng mang tính vô hình, thể hiện ở chỗ khách hàng không thể đánh giá chính xác trước khi sử dụng mà chỉ có thể cảm nhận thông qua trải nghiệm thực tế trong quá trình lưu trú. Tuy nhiên, trong môi trường khách sạn, yếu tố vô hình này thường được “hữu hình hóa” thông qua cơ sở vật chất, trang thiết bị và hình thức buồng phòng. Điều này cho thấy, mặc dù chất lượng mang tính cảm nhận, nhưng các yếu tố vật chất vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc định hình kỳ vọng và đánh giá ban đầu của khách hàng đối với dịch vụ buồng.

➤ *Tính không tách rời:* Tính không tách rời thể hiện qua quá trình cung ứng và tiêu dùng diễn ra đồng thời, có sự tham gia trực tiếp của khách hàng. Trong thực tế, chất lượng buồng phòng không chỉ phụ thuộc vào quy trình làm việc của nhân viên mà còn chịu ảnh hưởng bởi hành vi và cảm nhận của khách trong quá trình sử dụng. Điều này đòi hỏi bộ phận buồng phải đảm bảo sự linh hoạt trong phục vụ và khả năng tương tác phù hợp nhằm duy trì trải nghiệm tích cực cho khách hàng.

➤ *Tính không thể tồn kho:* Chất lượng dịch vụ buồng còn thể hiện tính không thể lưu trữ, nghĩa là dịch vụ không thể dự trữ để sử dụng sau. Một buồng phòng không được bán tại một thời điểm nhất định sẽ đồng nghĩa với việc mất đi cơ hội doanh thu. Vì vậy, việc đảm bảo buồng phòng luôn trong trạng thái sẵn sàng phục vụ với chất lượng ổn định có ý nghĩa quan trọng trong việc tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh và nâng cao khả năng khai thác công suất phòng của khách sạn.

➤ *Tính không đồng nhất:* Dịch vụ buồng mang tính không đồng nhất, do chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như trình độ nhân viên, thời điểm phục vụ và đặc điểm của từng đối tượng khách. Sự khác biệt này khiến chất lượng dịch vụ khó đạt được sự đồng đều tuyệt đối, từ đó đặt ra yêu cầu về việc xây dựng quy trình vận hành chuẩn (SOP), đào tạo nhân viên và kiểm soát chất lượng nhằm hạn chế sai lệch trong quá trình cung ứng dịch vụ.

➤ *Sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ:* Thể hiện rõ sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ. Khách hàng không chỉ là người tiếp nhận mà còn là một phần của quá trình trải nghiệm, thông qua các yêu cầu, hành vi và mức độ tương tác với nhân viên phục vụ. Điều này làm cho việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng mang tính cá nhân hóa cao, đồng thời yêu cầu khách sạn phải chú trọng đến khả năng đáp ứng linh hoạt và thấu hiểu nhu cầu của từng khách hàng.

Những đặc điểm trên cho thấy việc quản lý chất lượng dịch vụ buồng không chỉ dừng lại ở việc đảm bảo tiêu chuẩn kỹ thuật mà còn cần chú trọng đến cảm nhận của khách hàng và mức độ nhất quán trong quá trình phục vụ. Đây cũng chính là cơ sở quan trọng để xây dựng các tiêu chí đánh giá và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trong các phần tiếp theo của đề tài.

1.2.3 Vai trò của chất lượng dịch vụ buồng

Chất lượng dịch vụ buồng giữ vai trò then chốt trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bởi buồng phòng là sản phẩm cốt lõi, trực tiếp đáp ứng nhu cầu lưu trú và nghỉ ngơi của khách hàng. Mức độ sạch sẽ, tiện nghi và sự ổn định trong phục vụ không chỉ ảnh hưởng đến trải nghiệm thực tế mà còn quyết định mức độ hài lòng và khả năng quay lại của khách. Do đó, chất lượng dịch vụ buồng không chỉ phản ánh tiêu chuẩn phục vụ mà còn tác động đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn trên thị trường (Nguyễn Quyết Thắng, 2015; Pizam và Holcomb, 2008).

1.2.3.1 Vai trò đối với khách hàng

Đối với khách hàng, chất lượng dịch vụ buồng là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú và mức độ hài lòng tổng thể. Buồng phòng là không gian mà khách tiếp xúc thường xuyên nhất, vì vậy các yếu tố như mức độ sạch sẽ, sự đầy đủ và hoạt động ổn định của trang thiết bị, cũng như khả năng đáp ứng kịp thời các yêu cầu

phát sinh đều tác động rõ rệt đến cảm nhận của khách trong suốt thời gian lưu trú.

Không chỉ dừng lại ở khía cạnh vật chất, chất lượng dịch vụ buồng còn góp phần hình thành ấn tượng ban đầu và cảm nhận cuối cùng của khách đối với khách sạn. Khi trải nghiệm được duy trì ổn định và đáp ứng kỳ vọng, khách hàng có xu hướng hài lòng hơn, gia tăng khả năng quay lại và để lại những đánh giá tích cực. Điều này đồng thời góp phần nâng cao hình ảnh và khả năng thu hút khách của khách sạn trong môi trường cạnh tranh hiện nay.

1.2.3.2 Vai trò trong kinh doanh khách sạn

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, chất lượng dịch vụ buồng có mối liên hệ chặt chẽ với hiệu quả khai thác nguồn doanh thu từ lưu trú. Khi buồng phòng luôn được duy trì ở trạng thái sẵn sàng với chất lượng ổn định, khách sạn có điều kiện nâng cao công suất phòng, đồng thời cải thiện khả năng định giá dịch vụ trên thị trường.

Bên cạnh đó, chất lượng buồng còn tác động đến khả năng định giá và vị thế cạnh tranh của khách sạn trên thị trường. Một không gian lưu trú đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh, tiện nghi và sự ổn định trong phục vụ giúp nâng cao giá trị cảm nhận của khách hàng, qua đó tạo điều kiện để khách sạn duy trì mức giá phù hợp với phân khúc. Ngược lại, những sai sót trong chất lượng buồng có thể dẫn đến phản hồi tiêu cực, làm suy giảm uy tín thương hiệu và ảnh hưởng đến khả năng thu hút cũng như duy trì nguồn khách. Vì vậy, chất lượng dịch vụ buồng không chỉ quyết định kết quả kinh doanh ngắn hạn mà còn có ý nghĩa đối với sự phát triển bền vững của khách sạn.

1.2.3.3 Vai trò trong vận hành và quản lý

Trong quá trình vận hành, chất lượng dịch vụ buồng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự ổn định và nhất quán của hoạt động cung ứng dịch vụ. Việc tuân thủ các tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn và quy trình phục vụ giúp hạn chế sai sót, đồng thời đảm bảo môi trường lưu trú an toàn cho khách. Điều này cũng góp phần giảm thiểu các rủi ro liên quan đến vận hành và yêu cầu pháp lý.

Đồng thời, thông qua việc theo dõi và đánh giá chất lượng buồng, bộ phận quản lý có thể thu thập các thông tin quan trọng như tình trạng phòng, mức độ hao mòn trang thiết bị, tần suất phát sinh sự cố và phản hồi của khách hàng. Những dữ liệu này là cơ sở để đưa ra các quyết định quản lý liên quan đến phân bổ nhân sự, điều chỉnh quy trình và

đầu tư vào trang thiết bị cũng như đào tạo nhân viên. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ buồng còn ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận như lễ tân, kỹ thuật và nhà hàng trong quá trình nhận – trả phòng và xử lý sự cố, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả vận hành tổng thể của khách sạn.

Từ những vai trò trên có thể thấy, chất lượng dịch vụ buồng không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng, hình ảnh và khả năng quay lại của khách hàng mà còn quyết định hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Trong bối cảnh yêu cầu của khách hàng ngày càng cao, việc duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trở thành yêu cầu quan trọng đối với các khách sạn nhằm đảm bảo khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững. Chính vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng là hết sức cần thiết, góp phần cải thiện trải nghiệm khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững cho khách sạn.

1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng

Chất lượng dịch vụ buồng trong khách sạn chịu tác động tổng hợp của nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm các yếu tố nội tại từ phía khách sạn và các yếu tố bên ngoài từ môi trường kinh doanh. Việc nhận diện và phân tích các yếu tố này không chỉ giúp làm rõ cơ chế hình thành và biến động của chất lượng dịch vụ buồng, mà còn là cơ sở khoa học để xây dựng tiêu chí đánh giá và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ trong thực tiễn. Các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ cũng chỉ ra rằng chất lượng được hình thành từ sự tương tác giữa yếu tố cung ứng và cảm nhận của khách hàng (Parasuraman và cộng sự, 1985).

1.3.1 Nhóm yếu tố chủ quan

1) *Cơ sở vật chất và trang thiết bị:* Cơ sở vật chất và trang thiết bị buồng phòng là nền tảng trực tiếp cấu thành chất lượng dịch vụ buồng. Hệ thống phòng ở, tiện nghi và các trang thiết bị đi kèm cần đảm bảo tính đồng bộ, hiện đại và phù hợp với tiêu chuẩn xếp hạng của khách sạn. Mức độ hoàn thiện và tình trạng hoạt động của cơ sở vật chất không chỉ ảnh hưởng đến sự tiện nghi mà còn tác động trực tiếp đến cảm nhận và mức độ hài lòng của khách lưu trú.

2) *Quy trình phục vụ:* Quy trình phục vụ buồng bao gồm các bước công việc từ chuẩn bị phòng, vệ sinh, kiểm tra đến bàn giao phòng cho khách. Việc xây dựng và tuân

thủ quy trình một cách khoa học, rõ ràng giúp đảm bảo tính nhất quán trong cung ứng dịch vụ, hạn chế sai sót và nâng cao hiệu quả hoạt động. Quy trình chuẩn hóa còn là cơ sở để kiểm soát chất lượng dịch vụ và duy trì tiêu chuẩn phục vụ ổn định.

3) *Trình độ và thái độ nhân viên buồng*: Nhân viên buồng là lực lượng trực tiếp thực hiện các hoạt động phục vụ, do đó có ảnh hưởng quyết định đến chất lượng dịch vụ. Trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và thái độ phục vụ của nhân viên tác động trực tiếp đến chất lượng vệ sinh phòng, cách thức bố trí trang thiết bị cũng như mức độ hài lòng của khách hàng. Một đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, có tác phong chuyên nghiệp và thái độ thân thiện sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm lưu trú của khách.

4) *Công tác quản lý và giám sát*: Hoạt động quản lý và giám sát trong bộ phận buồng đóng vai trò kiểm soát và duy trì chất lượng dịch vụ. Thông qua việc kiểm tra, đánh giá thường xuyên, nhà quản lý có thể phát hiện kịp thời các sai sót trong quá trình phục vụ và đưa ra biện pháp điều chỉnh phù hợp. Đồng thời, công tác quản lý hiệu quả còn góp phần nâng cao năng suất lao động, đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận và duy trì tiêu chuẩn dịch vụ theo quy định.

1.3.2 Nhóm yếu tố khách quan

Bên cạnh các yếu tố nội tại, chất lượng dịch vụ buồng còn chịu ảnh hưởng đáng kể từ môi trường bên ngoài. Các nghiên cứu trong lĩnh vực khách sạn cho thấy những biến động về nhu cầu khách hàng, mức độ cạnh tranh và xu hướng thị trường có thể tác động trực tiếp đến cách thức tổ chức và cung ứng dịch vụ (Pizam và Holcomb, 2008; Akbaba, 2006).

1) *Nhu cầu và mức độ cảm nhận của khách hàng*: Khách hàng có nhu cầu và mức kỳ vọng khác nhau tùy theo mục đích lưu trú và khả năng chi trả. Sự khác biệt này ảnh hưởng trực tiếp đến cách họ đánh giá chất lượng dịch vụ buồng. Do đó, khách sạn cần nắm bắt và đáp ứng phù hợp để nâng cao sự hài lòng của khách. Đồng thời, việc nghiên cứu hành vi tiêu dùng và xu hướng lựa chọn dịch vụ của từng nhóm khách giúp khách sạn xây dựng sản phẩm buồng phòng linh hoạt hơn, đáp ứng tốt hơn các nhu cầu đa dạng trong thực tế.

2) *Mức độ cạnh tranh trong ngành*: Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các khách sạn, chất lượng dịch vụ buồng trở thành yếu tố quan trọng để thu hút và

giữ chân khách hàng. Các đối thủ cạnh tranh không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, buộc khách sạn phải liên tục cải thiện. Điều này tạo áp lực nhưng cũng là động lực để nâng cao chất lượng phục vụ. Đồng thời, sự cạnh tranh còn thúc đẩy khách sạn đổi mới quy trình, ứng dụng công nghệ và nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ nhằm tạo lợi thế khác biệt trên thị trường.

3) *Xu hướng phát triển du lịch*: Sự thay đổi trong xu hướng du lịch như nghỉ dưỡng, trải nghiệm hay cá nhân hóa dịch vụ làm thay đổi yêu cầu của khách hàng. Điều này đòi hỏi khách sạn phải linh hoạt điều chỉnh dịch vụ buồng để phù hợp với nhu cầu mới. Việc nắm bắt xu hướng giúp nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút khách.

4) *Khoa học công nghệ*: Sự phát triển của công nghệ tạo điều kiện cho việc ứng dụng các giải pháp hiện đại trong quản lý và vận hành dịch vụ buồng, như phần mềm quản lý khách sạn, hệ thống kiểm soát buồng phòng hoặc các thiết bị hỗ trợ làm sạch. Việc ứng dụng công nghệ không chỉ giúp nâng cao hiệu quả làm việc, giảm thiểu sai sót mà còn góp phần cải thiện chất lượng phục vụ và trải nghiệm của khách hàng.

5) *Điều kiện thị trường*: Các yếu tố như tình hình kinh tế, mức sống và khả năng chi trả của khách hàng có ảnh hưởng đến nhu cầu và tiêu chuẩn dịch vụ. Khi điều kiện thị trường thay đổi, khách sạn cần điều chỉnh chất lượng và mức giá dịch vụ cho phù hợp. Điều này giúp đảm bảo khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh.

Như vậy, chất lượng dịch vụ buồng không chỉ phụ thuộc vào năng lực nội tại của khách sạn mà còn chịu tác động từ môi trường bên ngoài. Do đó, việc nâng cao chất lượng dịch vụ cần được tiếp cận theo hướng toàn diện, kết hợp giữa hoàn thiện các yếu tố bên trong và thích ứng với điều kiện thị trường, đồng thời là cơ sở quan trọng để phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel DaNang Beach trong các chương tiếp theo.

1.4 Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng trong khách sạn

1.4.1 Khái niệm đánh giá chất lượng dịch vụ

Đánh giá chất lượng dịch vụ là quá trình xác định mức độ đáp ứng của dịch vụ thông qua việc so sánh giữa kỳ vọng ban đầu của khách hàng và cảm nhận thực tế sau khi sử dụng. Trong lĩnh vực dịch vụ, do đặc tính vô hình và khó đánh giá trước khi trải nghiệm, việc đánh giá chủ yếu được hình thành từ quá trình sử dụng thực tế kết hợp với

phản hồi của khách hàng. Vì vậy, nhận định của khách hàng được xem là cơ sở trung tâm để xác định chất lượng dịch vụ trong thực tiễn.

Theo quan điểm của Parasuraman và cộng sự, chất lượng dịch vụ được hình thành từ khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ (Parasuraman và cộng sự, 1988). Cách tiếp cận này nhấn mạnh rằng chất lượng không chỉ phụ thuộc vào kết quả cuối cùng mà còn gắn với toàn bộ quá trình cung ứng, trong đó sự tương tác giữa khách hàng và nhà cung cấp dịch vụ giữ vai trò quyết định.

Trong kinh doanh khách sạn, việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng được hình thành dựa trên toàn bộ trải nghiệm lưu trú của khách, bao gồm điều kiện cơ sở vật chất, mức độ tiện nghi, quy trình phục vụ và thái độ của nhân viên. Do buồng phòng là sản phẩm cốt lõi, các đánh giá liên quan đến không gian lưu trú thường có ảnh hưởng chi phối đến nhận định chung về chất lượng khách sạn (Pizam và Holcomb, 2008). Điều này cho thấy đánh giá chất lượng dịch vụ buồng không chỉ phản ánh mức độ đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi mà còn tác động trực tiếp đến hình ảnh và năng lực cạnh tranh của khách sạn.

Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ buồng có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động quản lý. Thông qua các phản hồi và mức độ hài lòng của khách hàng, nhà quản lý có thể nhận diện những điểm mạnh cần phát huy và những hạn chế cần cải thiện trong quá trình cung ứng dịch vụ. Trên cơ sở đó, khách sạn có thể điều chỉnh quy trình phục vụ, nâng cao chất lượng nhân sự và đầu tư cơ sở vật chất một cách phù hợp, qua đó nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Trong phạm vi đề tài, việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng được tiếp cận theo hướng định lượng, dựa trên cảm nhận của khách hàng và được lượng hóa thông qua giá trị trung bình của các thang đo. Kết quả này là cơ sở để phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trong các chương tiếp theo.

1.4.2 Các cách tiếp cận đánh giá chất lượng dịch vụ

Cách tiếp cận đánh giá chất lượng dịch vụ được hiểu là các phương thức được sử dụng nhằm đo lường và phân tích mức độ đáp ứng của dịch vụ so với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng. Trong lĩnh vực dịch vụ, việc đánh giá chất lượng thường được triển khai

thông qua nhiều hướng tiếp cận khác nhau, tùy thuộc vào mục tiêu nghiên cứu, điều kiện dữ liệu và đặc điểm của loại hình dịch vụ.

Cách tiếp cận đánh giá chất lượng dịch vụ có thể được đánh giá dựa trên ba hướng tiếp cận chính:

➤ Dựa theo cảm nhận của khách hàng: Đây là phương thức được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu và thực tiễn quản lý dịch vụ. Theo cách tiếp cận này, chất lượng dịch vụ được phản ánh thông qua đánh giá chủ quan của khách hàng sau khi trải nghiệm dịch vụ. Ưu điểm của phương thức này là phản ánh trực tiếp trải nghiệm thực tế và mức độ hài lòng của khách, qua đó giúp doanh nghiệp nhận diện nhanh các vấn đề trong quá trình cung ứng dịch vụ. Tuy nhiên, hạn chế của cách tiếp cận này là chịu ảnh hưởng bởi yếu tố chủ quan và sự khác biệt trong kỳ vọng giữa các nhóm khách hàng, dẫn đến kết quả đánh giá có thể thiếu tính ổn định.

➤ Dựa trên tiêu chuẩn dịch vụ: Cách tiếp cận dựa trên tiêu chuẩn dịch vụ tập trung vào việc so sánh mức độ thực hiện dịch vụ với các tiêu chuẩn đã được thiết lập bởi doanh nghiệp. Các tiêu chuẩn này thường liên quan đến cơ sở vật chất, mức độ vệ sinh, quy trình phục vụ và tác phong của nhân viên. Cách tiếp cận này có ưu điểm là giúp kiểm soát chất lượng một cách hệ thống, đảm bảo tính đồng bộ và nhất quán trong cung ứng dịch vụ. Tuy nhiên, do được xây dựng từ góc độ nội bộ, các tiêu chuẩn này có thể chưa phản ánh đầy đủ kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng, từ đó làm hạn chế khả năng đánh giá toàn diện chất lượng dịch vụ (Grönroos, 1984).

➤ Dựa trên sự so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng: Theo quan điểm của Parasuraman và cộng sự, chất lượng dịch vụ được hình thành từ khoảng cách giữa kỳ vọng trước khi sử dụng và cảm nhận sau khi trải nghiệm dịch vụ (Parasuraman cộng sự, 1988). Cách tiếp cận này cho phép xác định mức độ chênh lệch trong quá trình cung ứng, từ đó chỉ ra những khoảng cách cần cải thiện. Tuy nhiên, việc triển khai đòi hỏi phải thu thập đồng thời dữ liệu về kỳ vọng và cảm nhận, làm tăng độ phức tạp trong thiết kế nghiên cứu và xử lý dữ liệu.

Trong phạm vi đề tài, cách tiếp cận dựa trên cảm nhận của khách hàng được lựa chọn làm cơ sở đánh giá chất lượng dịch vụ buồng. Việc lựa chọn này xuất phát từ điều kiện thực tế của nghiên cứu, khi đề tài không tiến hành đo lường kỳ vọng của khách hàng

trước khi sử dụng dịch vụ, đồng thời tập trung vào việc phản ánh trải nghiệm thực tế trong quá trình lưu trú. Dữ liệu đánh giá được thu thập thông qua các thang đo và được lượng hóa bằng giá trị trung bình, nhằm phản ánh mức độ cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

Do đó, việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng trong đề tài được thực hiện theo hướng tiếp cận dựa trên cảm nhận thực tế của khách hàng, kết hợp với phương pháp lượng hóa thông qua giá trị trung bình của các thang đo, làm cơ sở cho việc phân tích thực trạng trong các chương tiếp theo.

1.4.3 Mô hình SERVQUAL trong đánh giá chất lượng dịch vụ

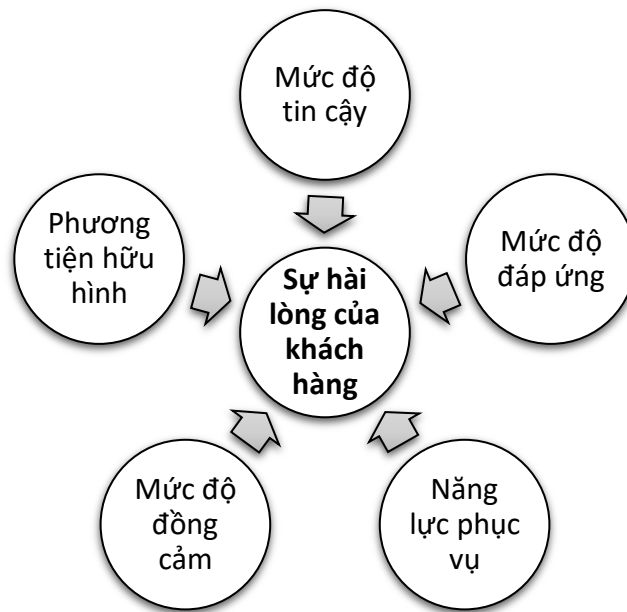
Mô hình SERVQUAL do Parasuraman, Zeithaml và Berry phát triển trong giai đoạn 1985–1988 là một trong những mô hình được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ. Mô hình này đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên sự so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng đối với quá trình cung ứng dịch vụ. Trong lĩnh vực khách sạn, mô hình này đặc biệt phù hợp do dịch vụ lưu trú mang tính vô hình cao và phụ thuộc nhiều vào cảm nhận của khách hàng trong quá trình trải nghiệm.

Ngoài ra, một số nghiên cứu sau này như mô hình SERVPERF (Cronin và Taylor, 1992) cho rằng chất lượng dịch vụ có thể được đo lường trực tiếp thông qua cảm nhận thực tế của khách hàng mà không cần so sánh với kỳ vọng. Cách tiếp cận này thường được áp dụng trong các nghiên cứu sử dụng thang đo Likert và phương pháp thống kê mô tả, do tính đơn giản và khả năng phản ánh trực tiếp trải nghiệm của khách hàng.

Trong phạm vi đề tài, mô hình SERVQUAL được lựa chọn làm cơ sở lý thuyết để xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng. Tuy nhiên, việc đo lường được thực hiện theo hướng tiếp cận cảm nhận của khách hàng thông qua thang đo Likert 5 mức, thay vì đo lường khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận, nhằm đảm bảo tính phù hợp với điều kiện thu thập dữ liệu thực tế tại khách sạn.

Hệ thống tiêu chí đánh giá sẽ được cụ thể hóa thông qua 5 khía cạnh của mô hình bao gồm: Phương tiện hữu hình, Sự tin cậy, Khả năng đáp ứng, Sự đảm bảo và Sự đồng cảm. Dữ liệu thu thập từ thang đo Likert sẽ được tổng hợp và phân tích thông qua các chỉ số thống kê mô tả gồm tần suất, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình (Mean). Dựa trên kết quả so sánh giá trị trung bình giữa các tiêu chí, đề tài sẽ trực tiếp chỉ ra những

điểm mạnh cần phát huy và những mặt còn hạn chế để đề xuất giải pháp hoàn thiện chất lượng dịch vụ.



