

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront”

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Phạm Diễm Quỳnh

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront”

Giảng viên hướng dẫn	: ThS. Nguyễn Thúy Nga
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Phạm Diễm Quỳnh
Mã số sinh viên	: 2254060041
Khóa học	: 2022 - 2026
Lớp	: 22KS

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

Mục lục

DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC HÌNH.....	viii
DANH MỤC SƠ ĐỒ - BIỂU ĐỒ	ix
DANH MỤC VIẾT TẮT	x
LỜI CẢM ƠN.....	xi
PHẦN MỞ ĐẦU	xiii
1.Lý do chọn đề tài	xiii
2.Mục tiêu nghiên cứu.....	xiv
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	xiv
4. Phương pháp nghiên cứu	xiv
5. Bố cục khóa luận.....	xiv
Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG.....	1
1.1. Hoạt động kinh doanh khách sạn.....	1
1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn	1
1.1.2. Đặc điểm của kinh doanh khách sạn	2
1.1.3. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn	3
1.2. Nhà hàng và kinh doanh nhà hàng.....	3
1.2.1. Khái niệm nhà hàng và kinh doanh nhà hàng	3
1.2.1.1 Khái niệm nhà hàng	3
1.2.1.2 Khái niệm kinh doanh nhà hàng	4
1.2.2. Phân loại nhà hàng	4
1.2.2.1 Phân loại nhà hàng theo đặc điểm món ăn.....	4
1.2.2.2 Phân loại nhà hàng theo quy mô	4
1.2.2.3 Phân loại nhà hàng theo hình thức phục vụ.....	5
1.2.2.4 Các phân loại khác	6
1.2.3. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận nhà hàng	6
1.2.3.1. Chức năng	6
1.2.3.2. Nhiệm vụ	7
1.3 Khái quát về dịch vụ buffet sáng trong khách sạn	7
1.3.1 Khái niệm buffet sáng.....	7
1.3.2 Vai trò của buffet sáng	8

1.3.3 Các đặc thù dịch vụ buffet sáng	8
1.4 Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.....	10
1.4.1 Khái niệm sự hài lòng của khách hàng	10
1.4.2 Mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ	11
1.4.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn	12
1.4.4. Một số mô hình đánh giá sự hài lòng của khách hàng	16
1.4.4.1. Mô hình SERVQUAL	17
1.4.4.2. Mô hình SERVPERF.....	17
TIÊU KẾT CHƯƠNG 1	19
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG RUMBA THUỘC KHÁCH SẠN MELIÃ VINPEAR DANANG RIVERFRONT.....	20
2.1 Giới thiệu tổng quan về khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront.....	20
2.1.1 Tổng quan về khách sạn	20
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn	21
2.1.2.1 Lịch sử hình thành	21
2.1.2.2 Sứ mệnh và giá trị cốt lõi	21
2.1.3 Các sản phẩm dịch vụ của khách sạn	22
2.1.3.1 Dịch vụ lưu trú	22
2.1.3.2 Dịch vụ ăn uống	24
2.1.3.3 Các dịch vụ bổ sung khác.....	25
2.1.4 Cơ cấu tổ chức khách sạn	26
2.1.4.1 Bộ máy tổ chức.....	26
2.1.4.2 Tình hình nhân sự	27
2.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn	28
2.2.1 Tình hình thu hút khách của khách sạn	28
2.2.2 Kết quả kinh doanh khách sạn.....	29
2.3. Tổng quan về nhà hàng Rumba	30
2.3.1. Giới thiệu về nhà hàng Rumba	30
2.3.1.1 Vị trí và không gian.....	30
2.3.1.2 Thực đơn buffet sáng tại nhà hàng.....	30
2.3.2. Cơ cấu khách.....	30
2.4 Tình hình hoạt động của nhà hàng Rumba	32

2.4.1 Nguồn nhân lực và cơ sở vật chất	32
2.4.1.1 Đội ngũ lao động tại bộ phận nhà hàng.....	32
2.4.1.2 Cơ sở vật chất	33
2.4.2 Doanh thu nhà hàng	35
2.5 Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng tại nhà hàng Rumba	36
2.5.1 Món ăn và đồ uống.....	36
2.5.2 Nhân viên phục vụ	37
2.5.3 Cơ sở vật chất và không gian	38
2.5.4. Quy trình phục vụ:	39
2.6.2 Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về đối với dịch vụ buffet tại nhà hàng Rumba.....	40
2.6.2.1 Mô tả khảo sát về sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng	40
2.5.1.2 Thông tin mẫu khảo sát.....	41
2.6.3 Mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn	44
2.6.3.1 Đánh giá về món ăn và đồ uống	44
2.6.3.2 Đánh giá về nhân viên phục vụ	45
2.6.3.3 Đánh giá về cơ sở vật chất không gian	46
2.6.3.4 Đánh giá về quy trình phục vụ	48
2.6.3.5 Đánh giá về sự hài lòng khách hàng	49
2.6.3.6 Tổng hợp ý kiến khách hàng	50
2.6.3.6 Đánh giá tổng kết.....	52
2.7 Đánh giá chung về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba.....	53
2.7.1 Món ăn và đồ uống.....	53
2.7.2 Nhân viên phục vụ	53
2.7.3 Quy trình phục vụ	54
2.7.4 Cơ sở vật chất & không gian	54
Tiêu kết chương 2	55
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG RUMBA THUỘC KHÁCH SẠN MELIÁ VINPEAL DANANG RIVERFRONT	56
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp.....	56
3.1.1. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam.....	56
3.1.2. Chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng	57

3.1.3 Chiến lược phát triển nhà hàng RumBa	59
3.2. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront.....	60
3.2.1. Nâng cao chất lượng món ăn và đồ uống	60
3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên.....	62
3.2.3. Tăng cường công tác quản lý chất lượng dịch vụ	64
3.2.4. Nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng	65
3.3 Kiến nghị và đề xuất	66
3.3.1 Kiến nghị sở du lịch Đà Nẵng.....	66
3.3.2 Đề xuất với khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront	67
Tiểu kết chương 3	69
KẾT LUẬN	70
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	71
PHỤ LỤC.....	72

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1 Các yếu tố cấu thành dịch vụ ăn uống của nhà hàng.....	15
Bảng 2.1 Thông kê loại phòng khách sạn	22
Bảng 2.2 Thông kê các nhà hàng khách sạn	24
Bảng 2.3 Thông kê đội ngũ khách sạn	27
Bảng 2.4 Thông kê lượt khách của khách sạn.....	28
Bảng 2.5 Thông kê kết quả kinh doanh khách sạn.....	29
Bảng 2.6 Thực đơn buffet sáng tại nhà hàng Rumba.....	30
Bảng 2.7 Thông kê lượt khách nhà hàng Rumba.....	31
Bảng 2.8 Thông kê đội ngũ lao động tại bộ phận nhà hàng.....	32
Bảng 2.9 Thông kê cơ sở vật chất nhà hàng Rumba.....	33
Bảng 2.10 Thông kê kết quả kinh doanh nhà hàng.....	35
Bảng 2.11 Quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng.....	39
Bảng 2.12 Ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình.....	41
Bảng 2.13 Thông kê đóng góp ý kiến của khách hàng	51

DANH MỤC HÌNH

Mô hình nghiên cứu 1.1 Mô hình thang đo SERVQUAL.....	17
Mô hình nghiên cứu 1.2. Mô hình SERVPERF	18
Hình 2.1 Logo của khách sạn Meliã Vinpear DaNang Riverfront.....	20
Hình 2.2 YHI Spa.....	25
Hình 2.3 Phòng họp.....	26

DANH MỤC SƠ ĐỒ - BIỂU ĐỒ

Sơ đồ 2.1 Bộ máy tổ chức khách sạn	26
Sơ đồ 2.2 Quy trình phục vụ	39
Biểu đồ 2.1 Thống kê giới tính giới tính khách hàng	41
Biểu đồ 2.2 Thống kê độ tuổi khách hàng	42
Biểu đồ 2.3 Thống kê khách lưu trú tại khách sạn.....	42
Biểu đồ 2.4 Thống kê tần suất khách sử dụng buffet sáng tại nhà hàng	43
Biểu đồ 2.5 Đánh giá của khách hàng về món ăn và đồ uống	44
Biểu đồ 2.6 Đánh giá của khách hàng về nhân viên phục vụ	45
Biểu đồ 2.7 Đánh giá của khách hàng về cơ sở vật chất không gian.....	46
Biểu đồ 2.8 Đánh giá của khách hàng về quy trình phục vụ	48
Biểu đồ 2.9 Đánh giá của khách hàng về sự hài lòng khách hàng.....	49
Biểu đồ 2.10 Đánh giá điểm tổng kết.....	52

DANH MỤC VIẾT TẮT

Tên viết tắt	Giải thích
ĐVT	Đơn vị tính
ĐH	Đại học
CĐ	Cao đẳng
TC	Trung cấp
TA	Tiếng anh
NN2	Ngôn ngữ 2
SL	Số lượng
TT	Tỷ trọng

LỜI CẢM ƠN

Sau khoảng thời gian học tập và rèn luyện tại Trường Đại học kiến Trúc Đà Nẵng em đã có cơ hội vận dụng những kiến thức đã được học vào quá trình thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Để hoàn thành đề tài này, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ và động viên từ quý thầy cô, gia đình, bạn bè và đơn vị thực tập. Với lòng biết ơn sâu sắc, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến tất cả những người đã đồng hành và hỗ trợ em trong suốt thời gian qua.

Trước hết, em xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu nhà trường cùng toàn thể quý thầy cô Trường Đại học kiến Trúc Đà Nẵng đặc biệt là quý thầy cô khoa Du lịch đã tận tình giảng dạy, truyền đạt cho em những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập. Không chỉ cung cấp nền tảng chuyên môn, thầy cô còn luôn tạo điều kiện thuận lợi, động viên và giúp em có thêm động lực để hoàn thành chương trình học cũng như khóa luận tốt nghiệp này. Những kiến thức và kinh nghiệm mà thầy cô truyền đạt sẽ là hành trang quý giá giúp em vững vàng hơn trên con đường nghề nghiệp sau này.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Cô Nguyễn Thúy Nga - giảng viên hướng dẫn đã luôn tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và đồng hành cùng em trong suốt quá trình thực hiện đề tài. Cô không chỉ dành nhiều thời gian để góp ý, chỉnh sửa nội dung mà còn luôn động viên, định hướng và giúp em khắc phục những khó khăn trong quá trình nghiên cứu. Những ý kiến đóng góp quý báu và sự hỗ trợ tận tâm của Cô là yếu tố quan trọng giúp em hoàn thiện khóa luận một cách tốt nhất.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh/chị nhân viên tại khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront đã nhiệt tình hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt thời gian thực tập. Sự giúp đỡ của quý đơn vị đã giúp em có cơ hội tiếp cận môi trường làm việc thực tế, học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm và thu thập được những thông tin cần thiết phục vụ cho đề tài nghiên cứu. Những trải nghiệm thực tế tại đơn vị thực tập đã giúp em hiểu rõ hơn về chuyên ngành mình đang theo học cũng như tích lũy thêm nhiều kỹ năng cần thiết cho công việc trong tương lai.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến gia đình - những người luôn bên cạnh yêu thương, động viên và tạo điều kiện tốt nhất cho em trong suốt quá trình học tập. Sự quan tâm, tin tưởng và hy sinh của gia đình chính là nguồn động lực to lớn giúp

em vượt qua những khó khăn để hoàn thành khóa luận này. Đồng thời, em cũng chân thành cảm ơn bạn bè đã luôn đồng hành, chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ em trong quá trình học tập cũng như thực hiện đề tài.

Mặc dù đã cố gắng hoàn thành khóa luận với tất cả sự nỗ lực và nghiêm túc của bản thân, tuy nhiên do hạn chế về thời gian, kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm thực tế nên đề tài khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được sự thông cảm cùng những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô để khóa luận 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 tại Đà Nẵng đang có sự tăng trưởng mạnh mẽ và trở thành một trong những điểm đến hàng đầu tại Việt Nam, mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong lĩnh vực lưu trú ngày càng gay gắt, đặc biệt ở phân khúc khách sạn cao cấp. Để tạo dựng lợi thế cạnh tranh bền vững, các khách sạn không chỉ chú trọng đến cơ sở vật chất mà còn phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, trong đó dịch vụ ăn uống, đặc biệt là buffet sáng, giữ vai trò quan trọng trong việc tạo ấn tượng ban đầu và ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm tổng thể của khách hàng trong suốt thời gian lưu trú.

Meliã Vinpearl Danang Riverfront là một trong những khách sạn 5 sao nổi bật tại Đà Nẵng, thu hút lượng lớn khách du lịch nội địa và quốc tế. Trong đó, nhà hàng Rumba nơi cung cấp dịch vụ buffet sáng không chỉ đáp ứng nhu cầu ẩm thực đa dạng mà còn góp phần thể hiện hình ảnh, đẳng cấp và chất lượng phục vụ của khách sạn. Tuy nhiên, trong thực tế, sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng vẫn có thể chịu tác động bởi nhiều yếu tố như chất lượng món ăn, sự phong phú của thực đơn, cách bài trí không gian, thái độ và kỹ năng phục vụ của nhân viên cũng như quy trình phục vụ.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh khách hàng ngày càng có nhiều lựa chọn và yêu cầu cao hơn về chất lượng dịch vụ, việc duy trì và nâng cao sự hài lòng của khách hàng trở thành yếu tố then chốt giúp khách sạn giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới. Nếu không kịp thời cải thiện và đổi mới, khách sạn có thể mất đi lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ cùng phân khúc trên địa bàn. Do đó, việc nghiên cứu và đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng là hết sức cần thiết và mang tính thực tiễn cao.

Xuất phát từ những lý do trên, đề tài “Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba của khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront” được lựa chọn nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, từ đó đề xuất các giải pháp cụ thể và khả thi để nâng cao chất lượng dịch vụ. Đồng thời, đề tài cũng góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực dịch vụ ăn uống tại khách sạn và giúp người nghiên cứu vận dụng kiến thức đã học vào thực tiễn, nâng cao kỹ năng phân tích và đánh giá

trong ngành du lịch khách sạn

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

- Đánh giá thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

- Đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** sự hài lòng của khách nội địa với dịch vụ buffet sáng

- **Phạm vi nghiên cứu:**

+ Phạm vi không gian: Khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

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

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để tìm hiểu sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng và đề xuất giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng nội địa đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

- Nghiên cứu định tính:

+ Tổng hợp và phân tích tài liệu: Tác giả thu thập, tổng hợp các tài liệu, nghiên cứu trước đây liên quan đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng trong khách sạn. Quá trình này nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng.

- Nghiên cứu định lượng:

+ Xây dựng bảng hỏi: Dựa trên khung lý thuyết, thiết kế bảng hỏi để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng này đối với dịch vụ buffet sáng.

5. Bố cục khóa luận

Chương 1 : Cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng trong dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

Chương 2 : Đánh giá thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

Chương 3 : Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG

1.1. Hoạt động kinh doanh khách sạn

1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

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

Ở Việt Nam, trong Thông tư số 01/2002/TT-TCDL ngày 27/4/2002 của Tổng cục du lịch về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/NĐ-CP của Chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch đã ghi rõ: “*Khách sạn (Hotel) là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch*”

Trong cuốn sách “Giải thích thuật ngữ du lịch và khách sạn” của Khoa du lịch trường Đại học Kinh tế Quốc dân đã bổ sung 1 định nghĩa có tầm khái quát cao và có thể được sử dụng trong học thuật và nhận biết về khách sạn ở Việt Nam: “*Khách sạn là cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú (với đầy đủ tiện nghi), dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí và các dịch vụ cần thiết khác cho khách lưu lại qua đêm và thường xây dựng tại các điểm du lịch*”

Theo tài liệu TCVN 4391:2015 do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn quốc gia TCVN/TC228 “Du lịch và các dịch vụ có liên quan” (Việt Nam) biên soạn:

Khách sạn (hotel) là cơ sở lưu trú du lịch được xây dựng thành khối, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách. Khách sạn là một công trình kiến trúc kiên cố, có nhiều tầng, nhiều phòng ngủ được trang bị các thiết bị, tiện nghi, đồ đạc chuyên dùng nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ lưu trú, phục vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác. Tùy theo nội dung và đối tượng sử dụng mà phân loại khách sạn tạm trú, du lịch, nghỉ dưỡng, hội nghị, v.v... Theo mức độ tiện nghi phục vụ, khách sạn được phân hạng theo số lượng sao từ 1 đến 5 sao.

Kinh doanh khách sạn không chỉ dùng để nói về hoạt động kinh doanh của bản thân khách sạn, mà là danh từ chung để chỉ hoạt động kinh doanh của các cơ sở lưu trú du lịch nói chung. Theo Hoàng Thị Lan Hương (2013) khái niệm “*kinh doanh khách sạn được hiểu là hoạt động kinh doanh của các cơ sở lưu trú du lịch dựa trên*

việc cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng nhu cầu lưu lại tạm thời của khách du lịch”

1.1.2. Đặc điểm của kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn là một hoạt động kinh tế dịch vụ cao cấp mang tính tổng hợp. Tập hợp dịch vụ trong khách sạn được phân chia thành dịch vụ cơ bản và dịch vụ bổ sung để cung cấp cho khách du lịch và khách địa phương. Theo Hoàng Thị Lan Hương (2013) đặc điểm kinh doanh khách sạn gồm 5 đặc điểm :

Kinh doanh khách sạn có tính chu kỳ: Kinh doanh khách sạn luôn có tính chu kỳ, điều này phụ thuộc vào nhiều yếu tố như tính thời vụ, loại hình hay cấp hạng khách sạn và thị trường mà khách sạn nhắm đến. Ví dụ như: khách sạn nghỉ mát ở miền Trung thường đông khách mùa hè, vắng khách mùa mưa. Điều này khiến hoạt động kinh doanh biến động, nên người quản lý phải có biện pháp thu hút khách vào mùa thấp điểm.

Kinh doanh khách sạn mang tính liên tục: Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh dịch vụ liên tục. Khách sạn mở cửa 24/24 trong ngày và phục vụ 365 ngày trong năm (8760 giờ). Chính sự phục vụ liên tục này, đòi hỏi khách sạn phải luôn duy trì phục vụ cao độ và quản lý chất lượng tốt nhằm đáp ứng nhu cầu của du khách.

Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng vốn đầu tư lớn: Khách sạn được xây dựng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách nên cần đầu tư lớn về cơ sở vật chất và tiện nghi. Tuy nhiên, do hoạt động du lịch mang tính thời vụ và chi phí bảo trì cao, nên hiệu quả kinh doanh không ổn định, buộc nhà quản lý phải tìm cách tối ưu chi phí.

Kinh doanh khách sạn đòi hỏi sử dụng nhiều nhân công: Nhiều khâu trong kinh doanh khách sạn phải sử dụng lao động "sống" (trực tiếp phục vụ khách hàng), ở các khâu này rất khó áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật như cơ giới hóa, tự động hóa...Đây là nguyên nhân dẫn đến tăng chi phí tiền lương, do vậy đòi hỏi công tác tổ chức lao động ở từng công đoạn trong dây chuyền sản xuất, phục vụ phải hợp lý để nâng cao năng suất lao động và đảm bảo chất lượng phục vụ

Kinh doanh khách sạn có xu hướng chọn lọc đối tượng khách: Tùy thuộc vào cấp hạng, tính chất, vị trí và chiến lược kinh doanh... mà mỗi khách sạn ngay từ khi xây dựng và hoạt động đều nhắm đến một vài phân khúc khách hàng nhất định và họ

tập trung khai thác đối tượng đó.

1.1.3. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn là một mắt xích quan trọng trong ngành du lịch không chỉ đơn thuần là cung cấp chỗ nghỉ mà còn mang ý nghĩa rộng lớn hơn trong đời sống kinh tế và xã hội. Trước hết, khách sạn đáp ứng nhu cầu lưu trú, nghỉ ngơi và dịch vụ tiện nghi cho khách du lịch, doanh nhân và khách vắng lai. . Bên cạnh đó, ngành khách sạn còn góp phần thúc đẩy phát triển du lịch, tạo công ăn việc làm cho xã hội, đóng góp vào nguồn thu ngân sách nhà nước thông qua thuế và các khoản phí liên quan.

Về mặt xã hội, kinh doanh khách sạn góp phần nâng cao kinh doanh khách sạn còn có vai trò quảng bá hình ảnh đất nước, văn hóa và con người địa phương tới bạn bè quốc tế. Các khách sạn hiện đại còn là nơi tổ chức hội nghị, sự kiện chính trị – kinh tế – văn hóa, góp phần thúc đẩy hợp tác, hòa bình và tình hữu nghị giữa các dân tộc và nâng cao uy tín và sức cạnh tranh của điểm đến trên bản đồ du lịch thế giới.

1.2. Nhà hàng và kinh doanh nhà hàng

1.2.1. Khái niệm nhà hàng và kinh doanh nhà hàng

1.2.1.1 Khái niệm nhà hàng

Theo định nghĩa của ThS. Nguyễn Thị Hải Đường (2013), *"Nhà hàng là cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung kèm theo với chất lượng phục vụ cao, đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng"*. Định nghĩa này đã làm nổi bật tiêu chí phân biệt nhà hàng với các loại hình kinh doanh ăn uống thông thường khác, đó là chất lượng dịch vụ và sự đa dạng trong nhóm khách hàng mục tiêu, tùy thuộc vào năng lực, định hướng và phân khúc thị trường mà mỗi nhà hàng sẽ xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp để phục vụ hiệu quả các đối tượng khách hàng của mình.

Theo Thông tư số 18/1999/TT-BTM ngày 19/05/1999 của Bộ Thương Mại về việc hướng dẫn điều kiện kinh doanh nhà hàng ăn uống, quán ăn bình dân thì: *"Nhà hàng ăn uống là những cơ sở chế biến và bán các sản phẩm ăn uống có chất lượng cao, cơ sở vật chất, trang thiết bị và phương thức phục vụ tốt, đáp ứng được nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng"*.

1.2.1.2 Khái niệm kinh doanh nhà hàng

Theo TS. Nguyễn Văn Mạnh (2008): “*Kinh doanh nhà hàng trong du lịch bao gồm các hoạt động chế biến thức ăn, bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác nhằm thỏa mãn các nhu cầu về ăn uống và giải trí tại khách sạn cho khách nhằm mục đích thu lãi.*”

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

1.2.2. Phân loại nhà hàng

Có nhiều cách phân loại nhà hàng tùy theo sự khác nhau về hoạt động của chúng, tùy quy chế pháp lý của cơ sở Theo ThS. Nguyễn Thị Hải Đường (2013) phân loại nhà hàng gồm có 4 đặc điểm như sau

1.2.2.1 Phân loại nhà hàng theo đặc điểm món ăn

Phân loại nhà hàng theo đặc điểm món ăn là cách phân loại nhà hàng phổ biến nhất. Các nhà hàng này được phân loại dựa trên các món ăn hay kiểu đồ ăn mà nhà hàng phục vụ. Bao gồm:

Nhà hàng tổng hợp: là nhà hàng phục vụ tất cả các món ăn, đồ uống theo nhu cầu của mọi đối tượng khách, từ món ăn bình dân cho đến món ăn cao cấp, các món ăn đặc sản hay các món ăn của các quốc gia khác

Nhà hàng Âu: là nhà hàng được bài trí theo phong cách châu Âu và chuyên phục vụ các món ăn của châu Âu. Nhà hàng này thường có nhiều bàn nhỏ, phục vụ từng món ăn một, thường bố trí từ 2 đến 4 ghế ngồi mỗi bàn

Nhà hàng Á: là nhà hàng được bài trí theo phong cách Á, chuyên phục vụ các món Á.

Nhà hàng đặc sản: là nhà hàng chuyên kinh doanh đặc sản của địa phương như nhà hàng hải sản ở các vùng biển.

1.2.2.2 Phân loại nhà hàng theo quy mô

Căn cứ theo quy mô nhà hàng thường được đánh giá theo quy mô về cơ sở vật chất và khả năng phục vụ, thông thường người ta đánh giá quy mô nhà hàng dựa trên số lượng chỗ có khả năng phục vụ (cùng một thời điểm) của nhà hàng.

Nhà hàng nhỏ: là nhà hàng có quy mô dưới 50 chỗ ngồi. Loại hình này thường có diện tích hạn chế, cơ cấu tổ chức đơn giản và thường hướng đến phục vụ nhóm khách hàng nhỏ lẻ hoặc khách quen. Ưu điểm của nhà hàng nhỏ là tính linh hoạt cao, dễ dàng thay đổi thực đơn và phong cách phục vụ, tuy nhiên lại gặp hạn chế về khả năng phục vụ số lượng lớn khách cùng lúc.

Nhà hàng trung bình: là nhà hàng có quy mô từ trên 50 chỗ đến 150 chỗ. Đây là mô hình phổ biến nhất trên thị trường hiện nay, có khả năng phục vụ đa dạng đối tượng khách hàng như gia đình, nhóm bạn hoặc các buổi liên hoan nhỏ. Nhà hàng loại này thường có cơ cấu tổ chức rõ ràng hơn, bao gồm các bộ phận như bếp, phục vụ, quản lý và đôi khi có thêm các dịch vụ bổ trợ.