Nguồn: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L.(1985)

Mô hình 1.1: Mô hình 5 thành phần SERVQUAL

Theo mô hình SERVQUAL, chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua 5 thành phần cơ bản:

➤ *Tính hữu hình (Tangibles)*: Tính hữu hình thể hiện qua cơ sở vật chất, trang thiết bị, nội thất buồng phòng và hình ảnh của nhân viên phục vụ. Đây là yếu tố tạo ấn tượng ban đầu đối với khách hàng và ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận về mức độ tiện nghi cũng như tiêu chuẩn của khách sạn.

➤ *Độ tin cậy (Reliability)*: Độ tin cậy phản ánh khả năng cung ứng dịch vụ đúng như cam kết, đảm bảo tính chính xác và ổn định trong quá trình phục vụ buồng. Đối với dịch vụ phòng ở, yếu tố này đặc biệt quan trọng vì liên quan trực tiếp đến sự tin tưởng của khách hàng trong suốt thời gian lưu trú.

➤ *Khả năng đáp ứng (Responsiveness)*: Khả năng đáp ứng thể hiện sự sẵn sàng và kịp thời của nhân viên trong việc xử lý các yêu cầu phát sinh. Yếu tố này góp phần nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng, đặc biệt trong các tình huống cần hỗ trợ nhanh chóng.

➤ *Sự đảm bảo (Assurance)*: Sự đảm bảo liên quan đến trình độ chuyên môn, tác

phong phục vụ và khả năng tạo sự an tâm cho khách hàng. Trong môi trường khách sạn, điều này không chỉ ảnh hưởng đến cảm nhận chất lượng mà còn liên quan đến mức độ an toàn và tin cậy.

➤ *Sự đồng cảm (Empathy)*: Sự đồng cảm phản ánh mức độ quan tâm và khả năng thấu hiểu nhu cầu cá nhân của khách hàng. Đây là yếu tố giúp nâng cao trải nghiệm dịch vụ thông qua việc cá nhân hóa phục vụ, đặc biệt trong phân khúc khách sạn có yêu cầu cao.

Các thành phần trên đã được nhiều nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực khách sạn (Akbaba, 2006), cho thấy tính phù hợp và khả năng vận dụng trong đánh giá chất lượng dịch vụ lưu trú. Trong đề tài này, các thành phần của mô hình được điều chỉnh và cụ thể hóa phù hợp với đặc thù hoạt động của bộ phận buồng, làm cơ sở xây dựng thang đo khảo sát và phục vụ cho việc phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn trong các chương tiếp theo.

1.4.4 Ý nghĩa của việc vận dụng mô hình SERVQUAL đối với đề tài nghiên cứu này

Việc vận dụng mô hình SERVQUAL (Parasuraman và cộng sự, 1988) trong đề tài góp phần xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng một cách có cơ sở khoa học và mang tính hệ thống. Thông qua năm khía cạnh cơ bản gồm tính hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự đồng cảm, đề tài có thể tiếp cận việc đánh giá dịch vụ buồng một cách toàn diện, thay vì chỉ dựa trên những nhận định mang tính cảm tính.

Đối với lĩnh vực khách sạn, đặc biệt là hoạt động buồng phòng – nơi chất lượng dịch vụ gắn liền với trải nghiệm trực tiếp của khách lưu trú – việc áp dụng khung lý thuyết này giúp làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng. Nếu không có một mô hình đánh giá cụ thể, việc phân tích chất lượng dịch vụ dễ thiếu tính nhất quán và khó xác định chính xác các điểm cần cải thiện trong quá trình cung ứng dịch vụ.

Trong phạm vi nghiên cứu, mô hình SERVQUAL được sử dụng như một khung phân tích để đo lường cảm nhận của khách hàng thông qua thang đo Likert, từ đó lượng hóa mức độ đánh giá đối với từng tiêu chí cụ thể. Cách tiếp cận này không chỉ phù hợp với điều kiện thu thập dữ liệu thực tế mà còn giúp đảm bảo khả năng so sánh và tổng hợp kết quả nghiên cứu.

Ngoài ra, việc kết hợp mô hình SERVQUAL với dữ liệu thu thập từ quá trình thực tập tại bộ phận buồng giúp tăng tính thực tiễn cho đề tài. Điều này cho phép các kết quả phân tích phản ánh sát với hoạt động vận hành thực tế của khách sạn, đồng thời tạo cơ sở đáng tin cậy cho việc đề xuất giải pháp.

Trên cơ sở đó, các tiêu chí của mô hình được sử dụng để tổ chức nội dung phân tích thực trạng trong Chương 2 và định hướng giải pháp trong Chương 3 theo từng nhóm yếu tố cụ thể, góp phần đảm bảo tính logic, nhất quán và khả thi của đề tài.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI TMS HOTEL DANANG BEACH

2.1 Giới thiệu khái quát về TMS Hotel Da Nang Beach

2.1.1 Thông tin chung về khách sạn

2.1.1.1 Thông tin pháp lý



Nguồn: fanpage của TMS Hotel Da Nang Beach

Hình 2.1: Logo của TMS Hotel Da Nang Beach

- ❖ Tên đầy đủ: Khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach
- ❖ Tên giao dịch quốc tế: TMS Hotel Da Nang Beach
- ❖ Địa chỉ: 292 Đường Võ Nguyên Giáp, Phường Ngũ Hành Sơn, Thành Phố Đà Nẵng
- ❖ Điện thoại: 02363755999
- ❖ Email: hrm-dn@tmshotel.vn
- ❖ Mã số thuế: 0401803861
- ❖ Website: tmshotel.vn
- ❖ Xếp hạng khách sạn: Khách sạn 5 sao

2.1.1.2 Lịch sử hình thành và các giai đoạn phát triển



Tên tập đoàn: Tập đoàn TMS.

Năm thành lập: 2004.

Người sáng lập: Nguyễn Bá Luận.

Trụ sở chính: Hà Nội, Việt Nam.

Tập đoàn TMS (TMS Group), tiền thân là công ty cổ phần Quốc tế Thái Minh, được thành lập năm 2004 tại Hà Nội, khởi đầu với lĩnh vực cung ứng nhân lực quốc tế, xuất khẩu lao động và tư vấn du học. Sau gần một thập kỷ hoạt động và mở rộng sang giáo dục, du lịch và bất động sản, đến năm 2013 công ty chính thức đổi tên thành Tập đoàn TMS Group dưới sự lãnh đạo của Chủ tịch Nguyễn Bá Luận, đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ trong mô hình tổ chức và định hướng đa ngành. Trong chiến lược phát triển bất động sản du lịch nghỉ dưỡng, TMS Group khởi công xây dựng Khách sạn TMS Hotel Da Nang vào năm 2016 và chính thức đưa vào hoạt động năm 2018. Với tiêu chuẩn quốc tế, cơ sở vật chất hiện đại và dịch vụ chất lượng cao, khách sạn nhanh chóng trở thành điểm lưu trú cao cấp ven biển Mỹ Khê, thu hút đông đảo khách trong và ngoài nước. Sự ra đời của khách sạn không chỉ khẳng định vị thế của TMS Group trong ngành du lịch – khách sạn mà còn góp phần nâng cao hình ảnh du lịch Đà Nẵng trên bản đồ quốc tế.

Khách sạn được khởi công xây dựng năm 2016 và chính thức đi vào hoạt động từ năm 2018. Từ khi ra mắt, khách sạn đã định hướng phát triển theo tiêu chuẩn quốc tế, chú trọng đầu tư cơ sở vật chất hiện đại và dịch vụ lưu trú chất lượng cao. Khách sạn TMS Hotel Đà Nẵng nhanh chóng trở thành một trong những điểm lưu trú cao cấp ven biển Mỹ Khê, phục vụ nhiều đối tượng khách hàng trong và ngoài nước. Trong giai đoạn đầu, TMS Đà Nẵng nhanh chóng trở thành một trong những khách sạn ven biển nổi bật, thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước. Các giai đoạn nổi bật của khách sạn từ 2018-2026:

Giai đoạn 2018-2022: Hoàn thiện và khai thác và cải tiến hệ thống phòng nghỉ, nhà hàng, quầy bar và dịch vụ tiện ích, tạo dấu ấn thương hiệu trong phân khúc khách sạn ven biển cao cấp.

Giai đoạn 2022-2023: Thích ứng linh hoạt trong bối cảnh dịch Covid-19, tập trung duy trì hoạt động, đảm bảo an toàn và nâng cao chất lượng phục vụ.

Giai đoạn từ 2023 đến nay: Khách sạn tiếp tục mở rộng hoạt động, không ngừng phát triển và tăng cường quảng bá thương hiệu, đẩy mạnh các dịch vụ bổ sung và giữ vững hình ảnh là một trong những điểm lưu trú uy tín tại thành phố Đà Nẵng.

Tính đến hiện nay, Tập đoàn TMS sở hữu và quản lý 2 khách sạn nghỉ dưỡng cao

cấp ở các khu vực trọng điểm tại Việt Nam. Và khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach là một trong những dự án đầu tư cao cấp với quy mô hơn 300 phòng nghỉ đa dạng cùng hệ thống tiện ích như nhà hàng, hồ bơi, spa, gym và phòng hội nghị, khách sạn đáp ứng nhu cầu phong phú của du khách. Đáp ứng đa dạng nhu cầu lưu trú của du khách trong và ngoài nước.

2.1.1.3 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi và triết lý kinh doanh

Khách sạn TMS Hotel Đà Nẵng Beach hoạt động với triết lý lấy khách hàng làm trung tâm, luôn đề cao sự hài lòng và trải nghiệm của du khách. Mọi dịch vụ đều hướng tới sự chuyên nghiệp, chu đáo và thân thiện, nhằm mang đến cảm giác thoải mái và an toàn tuyệt đối. Mục tiêu kinh doanh của khách sạn là luôn duy trì chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế, không ngừng đổi mới để nâng cao giá trị phục vụ. Bên cạnh đó, khách sạn còn hướng đến việc khẳng định thương hiệu uy tín trong phân khúc lưu trú cao cấp. Đồng thời, khách sạn góp phần phát triển du lịch Đà Nẵng bền vững, trở thành điểm đến tin cậy của du khách trong và ngoài nước.

Khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach định hướng trở thành một trong những khách sạn ven biển cao cấp hàng đầu tại Đà Nẵng, được du khách trong và ngoài nước tin tưởng lựa chọn. Tầm nhìn phát triển theo hướng bền vững, gắn kết giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng và trách nhiệm xã hội.

Chiến lược phát triển tập trung vào việc duy trì tiêu chuẩn quốc tế, thường xuyên đổi mới dịch vụ, nâng cao trải nghiệm khách hàng. Đồng thời, khách sạn chú trọng đào tạo đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý, vận hành. Qua đó xây dựng uy tín thương hiệu, khẳng định vị thế cạnh tranh trong ngành du lịch - khách sạn.

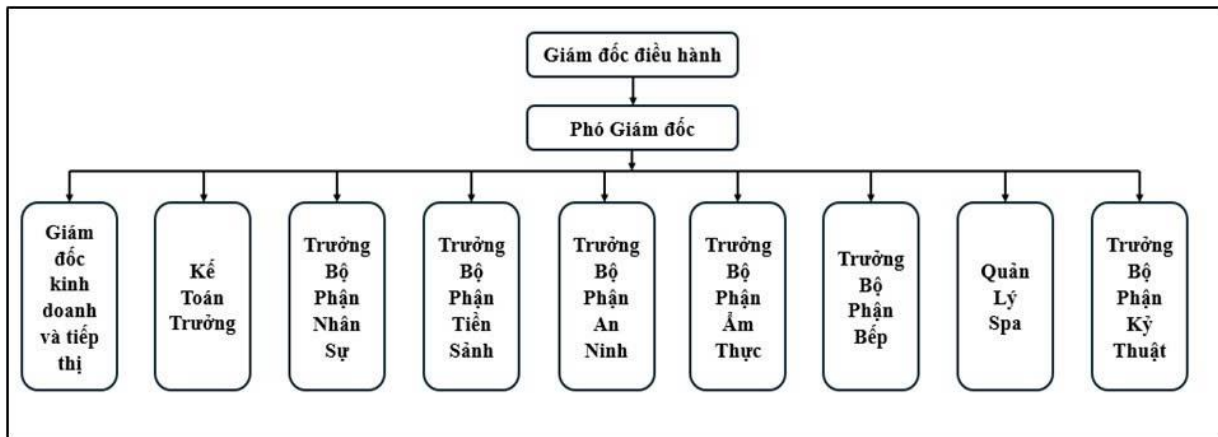
2.1.1.4. Các giải thưởng, danh hiệu, thành tựu đạt được

Thành tựu: Khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach đã nhanh chóng khẳng định thương hiệu trên thị trường lưu trú cao cấp, được du khách đánh giá cao về chất lượng dịch vụ, cơ sở vật chất hiện đại và phong cách phục vụ chuyên nghiệp. Mới đây, khách sạn còn ghi dấu với việc đạt được danh hiệu Trip.Best Award 2025-Premium, vinh danh là một trong top 1% khách sạn xuất sắc, dựa trên 100 triệu lượt đánh giá từ khách hàng trên Trip.com, qua đó góp phần tạo nên trải nghiệm nghỉ dưỡng khác biệt và đáng nhớ.

Đóng góp: Bên cạnh hiệu quả kinh doanh, khách sạn đã tạo nhiều việc làm cho lao động địa phương, đồng thời tích cực tham gia các hoạt động xã hội và quảng bá hình ảnh du lịch thân thiện. Khách sạn cũng góp phần quan trọng vào việc phát triển hạ tầng du lịch và nâng cao chất lượng dịch vụ của ngành du lịch Đà Nẵng.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức và các bộ phận chức năng

2.1.2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của TMS Hotel Da Nang Beach



Nguồn: Bộ phận nhân sự của TMS Hotel Da Nang Beach

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của TMS Hotel Da Nang Beach

2.1.2.2 Chức năng, nhiệm vụ chính của các chức danh chủ chốt trong khách sạn

❖ **Giám đốc điều hành:** Giám đốc điều hành là người đứng đầu, chịu trách nhiệm lãnh đạo và điều hành toàn bộ hoạt động của khách sạn. Vị trí này đảm bảo sự phát triển ổn định, định hướng chiến lược lâu dài và đưa ra các quyết định quan trọng liên quan đến tài chính, nhân sự, chất lượng dịch vụ và uy tín thương hiệu. Giám đốc điều hành đồng thời là người đại diện pháp luật và hình ảnh của khách sạn trước đối tác và khách hàng.

❖ **Phó Giám đốc:** Phó Giám đốc hỗ trợ trực tiếp cho Giám đốc điều hành trong việc giám sát, điều phối các hoạt động hàng ngày. Chức vụ này có nhiệm vụ thay mặt Giám đốc xử lý công việc khi được ủy quyền, đồng thời đảm nhận quản lý một số mảng hoạt động cụ thể như tài chính, dịch vụ khách hàng hay nhân sự nhằm đảm bảo công tác vận hành khách sạn luôn thông suốt.

❖ **Giám đốc kinh doanh & tiếp thị:** Giám đốc kinh doanh & tiếp thị giữ vai trò quan trọng trong việc xây dựng kế hoạch kinh doanh, phát triển thị trường và quảng bá thương hiệu. Bộ phận này tập trung nghiên cứu nhu cầu khách hàng, triển khai các chiến dịch

tiếp thị, hợp tác với các đối tác chiến lược, đồng thời tìm kiếm và duy trì nguồn khách hàng ổn định, nhằm gia tăng doanh thu cho khách sạn.

❖ **Kế toán trưởng:** Kế toán trưởng chịu trách nhiệm quản lý toàn diện mảng tài chính – kế toán. Nhiệm vụ chính bao gồm lập kế hoạch thu chi, quản lý dòng tiền, kiểm soát chi phí, theo dõi công nợ và lập báo cáo tài chính định kỳ. Kế toán trưởng còn đóng vai trò tham mưu cho ban lãnh đạo trong việc ra các quyết định đầu tư và quản lý tài chính, đảm bảo tính minh bạch và hiệu quả kinh doanh.

❖ **Trưởng bộ phận nhân sự:** Trưởng bộ phận nhân sự là người quản lý và phát triển nguồn nhân lực cho khách sạn. Nhiệm vụ bao gồm tuyển dụng, đào tạo, đánh giá nhân viên, xây dựng chính sách lương thưởng, chế độ phúc lợi và xử lý các vấn đề liên quan đến quan hệ lao động. Đây là bộ phận góp phần xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, gắn bó và có động lực làm việc lâu dài.

❖ **Trưởng bộ phận tiền sảnh:** Trưởng bộ phận tiền sảnh đảm bảo công tác đón tiếp, hỗ trợ khách hàng diễn ra chuyên nghiệp và hiệu quả. Nhiệm vụ chính là quản lý hoạt động đặt phòng, làm thủ tục nhận và trả phòng, giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin cũng như dịch vụ hỗ trợ cần thiết cho khách. Đây là bộ phận tạo ấn tượng tốt đẹp về khách sạn với khách hàng, góp phần quan trọng vào sự hài lòng của họ.

❖ **Trưởng bộ phận an ninh:** Trưởng bộ phận an ninh phụ trách công tác bảo vệ an toàn, trật tự trong toàn khách sạn. Bộ phận này chịu trách nhiệm giám sát người ra vào, đảm bảo an ninh cho khách, nhân viên và tài sản, đồng thời duy trì hệ thống phòng cháy chữa cháy, an toàn lao động. Trưởng bộ phận an ninh còn có nhiệm vụ phối hợp xử lý các tình huống khẩn cấp, giảm thiểu rủi ro và sự cố.

❖ **Trưởng bộ phận buồng phòng:** Trưởng bộ phận buồng phòng chịu trách nhiệm quản lý và đảm bảo sự sạch sẽ, gọn gàng, tiện nghi của toàn bộ phòng khách và khu vực công cộng. Bộ phận này giám sát công tác dọn dẹp buồng, giặt là, kiểm tra chất lượng phòng trước khi bàn giao cho khách. Đồng thời, trưởng bộ phận buồng phòng cũng quản lý trang thiết bị, đồ vải và phối hợp với các bộ phận khác để đáp ứng yêu cầu phục vụ khách.

❖ **Trưởng bộ phận ẩm thực:** Trưởng bộ phận ẩm thực quản lý toàn bộ hoạt động phục vụ tại nhà hàng, quầy bar và các dịch vụ ăn uống khác trong khách sạn. Bộ phận

này có nhiệm vụ tổ chức phục vụ chuyên nghiệp, đảm bảo thái độ phục vụ tận tình, kiểm soát chất lượng món ăn và đồ uống, đồng thời phối hợp chặt chẽ với bộ phận bếp để mang đến trải nghiệm ẩm thực tốt nhất cho khách hàng.

❖ Trưởng bộ phận bếp: Trưởng bộ phận bếp tập trung vào việc quản lý hoạt động chế biến món ăn, từ khâu xây dựng thực đơn, lựa chọn nguyên liệu, giám sát quy trình chế biến đến việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Ngoài ra, trưởng bộ phận bếp còn quản lý nhân sự trong bếp, kiểm soát chi phí nguyên liệu và thường xuyên sáng tạo món ăn mới nhằm làm phong phú thực đơn, tạo dấu ấn riêng cho khách sạn.

❖ Quản lý spa: Quản lý Spa đảm nhận nhiệm vụ điều hành các dịch vụ chăm sóc sức khỏe và làm đẹp như massage, trị liệu, xông hơi. Bộ phận này phải đảm bảo không gian thư giãn, chất lượng dịch vụ chuyên nghiệp, đồng thời quản lý nhân viên, thiết bị, sản phẩm sử dụng trong spa. Đây là dịch vụ góp phần nâng cao giá trị nghỉ dưỡng và trải nghiệm của khách hàng tại khách sạn.

❖ Trưởng bộ phận kỹ thuật: Trưởng bộ phận kỹ thuật chịu trách nhiệm vận hành, bảo trì và sửa chữa các hệ thống kỹ thuật trong khách sạn như điện, nước, điều hòa, thang máy, camera và các thiết bị khác. Nhiệm vụ chính là đảm bảo cơ sở vật chất hoạt động ổn định, an toàn, hạn chế sự cố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh. Bộ phận kỹ thuật đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của khách, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng.

2.1.2.2 Cơ cấu lao động tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach

Bảng 2.1: Cơ cấu lao động theo trình độ tại TMS Hotel Da Nang Beach

Bộ phận	Số lượng nhân viên	Giới tính		Trình độ chuyên môn					Độ tuổi
		Nam	Nữ	Cao học	Đại học	Cao đẳng	Trung cấp	THPT	
Điều hành	2	0	2	0	2	0	0	0	35-50 tuổi
Kinh doanh & tiếp thị	11	3	8	0	9	2	0	0	25-35 tuổi
Kế toán	10	0	10	0	9	1	0	0	25-35 tuổi

Nhân sự	3	0	3	0	3	0	0	0	22-35 tuổi
Tiền sảnh	18	7	11	0	15	3	0	0	22-35 tuổi
An ninh	14	14	0	0	5	5	0	4	20-45 tuổi
Buồng phòng	51	19	32	0	11	2	1	37	22-45 tuổi
Âm thực	26	8	18	0	2	15	4	5	25-35 tuổi
Bếp	31	19	12	0	8	7	18	8	20-45 tuổi
Spa	13	1	12	0	2	10	0	1	22-35 tuổi
Kỹ thuật	13	13	0	0	2	8	0	3	25-50 tuổi
Tổng số lượng	192	84	108	0	68	56	23	58	---

Nguồn: Bộ phận nhân sự của TMS Hotel Da Nang Beach

❖ Nhận xét:

So với năm 2024, nguồn nhân lực của TMS Hotel Da Nang Beach đã có những thay đổi đáng ghi nhận. Sau giai đoạn dịch bệnh và sự phục hồi của ngành du lịch, khách sạn đã chủ động tái cơ cấu đội ngũ, vừa bổ sung nhân sự mới, vừa duy trì lực lượng có kinh nghiệm. Số lượng nhân viên trong năm 2025 tăng khoảng 10–15% so với năm 2024, nhằm đáp ứng nhu cầu khách ngày càng đông trong mùa cao điểm.

Về cơ cấu, đội ngũ nhân viên vẫn duy trì sự cân đối giữa nam và nữ, trong đó nhân viên trẻ chiếm tỷ lệ lớn, tạo nên môi trường làm việc năng động và linh hoạt. Tuy nhiên, khách sạn cũng chú trọng bổ sung nhân sự quản lý có nhiều năm kinh nghiệm, đặc biệt trong các bộ phận then chốt như lễ tân, buồng và nhà hàng, nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp.

Chính sách tuyển dụng đã được mở rộng hơn, hợp tác chặt chẽ với các trường đại học, cao đẳng du lịch, giúp nguồn nhân lực được tuyển chọn bài bản và có định hướng rõ ràng. Công tác đào tạo nội bộ cũng được cải thiện, với nhiều khóa huấn luyện kỹ năng mềm, ngoại ngữ và xử lý tình huống cho nhân viên mới.

Nhìn chung, so với năm 2024, nguồn nhân lực của khách sạn đã phát triển theo hướng tăng về số lượng, trẻ hóa về cơ cấu, và chuyên nghiệp hóa về kỹ năng, tạo nền tảng tốt để khách sạn nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh trong giai đoạn

tới.

2.1.3 Lĩnh vực và sản phẩm - dịch vụ kinh doanh chính

2.1.3.1 Dịch vụ lưu trú

Tại TMS Hotel Da Nang Beach, dịch vụ lưu trú được chú trọng đầu tư nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng và lưu trú của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Khách sạn cung cấp đa dạng các loại phòng với thiết kế hiện đại, đầy đủ tiện nghi và không gian thoải mái, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách trong quá trình lưu trú. Các hạng phòng được bố trí phù hợp với nhu cầu sử dụng của khách nội địa và khách quốc tế, đồng thời đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng của khách sạn 4 sao. Dưới đây là một số hạng phòng tiêu biểu tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach.