Nhà hàng lớn: là loại nhà hàng có quy mô hơn 150 chỗ. Loại hình này thường có diện tích rộng, cơ sở vật chất hiện đại, mức đầu tư cao và hệ thống quản lý chuyên nghiệp. Nhà hàng lớn có khả năng tổ chức các sự kiện như tiệc cưới, hội nghị, liên hoan quy mô lớn.

1.2.2.3 Phân loại nhà hàng theo hình thức phục vụ

Nhà hàng phục vụ theo thực đơn cố định (set menu/ Table d'hôte): Đây là loại hình nhà hàng chuyên phục vụ các bữa ăn đặt trước, định trước từ thực đơn món ăn cho đến số lượng các phần ăn và giá cả, khách có sự lựa chọn giới hạn trong khuôn khổ các món đã được lên sẵn trong thực đơn ăn bữa.

Nhà hàng chọn món (A la carte): Đây là hình thức kinh doanh nhà hàng với thực đơn rất đa dạng và phong phú về chủng loại món ăn và đồ uống được liệt kê toàn bộ để giúp khách hàng có thể dễ dàng lựa chọn món ăn theo sở thích và khả năng thanh toán.

Nhà hàng tự phục vụ (Buffet): thực khách sẽ tự phục vụ mình bằng cách lấy thức ăn được bày sẵn trên các quầy kệ của nhà hàng, tự chọn những món ăn mình thích với những món ăn nóng, nguội và các loại đồ uống. Điểm nổi bật của nhà hàng tự phục vụ là phong cách tự do, thoải mái và giá sẽ cố định cho tất cả khách hàng.

Nhà hàng cà phê có phục vụ ăn uống (coffee shop): Đây là loại nhà hàng chuyên phục vụ cà phê, các loại đồ uống pha chế và kèm theo phục vụ những món ăn dễ chế biến và phục vụ nhanh.

Nhà hàng phục vụ tiệc (Banquet hall): Nhà hàng chuyên phục vụ các bữa tiệc theo nhu cầu của khách đặt trước như hội nghị tổng kết, tiệc cưới,... với những món

ăn và cách phục vụ tương tự nhà hàng phục vụ theo định suất. Tuy nhiên, một số nhà hàng phục vụ tiệc còn có các dịch vụ đi kèm như trang trí theo yêu cầu, chuẩn bị sân khấu,...

1.2.2.4 Các phân loại khác

Phân loại nhà hàng theo mức độ liên kết

Nhà hàng ăn uống trong khách sạn, siêu thị, xí nghiệp công nghiệp, trường học, cơ quan hành chính, ...

Nhà hàng kinh doanh độc lập – chỉ chuyên kinh doanh ăn uống

Phân loại nhà hàng theo phương thức phục vụ và đặc tính sản phẩm

Nhà hàng dân tộc: phục vụ các món ăn đặc trưng của một dân tộc nhất định

Nhà hàng đặc sản: phục vụ các món ăn đặc sản của một vùng miền nhất định.

1.2.3. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận nhà hàng

1.2.3.1. Chức năng

Trong hệ thống vận hành của một nhà hàng cao cấp, bộ phận này không chỉ đơn thuần đảm nhiệm chức năng cung cấp dịch vụ ăn uống mà còn là yếu tố cốt lõi tạo nên những trải nghiệm cảm xúc đáng nhớ cho khách hàng. Đây là nơi trực tiếp truyền tải giá trị ẩm thực thông qua chất lượng món ăn và phong cách phục vụ, đồng thời góp phần quan trọng vào việc xây dựng hình ảnh, khẳng định uy tín thương hiệu và nâng cao chất lượng trải nghiệm tổng thể tại nhà hàng.

Với chức năng cốt lõi là cung cấp dịch vụ ăn uống, nhà hàng đóng vai trò như cầu nối đưa tinh hoa ẩm thực đến gần hơn với thực khách. Trải nghiệm dùng bữa không chỉ dừng lại ở món ăn, mà còn được nâng tầm bởi không gian ẩm cúng, sự sôi động tinh tế từ khu vực quầy bar, cùng với tính riêng tư và tiện nghi của dịch vụ tại phòng (room service).

Bên cạnh đó, thực đơn được thiết kế đa dạng và phong phú, kết hợp hài hòa giữa tinh hoa ẩm thực quốc tế và hương vị bản địa, nhằm đáp ứng nhu cầu và khẩu vị của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Qua đó, mỗi thực khách đều có cơ hội khám phá và thưởng thức những giá trị ẩm thực đặc sắc mà nhà hàng mang lại.

Để tạo nên chất lượng dịch vụ hoàn hảo, phía sau là một hệ thống vận hành chặt chẽ và kỷ luật cao, được xây dựng trên các quy trình kiểm soát nghiêm ngặt, đặc biệt trong khâu lựa chọn nguyên liệu. Yếu tố chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm

luôn được đặt lên hàng đầu. Đây không chỉ là tiêu chuẩn hoạt động mà còn là cam kết bền vững, góp phần xây dựng niềm tin và sự hài lòng cho mỗi khách hàng.

1.2.3.2. Nhiệm vụ

Bộ phận nhà hàng đóng vai trò then chốt trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ và hiệu quả kinh doanh, bởi đây là nơi trực tiếp tiếp xúc và tạo ấn tượng với khách hàng. Để đảm bảo mang lại đến cho mọi thực khách một trải nghiệm tốt nhất Nhà hàng phối hợp nhịp nhàng với các bộ phận khác trong quá trình phục vụ, bộ phận nhà hàng không chỉ đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn mang đến trải nghiệm chuyên nghiệp, góp phần gia tăng sự hài lòng và khả năng quay lại của khách.

Bên cạnh đó, việc tổ chức không gian phục vụ khoa học, đảm bảo vệ sinh và an toàn không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn thể hiện hình ảnh, đẳng cấp của nhà hàng. Công tác quản lý tài sản, tuân thủ quy trình và hoàn thành các chỉ tiêu kinh doanh giúp duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

Đồng thời, việc không ngừng đào tạo và nâng cao trình độ đội ngũ nhân viên là yếu tố cốt lõi, bởi con người chính là nhân tố quyết định đến chất lượng phục vụ, uy tín thương hiệu và năng lực cạnh tranh của nhà hàng trên thị trường.

1.3 Khái quát về dịch vụ buffet sáng trong khách sạn

1.3.1 Khái niệm buffet sáng

Thuật ngữ "Buffet" có nguồn gốc từ tiếng Pháp, ban đầu được dùng để chỉ các loại tủ đứng hoặc bàn dài dùng để bày biện thức ăn. Trải qua quá trình phát triển của ngành dịch vụ ẩm thực, Buffet đã trở thành một loại hình phục vụ phổ biến và được ưa chuộng tại hầu hết các khách sạn trên thế giới.

Theo các chuyên gia về dịch vụ F&B D. Lillicrap và J. Cousins (2010) trong cuốn "Food and Beverage Service", loại hình này được định nghĩa như sau: *" Buffet là một hình thức phục vụ mà trong đó các món ăn được chuẩn bị sẵn và trình bày trên các bàn dài hoặc quầy kệ. Khách hàng thường tự phục vụ mình bằng cách lựa chọn các món ăn theo sở thích và số lượng mong muốn với một mức giá cố định được thanh toán trước hoặc sau bữa ăn."*

Tại Việt Nam, theo tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam (VTOS), buffet là hình thức phục vụ tự chọn, trong đó khách hàng có thể tự do lựa chọn món ăn đã được chuẩn bị sẵn theo nhu cầu cá nhân.

Từ các quan điểm trên, có thể hiểu “*Buffet sáng tại nhà hàng khách sạn là hình thức phục vụ ăn uống tự chọn vào buổi sáng, trong đó các món ăn đã được chuẩn bị và bày sẵn để khách hàng chủ động lựa chọn theo nhu cầu và khẩu vị cá nhân trong khoảng thời gian nhất định*”. Hình thức này thường được áp dụng phổ biến tại các khách sạn nhằm đáp ứng nhu cầu ăn sáng của khách lưu trú, đồng thời mang lại sự thuận tiện và đa dạng trong trải nghiệm ẩm thực.

1.3.2 Vai trò của buffet sáng

Buffet sáng trong khách sạn không chỉ đơn thuần đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn giữ vai trò quan trọng đối với cả khách hàng và hoạt động kinh doanh của nhà hàng khách sạn.

Đối với khách hàng, buffet sáng là dịch vụ đầu tiên được sử dụng trong ngày nên có ảnh hưởng lớn đến cảm nhận ban đầu cũng như mức độ hài lòng trong quá trình lưu trú. Một bữa sáng được chuẩn bị chu đáo, đa dạng món ăn và đảm bảo chất lượng không chỉ giúp khách có sự khởi đầu thuận lợi cho ngày mới mà còn tạo cảm giác thoải mái và được quan tâm trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Ngoài việc đáp ứng nhu cầu ăn uống, buffet sáng còn mang đến trải nghiệm ẩm thực phong phú thông qua sự đa dạng của thực đơn, không gian dùng bữa và phong cách phục vụ. Đặc biệt, việc đưa các món ăn địa phương vào thực đơn còn giúp khách có cơ hội tìm hiểu thêm về nét đặc trưng văn hóa ẩm thực của địa phương.

Đối với nhà hàng và khách sạn, buffet sáng góp phần nâng cao giá trị dịch vụ lưu trú và tạo lợi thế cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt trong phân khúc khách sạn trung và cao cấp. Chất lượng buffet sáng không chỉ phản ánh hình ảnh, sự chuyên nghiệp và tiêu chuẩn phục vụ của khách sạn mà còn ảnh hưởng đến khả năng quay lại hoặc đánh giá của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, hình thức buffet giúp nhà hàng phục vụ số lượng lớn khách trong cùng một thời điểm, từ đó tối ưu hóa quy trình phục vụ và nâng cao hiệu quả hoạt động. Buffet sáng cũng góp phần gia tăng doanh thu thông qua việc thu hút khách lưu trú và nâng cao giá trị tổng thể của sản phẩm dịch vụ khách sạn.

1.3.3 Các đặc thù dịch vụ buffet sáng

Phục vụ trong khung thời gian cố định và tập trung

Buffet sáng thường được phục vụ trong khoảng từ 6:00 đến 10:00, với lượng khách tập trung đông vào khung giờ cao điểm (khoảng 7:00–9:00). Do đó, khách sạn

cần đảm bảo quy trình phục vụ nhanh chóng, bổ sung món ăn kịp thời và bố trí nhân sự hợp lý để tránh ùn tắc và thời gian chờ đợi kéo dài.

Khách hàng chủ yếu là khách lưu trú

Đối tượng sử dụng buffet sáng chủ yếu là khách đang lưu trú tại khách sạn, trong đó có khách công vụ, khách du lịch và khách quốc tế. Vì vậy, chất lượng buffet sáng không chỉ ảnh hưởng đến sự hài lòng về dịch vụ ăn uống mà còn tác động trực tiếp đến đánh giá chung về chất lượng lưu trú và hình ảnh của khách sạn.

Nhu cầu đa dạng về khẩu vị và dinh dưỡng

Khách hàng đến từ nhiều quốc gia, vùng miền và có những thói quen ăn sáng khác nhau. Thực đơn buffet cần cân bằng giữa món ăn địa phương và món ăn quốc tế, đồng thời đáp ứng các nhu cầu đặc biệt như thực đơn chay, thực đơn ít đường, ít gluten hoặc thực đơn dành cho trẻ em.

Hình thức tự phục vụ là chủ yếu

Khách tự lựa chọn món ăn theo sở thích và khẩu phần mong muốn. Vì vậy, cách bố trí quầy buffet phải khoa học, dễ quan sát, lối đi thông thoáng và có biển tên món ăn rõ ràng để khách dễ dàng lựa chọn, hạn chế tình trạng chen lấn trong giờ cao điểm.

Chất lượng món ăn phải được duy trì liên tục

Do món ăn được trưng bày trong thời gian dài, khách sạn cần thường xuyên kiểm tra nhiệt độ bảo quản, bổ sung món mới và thay thế món ăn khi cần thiết để đảm bảo món ăn luôn nóng, tươi ngon, hấp dẫn và đáp ứng các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm.