Bảng 2.2: Thông tin loại phòng lưu trú của TMS Hotel Da Nang Beach Tháng 9/2025

Loại/ hạng phòng	Hình ảnh
Premier Suite City View Twin Diện tích: 45m ² Loại giường: 2 giường Twin 1,2m x 2m Số phòng nhận diện: 2,3 Giá phòng: 2.750.000 – 3.150.000/đêm	
Premier Suite City View Double Diện tích: 45m ² Loại giường: 1 giường King 2m x 2,2m Số phòng nhận diện: 1,5 Giá phòng: 2.750.000 – 3.150.000/đêm	
Premier Suite Partial Ocean Twin Diện tích: 45m ² Loại giường: 2 giường Twin 1,2m x 2m Số phòng nhận diện: 7 Giá phòng: 3.550.000 – 3.900.000/đêm	

Premier Suite Partial Ocean Twin Japan Style Diện tích: 45m² Loại giường: 2 giường Twin 1,2m x 2m Số phòng nhận diện: 6, 7, 8 Giá phòng: 3.550.000 – 3.900.000/đêm	
Premier Suite Partial Ocean Double Diện tích: 45m² Loại giường: 1 giường King 2m x 2,2m Số phòng nhận diện: 6, 8 Giá phòng: 3.550.000 – 3.900.000/đêm	
Premier Oceanfront Double Diện tích: 45m² Loại giường: 1 giường SuperKing 2m x 2,4m Số phòng nhận diện: 12 Giá phòng: 4.350.000 – 4.700.000/đêm	
Premier Oceanfront Twin Diện tích: 45m² Loại giường: 2 giường Twin 1,2m x 2m Số phòng nhận diện: 15 Giá phòng: 4.350.000 – 4.700.000/đêm	
Premier Oceanfront Twin Japan style Diện tích: 45m² Loại giường: 2 giường Twin 1,2m x 2m Số phòng nhận diện: 12, 15 Giá phòng: 4.350.000 – 4.700.000/đêm	

Family Suite (2 bedrooms) Diện tích: 70m² Loại giường: 1 giường King 2m x 2,2m 1 giường Queen 1,6m x 2m Số phòng nhận diện: 16 Giá phòng: 6.550.000 – 6.900.000/đêm	
Grand Suite (Connecting room) Diện tích: 80m² Loại giường: 1 giường King 2m x 2,2m 1 giường Queen 1,8m x 2m Số phòng nhận diện: 9, 11 Giá phòng: 7.150.000 – 7.350.000/đêm	

Nguồn: <https://surl.li/lqgdbi>

2.1.3.2 Dịch vụ ẩm thực

Bảng 2.3: Thông tin các loại hình dịch vụ ẩm thực của TMS Hotel Da Nang Beach

Nhà hàng SAVOUR RESTAURANT 	- Giờ mở cửa 06h30 đến 10h00. - Phục vụ buffet sáng, a la carte, tiệc. - Sức chứa khoảng 500 khách. - Tầng 2 khách sạn.
Lobby Lounge & Bar 	- Giờ mở cửa 06h30 đến 20h00 - Phục vụ các loại đồ uống nhẹ. - Tầng 2 khách sạn

Pool Bar



- Giờ mở cửa 06h30 đến 23h.
- phục vụ các loại đồ uống nhẹ, nước có cồn.

Nguồn: <https://surl.li/lqgdbi>

2.1.3.3 Phòng hội nghị và sự kiện

Hướng tới mục tiêu trở thành khách sạn nghỉ dưỡng – hội nghị (MICE Hotel) hàng đầu, TMS Hotel Da Nang Beach chú trọng đầu tư hệ thống phòng họp và phòng tiệc hiện đại, sở hữu không gian linh hoạt, dễ dàng bố trí theo nhiều phong cách. Cùng với đó là hệ thống âm thanh ánh sáng vô cùng hiện đại nhằm đáp ứng đa dạng nhu cầu tổ chức hội nghị, hội thảo, tiệc cưới và các sự kiện quan trọng. Bên cạnh cơ sở vật chất kỹ thuật tiên tiến, khách sạn còn cung cấp các gói dịch vụ ẩm thực hội nghị (Teabreak, Gala Dinner) đa dạng được thiết kế chuyên biệt theo yêu cầu của từng cơ quan, doanh nghiệp. Đội ngũ nhân viên điều phối sự kiện và kỹ thuật viên chuyên nghiệp luôn túc trực 24/7 nhằm đảm bảo các chương trình diễn ra suôn sẻ, không gặp bất kỳ sự cố nào. Sự kết hợp đồng bộ này không chỉ tối ưu hóa trải nghiệm của ban tổ chức và khách mời, mà còn góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh khai thác mảng dịch vụ MICE đầy tiềm năng tại thị trường du lịch Đà Nẵng.

❖ Meeting Room 1:

Diện tích 90m², sức chứa khoảng 60 người. Với các trang thiết bị hiện đại và các tiện nghi đầy đủ như wifi, màn chiếu, âm thanh ánh sáng,... Phù hợp cho các cuộc họp nhỏ hoặc trung bình, đào tạo, workshop, lớp học, họp ban lãnh đạo nhỏ, họp báo nhỏ. Linh hoạt thiết kế, có thể thay đổi bố cục để phù hợp với đa dạng yêu cầu khách hàng. Với không gian hiện đại, trang thiết bị tiên tiến cùng đội ngũ phục vụ chuyên



nghiệp, các phòng hội nghị tại khách sạn luôn đảm bảo mang đến cho khách hàng một sự kiện thành công và đáng nhớ.

❖ Meeting Room 2:

Meeting Room 2 có diện tích 158m² với sức chứa khoảng 100 khách, là lựa chọn lý tưởng cho các sự kiện quy mô vừa và nhỏ như hội thảo, đào tạo, workshop hay họp báo. Phòng được trang bị đầy đủ hệ thống âm thanh – ánh sáng, màn chiếu, wifi tốc độ



cao cùng trang thiết bị hiện đại, đảm bảo đáp ứng trọn vẹn các yêu cầu kỹ thuật. Thiết kế phòng họp theo hướng linh hoạt, dễ dàng điều chỉnh bố cục để phù hợp với từng loại hình sự kiện. Kết hợp cùng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, Meeting Room 2 mang lại cho khách hàng không gian làm việc và tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, tiện nghi và hiệu quả, góp phần khẳng định đẳng cấp và mang lại sự thành công rực rỡ cho mọi đơn vị doanh nghiệp.

❖ Large Confirence Room

Có diện tích khoảng 248 m², với sức chứa từ 120 đến 160 khách tùy theo cách sắp xếp. Đây là không gian hội nghị và sự kiện lớn nhất tại khách sạn, thường được lựa chọn để tổ chức tiệc cưới, gala dinner, hội nghị quy mô lớn, lễ khai mạc hay các sự kiện quan trọng.



Phòng được trang bị hệ thống âm thanh – ánh sáng chuyên nghiệp, màn hình LED kích thước lớn, sân khấu hiện đại cùng dịch vụ tiệc (banquet service) chuẩn quốc tế, đẳng cấp, đảm bảo mang đến cho khách hàng những sự kiện thành công, trang trọng và đáng nhớ.

❖ Liên hệ đặt tiệc:

☎ Tel: +84 236 3755 999

☎ Email: info@tmshotel.vn

2.1.3.4 Dịch vụ bổ sung và tiện ích tại khách sạn

❖ Spa & Wellness:

- Với không gian sang trọng và thư giãn tuyệt đối, Spa & Wellness là thiên đường làm đẹp và nghỉ ngơi thư giãn.
- Vị trí: Tầng Spa.
- Giờ mở cửa: 10:00 – 22:00 (Tất cả các ngày trong tuần).



❖ Gym/Fitness centre:

- Trang thiết bị đầy đủ và hiện đại giúp khách hàng luyện tập và tăng cường sức khỏe.
- Vị trí: Tầng Spa
- Giờ mở cửa: 10:00 – 20:00 (Tất cả các ngày trong tuần).



❖ Yoga:

- Không gian yên tĩnh, thoáng mát, được trang bị thảm tập và dụng cụ hỗ trợ cần thiết, tạo điều kiện cho khách hàng thư giãn, rèn luyện sự dẻo dai và cân bằng tinh thần.
- Vị trí: Tầng Spa
- Giờ mở cửa: 10:00-20:00 (Tất cả các ngày trong tuần)



❖ Hồ bơi

- Thư giãn thoải mái trong làn nước trong xanh ngay trong lòng thành phố Đà Nẵng với view biển vô cực.
- Vị trí: Tầng 25
- 10:00 – 22:00 (Tất cả các ngày trong tuần)



❖ Các dịch vụ khác:

- Đổi ngoại tệ
- 24 giờ dịch vụ phòng
- Giặt ủi và dịch vụ giặt khô
- Vé máy bay
- Photocopy và dịch vụ thư ký
- Dịch vụ sinh nhật /lễ cưới
- Dịch vụ vận chuyển
- Bãi đậu xe miễn phí



Nguồn: info@tmshotel.vn

2.2 Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn

2.2.1 Đặc điểm thị trường khách của khách sạn

2.2.1.1 Thị trường khách hàng mục tiêu.

Thị trường khách hàng mục tiêu của TMS Hotel Da Nang Beach được phân loại chủ yếu theo phạm vi địa lý và mục đích lưu trú, bao gồm khách nội địa, khách quốc tế, khách nghỉ dưỡng và khách công tác. Việc phân chia thị trường khách hàng được thực hiện dựa trên cơ sở lý thuyết về marketing dịch vụ và phân khúc thị trường nhằm xác định đặc điểm, nhu cầu và hành vi lưu trú của từng nhóm khách hàng.

Nhờ sở hữu vị trí thuận lợi ngay trên tuyến bãi biển Mỹ Khê – một trong những bãi biển nổi tiếng tại thành phố Đà Nẵng – khách sạn có lợi thế trong việc thu hút khách du lịch nghỉ dưỡng trong và ngoài nước. Phần lớn khách lưu trú tại khách sạn có nhu cầu trải nghiệm không gian nghỉ dưỡng tiện nghi, sạch sẽ và dịch vụ lưu trú chất lượng cao.

❖ Khách du lịch quốc tế

Khách du lịch quốc tế là nhóm khách hàng trọng tâm của TMS Hotel Da Nang Beach, chủ yếu đến từ các thị trường Đông Bắc Á như Hàn Quốc, Nhật Bản và Trung Quốc do lợi thế về kết nối hàng không và nhu cầu cao đối với loại hình du lịch biển nghỉ dưỡng. Bên cạnh đó, khách đến từ châu Âu, Bắc Mỹ và Úc cũng chiếm tỷ trọng đáng kể, thường có xu hướng lưu trú dài ngày và yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ.

Nhóm khách này đặc biệt quan tâm đến sự sạch sẽ của phòng nghỉ, tiện nghi trong phòng, tính chuyên nghiệp của nhân viên và khả năng hỗ trợ nhanh chóng trong quá trình

lưu trú. Đây là nhóm khách có yêu cầu tương đối cao đối với chất lượng dịch vụ buồng và ảnh hưởng lớn đến hình ảnh, uy tín của khách sạn.

❖ Khách du lịch nội địa

Khách du lịch nội địa chủ yếu đến từ các thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các tỉnh thành khác. Nhóm khách này thường có nhu cầu nghỉ dưỡng, du lịch gia đình, du lịch theo nhóm hoặc kết hợp tham quan và nghỉ ngơi.

So với khách quốc tế, khách nội địa thường chú trọng đến sự tiện nghi, mức giá hợp lý và chất lượng phục vụ ổn định. Đồng thời, nhóm khách này cũng quan tâm đến thái độ phục vụ của nhân viên, sự sạch sẽ của phòng nghỉ và khả năng đáp ứng các nhu cầu phát sinh trong thời gian lưu trú.

❖ Khách công tác

Bên cạnh khách nghỉ dưỡng, TMS Hotel Da Nang Beach còn phục vụ nhóm khách công tác đến từ các doanh nghiệp và tổ chức trong và ngoài nước. Nhóm khách này thường có nhu cầu lưu trú ngắn ngày, yêu cầu không gian nghỉ ngơi yên tĩnh, tiện nghi đầy đủ và dịch vụ phục vụ chuyên nghiệp nhằm đảm bảo thuận tiện cho quá trình làm việc.

Đối với nhóm khách công tác, chất lượng dịch vụ buồng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo sự thoải mái và nâng cao trải nghiệm lưu trú. Các yếu tố như vệ sinh phòng nghỉ, sự gọn gàng, tốc độ phục vụ và khả năng hỗ trợ của nhân viên được khách hàng đặc biệt quan tâm.

❖ Khách gia đình và nhóm bạn

Khách gia đình và nhóm bạn là nhóm khách hàng phổ biến trong các mùa du lịch và kỳ nghỉ. Nhóm khách này thường có nhu cầu nghỉ dưỡng, vui chơi và trải nghiệm các tiện ích tại khách sạn.

Đặc điểm của nhóm khách này là ưu tiên không gian lưu trú thoải mái, an toàn và tiện nghi phù hợp với nhiều đối tượng. Vì vậy, chất lượng dịch vụ buồng, sự sạch sẽ của phòng nghỉ và thái độ phục vụ thân thiện của nhân viên là những yếu tố ảnh hưởng lớn đến mức độ hài lòng của khách hàng.

Nhìn chung, thị trường khách hàng mục tiêu của TMS Hotel Da Nang Beach tương đối đa dạng, trong đó khách nghỉ dưỡng biển chiếm tỷ trọng chủ yếu. Điều này

đòi hỏi khách sạn cần không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách lưu trú và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường du lịch nghỉ dưỡng.

2.2.1.2 Đối thủ cạnh tranh chính trong khu vực

Trong phân khúc khách sạn ven biển cao cấp tại Đà Nẵng, thị trường có sự tập trung dày đặc của nhiều thương hiệu lớn trong và ngoài nước. Nhờ lợi thế bãi biển Mỹ Khê – được mệnh danh là một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh – khu vực này trở thành “điểm nóng” thu hút sự đầu tư mạnh mẽ từ các tập đoàn khách sạn. Do đó, TMS Hotel Da Nang Beach không chỉ cạnh tranh với các khách sạn nội địa mà còn phải đối mặt trực tiếp với các thương hiệu quốc tế có kinh nghiệm lâu năm, dịch vụ chuẩn hóa và hệ thống khách hàng trung thành toàn cầu. Trong số đó, có thể kể đến những đối thủ tiêu biểu như, Mường Thanh Luxury hotel Đà Nẵng, Four Points by Sheraton, A La Carte Đà Nẵng Beach và Fusion Suites Đà Nẵng – những khách sạn cùng nằm trên trục biển Mỹ Khê và hướng đến cùng phân khúc khách hàng trung – cao cấp.

Bảng 2.4: Phân tích các điểm mạnh yếu của các đối thủ cạnh tranh

Khách sạn	Điểm mạnh	Điểm yếu
TMS Hotel Da Nang Beach	- Vị trí đẹp ngay biển Mỹ Khê. - Phong cách Nhật Bản độc đáo, tạo khác biệt. - Giá cạnh tranh so với thương hiệu quốc tế.	- Thương hiệu còn mới, chưa phổ biến toàn cầu. - Hoạt động marketing và quảng bá quốc tế còn hạn chế. - Quy mô nhỏ hơn một số đối thủ. - Chất lượng dịch vụ chưa đồng đều.
Mường Thanh Luxury Đà Nẵng	- Thương hiệu Việt Nam quen thuộc. - Số lượng phòng lớn, giá cạnh tranh. - Đáp ứng tốt khách công vụ và khách đoàn.	- Chất lượng dịch vụ chưa đồng đều. - Thiếu sự khác biệt trong thiết kế và trải nghiệm. - Thương hiệu quốc tế chưa mạnh.

Fusion Suites Da Nang	- Định vị khác biệt với dịch vụ <i>wellness & spa inclusive</i>. - Thiết kế hiện đại, sáng tạo. - Vị trí thuận lợi ven biển.	- Tập trung vào phân khúc khách, phù hợp nghỉ dưỡng dài ngày. - Giá phòng cao, khó tiếp cận khách trung cấp.
A La Carte Da Nang Beach	- Vị trí ngay biển Mỹ Khê. - Mô hình condotel phù hợp gia đình, nhóm bạn. - Có rooftop bar, hồ bơi vô cực. - Giá linh hoạt, dễ tiếp cận.	- Cơ sở vật chất đã vận hành lâu, có dấu hiệu xuống cấp. - Chất lượng dịch vụ chưa đồng đều. - Thương hiệu yếu hơn các tập đoàn quốc tế.
Four Points by Sheraton Danang	- Thương hiệu quốc tế (Marriott). - Dịch vụ đạt chuẩn toàn cầu, uy tín với khách quốc tế. - Vị trí thuận lợi gần trung tâm và ven biển.	- Giá phòng cao hơn mặt bằng chung. - Phong cách phục vụ quốc tế, ít cá nhân hóa với khách Việt. - Chi phí vận hành lớn.

2.2.2 Hoạt động Marketing và bán hàng

Hoạt động marketing và bán hàng của TMS Hotel Da Nang Beach được triển khai đa dạng nhằm tiếp cận tối đa các nhóm khách hàng mục tiêu. Trong đó, kênh phân phối trực tuyến (OTA) như Booking.com, Agoda và Expedia đóng vai trò chủ lực, giúp khách sạn quảng bá rộng rãi đến thị trường quốc tế và nội địa. Song song, khách sạn cũng hợp tác với các công ty lữ hành (TA) để khai thác nguồn khách đoàn và khách công vụ. Ngoài ra, website chính thức và fanpage trên mạng xã hội được chú trọng nhằm quảng bá hình ảnh, đồng thời hỗ trợ khách hàng đặt phòng trực tiếp với nhiều ưu đãi. Đối với khách hàng vắng lai (walk-in), khách sạn bố trí quầy lễ tân chuyên nghiệp để tư vấn và chốt đơn hiệu quả.

Về chính sách giá, khách sạn áp dụng mức giá linh hoạt theo mùa du lịch, ngày trong tuần và thời điểm đặt phòng, đảm bảo tính cạnh tranh với các khách sạn cùng phân

khúc ven biển Mỹ Khê. Các chương trình khuyến mãi, giảm giá vào mùa thấp điểm, gói dịch vụ dành cho gia đình hoặc cặp đôi, cùng các ưu đãi đặc biệt dịp lễ tết là công cụ hữu hiệu để thu hút khách hàng. Bên cạnh đó, hoạt động quảng bá được đẩy mạnh thông qua việc tham gia hội chợ du lịch, hợp tác với các công ty truyền thông, cũng như triển khai chiến dịch quảng cáo trực tuyến trên Google Ads và Facebook Ads, góp phần gia tăng nhận diện thương hiệu.

Nhờ tận dụng linh hoạt các kênh phân phối, áp dụng chính sách giá phù hợp cùng với việc đẩy mạnh truyền thông, TMS Hotel Da Nang Beach từng bước tạo dựng dấu ấn thương hiệu riêng trong phân khúc khách sạn ven biển. Mặc dù thị trường cạnh tranh quyết liệt với nhiều đối thủ là resort và khách sạn 5 sao, khách sạn vẫn duy trì được lượng khách ổn định và ngày càng khẳng định vai trò của mình trong phân khúc cao cấp.

2.2.3 Kết quả hoạt động kinh doanh

Đánh giá kết quả kinh doanh của khách sạn không chỉ ở doanh thu hay lợi nhuận, mà cần dựa trên những chỉ số đặc thù của ngành. Trong đó, công suất phòng (Occupancy), giá bán phòng bình quân (ADR) và doanh thu trên mỗi phòng có sẵn (RevPAR) là những chỉ tiêu quan trọng, phản ánh mức độ hiệu quả trong khai thác dịch vụ lưu trú. Việc theo dõi các chỉ số này giúp khách sạn nhìn nhận rõ tình hình hoạt động, khả năng cạnh tranh trên thị trường và đưa ra giải pháp tối ưu hóa nguồn thu. Bảng dưới đây thể hiện một số kết quả kinh doanh tiêu biểu của khách sạn dựa trên các chỉ số chính.

Bảng 2.5: Các chỉ số hiệu suất kinh doanh buồng phòng – TMS Hotel Da Nang Beach

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025 (Tháng 7)	Tăng trưởng 2024/2023	Tăng trưởng 2025/2024
1. Tổng số buồng	Buồng	228	228	228	--	--
2. Tổng số buồng sẵn có	Buồng	83.220	83.220	48.336	--	--
3. Số buồng đã bán	Buồng	49.766	58.420	36.203	+17,4	--
4. Công suất sử dụng buồng	%	59,8%	70,2%	74,9%	+10,4%	--

5. Giá bán phòng BQ (ADR)	Triệu VNĐ	2,02	2,48	2,73	+0,23%	--
6. Doanh thu phòng	Triệu VNĐ	100.527,3	144.881,6	98.834,19	+44,1%	--
7. Doanh thu/phòng sẵn có (RevPAR)	Triệu VNĐ	1,21	1,74	2,04	+43,8%	--

❖ Nhận xét:

Công suất sử dụng buồng tăng mạnh từ 59,8% năm 2023 lên 70,2% năm 2024, và tiếp tục đạt 74,9% vào năm 2025. Điều này cho thấy khả năng khai thác phòng ngày càng hiệu quả, đồng thời chứng tỏ nhu cầu thị trường đối với khách sạn duy trì ở mức cao và ổn định.

Giá bán phòng bình quân (ADR) có xu hướng tăng dần qua các năm, từ 2,02 triệu VNĐ (2023) lên 2,73 triệu VNĐ (2025). Tuy tốc độ tăng trưởng có phần chậm lại ở giai đoạn 2025, nhưng điều này phản ánh chiến lược giá của khách sạn khá bền vững và phù hợp với phân khúc cao cấp.

RevPAR (doanh thu trên mỗi phòng sẵn có) tăng trưởng ấn tượng, từ 1,21 triệu VNĐ năm 2023 lên 2,04 triệu VNĐ năm 2025, tức tăng hơn 68% sau hai năm. Đây là tín hiệu tích cực, chứng minh khách sạn không chỉ nâng cao tỷ lệ lấp đầy mà còn tối ưu hóa giá bán.

Doanh thu phòng tăng mạnh, từ khoảng 100,5 tỷ VNĐ năm 2023 lên 98,8 tỷ VNĐ năm 2025, cho thấy sự phát triển bền vững và khả năng duy trì sức cạnh tranh trên thị trường khách sạn ven biển Đà Nẵng. Tốc độ tăng trưởng tổng doanh thu đạt mức ấn tượng +44,1% trong giai đoạn 2023 - 2024, mang lại nguồn tài chính thặng dư lớn cho khách sạn. Bước sang năm 2025, chỉ tính riêng trong 7 tháng đầu năm, doanh thu đã nhanh chóng cán mốc gần 99 tỷ VNĐ; điều này báo hiệu dòng tiền đổ về vô cùng khả quan và hứa hẹn tổng doanh thu cả năm 2025 sẽ tiếp tục thiết lập một kỷ lục tăng trưởng mới vượt xa các năm trước.

Nhìn chung, sau giai đoạn dịch COVID-19, TMS Hotel Da Nang Beach đã phục hồi mạnh mẽ và đạt mức tăng trưởng ấn tượng. Các chỉ số công suất phòng, ADR và

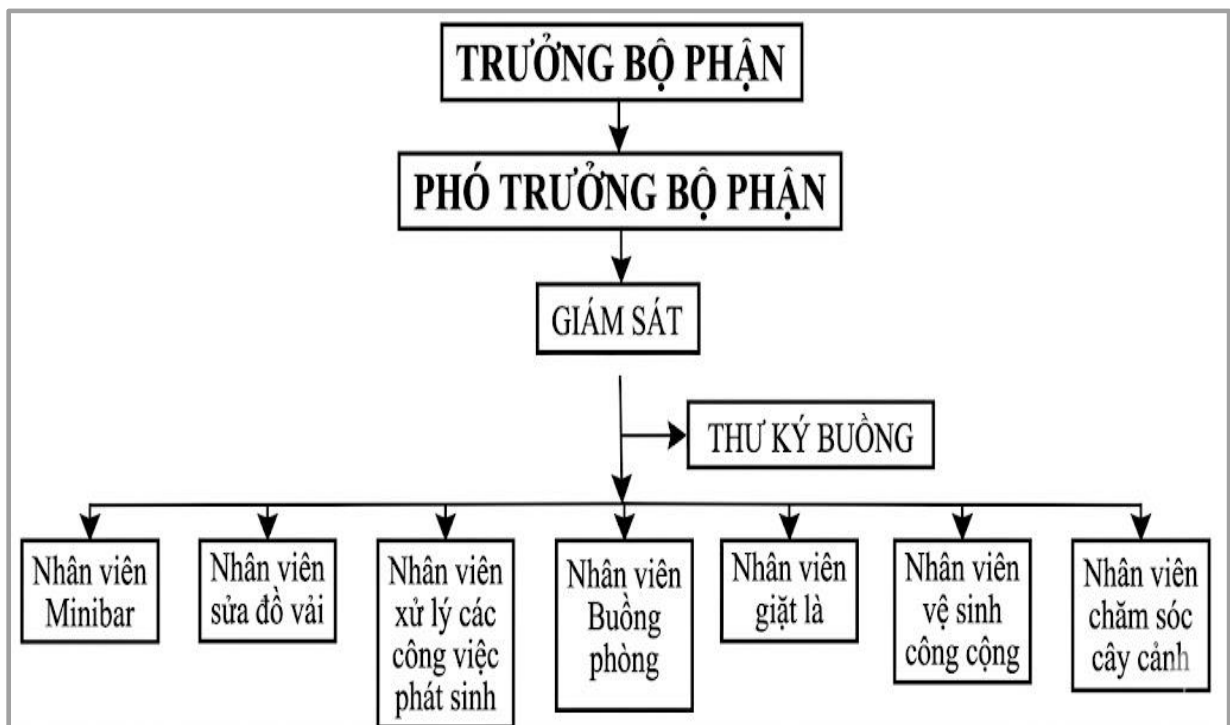
RevPAR đều cải thiện rõ rệt, cho thấy nhu cầu lưu trú tăng trở lại và khách sạn đã tận dụng tốt cơ hội thị trường. Doanh thu phòng tăng trưởng bền vững, phản ánh sự kết hợp hiệu quả giữa chiến lược giá, hoạt động marketing và chất lượng dịch vụ. Kết quả này khẳng định khách sạn không chỉ vượt qua khó khăn sau dịch mà còn dần củng cố vị thế trong phân khúc cao cấp ven biển Đà Nẵng. Những con số tăng trưởng toàn diện từ quy mô phòng bán ra đến hiệu quả tài chính cuối cùng là minh chứng cho năng lực quản trị nhạy bén trước biến động thị trường. Đây sẽ là nền tảng vững chắc để giúp khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach tiếp tục mở rộng thị phần, thu hút dòng khách quốc tế chi tiêu cao và giữ vững vị thế dẫn đầu trong khối dịch vụ lưu trú cao cấp tại địa phương trong những năm tiếp theo.

2.3 Bộ phận buồng của khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach

2.3.1 Cơ cấu tổ chức và chức năng của bộ phận buồng

2.3.1.1 Cơ cấu tổ chức

Cơ cấu tổ chức bộ máy là nền tảng cốt lõi quyết định hiệu quả vận hành và quản lý hoạt động kinh doanh tại đơn vị. Nhằm tối ưu hóa nguồn lực và phân định rõ chức năng giữa các bộ phận, sơ đồ tổ chức của khách sạn được thể hiện cụ thể như sau:



Nguồn: Bộ phận buồng phòng của TMS Hotel Da Nang Beach

Sơ đồ 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của bộ phận buồng phòng

2.3.1.2 Chức năng của bộ phận buồng phòng

Bộ phận buồng phòng tại TMS Hotel Da Nang Beach giữ vai trò then chốt trong việc duy trì môi trường lưu trú sạch sẽ, tiện nghi và đạt chuẩn dịch vụ quốc tế. Nhiệm vụ cốt lõi của bộ phận là đảm bảo mọi phòng nghỉ, khu vực hành lang, sảnh và không gian công cộng luôn được vệ sinh, sắp xếp gọn gàng và duy trì tính thẩm mỹ cao. Công việc bao gồm dọn dẹp và làm sạch hàng ngày, thay mới các vật dụng như khăn tắm, ga giường, đồ vệ sinh cá nhân, đồng thời kiểm tra tình trạng trang thiết bị để kịp thời sửa chữa hoặc thay thế khi cần thiết.

Housekeeping còn chịu trách nhiệm phối hợp chặt chẽ với bộ phận lễ tân để chuẩn bị phòng kịp thời cho khách check-in, xử lý nhanh các yêu cầu đặc biệt và vệ sinh phòng ngay sau khi khách trả. Ngoài ra, bộ phận đảm nhiệm giặt ủi, bảo quản và quản lý đồ vải của khách sạn, tạo hương thơm dễ chịu và không gian thoải mái, qua đó góp phần xây dựng hình ảnh sang trọng và chuyên nghiệp cho khách sạn.

Nhờ thực hiện tốt các chức năng này, bộ phận Housekeeping không chỉ mang đến sự hài lòng cho khách mà còn góp phần duy trì và nâng cao uy tín thương hiệu TMS Hotel Da Nang Beach.

Ngoài ra, bộ phận buồng phòng còn có chức năng kiểm tra và đảm bảo chất lượng phòng trước khi bàn giao cho khách lưu trú. Các tiêu chuẩn về vệ sinh, sự đầy đủ của trang thiết bị, mức độ an toàn và tính thẩm mỹ của phòng đều được nhân viên kiểm tra kỹ lưỡng nhằm hạn chế tối đa những sai sót trong quá trình phục vụ. Đồng thời, bộ phận buồng còn phối hợp với bộ phận kỹ thuật để kịp thời xử lý các sự cố liên quan đến hệ thống điện, nước, điều hòa và các trang thiết bị trong phòng, góp phần duy trì chất lượng dịch vụ ổn định và nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Bên cạnh đó, bộ phận Housekeeping còn góp phần quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh và chất lượng dịch vụ của khách sạn. Một không gian lưu trú sạch sẽ, tiện nghi và được chăm sóc chu đáo không chỉ tạo cảm giác thoải mái cho khách mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và khả năng quay lại sử dụng dịch vụ trong tương lai. Vì vậy, các hoạt động của bộ phận buồng phòng được xem là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh, duy trì uy tín thương hiệu và tăng khả năng cạnh tranh của TMS Hotel Da Nang Beach trên thị trường du lịch và lưu trú.

2.3.2 *Nhiệm vụ của các vị trí chức danh của bộ phận buồng*

Trong cơ cấu tổ chức của bộ phận buồng phòng tại khách sạn 5 sao, mỗi chức danh công việc đều có vai trò và trách nhiệm riêng, góp phần quan trọng vào việc duy trì tiêu chuẩn dịch vụ cao cấp và hình ảnh chuyên nghiệp của khách sạn. Từ cấp quản lý như Trưởng bộ phận, Phó bộ phận cho đến các vị trí trực tiếp phục vụ như nhân viên buồng phòng, giặt là hay vệ sinh công cộng, tất cả đều phối hợp chặt chẽ để đảm bảo sự vận hành nhịp nhàng, hiệu quả. Ngoài ra, một số vị trí chuyên biệt như nhân viên minibar, kỹ thuật, chăm sóc cây cảnh cũng góp phần tạo nên sự khác biệt và nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Dưới đây chính là tổng hợp các chức danh công việc cùng nội dung nhiệm vụ cụ thể trong bộ phận buồng phòng.

❖ Trưởng bộ phận Buồng phòng: Chịu trách nhiệm cao nhất về hoạt động của bộ phận buồng phòng. Lập kế hoạch chiến lược, quản lý ngân sách, kiểm soát chi phí. Xây dựng tiêu chuẩn vệ sinh và chất lượng dịch vụ theo chuẩn quốc tế. Phối hợp với các bộ phận khác nhằm đảm bảo sự hài lòng của khách. Tuyển dụng, đào tạo, đánh giá nhân viên và báo cáo trực tiếp cho Ban giám đốc.

❖ Phó bộ phận Buồng phòng: Hỗ trợ trưởng bộ phận trong điều hành. Giám sát công việc hằng ngày, kiểm tra chất lượng phòng và khu vực công cộng, xử lý khiếu nại, tình huống phát sinh. Thay mặt trưởng bộ phận khi được ủy quyền và tham gia đào tạo và phát triển đội ngũ nhân sự.

❖ Giám sát Buồng phòng: Quản lý nhân viên buồng theo khu vực được phân công. Kiểm tra, chuyển đổi phòng trước khi bàn giao cho lễ tân, đảm bảo đúng tiêu chuẩn vệ sinh, an toàn và an ninh. Huấn luyện nhân viên mới, xử lý yêu cầu và phản hồi của khách tại tầng phụ trách.

❖ Thư ký buồng: Thực hiện công việc hành chính như soạn thảo văn bản, tiếp nhận điện thoại, lưu trữ hồ sơ. Theo dõi và cập nhật tình trạng phòng, sắp xếp ca làm việc, hỗ trợ điều phối nhân sự, truyền đạt thông tin giữa buồng phòng với các bộ phận khác.

❖ Nhân viên buồng phòng: Trực tiếp làm vệ sinh phòng khách như: thay ga, gối, khăn, bổ sung amenities, hút bụi, lau chùi trang thiết bị. Đảm bảo phòng luôn sạch sẽ, thoáng mát, đạt chuẩn 5 sao. Báo cáo tình trạng hư hỏng, đồ thất lạc hoặc hành vi bất thường cũng như hỗ trợ khách khi có yêu cầu đặc biệt.

❖ Nhân viên minibar: Kiểm tra, bổ sung và ghi nhận hàng hóa trong minibar hằng ngày để đảm bảo hàng hóa đầy đủ, sắp xếp gọn gàng, hạn sử dụng đúng quy định. Kiểm kê, báo cáo doanh thu và phối hợp với bộ phận kế toán, xử lý yêu cầu đặc biệt của khách liên quan đến minibar.

❖ Nhân viên đồ vải: Quản lý, lưu trữ, cấp phát và kiểm kê toàn bộ đồ vải của khách sạn như ga, khăn, vỏ gối, chăn... đảm bảo luôn có đủ đồ vải sạch, chất lượng tốt phục vụ hoạt động, phối hợp với giặt là để luân chuyển đồ vải kịp thời, theo dõi tình trạng sử dụng, thay thế đồ vải khi cần thiết đồng thời đề xuất bổ sung kịp thời để không ảnh hưởng đến dịch vụ.

❖ Nhân viên xử lý công việc phát sinh: Sẵn sàng hỗ trợ các công việc ngoài phạm vi thường nhật như mang thêm đồ dùng, xử lý sự cố khẩn cấp, đáp ứng yêu cầu đặc biệt từ khách, đảm bảo tính linh hoạt và kịp thời để nâng cao sự hài lòng của khách hàng góp phần giữ hình ảnh khách sạn chuyên nghiệp.

❖ Nhân viên giặt là: Thu gom, phân loại, giặt, sấy, là ủi toàn bộ đồ đồng phục nhân viên, cung cấp dịch vụ giặt ủi cho khách, kiểm tra chất lượng trước khi giao trả, bảo quản và sử dụng hiệu quả máy móc, hóa chất giặt tẩy.

❖ Nhân viên vệ sinh công cộng: Làm sạch, duy trì sự gọn gàng và an toàn tại các khu vực công cộng như: sảnh, hành lang, thang máy, phòng họp, khu vệ sinh chung, vệ sinh định kỳ các bề mặt, kính, thảm, đồ nội thất. Đảm bảo hình ảnh khách sạn luôn sang trọng và chuyên nghiệp.

❖ Nhân viên chăm sóc cây cảnh: Chăm sóc cây xanh, hoa và tiểu cảnh trong và ngoài khách sạn: tưới nước, cắt tỉa, thay chậu, bón phân, trang trí. Phối hợp với bộ phận kỹ thuật và lễ tân để bố trí cảnh quan phù hợp với sự kiện, góp phần tạo không gian thoáng mát, gần gũi và thẩm mỹ cho khách sạn cũng như góp phần nâng cao giá trị cảnh quan chung.

2.3.3 Mối quan hệ giữa bộ phận buồng với các bộ phận khác trong khách sạn

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bộ phận buồng không hoạt động độc lập mà có mối liên hệ chặt chẽ với nhiều bộ phận khác nhằm đảm bảo quá trình cung ứng dịch vụ lưu trú diễn ra đồng bộ và hiệu quả. Là bộ phận trực tiếp tạo ra sản phẩm cốt lõi – buồng phòng, bộ phận buồng giữ vai trò trung tâm trong việc kết nối các hoạt động

phục vụ khách. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa bộ phận buồng với các bộ phận liên quan không chỉ giúp hạn chế sai sót trong vận hành mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách hàng.

❖ Bộ phận lễ tân (Front Office): Bộ phận buồng có mối quan hệ trực tiếp và thường xuyên nhất với bộ phận lễ tân. Hai bộ phận này phối hợp chặt chẽ trong việc cập nhật tình trạng phòng (room status), thông tin nhận – trả phòng và các yêu cầu đặc biệt của khách. Sự trao đổi thông tin chính xác và kịp thời giúp đảm bảo phòng được chuẩn bị đúng tiêu chuẩn trước khi khách nhận phòng, qua đó rút ngắn thời gian chờ đợi và nâng cao mức độ hài lòng ban đầu. Ngược lại, nếu sự phối hợp không hiệu quả có thể dẫn đến sai sót trong việc giao phòng, ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm của khách.

❖ Bộ phận kỹ thuật (Engineering/Maintenance): Bộ phận buồng có mối liên hệ mật thiết với bộ phận kỹ thuật trong việc kiểm tra, bảo trì và xử lý các sự cố liên quan đến trang thiết bị trong phòng. Thông qua việc phát hiện và báo cáo kịp thời các hư hỏng như hệ thống điện, nước, điều hòa..., bộ phận buồng góp phần duy trì điều kiện cơ sở vật chất ở trạng thái tốt nhất. Mối quan hệ này có ảnh hưởng trực tiếp đến yếu tố “tính hữu hình” và “độ tin cậy” trong chất lượng dịch vụ, bởi tình trạng trang thiết bị là một trong những yếu tố then chốt quyết định cảm nhận của khách hàng.

❖ Bộ phận nhà hàng (F&B): Đối với bộ phận nhà hàng, sự phối hợp chủ yếu thể hiện qua việc cung cấp dịch vụ ăn uống tại phòng (room service), thu gom dụng cụ và quản lý minibar. Hoạt động này góp phần hoàn thiện trải nghiệm lưu trú của khách ngay trong không gian buồng phòng. Nếu thiếu sự phối hợp hiệu quả, các vấn đề như chậm thu dọn hoặc bố trí không hợp lý có thể ảnh hưởng đến vệ sinh và tính thẩm mỹ của phòng, từ đó làm giảm mức độ hài lòng của khách hàng.

❖ Bộ phận an ninh (Security): Bộ phận buồng còn phối hợp với bộ phận an ninh nhằm đảm bảo an toàn cho khách và tài sản trong khu vực lưu trú. Các hoạt động như kiểm soát người ra vào, xử lý tình huống mất mát tài sản hoặc hỗ trợ khi có sự cố đều cần sự phối hợp chặt chẽ giữa hai bộ phận. Yếu tố này có liên quan trực tiếp đến khía cạnh “sự đảm bảo” trong mô hình chất lượng dịch vụ, góp phần tạo cảm giác an tâm cho khách trong suốt thời gian lưu trú.

❖ Bộ phận kinh doanh – marketing (Sales & Marketing): Đối với bộ phận kinh

doanh – marketing, bộ phận buồng tiếp nhận thông tin về khách đoàn, khách VIP hoặc các yêu cầu đặc biệt để chuẩn bị phòng phù hợp. Sự phối hợp này giúp nâng cao khả năng cá nhân hóa dịch vụ và tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng, đặc biệt trong phân khúc khách cao cấp. Đồng thời, các phản hồi từ bộ phận buồng về trải nghiệm thực tế của khách cũng là nguồn thông tin quan trọng phục vụ hoạt động cải thiện dịch vụ và xây dựng hình ảnh thương hiệu.

Từ những phân tích trên có thể thấy, mối quan hệ giữa bộ phận buồng với các bộ phận khác là yếu tố quan trọng quyết định đến chất lượng dịch vụ lưu trú. Sự phối hợp hiệu quả không chỉ đảm bảo tính đồng bộ trong cung ứng dịch vụ mà còn góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và hiệu quả vận hành của khách sạn. Đây cũng là cơ sở quan trọng để phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn trong các nội dung tiếp theo.

2.4 Phương pháp và quy trình nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach

2.4.1 Phương pháp nghiên cứu thực trạng

Để đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel DaNang Beach, đề tài sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng nhằm đảm bảo tính phù hợp với mục tiêu nghiên cứu và tăng tính khách quan trong quá trình phân tích.

Phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng thông qua việc thu thập, phân tích và tổng hợp các tài liệu liên quan đến quản trị khách sạn, bộ phận buồng và chất lượng dịch vụ trong khách sạn. Các nguồn tài liệu bao gồm giáo trình chuyên ngành, sách tham khảo, các công trình nghiên cứu và tài liệu liên quan đến mô hình SERVQUAL. Bên cạnh đó, thông tin thu thập từ quá trình quan sát thực tế trong thời gian thực tập tại bộ phận buồng của khách sạn cũng được sử dụng nhằm hỗ trợ xây dựng nội dung khảo sát và bổ sung cơ sở thực tiễn cho nghiên cứu.

Bên cạnh nghiên cứu định tính, đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng ở mức thống kê mô tả nhằm đánh giá mức độ cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn. Dữ liệu được thu thập thông qua bảng khảo sát dành cho khách lưu trú đã sử dụng dịch vụ buồng tại TMS Hotel DaNang Beach trong

thời gian thực tập. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được áp dụng do phù hợp với điều kiện khảo sát thực tế tại khách sạn.

Bảng khảo sát được thiết kế dựa trên thang đo Likert 5 mức độ, từ mức “hoàn toàn không đồng ý” đến “hoàn toàn đồng ý”, nhằm đo lường mức độ đánh giá của khách hàng đối với các tiêu chí chất lượng dịch vụ buồng. Các biến quan sát được xây dựng trên cơ sở mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988), bao gồm 5 nhóm yếu tố: tính hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự đồng cảm, đồng thời có sự điều chỉnh phù hợp với đặc thù hoạt động của bộ phận buồng tại khách sạn.

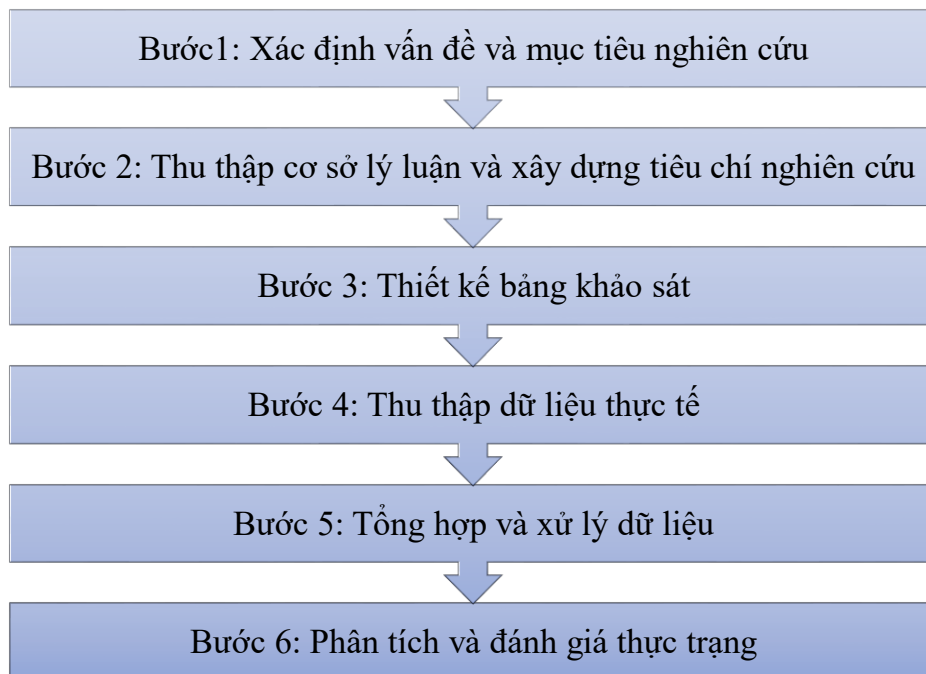
Sau khi thu thập, dữ liệu khảo sát được tổng hợp và xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả thông qua việc tính giá trị trung bình (Mean) nhằm phản ánh mức độ đánh giá của khách hàng đối với từng tiêu chí khảo sát. Ngoài ra, kết quả giữa các nhóm tiêu chí cũng được tiến hành so sánh nhằm làm rõ những mặt đạt được và những hạn chế còn tồn tại trong chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

2.4.2 Quy trình nghiên cứu chất lượng dịch vụ buồng

- Bước 1: Xác định vấn đề và mục tiêu nghiên cứu
 - Xác định vấn đề chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.
 - Xác định mục tiêu đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng.
 - Làm cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng.
- Bước 2: Thu thập cơ sở lý luận và xây dựng tiêu chí nghiên cứu
 - Thu thập các dữ liệu liên quan đến:
 - Chất lượng dịch vụ
 - Bộ phận buồng
 - Mô hình SERVQUAL
 - Phân tích và lựa chọn các tiêu chí phù hợp với đề tài.
 - Xây dựng nội dung khảo sát dựa trên 5 yếu tố của mô hình SERVQUAL
- Bước 3: Thiết kế bảng khảo sát
 - Thiết kế bảng khảo sát dựa trên thang đo Likert 5 mức độ.
 - Xây dựng các biến quan sát phù hợp với hoạt động của bộ phận buồng tại khách sạn.
 - Bảng khảo sát được thiết kế và triển khai bằng Google Forms.

- Bước 4: Thu thập dữ liệu thực tế
 - Tiến hành khảo sát khách lưu trú đã sử dụng dịch vụ buồng tại khách sạn.
 - Áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện.
 - Kết hợp quan sát thực tế trong thời gian thực tập tại khách sạn.
- Bước 5: Tổng hợp và xử lý dữ liệu
 - Dữ liệu khảo sát được tổng hợp từ Google Forms và xuất sang Excel để xử lý.
 - Kiểm tra tính hợp lệ của phiếu khảo sát.
 - Sử dụng phương pháp thống kê mô tả và tính giá trị trung bình (Mean) để phân tích dữ liệu.
- Bước 6: Phân tích và đánh giá thực trạng
 - Phân tích kết quả khảo sát theo từng nhóm yếu tố SERVQUAL.
 - Xác định những mặt đạt được và hạn chế còn tồn tại.
 - Làm cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng.

Sơ đồ 2.3: Quy trình nghiên cứu chất lượng dịch vụ buồng



2.4.3 Thiết kế thang đo và biến quan sát nghiên cứu

Thang đo và các biến quan sát được xây dựng nhằm đo lường mức độ cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach. Nội

dung thang đo được xây dựng dựa trên mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988), đồng thời có sự điều chỉnh phù hợp với đặc điểm hoạt động của bộ phận buồng tại khách sạn.

Đề tài sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường mức độ đánh giá của khách hàng đối với các tiêu chí chất lượng dịch vụ buồng. Cụ thể, các mức đánh giá được quy định như sau:

Bảng 2.6: Thang đo Likert 5 mức độ

Khoảng giá trị	Ý Nghĩa
1.0 – 1.80	Rất không hài lòng
1.81 – 2.60	Không hài lòng
2.61 – 3.40	Trung bình
3.41 – 4.20	Hài lòng
4.21 – 5.00	Rất hài lòng

Các biến quan sát được xây dựng dựa trên 5 nhóm yếu tố của mô hình SERVQUAL, bao gồm:

- Tính hữu hình
- Độ tin cậy
- Khả năng đáp ứng
- Sự đảm bảo
- Sự đồng cảm

Các biến quan sát được lựa chọn nhằm phản ánh mức độ cảm nhận của khách hàng đối với từng khía cạnh của chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

2.4.3.1 Nhóm biến quan sát về tính hữu hình

Nhóm tiêu chí này phản ánh cơ sở vật chất, trang thiết bị và hình thức phục vụ của bộ phận buồng thông qua 5 biến quan sát.

Bảng 2.7: Thang đo tính hữu hình của dịch vụ buồng

Biến quan sát	Mã hoá
Phòng ngủ sạch sẽ và gọn gàng	HH1
Trang thiết bị trong phòng hoạt động tốt	HH2

Đồ dùng trong phòng được bố trí đầy đủ	HH3
Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái	HH4
Nhân viên buồng có đồng phục và tác phong chuyên nghiệp	HH5

Nguồn: Parasuraman và công sự (1988)

2.4.3.2 Nhóm biến quan sát về độ tin cậy

Nhóm tiêu chí độ tin cậy được sử dụng nhằm đánh giá mức độ chính xác và ổn định trong quá trình cung cấp dịch vụ buồng.

Bảng 2.8: Thang đo độ tin cậy của dịch vụ buồng

Biến quan sát	Mã hoá
Phòng được dọn đúng thời gian quy định	TC1
Nhân viên thực hiện đúng yêu cầu của khách	TC2
Các vật dụng trong phòng luôn được bổ sung đầy đủ khi cần	TC3
Dịch vụ buồng được thực hiện ổn định và ít sai sót	TC4
Các vấn đề liên quan đến phòng được xử lý chính xác	TC5

Nguồn: Parasuraman và công sự (1988)

2.4.3.3 Nhóm biến quan sát về khả năng đáp ứng

Các biến quan sát trong nhóm này phản ánh mức độ sẵn sàng hỗ trợ và tốc độ phục vụ khách hàng của nhân viên bộ phận buồng.