Yêu cầu cao về tốc độ và tính đồng bộ trong phục vụ

Phần lớn khách sử dụng buffet sáng trước khi tham quan, làm việc hoặc trả phòng, vì vậy thời gian dùng bữa thường không dài. Nhân viên cần hỗ trợ nhanh trong việc sắp xếp chỗ ngồi, dọn bàn, bổ sung dụng cụ ăn uống và giải quyết các yêu cầu phát sinh để không làm gián đoạn trải nghiệm của khách.

Chất lượng trải nghiệm chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố

Mức độ hài lòng của khách không chỉ phụ thuộc vào món ăn mà còn chịu tác động của thái độ phục vụ, không gian nhà hàng, vệ sinh, âm thanh, ánh sáng, sự thuận tiện trong di chuyển và khả năng xử lý các tình huống phát sinh. Vì vậy, chất lượng

buffet sáng cần được quản lý theo hướng đồng bộ trên cả phương diện hữu hình và vô hình.

Có vai trò quan trọng trong việc tạo ấn tượng và gia tăng giá trị dịch vụ lưu trú

Buffet sáng thường là dịch vụ mà khách trải nghiệm vào đầu ngày, góp phần tạo ấn tượng tích cực về khách sạn. Một bữa sáng chất lượng không chỉ nâng cao sự hài lòng mà còn tăng khả năng khách quay lại, giới thiệu khách sạn cho người khác và để lại đánh giá tích cực trên các nền tảng đặt phòng trực tuyến.

1.4 Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

1.4.1 Khái niệm sự hài lòng của khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng đã trở thành một chủ đề nghiên cứu quan trọng và phổ biến trong lĩnh vực marketing kể từ những năm 1980. Trải qua quá trình phát triển của nền kinh tế, khái niệm này vẫn luôn nhận được sự quan tâm đặc biệt của các nhà nghiên cứu cũng như các doanh nghiệp, không chỉ trong giai đoạn tăng trưởng mà cả trong bối cảnh suy thoái kinh doanh. Vì vậy, nhiều học giả đã tiếp cận và đưa ra các định nghĩa khác nhau nhằm làm rõ bản chất của sự hài lòng của khách hàng.

Theo Fornell (1995) sự hài lòng hoặc sự thất vọng sau khi tiêu dùng, được định nghĩa như là phản ứng của khách hàng về việc đánh giá bằng cảm nhận sự khác nhau giữa kỳ vọng trước khi tiêu dùng với cảm nhận thực tế về sản phẩm sau khi tiêu dùng.

Theo Spreng và cộng sự (1996), sự hài lòng của khách hàng được xem là trạng thái cảm xúc phát sinh sau khi họ trải nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ.

Theo Hansemark và Albinsson (2004), "Sự hài lòng của khách hàng là một thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung cấp dịch vụ, hoặc một cảm xúc phản ứng với sự khác biệt giữa những gì khách hàng dự đoán trước và những gì họ tiếp nhận, đối với sự đáp ứng một số nhu cầu, mục tiêu hay mong muốn"

Theo Philip Kotler (2007), sự hài lòng của khách hàng là mức độ trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của họ

Nhìn chung, mặc dù tồn tại sự khác biệt trong cách tiếp cận, các nghiên cứu đều thống nhất rằng sự hài lòng của khách hàng là kết quả của quá trình đánh giá và so sánh giữa kỳ vọng trước khi tiêu dùng và trải nghiệm thực tế sau khi sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ. Theo đó, khi trải nghiệm thực tế đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng ban đầu, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng; ngược lại, nếu kết quả không đạt được như

mong đợi, họ sẽ có xu hướng không hài lòng hoặc thất vọng.

Từ đó cho thấy: Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng cảm xúc hoặc thái độ tổng thể của khách hàng, được hình thành dựa trên mức độ thỏa mãn nhu cầu, mục tiêu hoặc mong muốn trong quá trình trải nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ.

Đây là một yếu tố có ý nghĩa quan trọng đối với doanh nghiệp trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ, đồng thời là cơ sở để điều chỉnh chiến lược nhằm nâng cao trải nghiệm và duy trì lòng trung thành của khách hàng.

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

Trong nghiên cứu marketing dịch vụ, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng luôn là vấn đề thu hút nhiều tranh luận. Qua các công trình thực nghiệm trong nhiều lĩnh vực dịch vụ, các học giả đã đưa ra những cách nhìn nhận khác nhau về mối quan hệ này.

Tuy nhiên, qua nhiều nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng là hai khái niệm phân biệt. Parasuraman và các cộng sự (1993), cho rằng giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng tồn tại một số khác biệt, mà điểm khác biệt cơ bản là vấn đề nhân quả. Còn Zeithalm và Bitner (2000) thì cho rằng sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố như: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân.

Hài lòng của khách hàng xem như kết quả, chất lượng dịch vụ xem như là nguyên nhân, hài lòng có tính chất dự báo, mong đợi; chất lượng dịch vụ là một chuẩn lý tưởng. Sự thỏa mãn khách hàng là một khái niệm tổng quát, thể hiện sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch vụ. Trong khi đó chất lượng dịch vụ chỉ tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ (Zeithaml & Bitner, 2000). Tuy giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có mối liên hệ với nhau nhưng có ít nghiên cứu tập trung vào việc kiểm định mức độ giải thích của các thành phần chất lượng dịch vụ đối với sự hài lòng, đặc biệt đối với từng ngành dịch vụ cụ thể (Lassar và các cộng sự, 2000). Cronin and Taylor đã kiểm định mối quan hệ này và kết luận cảm nhận chất lượng dịch vụ dẫn đến sự thỏa mãn khách hàng. Các nghiên cứu đã kết luận rằng chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn (Cronin và Taylor, 1992; Spreng, 1996) và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn (Ruyter, Bloemer, 1997).

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì nhà mạng đó đã bước đầu làm cho khách hàng hài lòng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ.

Nói cách khác, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái tạo ra trước, quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Mỗi quan hệ nhân quả giữa hai yếu tố này là vấn đề then chốt trong hầu hết các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng. Nếu chất lượng được cải thiện nhưng không dựa trên nhu cầu của khách hàng thì sẽ không bao giờ khách hàng thỏa mãn với dịch vụ đó. Do đó, khi sử dụng dịch vụ, nếu khách hàng cảm nhận được dịch vụ có chất lượng cao thì họ sẽ thỏa mãn với dịch vụ đó. Ngược lại nếu khách hàng cảm nhận dịch vụ có chất lượng thấp thì việc không hài lòng sẽ xuất hiện.

1.4.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2008) cho rằng chất lượng phục vụ của khách sạn không chỉ phụ thuộc vào khả năng tổ chức phục vụ của doanh nghiệp mà còn chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố từ môi trường bên ngoài. Vì vậy, có thể phân chia các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ thành hai nhóm: nhân tố khách quan và nhân tố chủ quan.

Nhân tố khách quan

Các nhân tố khách quan ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ gồm: khách hàng, nhà cung ứng, đối thủ cạnh tranh.

Khách hàng: Trong kinh doanh dịch vụ, yếu tố được đề cao nhất đó chính là khách hàng, khách hàng là chủ thể của quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ. Các đặc điểm về tâm lý, giới tính, độ tuổi, sức khỏe của khách hàng tác động trực tiếp đến chất lượng dịch vụ ăn uống. Và như vậy, đánh giá về chất lượng dịch vụ ăn uống của mỗi khách hàng cũng sẽ khác nhau.

Nhà cung ứng: Yếu tố ảnh hưởng của nhà cung ứng tới chất lượng phục vụ không phải là nhỏ. Người tiêu dùng luôn quan tâm tới an toàn thực phẩm và các sản phẩm tươi sống. Nó giúp cho họ cảm thấy được chất lượng của nhà hàng này ra sao.

Đối thủ cạnh tranh: Muốn cạnh tranh được với các đối thủ cạnh tranh khác cùng bán những sản phẩm dịch vụ giống nhau thì chất lượng phục vụ của khách sạn phải tốt hơn và có nhiều ưu điểm hơn so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh để giữ chân khách cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

Nhân tố chủ quan

Các yếu tố sản phẩm hữu hình (hệ thống sản phẩm dịch vụ ăn uống, giá cả, quy trình phục vụ ăn uống) và môi trường cung cấp dịch vụ (chất lượng đội ngũ lao động, cơ sở vật chất kỹ thuật) là nhân tố chủ quan ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ món ăn.

Hệ thống sản phẩm phục vụ món ăn : Sự phong phú, đa dạng của các món ăn với kỹ thuật chế biến tinh tế sẽ là yếu tố quan trọng để hấp dẫn khách. Xu hướng của khách du lịch hiện nay không còn là ăn no mà là ăn ngon. Họ chủ yếu đến để thưởng thức và cảm nhận các món ăn ở từng vùng miền khác nhau. Vì vậy sự phong phú, đa dạng sẽ đem lại cho du khách sự lựa chọn dễ dàng hơn.

Giá cả : là yếu tố để đánh giá chất lượng phục vụ. Thông thường thì giá cả cao chắc chắn sẽ có chất lượng phục vụ tốt hơn so với giá cả thấp. Tuy nhiên không phải bao giờ giá cả cũng tương xứng với chất lượng phục vụ. Bởi lẽ việc xác định chất lượng phục vụ là điều hết sức khó khăn khi mà phần lớn nó phụ thuộc vào trạng tâm lý và đặc điểm tiêu dùng với cạnh tranh chất lượng phục vụ.

Quy trình phục vụ ăn uống: Phải đảm bảo cung cấp cho khách hàng đúng lúc, kịp thời . Mặt khác, nhân viên phải có tác phong nhanh nhẹn , lịch thiệp, tôn trọng, quan tâm, thân thiện với khách, có kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để phục vụ một cách tốt nhất, tránh sự mâu thuẫn với khách hàng.

Chất lượng đội ngũ lao động: Trong doanh nghiệp dịch vụ khách sạn, nhân tố con người đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp phục vụ món ăn và chính nó ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm dịch vụ. Nhân viên trực tiếp phục vụ khách đại diện cho doanh nghiệp và ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng.

Theo TS. Lê Thái Phụng (2024), dựa trên các yếu tố tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ ăn uống, chất lượng dịch vụ ăn uống chịu tác động bởi 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng:

(1) Món ăn và đồ uống: Đây là yếu tố cốt lõi quyết định sự hài lòng của thực khách. Chất lượng món ăn không chỉ phụ thuộc vào hương vị mà còn ở cách trình bày, độ tươi mới của nguyên liệu, cũng như sự đa dạng của thực đơn. Đồ uống cũng quan trọng, từ nước uống thông thường đến các loại rượu, cocktail phải được phục vụ đúng cách, đúng nhiệt độ. Việc đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm là yếu tố bắt buộc.

(2) Nhân viên phục vụ: Thái độ và phong cách làm việc của nhân viên có ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm khách hàng. Nhân viên cần phải chuyên nghiệp, thân thiện, hiểu rõ thực đơn và có khả năng tư vấn món ăn, đồ uống phù hợp với nhu cầu của khách. Thời gian phục vụ nhanh chóng, khả năng giải quyết khiếu nại hay các vấn đề phát sinh cũng là tiêu chí quan trọng trong nhóm này.

(3) Cơ sở vật chất và không gian: Không gian nhà hàng phải tạo được sự thoải mái, sạch sẽ, thoáng đãng, có thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ. Bố trí bàn ghế, ánh sáng, âm thanh, và nhiệt độ đều cần được chú trọng để tạo nên môi trường dễ chịu cho khách. Cơ sở vật chất cũng bao gồm nhà vệ sinh sạch sẽ, hệ thống điều hòa, thiết bị an toàn cháy nổ.

(4) Quy trình phục vụ và thanh toán: Quy trình phục vụ phải được tổ chức hợp lý, từ lúc khách hàng đến, gọi món, dùng bữa, đến lúc thanh toán. Quy trình phải rõ ràng, mạch lạc, tránh gây ra sự chờ đợi quá lâu hoặc lúng túng cho khách. Đặc biệt, quy trình thanh toán cần chính xác, nhanh chóng, và hỗ trợ nhiều hình thức thanh toán khác nhau để tiện lợi cho khách hàng.