Bảng 2.9: Thang đo khả năng đáp ứng của dịch vụ buồng

Biến quan sát	Mã hoá
Nhân viên phản hồi nhanh khi khách yêu cầu	DU1
Nhân viên sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần	DU2
Các yêu cầu bổ sung được xử lý kịp thời	DU3
Khách dễ dàng liên hệ với bộ phận buồng	DU4
Nhân viên chủ động hỗ trợ khách trong quá trình lưu trú	DU5

Nguồn: Parasuraman và công sự (1988)

2.4.3.4 Nhóm biến quan sát về sự đảm bảo

Nhóm tiêu chí này đánh giá khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buồng.

Bảng 2.10: Thang đo sự đảm bảo của dịch vụ buồng

Biến quan sát	Mã hoá
Nhân viên buồng có thái độ lịch sự và thân thiện	DB1
Nhân viên có tác phong phục vụ chuyên nghiệp	DB2
Nhân viên tạo cảm giác an tâm cho khách	DB3
Nhân viên có khả năng giải quyết vấn đề hợp lý	DB4
Khách cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ buồng	DB5

Nguồn: Parasuraman và công sự (1988)

2.4.3.5 Nhóm biến quan sát về sự đồng cảm

Nhóm biến quan sát về sự đồng cảm phản ánh sự quan tâm, thấu hiểu và hỗ trợ khách hàng của nhân viên bộ phận buồng.

Bảng 2.11: Thang đo sự đồng cảm của dịch vụ buồng

Biến quan sát	Mã hoá
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách	DC1
Nhân viên phục vụ với thái độ nhiệt tình	DC2
Nhân viên lắng nghe ý kiến của khách	DC3
Khách nhận được sự hỗ trợ phù hợp trong quá trình lưu trú	DC4
Nhân viên quan tâm đến các yêu cầu riêng của khách	DC5

Nguồn: Parasuraman và công sự (1988)

2.4.4 Bảng khảo sát và phương pháp thu thập dữ liệu

Để thuận tiện trong quá trình thu thập và tổng hợp dữ liệu, đề tài sử dụng Google Forms làm công cụ khảo sát trực tuyến. Việc sử dụng Google Forms giúp dễ dàng thiết kế bảng hỏi, thu thập dữ liệu nhanh chóng và hỗ trợ xuất dữ liệu sang Microsoft Excel nhằm phục vụ cho quá trình xử lý và phân tích số liệu.

Bảng khảo sát được thiết kế bằng tiếng Việt và tiếng Anh nhằm phù hợp với đối tượng khách nội địa và khách quốc tế lưu trú tại khách sạn. Ngoài ra, trong quá trình khảo sát thực tế, các khách hàng sử dụng tiếng Hàn, Nhật và Trung còn được hỗ trợ giải thích trực tiếp nhằm giúp khách dễ dàng hiểu nội dung khảo sát và nâng cao độ chính xác của dữ liệu thu thập.

Bảng khảo sát được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và mô hình SERVQUAL, kết hợp với thực tế hoạt động của bộ phận buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach. Các tiêu chí khảo sát được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức độ nhằm đánh giá cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

Cấu trúc bảng khảo sát hoàn chỉnh gồm 4 phần chính:

- Phần 1: Lời chào và giới thiệu khảo sát
- Phần 2: Thông tin chung của khách hàng
- Phần 3: Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng
- Phần 4: Ý kiến đóng góp của khách hàng

Trong quá trình hoàn thiện bảng hỏi, các câu hỏi được kiểm tra và điều chỉnh nhằm hạn chế sự trùng lặp, đảm bảo tính rõ ràng và phù hợp với thực tế hoạt động của bộ phận buồng tại khách sạn. Đồng thời, hệ thống mã hóa các biến quan sát cũng được rà soát nhằm đảm bảo tính thống nhất trong quá trình nhập liệu và xử lý dữ liệu.

Bảng khảo sát sau khi hoàn thiện được sử dụng chính thức để thu thập dữ liệu từ khách lưu trú đã sử dụng dịch vụ buồng tại khách sạn trong thời gian nghiên cứu. Nội dung chi tiết của bảng khảo sát được trình bày tại phần phụ lục của khóa luận.

2.4.5 Phương pháp xử lý số liệu

Sau khi thu thập dữ liệu khảo sát từ khách hàng lưu trú tại TMS Hotel Da Nang Beach, các dữ liệu được tiến hành tổng hợp, mã hóa và xử lý nhằm phục vụ cho việc phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

Dữ liệu khảo sát được thu thập thông qua Google Forms và xuất sang Microsoft Excel để tiến hành tổng hợp, xử lý và phân tích số liệu. Việc sử dụng Excel giúp thuận tiện trong quá trình thống kê dữ liệu, tính toán các giá trị trung bình và so sánh mức độ đánh giá của khách hàng đối với các tiêu chí khảo sát.

Trong quá trình xử lý số liệu, các phiếu khảo sát được kiểm tra nhằm loại bỏ những câu trả lời thiếu thông tin hoặc không hợp lệ để đảm bảo độ chính xác của dữ liệu nghiên cứu.

Các biến quan sát trong bảng khảo sát được mã hóa theo từng nhóm tiêu chí của mô hình SERVQUAL nhằm thuận tiện cho quá trình nhập liệu và phân tích, bao gồm:

- HH: Tính hữu hình (Tangibles)

- TC: Độ tin cậy (Reliability)
- DU: Khả năng đáp ứng (Responsiveness)
- DB: Sự đảm bảo (Assurance)
- DC: Sự đồng cảm (Empathy)

Đề tài sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn. Các mức độ đánh giá được quy đổi như sau:

Bảng 2.12: Giá trị khoảng cách

Giá trị khoảng cách	Mức đánh giá
Từ 1,00 đến dưới 1,80	Rất không hài lòng
Từ 1,81 đến dưới 2,60	Không hài lòng
Từ 2,61 đến dưới 3,40	Trung bình
Từ 3,41 đến dưới 4,20	Hài lòng
Từ 4,21 đến 5,00	Rất hài lòng

Để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng tiêu chí khảo sát, đề tài sử dụng giá trị trung bình (Mean). Giá trị Mean được sử dụng nhằm xác định mức độ đánh giá trung bình của khách hàng đối với từng biến quan sát và từng nhóm tiêu chí trong mô hình SERVQUAL. Giá trị Mean càng cao thể hiện mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ càng lớn.

Công thức tính giá trị trung bình được xác định như sau:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k x_i \cdot f_i}{\sum_{i=1}^k f_i}$$

Trong đó:

- x_i : Giá trị mức đánh giá (1,2,3,4,5)
- f_i : Tần suất (số người chọn mức đó)
- k : Số mức
- $\sum f_i$: Tổng số mẫu

Sau khi tính giá trị mean, lấy giá trị này so sánh với giá trị khoảng cách, nằm

trong khoảng nào thì kết luận thế đó.

Dữ liệu khảo sát sau khi mã hóa được tiến hành xử lý bằng phương pháp thống kê mô tả nhằm xác định tần suất, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình của từng tiêu chí khảo sát. Đồng thời, đề tài tiến hành so sánh mức độ đánh giá giữa các nhóm tiêu chí và giữa các nhóm khách hàng như khách nội địa và khách quốc tế nhằm xác định sự khác biệt trong cảm nhận chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn.

Thông qua kết quả xử lý số liệu, đề tài có thể xác định được những tiêu chí được khách hàng đánh giá cao và những tiêu chí còn hạn chế, từ đó làm cơ sở để đánh giá thực trạng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

2.4.6 Mô tả thống kê mẫu nghiên cứu

Bảng 2.13: Mô tả mẫu khảo sát

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ%
Tổng phiếu khảo sát	95	100%
Phiếu hợp lệ	83	87,4%
Nam	49	59%
Nữ	34	41%
Nội địa	15	18%
Quốc tế	68	82%

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy tổng số phiếu phát ra là 95 phiếu, trong đó có 83 phiếu hợp lệ, đạt tỷ lệ 87,4%. Tỷ lệ phiếu hợp lệ tương đối cao, cho thấy khách hàng có sự hợp tác tích cực trong quá trình khảo sát, đồng thời đảm bảo độ tin cậy của dữ liệu phục vụ nghiên cứu.

Về cơ cấu giới tính, khách nam chiếm 59%, trong khi khách nữ chiếm 41%. Điều này phản ánh tương đối phù hợp với cơ cấu khách lưu trú thực tế tại khách sạn, bao gồm cả khách du lịch và khách công tác.

Ngoài ra, khách quốc tế chiếm tỷ lệ chủ yếu với 82%, trong khi khách nội địa chỉ chiếm 18%. Kết quả này cho thấy nguồn khách lưu trú tại TMS Hotel Da Nang Beach chủ yếu là khách quốc tế, phù hợp với vị trí khách sạn ven biển và định hướng kinh doanh của khách sạn trong phân khúc khách sạn 4 sao tại thành phố Đà Nẵng.

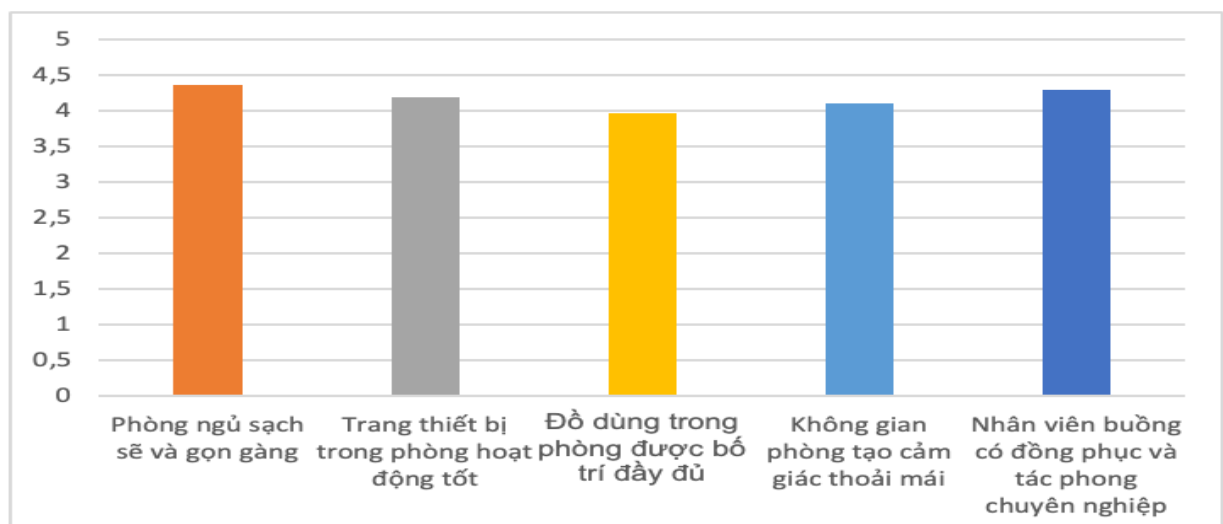
Nhìn chung, cơ cấu mẫu khảo sát tương đối phù hợp với thực tế hoạt động của khách sạn, góp phần tạo cơ sở khách quan cho việc phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

2.5 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach

2.5.1 Thang đo phương tiện hữu hình

Bảng 2.14: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo phương tiện hữu hình

Biến quan sát	Tần suất đánh giá					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
	1	2	3	4	5			
Phòng ngủ sạch sẽ và gọn gàng	0	1	7	36	39	4,36	0,69	Rất hài lòng
Trang thiết bị trong phòng hoạt động tốt	0	3	12	34	34	4,19	0,82	Hài lòng
Đồ dùng trong phòng được bố trí đầy đủ	0	5	18	35	25	3,96	0,88	Hài lòng
Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái	0	4	14	34	31	4,11	0,86	Hài lòng
Nhân viên buồng có đồng phục chuyên nghiệp	0	2	10	33	38	4,29	0,77	Rất hài lòng



Biểu đồ 2.1: Kết quả khảo sát của khách hàng về thang đo phương tiện hữu hình

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm phương tiện hữu hình được khách hàng đánh giá khá tích cực, với giá trị trung bình dao động từ 3,96 đến 4,36. Điều này phản ánh khách hàng nhìn chung hài lòng đối với chất lượng phòng nghỉ và hình thức phục vụ của bộ phận buồng tại khách sạn. Đồng thời, độ lệch chuẩn của các tiêu chí nằm trong khoảng từ 0,69 đến 0,88, cho thấy mức độ phân tán ý kiến không lớn và đánh giá của khách hàng tương đối thống nhất.

Trong đó, tiêu chí “Phòng ngủ sạch sẽ và gọn gàng” đạt giá trị trung bình cao nhất (4,36) và có độ lệch chuẩn thấp nhất (0,69), thể hiện sự hài lòng cao và mức độ đồng thuận rõ rệt giữa các khách hàng. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên buồng có đồng phục chuyên nghiệp” cũng được đánh giá rất tích cực với giá trị trung bình 4,29 và độ lệch chuẩn 0,77, phản ánh hình ảnh phục vụ tương đối chuyên nghiệp và đồng đều. Các tiêu chí “Trang thiết bị trong phòng hoạt động tốt” và “Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái” tuy vẫn đạt mức hài lòng, nhưng độ lệch chuẩn lần lượt là 0,82 và 0,86 cho thấy trải nghiệm của khách hàng vẫn còn sự khác biệt nhất định.

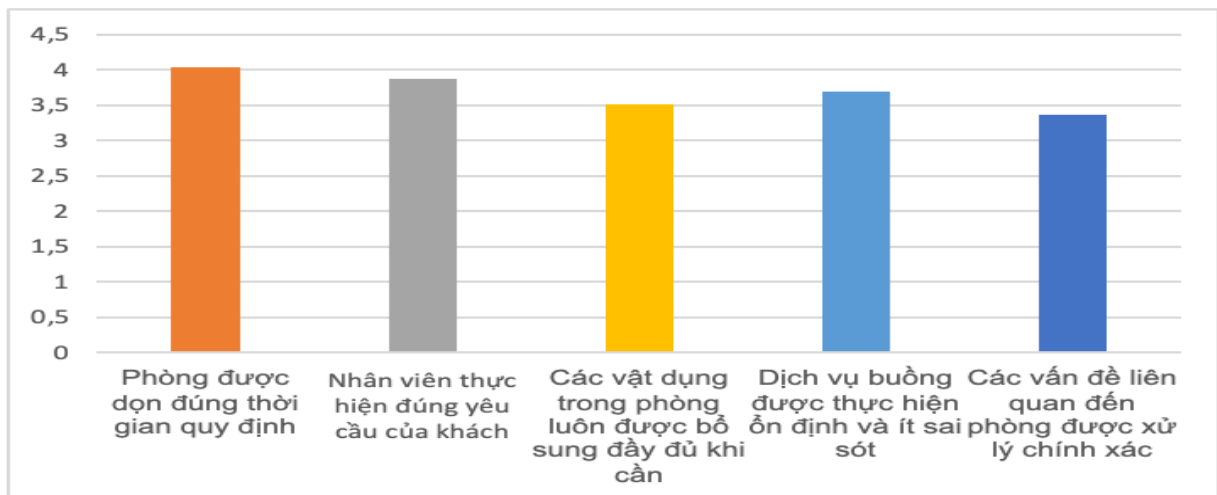
Đáng chú ý, tiêu chí “Đồ dùng trong phòng được bố trí đầy đủ” có giá trị trung bình thấp nhất (3,96) cùng độ lệch chuẩn cao nhất (0,88), phản ánh mức độ hài lòng chưa thật sự nổi bật và ý kiến đánh giá của khách hàng còn phân tán hơn so với các tiêu chí khác. Điều này cho thấy khách sạn cần chú trọng hơn đến công tác kiểm tra, bổ sung và đảm bảo tính đồng bộ của vật dụng trong phòng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng tính nhất quán trong trải nghiệm lưu trú của khách hàng.

2.5.2 Thang đo độ tin cậy

Bảng 2.15: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo độ tin cậy

Biến quan sát	Tần suất đánh giá					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
	1	2	3	4	5			
Phòng được dọn đúng thời gian quy định	0	4	16	36	27	4,04	0,84	Hài lòng
Nhân viên thực hiện đúng yêu cầu của khách	0	6	20	36	21	3,87	0,88	Hài lòng

Các vật dụng trong phòng luôn được bổ sung đầy đủ khi cần	0	12	30	28	13	3,51	0,93	Hài lòng
Dịch vụ buồng được thực hiện ổn định và ít sai sót	0	9	24	33	17	3,70	0,92	Hài lòng
Các vấn đề liên quan đến phòng ốc được xử lý chính xác	0	16	32	23	12	3,37	0,96	Trung bình



Biểu đồ 2.2: Kết quả khảo sát của khách hàng về thang đo độ tin cậy

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm độ tin cậy được khách hàng đánh giá từ mức trung bình đến hài lòng, với giá trị trung bình dao động từ 3,37 đến 4,04. Điều này cho thấy chất lượng phục vụ của bộ phận buồng nhìn chung đã đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách lưu trú, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số hạn chế liên quan đến tính ổn định, khả năng xử lý yêu cầu và mức độ chính xác trong quá trình phục vụ. Bên cạnh đó, độ lệch chuẩn của các tiêu chí nằm trong khoảng từ 0,84 đến 0,96, phản ánh ý kiến đánh giá của khách hàng có sự phân tán nhất định và trải nghiệm dịch vụ chưa hoàn toàn đồng đều.

Trong các tiêu chí khảo sát, “Phòng được dọn đúng thời gian quy định” đạt giá trị trung bình cao nhất (4,04) với độ lệch chuẩn 0,84, thể hiện khách hàng tương đối hài lòng về tính đúng giờ trong quá trình phục vụ buồng phòng. Tiêu chí “Nhân viên thực hiện đúng yêu cầu của khách” cũng được đánh giá khá tích cực với giá trị trung bình 3,87 và độ lệch chuẩn 0,88, cho thấy khả năng đáp ứng yêu cầu của khách nhìn chung

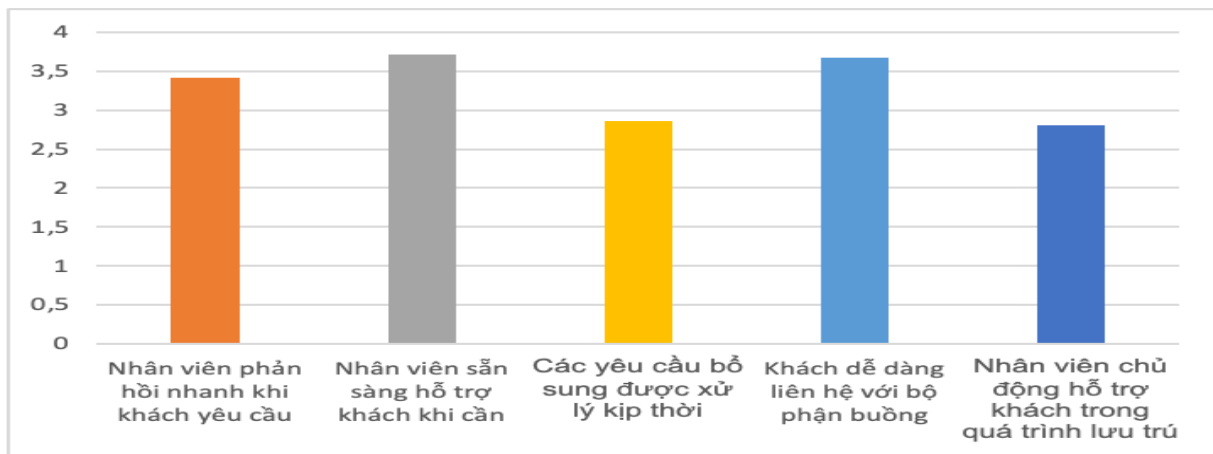
khá tốt, dù vẫn còn sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách hàng. Trong khi đó, tiêu chí “Dịch vụ buồng được thực hiện ổn định và ít sai sót” đạt mức trung bình 3,70 cùng độ lệch chuẩn 0,92, cho thấy chất lượng phục vụ chưa thật sự ổn định giữa các thời điểm hoặc giữa các ca làm việc.

Ở chiều ngược lại, tiêu chí “Các vấn đề liên quan đến phòng được xử lý chính xác” có giá trị trung bình thấp nhất (3,37) và độ lệch chuẩn cao nhất (0,96), phản ánh khả năng xử lý các sự cố hoặc yêu cầu phát sinh của bộ phận buồng vẫn chưa đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng. Tương tự, tiêu chí “Các vật dụng trong phòng luôn được bổ sung đầy đủ khi cần” chỉ đạt mức 3,51 với độ lệch chuẩn khá cao (0,93), cho thấy công tác kiểm tra và bổ sung vật dụng vẫn còn thiếu tính đồng bộ. Từ đó có thể thấy khách sạn cần chú trọng hơn đến việc nâng cao tính chính xác, sự ổn định trong phục vụ và hiệu quả phối hợp xử lý yêu cầu nhằm cải thiện độ tin cậy của dịch vụ buồng trong thời gian tới.

2.5.3 Thang đo khả năng đáp ứng

Bảng 2.16: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo khả năng đáp ứng

Biến quan sát	Tần suất đánh giá					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
	1	2	3	4	5			
Nhân viên phản hồi nhanh khi khách yêu cầu	0	15	31	25	12	3,41	0,95	Trung bình
Nhân viên sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần	0	7	25	35	16	3,72	0,87	Hài lòng
Các yêu cầu bổ sung được xử lý kịp thời	0	35	30	13	5	2,86	0,90	Trung bình
Khách dễ dàng liên hệ với bộ phận buồng	0	10	24	32	17	3,67	0,94	Hài lòng
Nhân viên chủ động hỗ trợ khách trong quá trình lưu trú	0	34	32	17	0	2,8	0,76	Trung bình



Biểu đồ 2.3: kết quả khảo sát khách hàng về khả năng đáp ứng

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm khả năng đáp ứng được khách hàng đánh giá từ mức trung bình đến hài lòng, với giá trị trung bình dao động từ 2,80 đến 3,72. So với các nhóm tiêu chí khác, đây là nhóm có mức đánh giá chưa thật sự nổi bật, phản ánh khả năng phản hồi và hỗ trợ khách hàng của bộ phận buồng vẫn còn một số hạn chế nhất định. Đồng thời, độ lệch chuẩn của các tiêu chí nằm trong khoảng từ 0,76 đến 0,95, cho thấy mức độ phân tán trong ý kiến đánh giá của khách hàng còn tương đối lớn và chất lượng phục vụ chưa thực sự đồng đều giữa các thời điểm phục vụ.

Tiêu chí “Nhân viên sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần” đạt giá trị trung bình cao nhất (3,72) cùng độ lệch chuẩn 0,87, cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá khá tích cực về tinh thần hỗ trợ của nhân viên bộ phận buồng. Bên cạnh đó, tiêu chí “Khách dễ dàng liên hệ với bộ phận buồng” cũng đạt mức hài lòng với giá trị trung bình 3,67 và độ lệch chuẩn 0,94, thể hiện quá trình liên hệ và trao đổi thông tin giữa khách hàng với bộ phận buồng tương đối thuận tiện. Tuy nhiên, độ lệch chuẩn của tiêu chí này còn khá cao, cho thấy trải nghiệm của khách hàng vẫn chưa thật sự ổn định và còn có sự khác biệt trong quá trình sử dụng dịch vụ.

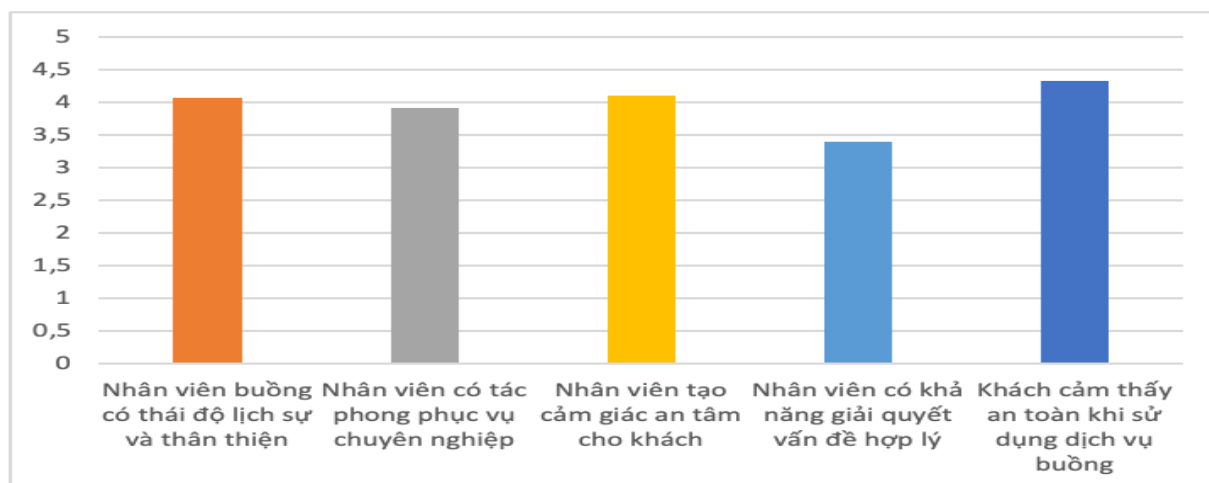
Ngược lại, tiêu chí “Nhân viên chủ động hỗ trợ khách trong quá trình lưu trú” có giá trị trung bình thấp nhất (2,80), phản ánh tính chủ động trong phục vụ vẫn chưa được khách hàng đánh giá cao. Đồng thời, tiêu chí “Các yêu cầu bổ sung được xử lý kịp thời” chỉ đạt mức 2,86 với độ lệch chuẩn 0,90, cho thấy tốc độ xử lý yêu cầu phát sinh của khách vẫn còn chậm và chưa đáp ứng tốt kỳ vọng của khách lưu trú. Ngoài ra, tiêu chí

“Nhân viên phản hồi nhanh khi khách yêu cầu” đạt giá trị trung bình 3,14 và có độ lệch chuẩn cao nhất (0,95), thể hiện sự khác biệt khá rõ trong cảm nhận của khách hàng về khả năng phản hồi của nhân viên. Từ kết quả trên có thể thấy bộ phận buồng cần chú trọng hơn đến việc nâng cao tốc độ phục vụ, tăng tính chủ động và cải thiện khả năng phối hợp xử lý yêu cầu nhằm nâng cao khả năng đáp ứng và chất lượng trải nghiệm của khách hàng trong thời gian tới.

2.5.4 Thang đo sự đảm bảo

Bảng 2.17: Kết quả đánh giá của khách hàng về thang đo sự đảm bảo

Biến quan sát	Tần suất đánh giá					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
	1	2	3	4	5			
Nhân viên buồng có thái độ lịch sự và thân thiện	0	3	13	42	25	4,07	0,78	Hài lòng
Nhân viên có tác phong phục vụ chuyên nghiệp	0	5	19	37	22	3,92	0,86	Hài lòng
Nhân viên tạo cảm giác an tâm cho khách	0	4	14	34	31	4,11	0,85	Hài lòng
Nhân viên có khả năng giải quyết vấn đề hợp lý	0	16	31	24	12	3,39	0,96	Trung bình
Khách cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ buồng	0	2	10	30	41	4,33	0,78	Rất hài lòng



Biểu đồ 2.4: Kết quả khảo sát khách hàng về sự đảm bảo

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm sự đảm bảo được

khách hàng đánh giá ở mức khá cao, với giá trị trung bình dao động từ 3,39 đến 4,33. Điều này cho thấy bộ phận buồng nhìn chung đã tạo được sự tin tưởng và cảm giác an tâm cho khách hàng trong quá trình lưu trú. Đồng thời, độ lệch chuẩn của các tiêu chí nằm trong khoảng từ 0,78 đến 0,96, phản ánh mức độ phân tán ý kiến ở mức tương đối và trải nghiệm của khách hàng chưa hoàn toàn đồng nhất ở một số tiêu chí.

Trong các tiêu chí khảo sát, “Khách cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ buồng” đạt giá trị trung bình cao nhất (4,33) cùng độ lệch chuẩn thấp (0,78), cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực và có sự đồng thuận cao về mức độ an toàn khi sử dụng dịch vụ tại khách sạn. Tiêu chí “Nhân viên tạo cảm giác an tâm cho khách” cũng đạt mức đánh giá khá cao với giá trị trung bình 4,11 và độ lệch chuẩn 0,85, thể hiện khách hàng nhìn chung hài lòng về sự chuyên nghiệp và thái độ phục vụ của nhân viên bộ phận buồng. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên buồng có thái độ lịch sự và thân thiện” đạt giá trị trung bình 4,07 cùng độ lệch chuẩn 0,78, cho thấy phong cách phục vụ của nhân viên được duy trì tương đối ổn định và tạo được thiện cảm với khách lưu trú.

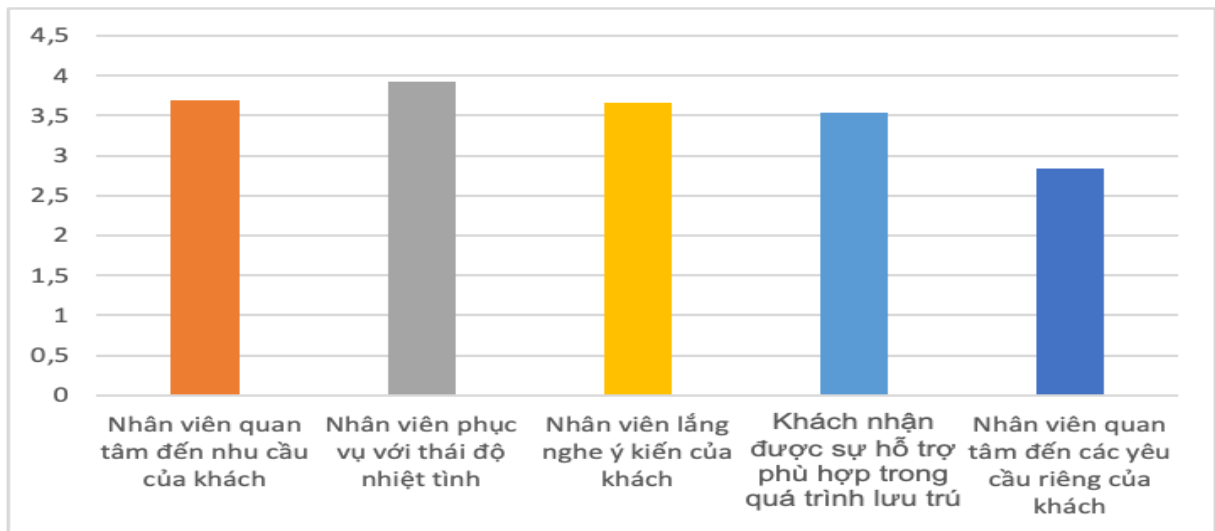
Tuy nhiên, tiêu chí “Nhân viên có khả năng giải quyết vấn đề hợp lý” chỉ đạt giá trị trung bình 3,39 và có độ lệch chuẩn cao nhất (0,96), phản ánh khả năng xử lý các tình huống phát sinh của nhân viên vẫn chưa đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng. Ngoài ra, tiêu chí “Nhân viên có tác phong phục vụ chuyên nghiệp” đạt mức 3,92 với độ lệch chuẩn 0,86, cho thấy tác phong phục vụ nhìn chung khá tốt nhưng vẫn còn sự khác biệt nhất định giữa các nhân viên hoặc các thời điểm phục vụ. Điều này cho thấy khách sạn cần tiếp tục nâng cao kỹ năng xử lý tình huống, tác phong chuyên nghiệp và khả năng hỗ trợ khách hàng nhằm nâng cao hơn nữa mức độ đảm bảo trong chất lượng dịch vụ buồng.

2.5.5 Thang đo sự đồng cảm

Bảng 2.18: Kết quả đánh giá khách hàng về thang đo sự đồng cảm

Biến quan sát	Tần suất đánh giá					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Kết luận
	1	2	3	4	5			
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách	0	9	23	35	16	3,70	0,90	Hài lòng

Nhân viên phục vụ với thái độ nhiệt tình	0	5	18	38	22	3,93	0,85	Hài lòng
Nhân viên lắng nghe ý kiến của khách	0	10	25	31	17	3,66	0,94	Hài lòng
Khách nhận được sự hỗ trợ phù hợp trong quá trình lưu trú	0	12	28	27	16	3,57	0,96	Hài lòng
Nhân viên quan tâm đến các yêu cầu riêng của khách	0	35	31	12	5	2,84	0,89	Trung bình



Biểu đồ 2.5: Kết quả khảo sát khách hàng về sự đồng cảm

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí thuộc nhóm sự đồng cảm được khách hàng đánh giá từ mức trung bình đến hài lòng, với giá trị trung bình dao động từ 2,84 đến 3,93. Điều này cho thấy bộ phận buồng nhìn chung đã thể hiện được sự quan tâm và hỗ trợ đối với khách hàng trong quá trình lưu trú, tuy nhiên khả năng thấu hiểu và đáp ứng các nhu cầu cá nhân vẫn còn một số hạn chế nhất định. Đồng thời, độ lệch chuẩn của các tiêu chí nằm trong khoảng từ 0,85 đến 0,96, phản ánh mức độ phân tán ý kiến của khách hàng tương đối lớn và trải nghiệm dịch vụ chưa thật sự đồng đều.

Trong các tiêu chí khảo sát, “Nhân viên phục vụ với thái độ nhiệt tình” đạt giá trị trung bình cao nhất (3,93) với độ lệch chuẩn 0,85, cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng về thái độ phục vụ của nhân viên bộ phận buồng. Tiêu chí “Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách” cũng đạt mức khá với giá trị trung bình 3,70 và độ lệch chuẩn 0,90, thể hiện nhân viên đã có sự quan tâm nhất định đến khách lưu trú trong quá trình

phục vụ. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên lắng nghe ý kiến của khách” đạt giá trị trung bình 3,66 cùng độ lệch chuẩn 0,94, cho thấy khả năng tiếp nhận ý kiến và phản hồi của khách hàng tương đối tốt nhưng vẫn còn sự khác biệt trong cảm nhận giữa các khách lưu trú.

Ngược lại, tiêu chí “Nhân viên quan tâm đến các yêu cầu riêng của khách” có giá trị trung bình thấp nhất (2,84) với độ lệch chuẩn 0,89, phản ánh khả năng cá nhân hóa dịch vụ và sự quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng vẫn chưa được đánh giá cao. Đồng thời, tiêu chí “Khách nhận được sự hỗ trợ phù hợp trong quá trình lưu trú” chỉ đạt mức 3,57 và có độ lệch chuẩn cao nhất (0,96), cho thấy chất lượng hỗ trợ khách hàng chưa thật sự ổn định giữa các thời điểm phục vụ. Điều này cho thấy bộ phận buồng cần chú trọng hơn đến việc nâng cao sự đồng cảm, khả năng lắng nghe và tính cá nhân hóa trong phục vụ nhằm cải thiện trải nghiệm lưu trú và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng trong thời gian tới.

2.6 Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ buồng

Bảng 2.19: Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ

Thang đo	Giá trị trung bình	Kết luận
Phương tiện hữu hình	4,18	Hài lòng
Độ tin cậy	3,70	Hài lòng
Khả năng đáp ứng	3,29	Trung bình
Sự đảm bảo	3,96	Hài lòng
Sự đồng cảm	3,54	Hài lòng

Nhận xét: Kết quả tổng hợp khảo sát cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá khá tích cực đối với chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach. Trong đó, nhóm tiêu chí “Phương tiện hữu hình” đạt điểm trung bình cao nhất là 4,18, đạt mức “Hài lòng”, cho thấy khách hàng đánh giá cao về cơ sở vật chất, không gian phòng và hình ảnh chuyên nghiệp của bộ phận buồng.

Bên cạnh đó, các nhóm tiêu chí “Sự đảm bảo”, “Độ tin cậy” và “Sự đồng cảm” đều đạt mức “Hài lòng”, với giá trị trung bình dao động từ 3,54 đến 3,96. Điều này phản ánh khách hàng tương đối hài lòng về thái độ phục vụ, tính ổn định của dịch vụ cũng như sự quan tâm của nhân viên bộ phận buồng trong quá trình lưu trú.

Tuy nhiên, nhóm tiêu chí “Khả năng đáp ứng” chỉ đạt mức “Trung bình” với giá trị trung bình 3,29, cho thấy tốc độ phản hồi, xử lý yêu cầu và tính chủ động trong phục vụ của nhân viên vẫn còn hạn chế. Đây cũng là nội dung khách sạn cần chú trọng cải thiện nhằm nâng cao mức độ hài lòng và chất lượng dịch vụ buồng trong thời gian tới.

2.6.1 Những kết quả đạt được

Kết quả khảo sát cho thấy chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach nhìn chung được khách hàng đánh giá khá tích cực. Phần lớn các nhóm tiêu chí đều đạt mức “Hài lòng”, với giá trị trung bình dao động từ 3,54 đến 4,18. Điều này phản ánh khách sạn đã có sự quan tâm trong việc nâng cao chất lượng phục vụ, cải thiện trải nghiệm lưu trú và đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Trong đó, nhóm tiêu chí “Phương tiện hữu hình” đạt giá trị trung bình cao nhất (4,18), cho thấy khách hàng đánh giá cao về cơ sở vật chất và điều kiện phòng nghỉ tại khách sạn. Phòng nghỉ nhìn chung được duy trì sạch sẽ, gọn gàng, không gian lưu trú tạo cảm giác thoải mái và các trang thiết bị trong phòng cơ bản đáp ứng tốt nhu cầu sử dụng của khách hàng. Bên cạnh đó, hình ảnh nhân viên bộ phận buồng với đồng phục và tác phong phục vụ khá chuyên nghiệp cũng góp phần tạo thiện cảm và nâng cao hình ảnh của khách sạn trong mắt khách lưu trú. Ngoài ra, nhóm tiêu chí “Sự đảm bảo” đạt mức 3,96, phản ánh khách hàng tương đối hài lòng về thái độ lịch sự, thân thiện và khả năng tạo cảm giác an tâm của nhân viên trong quá trình phục vụ.

Ngoài ra, nhóm tiêu chí “Độ tin cậy” đạt giá trị trung bình 3,70 và “Sự đồng cảm” đạt 3,54, cho thấy bộ phận buồng nhìn chung đã thực hiện công việc theo quy trình khá ổn định và cơ bản đáp ứng được nhu cầu của khách lưu trú. Nhân viên có tinh thần hỗ trợ khách hàng, thái độ phục vụ nhiệt tình và quan tâm đến nhu cầu của khách trong quá trình lưu trú. Những kết quả đạt được này cho thấy bộ phận buồng đã xây dựng được nền tảng phục vụ tương đối ổn định, qua đó nâng cao trải nghiệm lưu trú và củng cố hình ảnh chuyên nghiệp của TMS Hotel Da Nang Beach. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực, chất lượng dịch vụ buồng vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được cải thiện nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong thời gian tới một cách hiệu quả nhất.

2.6.2 Những hạn chế còn tồn tại

Mặc dù chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach nhìn chung được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng, kết quả khảo sát vẫn cho thấy một số tiêu chí có mức đánh giá chưa cao. Những hạn chế chủ yếu tập trung ở khả năng đáp ứng, tính chủ động trong phục vụ, độ chính xác khi xử lý yêu cầu và mức độ quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ buồng vẫn chưa thực sự đồng đều và chưa đáp ứng hoàn toàn kỳ vọng ngày càng cao của khách lưu trú.

Trong đó, nhóm tiêu chí “Khả năng đáp ứng” có giá trị trung bình thấp nhất (3,29), phản ánh tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của nhân viên bộ phận buồng vẫn còn hạn chế. Một số khách hàng cho rằng việc xử lý các yêu cầu bổ sung chưa kịp thời, nhân viên còn thiếu tính chủ động và chất lượng hỗ trợ chưa đồng đều giữa các thời điểm phục vụ. Đây là hạn chế đáng chú ý vì ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú cũng như mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại khách sạn.

Nhóm tiêu chí “Độ tin cậy” đạt mức hài lòng với giá trị trung bình 3,70 nhưng vẫn thấp hơn so với nhiều nhóm tiêu chí khác. Một số vấn đề liên quan đến phòng nghỉ chưa được xử lý chính xác và kịp thời, việc bổ sung vật dụng đôi lúc còn thiếu đồng đều giữa các phòng, cho thấy chất lượng phục vụ vẫn còn thiếu tính ổn định. Đồng thời, sự phối hợp giữa các bộ phận trong một số trường hợp chưa thật sự hiệu quả, dẫn đến việc xử lý yêu cầu của khách còn chậm hoặc phát sinh sai sót trong quá trình phục vụ.

Đối với nhóm tiêu chí “Sự đồng cảm”, giá trị trung bình chỉ đạt 3,54, cho thấy khả năng quan tâm và thấu hiểu nhu cầu riêng của khách hàng vẫn còn hạn chế. Nhân viên chưa linh hoạt trong việc hỗ trợ các yêu cầu mang tính cá nhân hóa và chưa tạo được sự khác biệt rõ rệt trong trải nghiệm phục vụ. Mặc dù nhóm “Phương tiện hữu hình” đạt giá trị trung bình cao nhất (4,18), một số trang thiết bị và tiện nghi trong phòng vẫn chưa được kiểm tra và nâng cấp thường xuyên, khiến chất lượng trải nghiệm giữa các phòng chưa hoàn toàn đồng nhất. Bên cạnh đó, kỹ năng xử lý tình huống của nhân viên ở nhóm “Sự đảm bảo” vẫn còn sự chênh lệch nhất định, làm cho khách hàng chưa hoàn toàn tin tưởng vào khả năng giải quyết vấn đề trong mọi trường hợp.

Những hạn chế trên cho thấy chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach vẫn còn một số vấn đề cần được cải thiện nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày

càng cao của khách hàng.

2.6.3 Nguyên nhân của các hạn chế

Mặc dù chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach nhìn chung được khách hàng đánh giá khá tích cực, tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế liên quan đến khả năng đáp ứng, tính chủ động trong phục vụ và sự đồng đều về chất lượng dịch vụ. Những hạn chế này xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau như nguồn nhân lực, quy trình phục vụ, công tác phối hợp giữa các bộ phận cũng như áp lực từ nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Trước hết, nguyên nhân quan trọng đến từ yếu tố nguồn nhân lực của bộ phận buồng. Mặc dù nhân viên nhìn chung có tinh thần phục vụ tích cực, tuy nhiên trình độ nghiệp vụ, kỹ năng xử lý tình huống và khả năng giao tiếp giữa các nhân viên vẫn chưa thật sự đồng đều. Một số nhân viên còn thiếu tính chủ động trong hỗ trợ khách hàng, trong khi khả năng ngoại ngữ vẫn chưa đáp ứng tốt nhu cầu giao tiếp với khách quốc tế, làm ảnh hưởng đến tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của khách lưu trú.

Bên cạnh đó, quy trình phối hợp và xử lý thông tin giữa các vị trí trong bộ phận buồng đôi lúc chưa thật sự linh hoạt, đặc biệt vào thời điểm khách lưu trú đông hoặc phát sinh nhiều yêu cầu cùng lúc. Công tác kiểm tra, bổ sung vật dụng và xử lý các vấn đề liên quan đến phòng nghỉ đôi khi còn chậm, dẫn đến chất lượng phục vụ chưa đồng đều giữa các thời điểm. Ngoài ra, một số trang thiết bị và tiện nghi phòng nghỉ sau thời gian sử dụng vẫn cần được kiểm tra và bảo trì thường xuyên hơn nhằm đảm bảo tính đồng bộ trong trải nghiệm lưu trú của khách hàng.

Ngoài các yếu tố nội bộ, nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng hiện nay ngày càng cao cũng tạo ra áp lực lớn đối với bộ phận buồng. Khách lưu trú không chỉ quan tâm đến sự sạch sẽ và tiện nghi mà còn chú trọng đến tốc độ phục vụ, tính chuyên nghiệp và khả năng cá nhân hóa dịch vụ. Điều này đòi hỏi bộ phận buồng phải không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ và khả năng đáp ứng nhằm phù hợp với xu hướng cạnh tranh của ngành khách sạn hiện nay.

Từ những nguyên nhân trên cho thấy việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach là yêu cầu cần thiết nhằm cải thiện hiệu quả phục vụ và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng. Đây cũng là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải

pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trong Chương 3 của khóa luận.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI KHÁCH SẠN TMS HOTEL ĐÀ NẴNG BEACH

3.1 Định hướng phát triển của khách sạn và bộ phận buồng

3.1.1 Định hướng phát triển chung của khách sạn

Trong bối cảnh ngành du lịch và khách sạn tại thành phố Đà Nẵng ngày càng phát triển và có mức độ cạnh tranh cao, TMS Hotel Da Nang Beach định hướng tiếp tục duy trì vị thế là khách sạn nghỉ dưỡng ven biển cao cấp, đồng thời không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Khách sạn hướng đến việc xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, hiện đại và thân thiện, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường lưu trú trong nước và quốc tế.

Ngoài ra, khách sạn tập trung phát triển chất lượng dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế, lấy trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng làm yếu tố trọng tâm. Ngoài việc nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú, khách sạn còn chú trọng đa dạng hóa các dịch vụ bổ sung như ẩm thực, spa, hội nghị và các tiện ích nghỉ dưỡng nhằm mang đến trải nghiệm toàn diện cho khách hàng. Trong quá trình hoạt động, TMS Hotel Da Nang Beach cũng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ vào công tác quản lý, đặt phòng và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ và cá nhân hóa trải nghiệm lưu trú.

Về thị trường khách, khách sạn tiếp tục định hướng tập trung vào phân khúc khách nghỉ dưỡng, đặc biệt là khách quốc tế và khách gia đình có nhu cầu lưu trú trung và cao cấp. Với lợi thế vị trí nằm gần bãi biển Mỹ Khê cùng hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, khách sạn định hướng mở rộng khả năng thu hút các thị trường khách trọng điểm như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc và khách du lịch châu Âu. Đồng thời, khách sạn cũng chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đào tạo kỹ năng nghiệp vụ, ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách lưu trú.

Trong định hướng phát triển chung đó, bộ phận buồng giữ vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm lưu trú và mức độ hài lòng của khách hàng. Vì vậy, khách sạn luôn chú trọng nâng cao chất lượng phục vụ, đảm bảo tính chuyên nghiệp, sạch sẽ, tiện nghi và khả năng đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của khách hàng trong quá trình lưu trú. Đây cũng là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ

buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach trong thời gian tới.

3.1.2 Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bộ phận buồng giữ vai trò quan trọng trong việc tạo ra trải nghiệm lưu trú và ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của khách hàng. Trong bối cảnh nhu cầu của khách lưu trú ngày càng cao và mức độ cạnh tranh giữa các khách sạn tại Đà Nẵng ngày càng lớn, việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach là yêu cầu cần thiết nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho khách sạn.

Trong thời gian tới, khách sạn định hướng tiếp tục nâng cao chất lượng phục vụ của bộ phận buồng theo hướng chuyên nghiệp, đồng bộ và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Trên cơ sở kết quả khảo sát thực trạng ở Chương 2, khách sạn tập trung cải thiện các hạn chế liên quan đến khả năng đáp ứng, tốc độ phản hồi yêu cầu của khách, tính chủ động trong phục vụ và khả năng hỗ trợ khách hàng trong quá trình lưu trú. Đồng thời, bộ phận buồng cũng được định hướng nâng cao tính chính xác, hạn chế sai sót trong quá trình phục vụ nhằm đảm bảo sự ổn định và tin cậy của dịch vụ.

Bên cạnh đó, khách sạn chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bộ phận buồng thông qua việc tăng cường đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và kỹ năng xử lý tình huống cho nhân viên. Việc xây dựng tác phong phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện và chủ động được xem là yếu tố quan trọng nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách quốc tế, khách nghỉ dưỡng và các nhóm khách lưu trú trung – cao cấp.

Ngoài việc nâng cao chất lượng phục vụ, khách sạn cũng định hướng tiếp tục đầu tư và cải thiện cơ sở vật chất, trang thiết bị và tiện nghi trong phòng nghỉ nhằm đảm bảo không gian lưu trú sạch sẽ, hiện đại và thoải mái cho khách hàng. Công tác kiểm tra, bảo trì trang thiết bị và bổ sung vật dụng trong phòng sẽ được thực hiện thường xuyên nhằm nâng cao tính tiện nghi và hạn chế các vấn đề phát sinh trong quá trình lưu trú.