(5) Dịch vụ tiện ích: Đây là những dịch vụ hỗ trợ giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng, như bãi đỗ xe, khu vui chơi cho trẻ em, mạng wifi miễn phí, hoặc các dịch vụ đặt bàn trước. Dịch vụ tiện ích càng phong phú và chất lượng càng cao sẽ giúp tạo nên sự hài lòng toàn diện cho khách hàng.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng trong lĩnh vực dịch vụ ăn uống tại khách sạn, việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trở thành yêu cầu cần thiết để nâng cao chất lượng phục vụ. Dựa trên quan điểm của Lê Thái Phụng (2024), nghiên cứu lựa chọn mô hình gồm năm yếu tố ảnh hưởng đến

chất lượng dịch vụ ăn uống nhằm xây dựng cơ sở lý thuyết phù hợp cho việc đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng. Chất lượng dịch vụ ăn uống và mức độ hài lòng của khách hàng được hình thành từ nhiều thành tố khác nhau trong quá trình cung ứng dịch vụ. Trên cơ sở kế thừa quan điểm này, nghiên cứu xác định rằng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn chịu tác động của năm nhóm yếu tố chính: Chất lượng món ăn và đồ uống, Chất lượng đội ngũ nhân viên phục vụ, Cơ sở vật chất và không gian phục vụ, Quy trình phục vụ và thanh toán và Các dịch vụ tiện ích bổ trợ. Năm yếu tố này được xem là đại diện cho toàn bộ trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng buffet sáng, từ chất lượng cốt lõi của món ăn, phong cách phục vụ, điều kiện không gian đến mức độ thuận tiện trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Bảng 1.1 Các yếu tố cấu thành dịch vụ ăn uống của nhà hàng

Món ăn và đồ uống
1. Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn.
2. Món ăn có hương vị thơm ngon.
3. Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới.
4. Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút.
5. Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng
6. Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.
Nhân viên phục vụ
7. Nhân viên thân thiện, nhiệt tình.
8. Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp.
9. Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng.
10. Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.
11. Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp.
12. Nhân viên có thể tự nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ.
Cơ sở vật chất và không gian
13. Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ.
14. Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ.
15. Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện.
16. Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu.

17. Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái.
18. Nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, tiện nghi.
Quy trình phục vụ và thanh toán
19. Quá trình tiếp nhận yêu cầu và phục vụ thể hiện sự chuyên nghiệp.
20. Món ăn, đồ uống được phục vụ nhanh chóng.
21. Món ăn, đồ uống được phục vụ chính xác theo yêu cầu khách hàng.
22. Hóa đơn thanh toán chính xác, không có sự sai sót.
23. Nhà hàng hỗ trợ nhiều hình thức thanh toán tiện lợi (tiền mặt, thẻ tín dụng, thanh toán điện tử).
24. Quá trình thanh toán diễn ra nhanh chóng.
Dịch vụ tiện ích
25. Nhà hàng có bãi đỗ xe thuận tiện cho khách hàng.
26. Khu vui chơi dành cho trẻ em đảm bảo an toàn và thu hút trẻ.
27. Mạng wifi của nhà hàng ổn định.
28. Quy trình đặt bàn trước tại nhà hàng dễ dàng và nhanh chóng.
29. Nhà hàng có hỗ trợ tốt các dịch vụ bổ sung, như đặt tiệc hoặc tổ chức sự kiện.

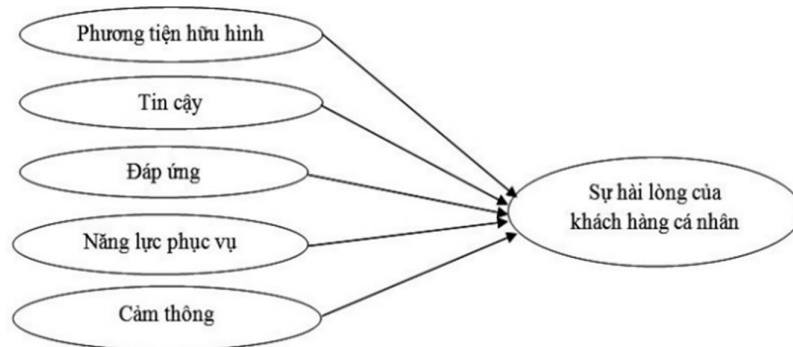
Nguồn: Lê Thái Phụng (2024)

1.4.4. Một số mô hình đánh giá sự hài lòng của khách hàng

Việc đánh giá chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng có nhiều mô hình nghiên cứu khác nhau của nhiều học giả. Trong đó phải kể đến các mô hình tiêu biểu như: mô hình SERVQUAL và mô hình SERVPERF. Các mô hình này không chỉ giúp xác định khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng mà còn là cơ sở để các doanh nghiệp cải thiện chất lượng dịch vụ. Dựa trên nền tảng đó, TS. Lê Thái Phụng (2024) đã chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ có mối quan hệ chặt chẽ và tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.

1.4.4.1. Mô hình SERVQUAL

Mô hình SERVQUAL, dùng để đánh giá cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ và rút bớt 10 đặc tính chất lượng dịch vụ thành 5 đặc tính chất lượng dịch vụ (tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm và phương tiện hữu hình). Mô hình SERVQUAL là mô hình rất phổ biến để đo lường chất lượng dịch vụ được sử dụng bởi các nhà nghiên cứu marketing dịch vụ. Thang đo SERVQUAL với 22 biến quan sát cho 5 thành phần chất lượng dịch vụ. Về cơ bản mô hình SERVQUAL bao gồm các nhân tố như sau: Độ tin cậy (reliability): Là sự tin cậy về các thỏa thuận dịch vụ được cung cấp từ doanh nghiệp, tổ chức như: đúng hạn, kịp thời, không sai sót... Khả năng đáp ứng (resposiveness): Là sự mong muốn, sẵn sàng của nhân viên trong việc cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng. Sự đảm bảo: Thể hiện năng lực, trình độ chuyên môn của nhân viên khi cung cấp dịch vụ như: kỹ năng giải quyết công việc, thái độ phục vụ, sự tôn trọng, ý thức nhiệm vụ. Đồng cảm (empathy): Thể hiện mức độ thấu hiểu, sự quan tâm, chăm sóc đến từng nhu cầu riêng của khách hàng, quan tâm đến kỳ vọng của khách hàng. Phương tiện hữu hình (tangibles): Thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên, các điều kiện, phương tiện, trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ.



Mô hình nghiên cứu 1.1 Mô hình thang đo SERVQUAL

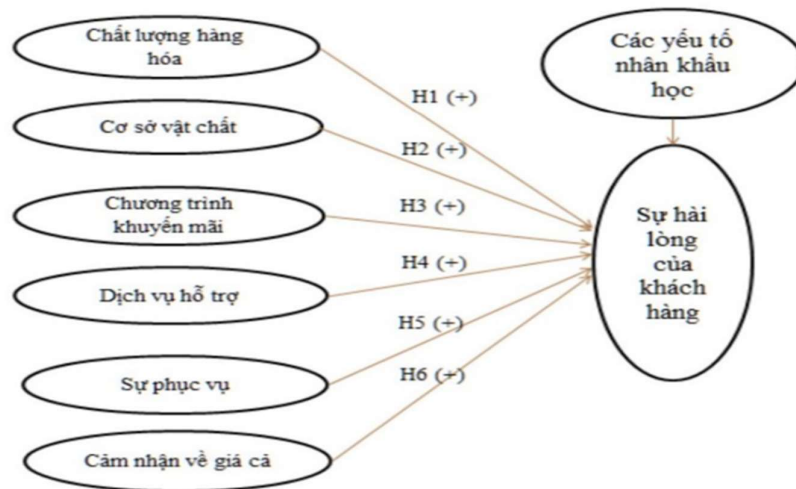
Nguồn: Lê Thái Phụng (2024)

1.4.4.2. Mô hình SERVPERF

Nhiều quan điểm cho rằng thang đo SERVQUAL khá dài dòng do khách hàng phải đánh giá trên 2 phương diện kỳ vọng và cảm nhận thực tế khi nhận được dịch vụ mà đôi khi sự đánh giá cùng lúc này khiến khách hàng nhầm lẫn.. Thang đo này giữ nguyên các thành phần và biến quan sát của SERVQUAL, mà bỏ đi phần đánh giá về

kỳ vọng của khách hàng, chỉ giữ lại phần cảm nhận thực tế của khách hàng đối với dịch vụ họ nhận được. Chất lượng dịch vụ chính là những gì khách hàng cảm nhận được.

Theo mô hình SERVPERF thì: **Chất lượng dịch vụ = mức độ cảm nhận**



Mô hình nghiên cứu 1.2. Mô hình SERVPERF

Nguồn: Lê Thái Phụng (2024)

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã hệ thống hóa những cơ sở lý luận liên quan đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng trong khách sạn. Nội dung chương đã trình bày các khái niệm về kinh doanh khách sạn, kinh doanh nhà hàng, đặc điểm và vai trò của hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống trong khách sạn. Đồng thời, chương cũng làm rõ khái niệm sự hài lòng của khách hàng, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực dịch vụ ăn uống.

Bên cạnh đó, chương đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng, bao gồm: món ăn và đồ uống, nhân viên phục vụ, cơ sở vật chất và không gian, quy trình phục vụ và thanh toán, cùng các dịch vụ tiện ích bổ trợ. Ngoài ra, nghiên cứu cũng tham khảo các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ như SERVQUAL và SERVPERF để làm cơ sở xây dựng thang đo và đánh giá thực trạng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG RUMBA THUỘC KHÁCH SẠN MELIÃ VINPEAR DANANG RIVERFRONT

2.1 Giới thiệu tổng quan về khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

2.1.1 Tổng quan về khách sạn

Meliã Vinpearl Danang Riverfront là tòa khách sạn căn hộ hiện đại, tinh tế và sang trọng, tạo cho du khách một trải nghiệm nghỉ dưỡng đẳng cấp bên bờ sông Hàn thơ mộng. Sở hữu vị trí vàng ngay trung tâm thành phố Đà Nẵng,

Tên đơn vị:	Meliã Vinpear DaNang Riverfront
Thuộc tập đoàn:	Thuộc hệ thống Vinpearl (thành viên của Tập đoàn Vingroup) Đồng thời được quản lý vận hành bởi tập đoàn khách sạn quốc tế Meliã Hotels International
Xếp hạng:	5 sao
Công ty quản lý:	Meliã Hotels International (Tập đoàn khách sạn Tây Ban Nha)
Địa chỉ :	341 Trần Hưng Đạo, Phường An Hải, Sơn Trà, Đà Nẵng, Việt Nam.
SĐT :	0236 3642 888
Email:	res.mvpcdn@melia.com
Website:	https://www.melia.com/vi/hotels/vietnam/danang/melia-vinpearl-danang- riverfront



Hình 2.1 Logo của khách sạn Meliã Vinpear DaNang Riverfront

Nguồn: Trang chính thức của khách sạn

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn

2.1.2.1 Lịch sử hình thành

Meliã Hotels International là trong những tập đoàn quản lý khách sạn lớn nhất thế giới, có trụ sở chính tại Tây Ban Nha. Được thành lập từ năm 1956, Meliã đã phát triển thành một thương hiệu quốc tế với hơn 400 khách sạn trải dài trên 40 quốc gia, phục vụ hàng triệu khách du lịch mỗi năm. Tập đoàn Meliã Hotels International gồm 7 thương hiệu khách sạn: Grand Meliã Hotels and Resorts, ME by Meliã, Paradisus Resorts, MeliãHotels and Resorts, INNSIDE by Meliã Sol Hotels & Resorts, Tryp Hotels.

Khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront là một trong những dự án lưu trú cao cấp tiêu biểu tại thành phố Đà Nẵng, thuộc hệ thống Vinpearl của Tập đoàn Vingroup. Dự án được khởi công xây dựng vào năm 2016 với mục tiêu phát triển một tổ hợp khách sạn - căn hộ condotel đạt chuẩn quốc tế, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch trong và ngoài nước. Sau quá trình thi công, khách sạn chính thức đi vào hoạt động vào năm 2018, nhanh chóng trở thành một trong những cơ sở lưu trú quan trọng của hệ thống Vinpearl, đồng thời là khách sạn thứ 22 trong chuỗi trên toàn quốc. Để nâng cao chất lượng dịch vụ và tiêu chuẩn quốc tế, Vinpearl đã hợp tác với Meliã Hotels International, tập đoàn quản lý khách sạn nổi tiếng của Tây Ban Nha, trong việc vận hành khách sạn với triết lý “Chất lượng quốc tế trải nghiệm Việt Nam”. Sự kết hợp này giúp khách sạn vừa đảm bảo sự sang trọng, tiện nghi, vừa mang đến trải nghiệm chuyên nghiệp cho du khách. Ngay trong những năm đầu hoạt động, Meliã Vinpearl Danang Riverfront đã được vinh danh với giải thưởng “Khách sạn hướng sông hàng đầu Việt Nam”, khẳng định vị thế và chất lượng trong ngành du lịch khách sạn tại Đà Nẵng.

2.1.2.2 Sứ mệnh và giá trị cốt lõi

Sứ mệnh

Tại tập đoàn khách sạn Quốc tế Meliã, chúng tôi cam kết mang đến cho khách hàng dịch vụ và trải nghiệm hoàn hảo, bền vững và cam kết về trách nhiệm. Đặc biệt, đó là sự cống hiến của một công ty gia đình cho một thế giới tốt đẹp hơn.