Đồng thời, khách sạn định hướng tăng cường ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý và vận hành bộ phận buồng nhằm nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận, hỗ trợ tiếp nhận và xử lý yêu cầu của khách nhanh chóng hơn. Việc nâng cao khả năng chăm sóc khách hàng và cá nhân hóa trải nghiệm lưu trú cũng được xem là một trong những định hướng quan trọng nhằm nâng cao mức độ hài lòng và khả năng quay lại của

khách hàng trong thời gian tới.

Từ những định hướng trên, việc đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach là cần thiết nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn trong thời gian tới.

3.2 Cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng

3.2.1 Căn cứ vào thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn

Kết quả khảo sát thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá dịch vụ ở mức hài lòng. Trong đó, nhóm tiêu chí “Phương tiện hữu hình” đạt giá trị trung bình cao nhất là 4,18 và nhóm “Sự đảm bảo” đạt 3,96, phản ánh khách hàng đánh giá khá tích cực về cơ sở vật chất, không gian lưu trú cũng như tác phong phục vụ của nhân viên bộ phận buồng. Điều này cho thấy khách sạn đã có sự quan tâm nhất định trong việc nâng cao chất lượng phục vụ và cải thiện trải nghiệm lưu trú của khách hàng.

Tuy nhiên, kết quả phân tích tại mục 2.6.2 và 2.6.3 cho thấy chất lượng dịch vụ buồng vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được cải thiện. Trong đó, nhóm tiêu chí “Khả năng đáp ứng” có giá trị trung bình thấp nhất là 3,29, phản ánh tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của khách hàng chưa thật sự kịp thời, tính chủ động trong phục vụ còn hạn chế và chất lượng hỗ trợ chưa đồng đều giữa các thời điểm. Bên cạnh đó, nhóm tiêu chí “Sự đồng cảm” chỉ đạt 3,54, cho thấy khả năng quan tâm đến nhu cầu riêng và mức độ cá nhân hóa trong phục vụ vẫn chưa đáp ứng tốt kỳ vọng của khách lưu trú. Đồng thời, nhóm “Độ tin cậy” đạt 3,70 nhưng vẫn còn tồn tại sự chênh lệch nhất định trong chất lượng phục vụ giữa các nhân viên và ca làm việc khác nhau.

Ngoài ra, một số nguyên nhân như trình độ nghiệp vụ chưa đồng đều, áp lực công việc cao, quy trình phối hợp phục vụ chưa thật sự linh hoạt và công tác kiểm tra vật dụng phòng nghỉ chưa thường xuyên cũng ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng của khách sạn. Những hạn chế này cho thấy việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach là cần thiết nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và nâng cao khả năng cạnh tranh của khách sạn trong thời gian tới. Đây cũng là cơ sở thực tiễn quan trọng để đề xuất hệ thống giải pháp phù hợp tại mục 3.3 của khóa luận.

3.2.2 Căn cứ vào xu hướng và yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ trong ngành khách sạn

Trong bối cảnh ngành khách sạn và du lịch ngày càng phát triển, mức độ cạnh tranh giữa các cơ sở lưu trú ngày càng gay gắt, đặc biệt tại các thành phố du lịch lớn như Đà Nẵng. Sự xuất hiện ngày càng nhiều của các khách sạn và khu nghỉ dưỡng cùng phân khúc buộc các doanh nghiệp lưu trú phải liên tục nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tạo lợi thế cạnh tranh, thu hút khách hàng và duy trì vị thế trên thị trường.

Bên cạnh đó, nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng hiện nay ngày càng cao. Khách lưu trú không chỉ quan tâm đến sự sạch sẽ và tiện nghi cơ bản của phòng nghỉ mà còn chú trọng đến trải nghiệm lưu trú tổng thể, tốc độ phục vụ, tính chuyên nghiệp trong tác phong làm việc cũng như khả năng cá nhân hóa dịch vụ. Đặc biệt, đối với khách quốc tế và khách nghỉ dưỡng trung – cao cấp, chất lượng phục vụ và sự quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng trở thành yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cảm nhận và mức độ hài lòng trong quá trình lưu trú.

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bộ phận buồng là một trong những bộ phận có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ lưu trú. Chất lượng dịch vụ buồng không chỉ tác động đến mức độ hài lòng của khách hàng mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh, uy tín và khả năng quay lại của khách đối với khách sạn. Một dịch vụ buồng được thực hiện chuyên nghiệp, nhanh chóng và đồng đều sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm lưu trú, tạo ấn tượng tích cực và tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Những xu hướng và yêu cầu trên cho thấy việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach không chỉ xuất phát từ nhu cầu nội tại của khách sạn mà còn là yêu cầu tất yếu để thích ứng với sự cạnh tranh của thị trường và đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng trong giai đoạn hiện nay.

3.3.3 Căn cứ vào định hướng phát triển của TMS Hotel Da Nang Beach

Trong định hướng phát triển trong thời gian tới, TMS Hotel Da Nang Beach hướng đến mục tiêu nâng cao chất lượng phục vụ, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường lưu trú. Đồng thời, khách sạn cũng chú trọng mở rộng và nâng cao chất lượng phục vụ đối với phân khúc khách nghỉ dưỡng trung – cao cấp và khách quốc tế. Điều này đòi hỏi các bộ phận trong khách sạn phải không

ngừng hoàn thiện chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, bộ phận buồng là một trong những bộ phận có vai trò quan trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú và cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Chất lượng phòng nghỉ, sự sạch sẽ, tiện nghi cũng như phong cách phục vụ của nhân viên bộ phận buồng có tác động lớn đến mức độ hài lòng, hình ảnh và uy tín của khách sạn. Bên cạnh đó, dịch vụ buồng được thực hiện chuyên nghiệp và ổn định còn góp phần nâng cao khả năng quay lại và duy trì sự trung thành của khách hàng đối với khách sạn.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các cơ sở lưu trú, việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng trở thành yêu cầu cần thiết nhằm giúp khách sạn duy trì lợi thế cạnh tranh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Để phù hợp với định hướng phát triển trong thời gian tới, TMS Hotel Da Nang Beach cần chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải thiện quy trình phục vụ, tăng tính chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Đồng thời, việc nâng cao tính chủ động và cá nhân hóa trong phục vụ cũng là yếu tố quan trọng nhằm cải thiện trải nghiệm lưu trú và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Những định hướng phát triển trên là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp cụ thể tại mục 3.3 của khóa luận, nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ buồng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và nâng cao vị thế cạnh tranh của TMS Hotel Da Nang Beach trên thị trường lưu trú.

3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Đà Nẵng Beach

3.3.1 Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bộ phận buồng

Nguồn nhân lực là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ buồng và mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình lưu trú. Kết quả phân tích ở Chương 2 cho thấy một số hạn chế về khả năng đáp ứng, tính chủ động trong phục vụ, kỹ năng xử lý tình huống và khả năng giao tiếp của nhân viên vẫn còn tồn tại. Vì vậy, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là giải pháp quan trọng nhằm cải thiện hiệu quả phục vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

Trước hết, khách sạn cần tăng cường đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn cho nhân viên bộ phận buồng thông qua các chương trình huấn luyện định kỳ từ 3 đến 6 tháng một lần. Nội dung đào tạo cần tập trung vào quy trình vệ sinh phòng nghỉ, tiêu chuẩn kiểm tra chất lượng phòng, kỹ năng xử lý yêu cầu phát sinh và các tình huống thường gặp trong quá trình phục vụ khách lưu trú. Việc đào tạo thường xuyên sẽ giúp nhân viên nâng cao tay nghề, hạn chế sai sót và đảm bảo chất lượng phục vụ được duy trì ổn định.

Song song với việc nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, khách sạn cần chú trọng phát triển kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và kỹ năng xử lý tình huống cho nhân viên. Đây là những kỹ năng cần thiết giúp nhân viên giao tiếp hiệu quả với khách hàng, đặc biệt là khách quốc tế, đồng thời nâng cao khả năng tiếp nhận, phản hồi và giải quyết các yêu cầu của khách một cách nhanh chóng, linh hoạt và chuyên nghiệp hơn.

Một yêu cầu khác là nâng cao tính chủ động và tinh thần trách nhiệm của nhân viên trong quá trình làm việc. Nhân viên bộ phận buồng cần chủ động quan sát, hỗ trợ khách hàng, thường xuyên kiểm tra tình trạng phòng nghỉ và kịp thời đáp ứng các yêu cầu phát sinh trong quá trình lưu trú. Đồng thời, cần tăng cường phối hợp với bộ phận lễ tân, kỹ thuật và các bộ phận liên quan nhằm đảm bảo quá trình phục vụ diễn ra liên tục và hiệu quả.

Để nâng cao hiệu quả quản lý nhân sự, khách sạn cần thực hiện đánh giá chất lượng làm việc định kỳ thông qua các tiêu chí cụ thể như năng suất làm việc, mức độ hoàn thành nhiệm vụ, khả năng phối hợp và phản hồi của khách hàng. Kết quả đánh giá cần được gắn với các hình thức khen thưởng, động viên hoặc đào tạo bổ sung nhằm tạo động lực làm việc và khuyến khích nhân viên không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ. Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần xây dựng đội ngũ nhân viên bộ phận buồng có trình độ chuyên môn tốt, tác phong chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng hiệu quả nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

3.3.2 Giải pháp nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng

Kết quả khảo sát ở Chương 2 cho thấy nhóm tiêu chí “Khả năng đáp ứng” có mức đánh giá thấp nhất trong các nhóm tiêu chí với giá trị trung bình 3,29. Điều này phản ánh tốc độ phản hồi và xử lý yêu cầu của khách hàng vẫn chưa thực sự kịp thời, tính chủ

động trong phục vụ còn hạn chế và chất lượng hỗ trợ chưa đồng đều giữa các thời điểm. Vì vậy, nâng cao khả năng đáp ứng của bộ phận buồng là giải pháp cần được ưu tiên nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao mức độ hài lòng của khách lưu trú.

Trước hết, khách sạn cần xây dựng và chuẩn hóa quy trình tiếp nhận, xử lý yêu cầu của khách hàng theo hướng rõ ràng, nhanh chóng và thống nhất giữa các bộ phận. Đối với những yêu cầu thường gặp như bổ sung vật dụng, thay khăn, hỗ trợ vệ sinh phòng hoặc xử lý các sự cố nhỏ trong phòng nghỉ, bộ phận buồng cần quy định thời gian phản hồi và hoàn thành cụ thể nhằm hạn chế tình trạng chậm trễ trong quá trình phục vụ. Đồng thời, cần tăng cường sự phối hợp giữa bộ phận buồng với lễ tân, kỹ thuật và các bộ phận liên quan để bảo đảm các yêu cầu của khách được tiếp nhận, xử lý kịp thời và chuẩn xác.

Bên cạnh việc hoàn thiện quy trình, bộ phận buồng cần nâng cao tính chủ động trong quá trình phục vụ. Nhân viên cần thường xuyên kiểm tra tình trạng phòng nghỉ, chủ động bổ sung các vật dụng cần thiết và nhanh chóng hỗ trợ khách khi phát sinh nhu cầu. Việc chủ động quan sát, nắm bắt nhu cầu của khách hàng không chỉ giúp rút ngắn thời gian phục vụ mà còn góp phần nâng cao trải nghiệm lưu trú và tạo sự hài lòng cho khách hàng.

Khách sạn cũng cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý buồng phòng nhằm nâng cao hiệu quả xử lý thông tin. Việc sử dụng phần mềm quản lý khách sạn để cập nhật tình trạng phòng và các yêu cầu của khách theo thời gian thực sẽ giúp nhân viên tiếp nhận thông tin nhanh hơn, giảm sai sót trong quá trình phối hợp và nâng cao khả năng phản hồi đối với các yêu cầu phát sinh. Đồng thời, vào các giai đoạn cao điểm du lịch, khách sạn cần bố trí nhân sự hợp lý, phân công công việc phù hợp với khối lượng thực tế nhằm giảm áp lực cho nhân viên và bảo đảm luôn có nhân sự sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần nâng cao tốc độ phục vụ, cải thiện khả năng phản hồi, tăng tính chủ động của nhân viên và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách lưu trú. Qua đó, chất lượng dịch vụ buồng sẽ được nâng cao, góp phần cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của TMS Hotel Da Nang Beach trên thị trường lưu trú.

3.3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng cơ sở vật chất và tiện nghi phòng nghỉ

Cơ sở vật chất và tiện nghi phòng nghỉ là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng trong quá trình lưu trú. Kết quả khảo sát ở Chương 2 cho thấy nhóm tiêu chí “Phương tiện hữu hình” đạt giá trị trung bình 4,18, là nhóm được đánh giá cao nhất. Điều này phản ánh cơ sở vật chất của TMS Hotel Da Nang Beach nhìn chung đáp ứng tốt nhu cầu của khách lưu trú. Tuy nhiên, để duy trì lợi thế cạnh tranh và nâng cao trải nghiệm khách hàng, khách sạn vẫn cần tiếp tục hoàn thiện chất lượng cơ sở vật chất và tiện nghi phòng nghỉ.

Khách sạn cần xây dựng kế hoạch kiểm tra, bảo trì và thay thế trang thiết bị theo định kỳ nhằm hạn chế các sự cố phát sinh trong quá trình sử dụng. Bộ phận buồng cần phối hợp với bộ phận kỹ thuật kiểm tra thường xuyên hệ thống điện, nước, điều hòa, thiết bị vệ sinh và các trang thiết bị trong phòng để kịp thời sửa chữa hoặc thay mới khi cần thiết. Việc bảo trì định kỳ không chỉ giúp duy trì chất lượng phòng nghỉ mà còn góp phần bảo đảm tính an toàn và tiện nghi cho khách hàng.

Bên cạnh đó, khách sạn cần bảo đảm đầy đủ và đồng bộ các vật dụng phục vụ khách như khăn tắm, đồ dùng cá nhân, nước uống và các tiện ích cần thiết khác. Bộ phận buồng nên áp dụng danh mục kiểm tra (checklist) trước khi bàn giao phòng nhằm hạn chế tình trạng thiếu vật dụng hoặc sai sót trong quá trình phục vụ.

Ngoài việc duy trì chất lượng trang thiết bị hiện có, khách sạn cũng cần từng bước cải thiện không gian lưu trú theo hướng hiện đại, tiện nghi và phù hợp với xu hướng nghỉ dưỡng hiện nay. Việc nâng cấp một số hạng mục nội thất xuống cấp, duy trì tiêu chuẩn vệ sinh và kiểm tra chất lượng phòng trước khi đón khách sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm lưu trú và củng cố hình ảnh chuyên nghiệp của khách sạn.

Việc thực hiện tốt các giải pháp trên sẽ giúp TMS Hotel Da Nang Beach duy trì lợi thế về cơ sở vật chất, nâng cao chất lượng dịch vụ hữu hình và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách lưu trú.

3.3.4 Giải pháp nâng cao chất lượng chăm sóc và hỗ trợ khách hàng

Chất lượng chăm sóc và hỗ trợ khách hàng là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú và mức độ hài lòng của khách hàng tại khách sạn. Kết quả khảo sát ở Chương 2 cho thấy nhóm tiêu chí “Sự đồng cảm” chỉ đạt giá trị trung bình 3,54, phản

ánh mức độ quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng vẫn chưa thật sự nổi bật. Vì vậy, khách sạn cần chú trọng nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng theo hướng cá nhân hóa dịch vụ, tăng cường khả năng thấu hiểu và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của từng đối tượng khách lưu trú.

Trước hết, bộ phận buồng cần nâng cao khả năng lắng nghe và ghi nhận nhu cầu của khách hàng trong quá trình phục vụ. Nhân viên cần chủ động quan sát, tiếp nhận thông tin và hỗ trợ khách một cách kịp thời, đặc biệt đối với các yêu cầu đặc biệt liên quan đến vệ sinh phòng, tiện nghi sử dụng hoặc thói quen lưu trú. Việc quan tâm đến các nhu cầu riêng sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự chuyên nghiệp và tận tâm trong quá trình phục vụ.

Khách sạn cũng nên tăng cường cá nhân hóa dịch vụ thông qua việc lưu trữ và cập nhật thông tin về sở thích, yêu cầu đặc biệt hoặc các phản hồi trước đó của khách hàng. Đối với khách lưu trú dài ngày, khách quốc tế hoặc khách quay lại nhiều lần, bộ phận buồng có thể chủ động chuẩn bị các tiện ích phù hợp nhằm nâng cao trải nghiệm và tạo sự khác biệt trong chất lượng phục vụ.

Bên cạnh đó, cần xây dựng cơ chế tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Các ý kiến góp ý, phản ánh hoặc phàn nàn cần được ghi nhận đầy đủ, chuyển đến bộ phận liên quan và xử lý trong thời gian sớm nhất nhằm hạn chế sự không hài lòng của khách lưu trú. Việc thường xuyên tổng hợp phản hồi cũng giúp khách sạn kịp thời điều chỉnh những điểm còn hạn chế trong quá trình phục vụ.

Để nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, khách sạn cần tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ về kỹ năng giao tiếp, kỹ năng lắng nghe, tâm lý khách hàng và kỹ năng xử lý tình huống cho nhân viên bộ phận buồng. Qua đó giúp nhân viên nâng cao sự đồng cảm, ứng xử linh hoạt và tạo được thiện cảm đối với khách hàng trong suốt thời gian lưu trú.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần nâng cao khả năng thấu hiểu và chăm sóc khách hàng, cải thiện mức độ hài lòng của khách lưu trú, đồng thời nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp và chất lượng dịch vụ của TMS Hotel Da Nang Beach.

3.3.5 Giải pháp nâng cao công tác kiểm tra và phối hợp giữa các bộ phận

Kết quả khảo sát ở Chương 2 cho thấy một số tiêu chí thuộc nhóm “Độ tin cậy”

và “Khả năng đáp ứng” chưa được khách hàng đánh giá cao. Điều này cho thấy chất lượng phục vụ chưa thật sự đồng đều, việc xử lý yêu cầu của khách đôi lúc còn chậm và sự phối hợp giữa các bộ phận chưa đạt hiệu quả tối ưu. Vì vậy, nâng cao công tác kiểm tra và tăng cường phối hợp giữa các bộ phận là giải pháp cần thiết nhằm đảm bảo tính đồng bộ, hạn chế sai sót và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng.

Để hạn chế sai sót trong quá trình phục vụ, khách sạn cần xây dựng quy trình kiểm tra phòng chặt chẽ trước khi bàn giao cho khách lưu trú. Bộ phận buồng cần thực hiện kiểm tra đầy đủ các tiêu chí về vệ sinh, trang thiết bị, vật dụng và tiện nghi trong phòng theo checklist thống nhất cho từng ca làm việc. Việc kiểm tra cần được thực hiện đối với 100% phòng trước khi bàn giao nhằm hạn chế tình trạng thiếu vật dụng, hư hỏng thiết bị hoặc các sai sót ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng.

Công tác giám sát chất lượng làm việc của nhân viên cần được thực hiện thường xuyên thông qua các đợt kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất. Kết quả kiểm tra cần được ghi nhận, đánh giá và phản hồi kịp thời để nhân viên khắc phục những thiếu sót trong quá trình làm việc. Điều này sẽ góp phần nâng cao tính ổn định và độ tin cậy của dịch vụ buồng.

Khách sạn cũng cần tăng cường hiệu quả phối hợp giữa bộ phận buồng với lễ tân, kỹ thuật và các bộ phận liên quan. Thông tin về tình trạng phòng, yêu cầu đặc biệt của khách hoặc các sự cố phát sinh cần được cập nhật và trao đổi kịp thời để tránh chậm trễ trong quá trình phục vụ. Để nâng cao hiệu quả trao đổi thông tin, khách sạn có thể tổ chức các buổi họp ngắn từ 5 đến 10 phút trước mỗi ca làm việc và ứng dụng phần mềm quản lý khách sạn để cập nhật tình trạng phòng theo thời gian thực.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần giảm thiểu sai sót trong quá trình phục vụ, nâng cao tính đồng bộ giữa các bộ phận, cải thiện khả năng phản hồi đối với yêu cầu của khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

3.4 Kiến nghị

3.4.1 Đối với ban lãnh đạo khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach

Ban lãnh đạo khách sạn giữ vai trò quan trọng trong việc định hướng và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng. Vì vậy, khách sạn cần quan tâm xây dựng chiến lược phát

triển phù hợp, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho bộ phận buồng nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng. Bên cạnh đó, khách sạn cần chú trọng đầu tư vào công tác đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là kỹ năng nghiệp vụ, ngoại ngữ, giao tiếp và xử lý tình huống cho nhân viên bộ phận buồng nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách lưu trú. Đồng thời, ban lãnh đạo nên tạo môi trường làm việc tích cực và có chính sách động viên phù hợp để nâng cao tinh thần trách nhiệm và tính chủ động của nhân viên trong quá trình phục vụ.

Ngoài ra, khách sạn cần tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, kiểm tra và bảo trì định kỳ các trang thiết bị trong phòng nghỉ nhằm đảm bảo tính đồng bộ và tiện nghi cho khách hàng. Công tác kiểm tra, giám sát chất lượng phục vụ và phối hợp giữa các bộ phận cũng cần được chú trọng nhằm hạn chế sai sót và nâng cao hiệu quả phục vụ khách lưu trú. Đồng thời, khách sạn nên đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý buồng, quan tâm nhiều hơn đến phản hồi và nhu cầu thực tế của khách hàng để kịp thời điều chỉnh chất lượng dịch vụ phù hợp. Điều này sẽ góp phần nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của khách sạn trong thời gian tới.

3.4.2 Đối với bộ phận buồng

Bộ phận buồng là bộ phận trực tiếp ảnh hưởng đến chất lượng lưu trú và mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ tại khách sạn. Vì vậy, bộ phận buồng cần nâng cao tinh thần trách nhiệm, tính chuyên nghiệp và sự chủ động trong quá trình phục vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách lưu trú. Nhân viên cần thực hiện đúng quy trình phục vụ, đảm bảo vệ sinh phòng nghỉ, kiểm tra đầy đủ vật dụng trước khi bàn giao phòng và hạn chế các sai sót phát sinh trong quá trình phục vụ khách hàng.

Bên cạnh đó, bộ phận buồng cần tăng cường phối hợp và trao đổi thông tin với các bộ phận liên quan như lễ tân, kỹ thuật và ẩm thực nhằm hỗ trợ xử lý yêu cầu của khách nhanh chóng và hiệu quả hơn. Đồng thời, nhân viên cần chủ động lắng nghe phản hồi, quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng và duy trì thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình trong quá trình làm việc. Ngoài ra, bộ phận buồng cũng nên tích cực tham gia các khóa đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống để nâng cao chất lượng phục vụ và cải thiện trải nghiệm lưu trú của khách hàng trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh ngành du lịch – khách sạn ngày càng phát triển và cạnh tranh mạnh mẽ, chất lượng dịch vụ buồng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm lưu trú, mức độ hài lòng của khách hàng và hình ảnh của khách sạn. Vì vậy, đề tài “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach” được thực hiện nhằm nghiên cứu và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn. Thông qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận và khảo sát thực tế, khóa luận cho thấy chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach nhìn chung được khách hàng đánh giá tương đối tích cực, đặc biệt ở các tiêu chí về cơ sở vật chất và sự đảm bảo trong phục vụ. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế liên quan đến khả năng đáp ứng, tính chủ động trong phục vụ, xử lý yêu cầu của khách hàng và sự đồng cảm đối với nhu cầu riêng của khách lưu trú. Những hạn chế này xuất phát từ nhiều nguyên nhân như chất lượng nguồn nhân lực chưa đồng đều, áp lực công việc trong mùa cao điểm, quy trình phối hợp chưa thật sự hiệu quả và cơ sở vật chất chưa được kiểm tra, nâng cấp thường xuyên.