Giá trị cốt lõi

Giá trị Cốt lõi cho phép chúng ta đến gần hơn với mục tiêu, thể hiện sự hòa hợp hoàn hảo giữa trái tim và khối óc, giữa dịch vụ vượt ra ngoài mong đợi và tính kỷ luật trong công việc

THIÊN HƯỚNG KHÁCH HÀNG - Lòng hiếu khách đến từ niềm đam mê với công việc

XUẤT SẮC & NHẤT QUÁN - Công việc được hoàn thành một cách xuất sắc, chuyên nghiệp, hiệu quả và nhất quán.

GẦN GŨI - Công việc của chúng ta là luôn chia sẻ, lắng nghe và cảm nhận.

SỰ ĐỔI MỚI - Chúng ta luôn chủ động dự đoán tương lai và dồn hết tâm trí để trở nên tốt hơn mỗi ngày.

2.1.3 Các sản phẩm dịch vụ của khách sạn

2.1.3.1 Dịch vụ lưu trú

Tọa lạc tại trung tâm thành phố Đà Nẵng, Meliã Vinpearl Đà Nẵng Riverfront là một khách sạn căn hộ hiện đại với tầm nhìn tuyệt đẹp ra sông Hàn và thành phố nhộn nhịp. Khách sạn được thiết kế theo phong cách tân cổ điển hiện đại với tất cả các suite. Với việc cung cấp những dịch vụ 5 sao cho khách hàng sẽ mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất. Là khách sạn có số lượng phòng nghỉ lớn nhất thành phố Đà Nẵng, Meliã Vinpearl Danang Riverfront có tới 864 phòng. Tất cả các phòng của khách sạn đều được thiết kế khéo léo với tầm nhìn tuyệt đẹp, cách bài trí nội thất, đồ dùng, vật dụng khoa học, tiện nghi nhất, đạt chuẩn chất lượng 5 sao.

Bảng 2.1 Thống kê loại phòng khách sạn

Loại phòng	SL	Hình ảnh
Deluxe Room Số lượng: 2 người/phòng Diện tích: 41m ² Phòng có tầm nhìn hướng ra thành phố, thoải mái và rộng rãi bao gồm 1 giường cỡ King hoặc 2 giường đơn.	344	

Loại phòng	SL	Hình ảnh
Deluxe Room Horizon View Số lượng: 2 người/ phòng Diện tích: 41m ² View nằm từ tầng 25 đến tầng 36 của khách sạn với tầm nhìn ra toàn cảnh thành phố. Nội thất phòng được sơn màu be nhẹ nhàng, sang trọng.	104	
Grand Premium Room Số lượng: 2 người/phòng Diện tích: 42m ² Hạng phòng này có giường đôi, sàn lát gỗ, thảm và cửa kính lớn giúp du khách chiêm ngưỡng trọn vẹn khung cảnh thành phố.	128	
Junior Suite Room Số lượng: tối đa 4 người/phòng Diện tích: 60m ² Đây là những phòng nghỉ xa hoa nhất. Tận hưởng khung cảnh thành phố tráng lệ từ mọi không gian trong phòng nghỉ này.	32	
Suite Room Số lượng: 2 người/phòng Diện tích: 53m ² Nhìn ngắm khung cảnh thành phố Đà Nẵng. Tận hưởng trọn vẹn kỳ nghỉ tại Đà Nẵng với phòng ngủ, phòng khách và phòng tắm được bố trí riêng biệt và tầm nhìn ngoạn mục nhất trông ra thành phố.	78	
Suite Panoramic River View Room Số lượng: 2 người/phòng Diện tích: 53m ² Phòng có không gian xa hoa và có thể chiêm ngưỡng khung cảnh sông Hàn xinh đẹp từ phòng nghỉ.	55	

Family Suite Room Số lượng: 2 người lớn + 2 trẻ em/phòng Diện tích: 53m ² Family Suite là hạng phòng giành cho gia đình. Phòng nghỉ gồm hai khu vực riêng biệt, một khu có giường đôi cho người lớn và một khu có giường tầng được thiết kế với nhiều tiện ích đặc biệt dành cho trẻ em dưới 12 tuổi.	40	
--	----	---

Nguồn: Website Meliã Vinpearl Danang Riverfront

2.1.3.2 Dịch vụ ăn uống

Meliã Vinpearl Danang Riverfront được thiết kế với 3 nhà hàng với thực đơn đa dạng từ các món Á đến các món Âu, ngoài ra khách sạn còn phục vụ các món ăn đặc sản của Đà Nẵng, đảm bảo sẽ làm hài lòng cả những thực khách khó tính.

Bảng 2.2 Thống kê các nhà hàng khách sạn

Nhà hàng	Hình ảnh
Nhà hàng Hàn River 1 Giờ hoạt động: từ 11:00-22:00. Sức chứa: 150 khách Hàn River 1 là nhà hàng Á - Âu với thực đơn tự chọn đa dạng nằm ở tầng 3 của khách sạn. Khách hàng có thể thưởng thức món ăn ngon đến từ địa phương và quốc tế.	
Nhà hàng Hàn River 2 Nhà hàng phục vụ từ 06:00 – 10:30 Sức chứa: 170 khách Nhà hàng này chuyên phục vụ buffet sáng cho du khách có nhu cầu muốn ăn sáng tại khách sạn.	
Nhà hàng Rumba Giờ hoạt động: từ 6:00 – 9:30 Sức chứa: 450 khách Nhà hàng có không gian sang trọng và dịch vụ buffet sáng xuất sắc cùng hàng loạt món ngon hàng đầu châu Á và các nước trên thế giới	

Nhà hàng	Hình ảnh
Moss Bar Giờ hoạt động: từ 7:00 – 23:00 Nằm tại sảnh của khách sạn, đây là nơi lý tưởng để gặp gỡ, trò chuyện, thư giãn và thưởng thức ly cà phê sáng trước một ngày mới tràn đầy năng lượng, ly nước trái cây buổi chiều hoặc cocktail sau bữa tối.	
Gaia Bar Giờ hoạt động: 6:00-21:00. Không gian này có view bao quát toàn cảnh thành phố Đà Nẵng và sông Hàn, rất thích hợp cho những ai thích vui chơi, tận hưởng những bữa tiệc bể bơi mát mẻ hay những bữa tối lãng mạn dưới ánh sao.	

Nguồn: Website Meliã Vinpearl Danang Riverfront

2.1.3.3 Các dịch vụ bổ sung khác

Dịch vụ spa

Meliã Vinpearl Đà Nẵng Riverfront thu hút đông đảo du khách đến YHI Spa – không gian chăm sóc sức khỏe cao cấp. Nằm ở vị trí đắc địa hướng sông Hàn và cầu Rồng, YHI Spa cung cấp liệu trình trị liệu toàn diện, được yêu thích bởi cả khách lưu trú lẫn khách địa phương nhờ chất lượng dịch vụ đẳng cấp và mức giá hợp lý.



Hình 2.2 YHI Spa

Nguồn: Website Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Dịch vụ phòng hội nghị, hội thảo

Với diện tích 50-60m², phòng họp ở Meliã Vinpearl Danang Riverfront được trang bị đầy đủ các thiết bị hiện đại phục vụ cho những cuộc họp hay gặp gỡ đối tác

quan trọng: micro không dây, máy chiếu, mạng không dây tốc độ cao, văn phòng phẩm, thực đơn tiệc trà đa dạng.



Hình 2.3 Phòng họp

Nguồn: Website Meliã Vinpearl Danang Riverfront

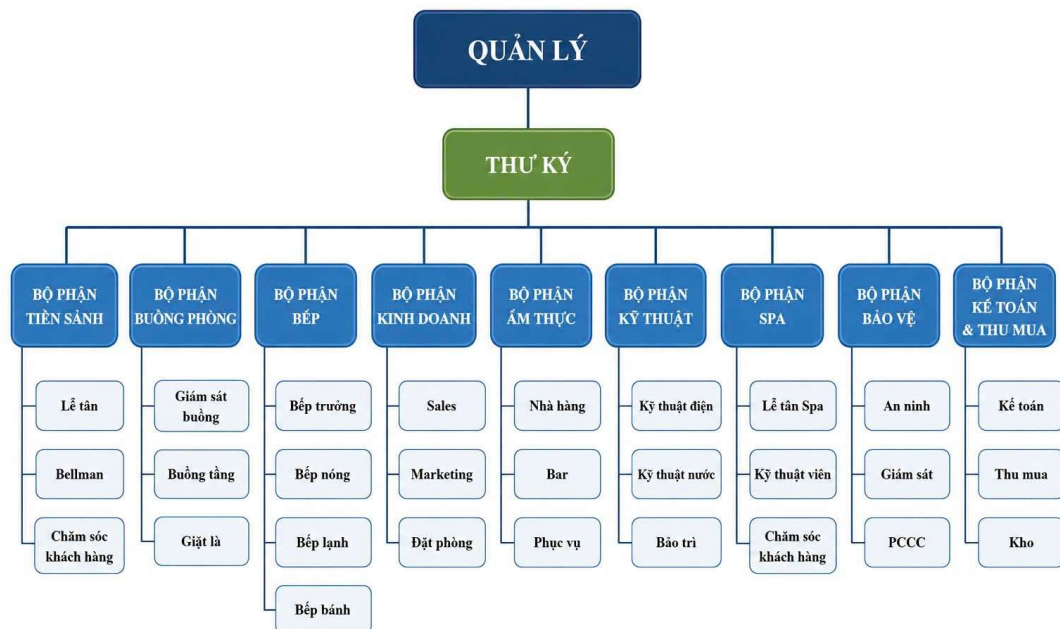
- Các dịch vụ bổ sung khác

Ngoài ra tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront còn có các dịch vụ bổ sung khác như: dịch vụ Kid's Club, dịch vụ trang trí phòng, dịch vụ ăn uống tại phòng,...

2.1.4 Cơ cấu tổ chức khách sạn

2.1.4.1 Bộ máy tổ chức

Sơ đồ 2.1 Bộ máy tổ chức khách sạn



Nguồn: Bộ phận nhân sự Meliã Vinpearl Danang Riverfront

2.1.4.2 Tình hình nhân sự

Bảng 2.3 Thống kê đội ngũ khách sạn

Bộ phận	SL	Giới tính		Trình độ học vấn			Trình độ ngoại ngữ		Độ tuổi		
		Nam	Nữ	ĐH	CĐ	TC	TA	NN2	18-25	25-35	>35
Quản lý	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0
Thư ký	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0
Tiền sảnh	40	17	23	30	9	1	36	9	15	18	7
Buồng phòng	81	34	47	50	20	11	65	16	33	38	10
Bếp	57	42	15	25	25	7	50	7	10	35	12
Kinh doanh	3	1	2	2	1	0	3	0	1	1	1
Âm thực	41	15	26	30	9	2	30	11	20	20	1
Kỹ thuật	30	30	0	30	0	0	30	0	20	5	5
Spa	15	0	15	9	5	1	10	5	7	5	3
Bảo vệ	17	15	2	9	5	1	10	2	10	5	2
Kế toán cơ sở & thu mua	6	3	3	5	1	0	4	2	2	2	2
Tổng	292	158	134	189	80	23	245	52	118	131	43

Nguồn: Bộ phận nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Về số lượng: Khách sạn có tổng cộng 292 nhân sự, phù hợp với quy mô khách sạn 5 sao. Bộ phận Buồng phòng (81 người), Bếp (57 người), Âm thực (41 người) và Tiền sảnh (40 người) chiếm số lượng lớn nhất do trực tiếp phục vụ khách và tạo doanh thu. Ngược lại, bộ phận Quản lý và Thư ký chỉ có 1 người do yêu cầu chuyên môn cao và không cần nhiều nhân sự.

Về giới tính: Nam giới (159 người) chiếm đa số, tập trung ở các bộ phận cần chuyên môn kỹ thuật và thể lực như Bếp, Kỹ thuật và Bảo vệ. Nữ giới (134 người) chủ yếu làm việc tại Tiền sảnh, Âm thực và Buồng phòng, những vị trí có tính chất chăm sóc khách hàng.

Về trình độ học vấn: Trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất (190 người), phản ánh yêu cầu chuyên môn của khách sạn 5 sao. Trình độ cao đẳng (80 người) và trung cấp (23 người) chủ yếu tập trung ở bộ phận Bếp và Buồng phòng.

Về trình độ ngoại ngữ: Tiếng Anh là ngoại ngữ phổ biến nhất. Ngoài ra, một số nhân viên sử dụng được tiếng Hàn và tiếng Trung, tạo lợi thế trong việc phục vụ khách quốc tế, đặc biệt là khách Hàn Quốc – nhóm khách chính của khách sạn.

Về độ tuổi: Nhóm 25–35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (132 người), nhờ có sự cân bằng giữa kinh nghiệm và năng động. Nhóm 18–25 tuổi (118 người) chủ yếu làm việc ở các vị trí cần sức trẻ và sự nhanh nhẹn. Nhóm trên 35 tuổi (43 người) thường đảm nhiệm các vị trí quản lý hoặc chuyên môn cao.

2.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn

2.2.1 Tình hình thu hút khách của khách sạn

Bảng 2.4 Thống kê lượt khách của khách sạn

ĐVT: Lượt khách

Lượt khách	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/Năm 2023		Năm 2025/Năm 2024	
				SL	TT(%)	SL	TT(%)
Khách nội địa	31.633	47.739	48.106	16.106	150,9	367	100,8
Khách quốc tế	16.296	25.760	29.872	9.464	158,1	4.112	116,0
Tổng	47.929	73.499	77.978	25.570	153,3	4.479	106,1

Nguồn: Bộ phận nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Qua bảng số liệu có thể thấy lượng khách của khách sạn tăng trưởng tích cực trong giai đoạn 2023–2025, đặc biệt sau đại dịch Covid-19 khi ngành du lịch dần phục hồi. Tổng lượt khách tăng từ 47.929 lượt năm 2023 lên 73.499 lượt năm 2024 và đạt 77.978 lượt khách vào năm 2025.

Khách nội địa năm 2024 tăng 50,9% (tăng 16.106 lượt) so với năm 2023 nhờ nhu cầu du lịch phục hồi mạnh và các chương trình ưu đãi, cải thiện dịch vụ của khách sạn. Tuy nhiên, sang năm 2025, lượng khách nội địa chỉ tăng nhẹ 0,8%, cho thấy thị trường đã dần ổn định và mức độ cạnh tranh giữa các cơ sở lưu trú tại Đà Nẵng ngày càng cao.

Khách quốc tế cũng ghi nhận mức tăng đáng kể. Năm 2024 tăng 58,1% so với năm 2023 nhờ mở cửa hoàn toàn du lịch quốc tế và khôi phục các đường bay. Đến năm 2025, lượng khách quốc tế tiếp tục tăng 16,0%, thể hiện khả năng thu hút khách nước ngoài ngày càng tốt của khách sạn.

Nhìn chung, khách sạn có mức tăng trưởng tích cực sau đại dịch, nhưng tốc độ tăng năm 2025 đã chậm lại do thị trường bước vào giai đoạn ổn định và cạnh tranh trong ngành du lịch ngày càng gay gắt.

2.2.2 Kết quả kinh doanh khách sạn

Bảng 2.5 Thống kê kết quả kinh doanh khách sạn

DVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/Năm 2023		Năm 2025/Năm 2024	
				SL	TT(%)	SL	TT(%)
Doanh thu	143.787	205.498	227.933	61.711	142,9	22.435	110,9
Chi phí	123.657	175.272	186.022	51.615	141,7	10.750	106,1
Lợi nhuận	20.130	30.226	41.911	10.096	150,2	11.685	138,7

Nguồn: Bộ phận nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Doanh thu của khách sạn giai đoạn 2023–2025 tăng trưởng tích cực. Năm 2023 doanh thu đạt 143.787 triệu đồng đến năm 2024 tăng lên 205.498 triệu đồng, tăng 42,9% nhờ sự phục hồi mạnh của du lịch Đà Nẵng sau đại dịch. Năm 2025, doanh thu đạt 227.933 triệu đồng, tăng 10,9% so với năm 2024 tốc độ tăng trưởng chậm lại do cạnh tranh ngày càng gay gắt nhiều khách sạn và khu nghỉ dưỡng mới xuất hiện.

Chi phí của khách sạn cũng tăng theo. Năm 2023 chi phí đạt 123.657 triệu đồng năm 2024 tăng 41,7% lên 175.272 triệu đồng, cải thiện chất lượng dịch vụ và tăng chi phí nhân sự, cùng với xu hướng tăng của giá nguyên vật liệu và chi phí vận hành. Năm 2025, chi phí tăng lên 186.022 triệu đồng, tăng 6,1% so với năm 2024. Mặc dù chi phí tiếp tục tăng, tốc độ tăng đã chậm, cho thấy khả năng kiểm soát chi phí và tối ưu hóa hoạt động được cải thiện.

Lợi nhuận của khách sạn năm 2023 đạt 20.130 triệu đồng. Năm 2024 lợi nhuận tăng lên 30.226 triệu đồng (tăng 50,2%) nhờ doanh thu tăng và chi phí được quản lý tốt, thể hiện khai thác hiệu quả. Năm 2025, lợi nhuận tiếp tục tăng lên 41.911 triệu

đồng (tăng 38,7%), dù tốc độ tăng doanh thu giảm nhưng khách sạn đã tối ưu chi phí và tập trung vào các dịch vụ có giá trị cao, qua đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

2.3. Tổng quan về nhà hàng Rumba

2.3.1. Giới thiệu về nhà hàng Rumba

2.3.1.1 Vị trí và không gian

Nhà hàng Rumba tọa lạc trên tầng M của khách sạn, tại vị trí trung tâm thành phố Đà Nẵng, ngay bên bờ sông Hàn. Với lợi thế nằm trong khách sạn 5 sao và khu vực giao giữa các điểm du lịch nổi tiếng như Cầu Rồng và Cầu Sông Hàn, giúp thực khách có thể vừa thưởng thức bữa sáng vừa chiêm ngưỡng toàn cảnh thành phố Đà Nẵng, sông Hàn.

Về không gian, nhà hàng Rumba được thiết kế theo phong cách hiện đại, sang trọng nhưng vẫn ấm cúng. Sự kết hợp hài hòa giữa phong cách quốc tế và trải nghiệm địa phương không chỉ nâng cao giá trị thẩm mỹ của không gian mà còn mang lại cho khách cảm giác mới mẻ, khác biệt. Khách hàng không chỉ được trải nghiệm dịch vụ đạt chuẩn quốc tế mà còn cảm nhận được nét văn hóa Việt Nam trong từng chi tiết.

2.3.1.2 Thực đơn buffet sáng tại nhà hàng

Tại nhà hàng Rumba, buffet sáng được xây dựng đa dạng đáp ứng nhu cầu ẩm thực của nhiều nhóm khách hàng, bao gồm khách lưu trú trong khách sạn và khách quốc tế. Thực đơn được thiết kế theo tiêu chuẩn quốc tế kết hợp với hương vị địa phương, mang lại trải nghiệm ẩm thực hài hòa và hấp dẫn.

Bảng 2.6 Thực đơn buffet sáng tại nhà hàng Rumba

Khu vực	Nhóm món	Món ăn tiêu biểu
Việt Nam	Món nước	Phở bò, Bún bò Huế, Bún riêu
	Món nhẹ	Bánh cuốn, bánh mì, cháo trắng
Á – Âu	Món Âu cao cấp	Bò hầm rượu vang, Cá hồi áp chảo
	Món Á	Há cảo, Kim chi củ cải
	Bánh & tráng miệng	Croissant, Mufin, Waffles
Đồ uống	Nước uống	Cà phê, trà nóng, nước ép

Nguồn: Khách sạn cung cấp thông tin

2.3.2. Cơ cấu khách

Bảng 2.7 Thống kê lượt khách nhà hàng Rumba

ĐVT: Lượt khách

Lượt khách	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/Năm 2023		Năm 2025/Năm 2024	
				SL	TT(%)	SL	TT(%)
Khách nội địa	30.588	45.759	49.186	15.171	149,6	3.427	107,5
Khách quốc tế	16.934	28.762	39.872	11.828	169,8	11.110	138,6
Tổng	47.522	74.521	127.244	26.999	156,8	52.723	170,7

Nguồn: Bộ phận nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Qua bảng thống kê có thể thấy rằng lượt khách sử dụng dịch vụ tại nhà hàng Rumba trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng ổn định. Năm 2024, tổng lượt khách đạt 74.521 lượt, tăng 26.999 lượt so với năm 2023, tương ứng 156,8%. Trong đó, khách nội địa tăng 15.171 lượt (149,6%) và khách quốc tế tăng 11.828 lượt (169,8%). Mức tăng trưởng mạnh mẽ này chủ yếu đến từ sự phục hồi mạnh của ngành du lịch sau đại dịch, cùng với việc khách sạn đẩy mạnh quảng bá, nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm ẩm thực tại nhà hàng. Bước sang năm 2025, tổng lượt khách tiếp tục tăng lên 127.244 lượt, tăng thêm 52.723 lượt so với năm 2024, tương ứng 170,7%. Khách nội địa tăng nhẹ 3.427 lượt (107,5%) do thị trường trong nước dần ổn định, trong khi khách quốc tế tăng mạnh 11.110 lượt (138,6%) nhờ việc mở rộng các đường bay quốc tế đến Đà Nẵng và sự phục hồi nhu cầu du lịch quốc tế. Bên cạnh đó, uy tín thương hiệu khách sạn và chất lượng dịch vụ ngày càng hoàn thiện đã góp phần thu hút ngày càng nhiều du khách.

Bên cạnh sự gia tăng của cả hai nhóm khách, lượng khách nội địa tại nhà hàng luôn chiếm tỷ trọng cao hơn khách quốc tế. Khách nội địa có nhu cầu du lịch, nghỉ dưỡng và sử dụng dịch vụ ăn uống tại Đà Nẵng ngày càng lớn, đặc biệt vào các dịp lễ, hè và cuối năm. Các hoạt động quảng bá trên nền tảng mạng xã hội, chương trình ưu đãi dành cho khách đoàn, khách gia đình và khách lưu trú trong nước cũng góp phần làm gia tăng lượng khách nội địa. So với khách quốc tế, khách nội địa có điều kiện di chuyển thuận tiện hơn, khoảng cách địa lý hay biến động kinh tế toàn cầu nên số lượng khách thường ổn định và cao hơn. Điều này giúp nhà hàng duy trì nguồn khách nội địa lớn và ổn định qua các năm.

2.4 Tình hình hoạt động của nhà hàng Rumba

2.4.1 Nguồn nhân lực và cơ sở vật chất

2.4.1.1 Đội ngũ lao động tại bộ phận nhà hàng

Bảng 2.8 Thống kê đội ngũ lao động tại bộ phận nhà hàng

Vị trí	SL	Giới tính		Trình độ học vấn			Trình độ ngoại ngữ		Độ tuổi		
		Nam	Nữ	ĐH	CĐ	TC	TA	NN2	18-25	25-35	>35
Trưởng bộ phận ẩm thực	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1
Trợ lý trưởng bộ phận Ẩm thực	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0
Nhân viên hành chính	3	1	2	3	0	0	2	1	0	3	0
Tổ trưởng phục vụ	2	1	1	2	0	0	1	1	0	2	0
Tổ trưởng pha chế	2	2	0	2	0	0	2	0	0	2	0
Trưởng ca phục vụ	7	3	4	7	0	0	6	1	0	7	0
Trưởng ca pha chế	3	2	1	2	1	0	3	0	2	1	0
Nhân viên phục vụ	14	4	10	7	5	2	7	7	11	3	0
Nhân viên đón tiếp	4	0	4	3	1	0	3	1	3	1	0
Nhân viên pha chế	4	2	2	2	2	0	4	0	4	0	0
Tổng	41	15	26	30	9	2	30	11	20	20	1

Nguồn: Trợ lý bộ phận ẩm thực Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Về số lượng: Dựa vào bản số liệu thống kê trên, ta thấy tổng số lượng nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront là 292 người, hợp lý với một khách sạn 5 sao

với quy mô lớn. Trong đó, số lượng lao động chiếm nhiều nhất là bộ phận Buồng phòng (81 người), tiếp đến là bộ phận Bếp (57 người), Âm thực (41 người) và Tiền sảnh (40 người) vì đây là bộ phận chính trực tiếp phục vụ khách và mang lại doanh thu chính cho khách sạn nên chiếm số lượng người lao động lớn.

Về giới tính: Nhân sự nam (159 người) chiếm số lượng nhiều hơn, phần lớn tập trung ở các bộ phận đòi hỏi kỹ năng chuyên môn và thể lực như Bếp (42 người), Bảo vệ (15 người), Kỹ thuật (30 người). Trong khi đó, nhân sự nữ ít hơn (134 người) chủ yếu phân bố ở các vị trí liên quan đến chăm sóc khách hàng nhiều hơn như Tiền sảnh (23 người), Âm thực (26 người) và Buồng phòng (47 người).