Từ những kết quả nghiên cứu đạt được, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn TMS Hotel Da Nang Beach như nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bộ phận buồng, cải thiện khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất và tiện nghi phòng nghỉ, tăng cường chăm sóc và hỗ trợ khách hàng, đồng thời nâng cao công tác kiểm tra và phối hợp giữa các bộ phận trong khách sạn. Bên cạnh đó, khóa luận cũng đưa ra một số kiến nghị đối với ban lãnh đạo khách sạn và bộ phận buồng nhằm hỗ trợ quá trình triển khai giải pháp một cách hiệu quả và phù hợp với điều kiện thực tế. Với những kết quả nghiên cứu đã đạt được, đề tài kỳ vọng sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ buồng, cải thiện trải nghiệm lưu trú, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn trong thời gian tới. Tuy nhiên, do hạn chế về thời gian, kinh nghiệm nghiên cứu và phạm vi khảo sát nên khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định và rất mong nhận được những ý kiến đóng góp để đề tài được hoàn thiện hơn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO (APA)

1. Bộ Khoa học và Công nghệ. (2015). Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 4391:2015 – Khách sạn: Xếp hạng. Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật.
2. Nguyễn Quyết Thắng. (2015). Giáo trình quản trị buồng (Housekeeping management): Từ lý thuyết đến thực tiễn. Nhà xuất bản Tài chính.
3. Nguyễn Văn Mạnh, & Hoàng Thị Lan Hương (Đồng Chủ biên). (2020). Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn (Tái bản có chỉnh sửa). Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
4. Quốc hội. (2017). Luật Du lịch (Luật số 09/2017/QH14 ngày 19 tháng 6 năm 2017). Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
5. Tổng cục Du lịch. (2013). Giáo trình Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS) – Nghiệp vụ buồng. Chương trình Phát triển Năng lực Du lịch có Trách nhiệm với Môi trường và Xã hội (EU-ESRT).
6. Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 170–192.
7. Cronin, J. J., Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
8. Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44.
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
10. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
11. Chon, K. S., & Maier, T. A. (2010). *Welcome to hospitality: An introduction* (3rd ed.). Cengage Learning.

PHỤ LỤC 1

KHẢO SÁT ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI
TMS HOTEL DA NANG BEACH
HOUSEKEEPING SERVICE QUALITY SURVEY AT TMS
HOTEL DA NANG BEACH

Xin chào / Hello / 안녕하세요 / こんにちは / 你好

Xin chân thành cảm ơn Quý khách đã sử dụng dịch vụ tại TMS Hotel Da Nang Beach.

Thank you for choosing TMS Hotel Da Nang Beach.

TMS Hotel Da Nang Beach를 이용해 주셔서 감사합니다.

TMS Hotel Da Nang Beachをご利用いただき、誠にありがとうございます.

感谢您选择 TMS Hotel Da Nang Beach.

Mục đích khảo sát / Purpose of the Survey

Khảo sát được thực hiện nhằm thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn, phục vụ cho nghiên cứu học thuật và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ.

This survey is conducted to collect guest feedback on room service quality for academic research and service improvement purposes.

Cam kết bảo mật / Confidentiality Statement

Mọi thông tin cung cấp sẽ được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Khảo sát không thu thập thông tin cá nhân và thời gian thực hiện khoảng 2–3 phút.

All information provided will be kept confidential and used only for research purposes.

The survey does not collect personal information and takes approximately 2–3 minutes to complete.

Vui lòng chọn ngôn ngữ / Please select your language

- Tiếng Việt
- English

Sau khi khách đã chọn ngôn ngữ khảo sát sẽ dẫn đến mẫu khảo sát với ngôn ngữ phù hợp với khách hàng.

✓ Mẫu khảo sát Tiếng Việt

PHẦN 1: THÔNG TIN CHUNG**THÔNG TIN CHUNG CỦA KHÁCH HÀNG****1. Giới tính**

- ☐ Nam
- ☐ Nữ

2. Độ tuổi

- ☐ Dưới 18 tuổi
- ☐ Từ 18 – 25 tuổi
- ☐ Từ 26 - 35 tuổi
- ☐ Từ 36 – 45 tuổi
- ☐ Trên 45 tuổi

3. Quốc tịch

- ☐ Việt Nam
- ☐ Hàn quốc
- ☐ Nhật Bản
- ☐ Trung Quốc
- ☐ Quốc gia khác: ...(Vui lòng ghi rõ)

4. Mục đích lưu trú

- ☐ Du lịch / Nghỉ dưỡng
- ☐ Công tác
- ☐ Thăm thân
- ☐ Khác: ...(Vui lòng ghi rõ)

5. Số lần lưu trú tại khách sạn

- ☐ Lần đầu tiên
- ☐ Từ 2 – 3 lần
- ☐ Trên 3 lần

PHẦN 2: BẢNG KHẢO SÁT ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG

Xin vui lòng cho biết mức độ đồng ý của quý khách đối với các nhận định dưới đây về chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

(1– Rất không hài lòng; 2– Không hài lòng; 3 – Trung bình; 4– Hài lòng; 5 – Hoàn toàn hài lòng)

STT	Nội dung câu hỏi	1	2	3	4	5
I. Tính hữu hình (<i>Nhóm tiêu chí này phản ánh cơ sở vật chất, trang thiết bị và hình thức phục vụ của bộ phận buồng.</i>)						
1	Phòng ngủ sạch sẽ và gọn gàng.					
2	Trang thiết bị trong phòng hoạt động tốt.					
3	Đồ dùng trong phòng được bố trí đầy đủ.					
4	Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái.					
5	Nhân viên buồng có đồng phục và tác phong chuyên nghiệp.					
II. Độ tin cậy (<i>Nhóm tiêu chí này phản ánh mức độ chính xác và ổn định trong quá trình cung cấp dịch vụ buồng.</i>)						
1	Phòng được dọn đúng thời gian quy định.					
2	Nhân viên thực hiện đúng yêu cầu của khách.					
3	Các vật dụng trong phòng luôn được bổ sung đầy đủ khi cần.					
4	Dịch vụ buồng được thực hiện ổn định và ít sai sót.					
5	Các vấn đề liên quan đến phòng được xử lý chính xác.					

III. Khả năng đáp ứng <i>(Nhóm tiêu chí này phản ánh mức độ sẵn sàng hỗ trợ và tốc độ phục vụ khách hàng của nhân viên bộ phận buồng.)</i>						
1	Nhân viên phản hồi nhanh khi khách yêu cầu.					
2	Nhân viên sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần.					
3	Các yêu cầu bổ sung được xử lý kịp thời.					
4	Khách dễ dàng liên hệ với bộ phận buồng.					
5	Nhân viên chủ động hỗ trợ khách trong quá trình lưu trú.					
IV. Sự đảm bảo <i>(Nhóm tiêu chí này phản ánh khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buồng.)</i>						
1	Nhân viên buồng có thái độ lịch sự và thân thiện.					
2	Nhân viên có tác phong phục vụ chuyên nghiệp.					
3	Nhân viên tạo cảm giác an tâm cho khách					
4	Nhân viên có khả năng giải quyết vấn đề hợp lý.					
5	Khách cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ buồng.					
V. Sự đồng cảm <i>(Nhóm tiêu chí này phản ánh sự quan tâm và thấu hiểu khách hàng của nhân viên bộ phận buồng.)</i>						
1	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu của khách.					
2	Nhân viên phục vụ với thái độ nhiệt tình.					
3	Nhân viên lắng nghe ý kiến của khách.					

4	Khách nhận được sự hỗ trợ phù hợp trong quá trình lưu trú.					
5	Nhân viên quan tâm đến các yêu cầu riêng của khách.					

PHẦN KẾT: Ý kiến đóng góp của khách hàng

Quý khách có góp ý nào nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn không?

.....

Lời cảm ơn

Xin chân thành cảm ơn Quý khách đã dành thời gian tham gia khảo sát.

Ý kiến đóng góp của Quý khách là cơ sở quan trọng giúp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại TMS Hotel Da Nang Beach.

Trân trọng cảm ơn!

✓ Mẫu khảo sát Tiếng Anh

PART 1: GENERAL INFORMATION

GENERAL INFORMATION

1. Gender

- ☐ Male
- ☐ Female

2. Age

- ☐ Under 18
- ☐ 18 – 25
- ☐ 26 – 35
- ☐ 36 – 45
- ☐ Over 45

3. Nationality

- ☐ Vietnamese
- ☐ Korean
- ☐ Japanese
- ☐ Chinese

- American
 - Others...(Please Specify)
4. Purpose of stay
- Tourism
 - Business trip
 - Vacation / Leisure
5. Number of stays at the hotel
- First time
 - 2 – 3 times
 - More than 3 times

PART 2: ROOM SERVICE QUALITY ASSESSMENT

ROOM SERVICE QUALITY ASSESSMENT

Please indicate your level of agreement with the following statements regarding the room service quality at TMS Hotel Da Nang Beach.

(1– Highly dissatisfied; 2 – Dissatisfied; 3 – Neutral; 4 – Satisfied; 5 – Highly satisfied)

No.	Survey Statements	1	2	3	4	5
I. Tangibles (<i>This group reflects the facilities, equipment, and appearance of the housekeeping department.</i>)						
1	The room is clean and tidy.					
2	Room equipment functions properly.					
3	Room amenities are fully provided.					
4	The room space is comfortable.					
5	Housekeeping staff have professional appearance and uniforms.					
II. Reliability (<i>This group reflects the accuracy and consistency of room service delivery.</i>)						
1	The room is cleaned on schedule.					
2	Staff fulfill guests' requests accurately.					

3	Room supplies are replenished when needed.					
4	Room service is provided consistently with few errors.					
5	Room-related problems are handled properly.					
III. Responsiveness <i>(This group reflects the willingness and speed of staff in assisting guests.)</i>						
1	Staff respond quickly to guests' requests.					
2	Staff are willing to assist guests when needed.					
3	Additional requests are handled promptly.					
4	Guests can easily contact the housekeeping department.					
5	Staff proactively support guests during their stay.					
IV. Assurance <i>(This group reflects the ability of staff to create trust and confidence for guests.)</i>						
1	Housekeeping staff are polite and friendly.					
2	Staff demonstrate professional service attitudes.					
3	Staff make guests feel secure and comfortable.					
4	Staff are able to solve problems effectively.					
5	Guests feel safe when using room services.					
V. Empathy <i>(This group reflects the care and understanding shown by housekeeping staff)</i>						

	toward guests.)					
1	Staff pay attention to guests' needs.					
2	Staff serve guests enthusiastically.					
3	Staff listen to guests' opinions and feedback.					
4	Guests receive appropriate support during their stay.					
5	Staff care about guests' personal requests.					

FINAL SECTION: Customer feedback

Do you have any suggestions to improve the room service quality at the hotel?

.....

Thank you

Thank you for taking the time to complete this survey.

Your feedback is valuable in improving room service quality at TMS Hotel Da Nang Beach.

Sincerely thank you!

PHỤ LỤC 2

Dầu thời gian	Họ và Tên	Giới tính	Độ tuổi	Quốc Tịch	Mục đích lưu trữ	Số lần lưu trữ tại khách sạn	H H 1	H H 2	H H 3	H H 4	H H 5	T C 1	T C 2	T C 3	T C 4	T C 5	D U 1	D U 2	D U 3	D U 4	D U 5	D B 1	D B 2	D B 3	D B 4	D B 5	D C 1	D C 2	D C 3	D C 4	D C 5
10/04/202 6 08:02	Nguyễn Minh Anh	Nam	18– 25	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2
10/04/202 6 08:06	Trần Quốc Huy	Nam	26– 35	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	5	3	5	4	5	3	4	3	4	4	3	3	2	2	4	3	5	2	3	3	3	2	3	3
10/04/202 6 08:11	Lê Hoàng Nam	Nữ	18– 25	Việt Nam	Công tác	Lần đầu tiên	4	3	5	3	5	3	5	2	5	2	2	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	4	5	2
10/04/202 6 08:19	Phạm Gia Hân	Nữ	26– 35	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
10/04/202 6 08:25	Võ Khánh Linh	Nam	36– 45	Việt Nam	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	3	5	3	5	3	5	3	5	5	3	3	2	2	3	3	5	2	3	3	3	2	2	3
10/04/202 6 08:33	Đặng Thanh Tùng	Nam	26– 35	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	2
10/04/202 6 08:41	Bùi Ngọc Mai	Nữ	18– 25	Việt Nam	Công tác	Từ 2 – 3 lần	4	5	4	2	5	3	2	3	2	2	2	2	2	4	3	4	2	2	3	5	2	2	4	4	3
10/04/202 6 08:49	Huỳnh Gia Bảo	Nam	26– 35	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	5	3	3	5	4	4	5	4	5	3	3	5	3	3	2	3	5	5	2	3	5	5	3	3	4
10/04/202 6 08:54	Đỗ Minh Khang	Nam	36– 45	Việt Nam	Thăm thân	Trên 3 lần	4	4	5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
10/04/202 6 09:02	Nguyễn Hải Yến	Nữ	26– 35	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	4	3	5	4	3	5	3	2	2	3	2	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	2	2
10/04/202 6 09:09	Trần Tuấn Kiệt	Nam	18– 25	Việt Nam	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
10/04/202 6 09:15	Lý Thanh Trúc	Nữ	26– 35	Việt Nam	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	2	5	5	2	5	5	4	2	3	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2
10/04/202 6 09:22	Phan Nhật Minh	Nam	36– 45	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	2	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3
10/04/202 6 09:29	Hồ Đức Anh	Nam	26– 35	Việt Nam	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	5	5	4	3	5	4	4	2	2	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2
10/04/202 6 09:36	Mai Quỳnh Như	Nữ	Trên 45	Việt Nam	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	3	4	3	3	5	3	2	3	5	5	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4
10/04/202 6 09:42	John Smith	Nam	26– 35	Anh	Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	3	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	2	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3
10/04/202 6 09:49	Emma Johnson	Nữ	18– 25	Anh	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	4	4	5	4	5	5	3	2	4	4	2	3	3	2	4	5	5	3	4	2	5	3	5	2
10/04/202 6 09:55	Michael Brown	Nam	26– 35	Mỹ	Công tác	Lần đầu tiên	4	5	3	4	5	3	4	4	5	2	2	5	5	2	2	3	4	4	2	3	5	4	2	3	3
10/04/202 6 10:03	Olivia Davis	Nam	36– 45	Mỹ	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	4	2	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4
10/04/202 6 10:11	William Wilson	Nữ	26– 35	Canada	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	2	5
10/04/202 6 10:18	Sophia Miller	Nam	18– 25	Đức	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	2	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	2
10/04/202 6 10:25	James Taylor	Nam	26– 35	Pháp	Công tác	Từ 2 – 3 lần	5	4	4	5	4	3	3	5	2	2	2	2	2	4	3	4	3	5	3	4	2	3	4	3	3

10/04/202 6 10:33	Charlotte Anderson	Nữ	36- 45	Ý	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	4	5	5	3	5	4	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	2
10/04/202 6 10:41	Benjamin Thomas	Nam	26- 35	Hà Lan	Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	5	3	4	4	3	5	2	4	4	3	3	4	5	4	3	4	2	4	4	5	4	2	4	2	3
10/04/202 6 10:48	Amelia Jackson	Nữ	18- 25	Tây Ban Nha	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	4	2	2	4	4	5	3	3	4	4	3	2	2	2	2	5	2	2	3	3	5	2	5	4
10/04/202 6 10:55	Daniel White	Nam	26- 35	Úc	Công tác	Lần đầu tiên	4	2	5	5	5	2	4	4	4	2	2	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	2
10/04/202 6 15:02	Isabella Harris	Nữ	Trên 45	Thụy Sĩ	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	3	4	4	5	3	2	2	5	5	2	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3
10/04/202 6 15:09	Alexander Martin	Nam	36- 45	Thụy Điển	Thăm thân	Trên 3 lần	5	4	4	3	5	4	5	5	5	3	3	5	2	4	3	4	5	3	4	5	5	5	4	2	2
10/04/202 6 15:15	Mia Thompson	Nam	26- 35	Na Uy	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	5	3	5	5	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3
10/04/202 6 15:22	Henry Garcia	Nữ	18- 25	Mỹ	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	3	5	5	4	4	5	5	4	3	2	2	3	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4
10/04/202 6 15:29	Evelyn Martinez	Nam	26- 35	Đức	Công tác	Lần đầu tiên	4	4	2	5	5	4	4	3	4	5	5	4	2	2	2	2	4	5	2	3	4	4	2	4	5
10/04/202 6 15:36	Lucas Robinson	Nam	36- 45	Anh	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	4	5	4	4	5	5	3	4	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	2	2
10/04/202 6 15:43	Harper Clark	Nữ	26- 35	Canada	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	4	4	3	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	3
10/04/202 6 15:50	Ethan Rodriguez	Nam	18- 25	Pháp	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	4	5	4	4	5	3	2	5	4	2	2	4	2	4	3	4	2	4	3	5	4	2	4	3	2
10/04/202 6 15:57	Ava Lewis	Nữ	26- 35	Mỹ	Công tác	Từ 2 – 3 lần	5	3	4	5	4	4	5	3	3	5	5	3	3	3	2	4	5	5	3	4	3	5	3	4	3
10/04/202 6 16:05	Liam Lee	Nam	36- 45	Úc	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	4	4	2	4	3	5	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4
10/04/202 6 16:12	Noah Walker	Nam	26- 35	Ý	Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	5	5	3	5	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	3	5	3	4	2	3	3	5	2
10/04/202 6 16:20	Chloe Hall	Nữ	18- 25	Hà Lan	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	4	5	4	5	5	4	4	5	2	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3
10/04/202 6 16:28	Mason Allen	Nam	26- 35	Thụy Điển	Công tác	Lần đầu tiên	4	5	3	3	5	4	5	2	4	5	5	4	2	2	2	3	5	3	2	3	4	5	2	4	2
10/04/202 6 16:35	Grace Young	Nữ	Trên 45	Na Uy	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	2	4	4	5	3	4	3	4	3	2	3
10/04/202 6 16:42	Logan King	Nam	36- 45	Tây Ban Nha	Thăm thân	Trên 3 lần	5	3	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4
10/04/202 6 16:51	Emily Wright	Nữ	26- 35	Đức	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	5	5	3	5	4	4	5	4	2	2	2	3	3	3	2	3	5	5	3	4	2	5	3	3	5
11/04/202 6 08:04	Jacob Scott	Nam	18- 25	Mỹ	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	4	4	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2
11/04/202 6 08:11	Sofia Green	Nam	26- 35	Canada	Công tác	Lần đầu tiên	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3
11/04/202 6 08:18	David Adams	Nữ	36- 45	Anh	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Trên 3 lần	5	4	3	5	4	5	4	2	3	4	4	3	3	2	2	3	4	5	2	3	3	4	2	5	2
11/04/202 6 08:25	Kim Min Joon	Nam	26- 35	Hàn Quốc	Nghỉ dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	3	4	5	4	5	5	4	2	2	4	2	3	2	3	5	4	3	4	4	5	3	3	3
11/04/202 6 08:32	Lee Seo Yeon	Nữ	18- 25	Hàn Quốc	Du lịch / Nghỉ dưỡng	Lần đầu tiên	3	3	2	5	4	5	4	3	2	5	5	3	3	2	2	4	4	5	2	3	2	4	2	4	4

11/04/202 6 08:39	Park Ji Hoon	Nam	26–35	Hàn Quốc	Công tác	Từ 2 – 3 lần	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	3	5	4	5	4	5	3	4	5	5	5	3	5	2	2
11/04/202 6 08:46	Choi Min Seo	Nam	36–45	Hàn Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	5	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	2	3	2	4	5	3	3	4	4	5	3	5	3
11/04/202 6 08:53	Jung Woo Jin	Nữ	26–35	Hàn Quốc	Nghi dưỡng	Trên 3 lần	4	4	4	5	3	5	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	3	2
11/04/202 6 09:01	Han So Young	Nam	18–25	Hàn Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	5	4	4	5	4	3	2	4	5	5	4	2	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
11/04/202 6 09:08	Kang Hyun Woo	Nam	26–35	Hàn Quốc	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4
11/04/202 6 09:15	Yoo Ji Eun	Nữ	Trên 45	Hàn Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	3	4	5	4	2	3	5	4	4	5	4	3	2	3	2	4	3	4	5	2	3	5	5
11/04/202 6 09:22	Shin Tae Hyun	Nam	36–45	Hàn Quốc	Thăm thân	Trên 3 lần	4	3	3	2	4	2	5	4	4	2	2	4	2	3	2	3	5	2	3	4	4	5	3	4	2
11/04/202 6 09:29	Lim Hae Rin	Nữ	26–35	Hàn Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	5	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3
11/04/202 6 09:36	Kato Haruki	Nam	18–25	Nhật Bản	Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	5	4	5	3	4	5	5	4	3	5	4	2
11/04/202 6 09:43	Saito Yuna	Nữ	26–35	Nhật Bản	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	3	5	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3	2	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3
11/04/202 6 09:50	Tanaka Ren	Nam	36–45	Nhật Bản	Du lịch / Nghi dưỡng	Trên 3 lần	3	2	5	3	5	4	5	5	5	3	3	5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4
11/04/202 6 09:57	Suzuki Mei	Nam	26–35	Nhật Bản	Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2
11/04/202 6 10:04	Yamamoto Kaito	Nữ	18–25	Nhật Bản	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	4	4	4	5	5	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	5	3	5	3	3	4	3	3
11/04/202 6 10:11	Nakamura Aoi	Nam	26–35	Nhật Bản	Công tác	Từ 2 – 3 lần	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2
11/04/202 6 10:18	Kobayashi Sora	Nữ	Trên 45	Nhật Bản	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	3	3
11/04/202 6 10:25	Ito Hana	Nam	36–45	Nhật Bản	Nghi dưỡng	Trên 3 lần	4	4	5	4	5	5	4	2	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4
11/04/202 6 10:32	Takahashi Yuki	Nữ	26–35	Nhật Bản	Du lịch / Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	2
11/04/202 6 10:40	Watanabe Mio	Nam	18–25	Nhật Bản	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	5	2	4	3	4	3	3	3
11/04/202 6 10:48	Chen Wei	Nam	26–35	Trung Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	3	5	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2
11/04/202 6 10:56	Li Na	Nữ	36–45	Trung Quốc	Thăm thân	Trên 3 lần	5	4	3	5	5	3	5	3	3	3	4	3	3	3	2	4	5	5	2	4	3	5	3	3	3
11/04/202 6 15:03	Wang Hao	Nam	26–35	Trung Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	4	5	3	4	3	5	4	4	5	4	3	5	4	3	2	4	4	4	2	3	5	4	3	5	2
11/04/202 6 15:10	Zhang Rui	Nữ	18–25	Trung Quốc	Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	5	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	2	2	2	4	3	3	2	2	4	3	2	4	3
11/04/202 6 15:17	Liu Yan	Nam	26–35	Trung Quốc	Công tác	Lần đầu tiên	4	4	4	5	5	3	4	5	3	4	3	3	3	3	2	4	4	5	3	4	3	4	3	3	2
11/04/202 6 15:24	Zhao Ming	Nam	Trên 45	Trung Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Trên 3 lần	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	2	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3
11/04/202 6 15:31	Sun Jie	Nữ	36–45	Trung Quốc	Nghi dưỡng	Từ 2 – 3 lần	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	4	3	2
11/04/202 6 15:39	Wu Xin	Nam	26–35	Trung Quốc	Du lịch / Nghi dưỡng	Lần đầu tiên	5	5	5	4	4	4	3	3	5	3	4	5	2	5	4	5	3	4	4	5	5	3	5	4	3

11/04/202 6 15:46	Xu Lei	Nữ	18– 25	Trung Quốc	Công tác	Từ 2 – 3 lần	4	4	5	2	5	2	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	2	5	5	4	4	5	3	2
11/04/202 6 15:53	Huang Lin	Nam	26– 35	Trung Quốc	Du lịch / Nghỉ đường	Lần đầu tiên	4	5	4	5	4	5	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	4	3
11/04/202 6 16:02	Martin Keller	Nam	Dướ i 18	Đức	Nghỉ đường	Trên 3 lần	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	2
11/04/202 6 16:09	Sophie Laurent	Nữ	36– 45	Pháp	Du lịch / Nghỉ đường	Từ 2 – 3 lần	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	5	4	5	3	3	5	5	3	4	5	3	3
11/04/202 6 16:17	Andrew Cooper	Nam	26– 35	Mỹ	Công tác	Lần đầu tiên	5	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	5	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	3	3	2
11/04/202 6 16:25	Natalie Evans	Nữ	Trên 45	Úc	Du lịch / Nghỉ đường	Từ 2 – 3 lần	3	5	3	5	4	5	4	3	4	3	3	4	2	3	2	4	5	5	2	4	4	5	3	3	3
11/04/202 6 16:32	Jonathan Baker	Nam	18– 25	Anh	Thăm thân	Trên 3 lần	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	2	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	3	2
11/04/202 6 16:40	Clara Fischer	Nam	26– 35	Đức	Du lịch / Nghỉ đường	Lần đầu tiên	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	2	2
11/04/202 6 16:49	Robert Murphy	Nữ	Dướ i 18	Canada	Nghỉ đường	Từ 2 – 3 lần	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2
11/04/202 6 16:56	Elena Rossi	Nam	Dướ i 18	Ý	Công tác	Lần đầu tiên	3	5	3	5	5	5	4	3	5	3	3	4	2	3	2	4	5	5	2	4	4	5	3	4	2