Về trình độ học vấn: Chiếm nhiều nhất là đại học (190 người) phù hợp với yêu cầu chuyên môn cao của khách sạn 5 sao. Tiếp theo sau đó là trình độ cao đẳng (80 người) và trung cấp (23 người), tập trung chủ yếu ở 2 bộ phận Buồng phòng và Bếp vì 2 bộ phận này đòi hỏi trình độ chuyên môn và thể lực nhiều hơn.

Về trình độ ngoại ngữ: Tiếng Anh vẫn là ngôn ngữ phổ biến nhất trong đội ngũ nhân sự. Ngoài ra, một số nhân viên còn sử dụng được tiếng Hàn và tiếng Trung, thậm chí có người sử dụng thành thạo cả hai ngôn ngữ.

Về độ tuổi: Nhóm tuổi 25-35 chiếm tỷ lệ cao nhất (132 người), vì đây là độ tuổi có đủ kinh nghiệm và sự linh hoạt để đáp ứng yêu cầu công việc. Theo sau là nhóm tuổi 18-25 (118 người) chủ yếu ở các bộ phận kỹ thuật, buồng phòng, âm thực, những vị trí cần sự năng động và nhanh nhẹn. Nhóm >35 tuổi thấp nhất (43) thường giữ những vị trí cao như bếp trưởng, quản lý, kế toán, đảm bảo tính chuyên môn và kinh nghiệm.

2.4.1.2 Cơ sở vật chất

Bảng 2.9 Thống kê cơ sở vật chất nhà hàng Rumba

DVT: Cái

Phân Loại	Thiết Bị	Số lượng	Tình trạng sử dụng		
			Tốt	Có thể sử dụng được	Cần thay thế
Đồ gỗ	Bàn gỗ	40	30	10	0
	Quầy buffet	4	4	0	0
	Hủ giấy, đường	200	200	0	0
	Tong gỗ	45	45	0	0

Phân Loại	Thiết Bị	Số lượng	Tình trạng sử dụng		
			Tốt	Có thể sử dụng được	Cần thay thế
Đồ sành sứ	Dĩa	550	550	0	0
	Chén sôt	100	100	0	0
Đồ sành sứ	Tô	420	420	0	0
	Hũ đựng muối , tiêu	50	50	0	0
Đồ inox	Dao	460	460	0	0
	Muống	460	460	0	0
	Nĩa	460	460	0	0
	Toong inox	50	50	0	0
Thiết bị điện	Lò nướng	2	2	0	0
	Điều hòa	15	12	3	0
	Máy pha cà phê	3	2	1	0
	Tủ lạnh	4	4	0	0
Đồ đá	Bàn đá	140	100	40	0
Đồ da	Ghế da	200	200	0	0
Đồ vải	Ghế vải	200	150	50	0
Đồ thủy tinh	Ly juice	650	650	0	0
Đồ nhựa	Đũa	100	100	0	0
Đồ PVC	Placemat	1200	600	450	150
Các dụng cụ khác	Xe đẩy	10	5	3	2
	Tray	40	40	0	0

Nguồn: Trợ lý bộ phận ẩm thực Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Qua thống kê, có thể thấy cơ sở vật chất tại nhà hàng Rumba được đầu tư khá đầy đủ và đa dạng. Sự đa dạng này giúp nhà hàng linh hoạt trong việc sắp xếp, phục vụ nhiều loại hình tiệc và đối tượng khách khác nhau, góp phần tạo nên trải nghiệm dịch vụ chuyên nghiệp và chín chu.

Tổng thể, phần lớn trang thiết bị hiện đang trong tình trạng sử dụng tốt, đặc biệt là các vật dụng phục vụ khách hàng như đĩa, chén, tô, ly, cutlery và các thiết bị sành sứ khác, cho thấy sự chú trọng trong việc đảm bảo chất lượng phục vụ.

Nhìn chung, cơ sở vật chất tại nhà hàng Rumba không chỉ phong phú, đa dạng mà còn được duy trì ở mức khá tốt. Nếu tiếp tục thực hiện công tác bảo trì, sửa chữa định kỳ và thay thế hợp lý thiết bị đã cũ, nhà hàng sẽ giữ vững được hình ảnh chuyên nghiệp và tạo dựng sự hài lòng cho khách hàng.

2.4.2 Doanh thu nhà hàng

Bảng 2.10 Thống kê kết quả kinh doanh nhà hàng

DVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Năm 2024/Năm 2023		Năm 2025/Năm 2024	
				SL	TT(%)	SL	TT(%)
Doanh thu	35.820	48.650	62.470	12.830	135,8	13.820	128,4
Chi phí	25.460	34.280	43.150	8.820	134,6	8.870	125,9
Lợi nhuận	10.360	14.370	19.320	4.010	138,7	4.950	134,4

Nguồn: Bộ phận nhân sự tại Meliã Vinpearl Danang Riverfront

Thống kê cho thấy doanh thu nhà hàng biến động tăng qua các năm. Năm 2023 sau đợt dịch Covid 19 hoạt động kinh doanh nhà hàng dần được khôi phục và ổn định, doanh thu đạt 35.820 triệu đồng. Sang năm 2024, doanh thu tăng 12.830 triệu đồng, tương ứng tăng 35,8% so với năm 2023. Nhà hàng đã nâng cao chất lượng phục vụ, cải thiện thực đơn, đẩy mạnh hoạt động marketing và thu hút được nhiều khách du lịch. Đến năm 2025, doanh thu tiếp tục tăng 13.820 triệu đồng, tương ứng tăng 28,4% so với năm 2024. Mức tăng này cho thấy hoạt động kinh doanh của nhà hàng ngày càng ổn định và hiệu quả hơn. Chủ yếu là nhà hàng tiếp tục duy trì chất lượng dịch vụ tốt, giữ được lượng khách hàng ổn định, mở rộng các chương trình ưu đãi và nâng cao hình ảnh thương hiệu trên thị trường.

Chi phí của nhà hàng tăng từ 25.460 triệu đồng năm 2023 lên 34.280 triệu đồng năm 2024, tăng 34,6%. Năm 2025, chi phí tiếp tục tăng lên 43.150 triệu đồng, tăng 25,9%. Nguyên nhân chủ yếu là do giá nguyên vật liệu, chi phí nhân công và chi phí vận hành tăng. Tuy nhiên, tốc độ tăng chi phí vẫn thấp hơn doanh thu, cho thấy nhà hàng kiểm soát chi phí tương đối hiệu quả.

Lợi nhuận của nhà hàng tăng trưởng tích cực qua các năm. Năm 2024 đạt 14.370 triệu đồng, tăng 38,7% so với năm 2023. Đến năm 2025, lợi nhuận tăng lên 19.320 triệu đồng, tăng 34,4% so với năm 2024. Điều này cho thấy hoạt động kinh

doanh của nhà hàng ngày càng hiệu quả, khả năng khai thác khách hàng và quản lý chi phí được cải thiện.

Nhìn chung, kết quả kinh doanh của nhà hàng trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng tích cực. Doanh thu và lợi nhuận tăng đều qua các năm, chi phí được kiểm soát tương đối ổn định.

2.5 Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng tại nhà hàng

Rumba

2.5.1 Món ăn và đồ uống

Lựa chọn nguyên liệu

Nguồn gốc nguyên liệu: Nhà hàng Rumba hợp tác với các nhà cung cấp thực phẩm uy tín trong nước và quốc tế để đảm bảo nguyên liệu luôn đạt chất lượng cao.

Nguyên liệu tươi mới: Mọi nguyên liệu trong bếp đều được nhập hàng ngày, từ rau quả đến thịt cá, luôn đảm bảo chất lượng và độ tươi mới nhất.

Sử dụng sản phẩm hữu cơ: Rumba ưu tiên sử dụng sản phẩm hữu cơ, không sử dụng hóa chất bảo vệ thực vật trong chế biến món ăn, đặc biệt là đối với các món salad, rau củ và trái cây tươi.

Quy trình chế biến

Vệ sinh an toàn thực phẩm: Quy trình chế biến tại nhà hàng Rumba luôn tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Bếp được khử trùng liên tục, các dụng cụ chế biến như dao, thớt, nồi, chảo vệ sinh sạch sẽ trước và sau mỗi lần sử dụng.

Chế biến tươi mới: Tất cả món ăn đều được chế biến ngay sau khi khách gọi món để đảm bảo hương vị và chất lượng cao nhất. Các món ăn được làm nóng mới khi phục vụ, đảm bảo không có món ăn để qua đêm.

Không sử dụng chất bảo quản: nhà hàng Rumba cam kết không sử dụng bất kỳ chất bảo quản nào trong quá trình chế biến. Các món ăn và đồ uống đều được chế biến và phục vụ ngay lập tức, giữ nguyên hương vị tự nhiên.

Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm tại nhà hàng Rumba

Kiểm tra nhiệt độ: Đảm bảo các món ăn, đặc biệt là hải sản, thịt gia cầm và thịt đỏ, phải được nấu chín đến nhiệt độ yêu cầu.

Quy trình bảo quản thực phẩm: Tất cả thực phẩm tươi sống đều được bảo quản trong điều kiện lạnh (dưới 5°C cho thực phẩm tươi và dưới -18°C cho thực phẩm đông lạnh) để đảm bảo không bị nhiễm khuẩn.

Vệ sinh dụng cụ: Các dụng cụ bếp như dao, thớt, nồi, chảo, đều được làm sạch kỹ càng và khử trùng bằng hóa chất vệ sinh an toàn thực phẩm sau mỗi lần sử dụng.

2.5.2 Nhân viên phục vụ

Phong cách phục vụ của nhân viên phục vụ

Tác phong và thái độ: Luôn giữ thái độ niềm nở, vui vẻ, tạo cảm giác thoải mái cho khách. Tôn trọng, kiên nhẫn và lịch sự với mọi đối tượng khách hàng. Tác phong nhanh nhẹn, chuyên nghiệp di chuyển nhẹ nhàng, tránh gây ồn, không nói chuyện riêng, không sử dụng điện thoại cá nhân trong giờ làm.

Giao tiếp và phục vụ: Giao tiếp bằng ngôn ngữ lịch sự, dễ hiểu, biết lắng nghe và xử lý vấn đề linh hoạt. Hiểu biết rõ về thực đơn để tư vấn món ăn phù hợp theo sở thích hoặc khẩu vị khách. Sẵn sàng giải đáp các thắc mắc của khách về món ăn, nguyên liệu, khẩu phần.

Hình ảnh và đồng phục: Đồng phục gọn gàng, sạch sẽ, đầu tóc gọn, không đeo trang sức rườm rà. Thẻ tên đầy đủ để khách dễ nhận biết và liên hệ khi cần. Giữ vệ sinh cá nhân tốt, không có mùi cơ thể, đảm bảo hình ảnh chuyên nghiệp.

Phân công và bố trí lao động để phù hợp và khớp nhau

Phân công theo khu vực: Nhà hàng được chia thành nhiều khu vực bàn phục vụ, ví dụ: Khu A, Khu B, Khu C,... Mỗi khu sẽ có 1 nhân viên chính phụ trách, kèm 1-2 nhân viên hỗ trợ vào khung giờ cao điểm.

Chia ca: Ca sáng – Ca chiều – Ca tối (hoặc theo nhu cầu thực tế của nhà hàng). Sắp xếp chòong ca khi có giờ cao điểm (trưa, tối, cuối tuần, lễ Tết) để luôn có đủ người.

Phân vai trò rõ ràng: Tổ trưởng phục vụ có nhiệm vụ quản lý nhân sự ca đó, kiểm tra chất lượng phục vụ, điều phối khi đông khách. Nhân viên chính có nhiệm vụ dọn dẹp dụng cụ, bổ sung món ăn đồ uống, hỗ trợ khách trong suốt quá trình.

Đảm bảo phục vụ khớp nhau và đáp ứng yêu cầu khách

Đào tạo kỹ năng đồng đều: Tất cả nhân viên cần được đào tạo kiến thức cơ bản như: quy trình phục vụ, giao tiếp, xử lý tình huống.

Phối hợp nhóm hiệu quả: Khi khách yêu cầu thay đổi hoặc phát sinh tình huống, các nhân viên phải liên hệ ngay với bếp, thu ngân, tổ trưởng để xử lý nhanh

chóng. Tổ chức họp giao ca để cập nhật tình hình, chia sẻ kinh nghiệm và phân công cụ thể mỗi ca.

Theo dõi và phản hồi: Tổ trưởng cần giám sát chất lượng phục vụ, ghi nhận phản hồi của khách hàng để kịp thời điều chỉnh. Luôn đặt trải nghiệm khách hàng lên hàng đầu, tránh chồng chéo công việc hoặc để khách chờ lâu do thiếu phối hợp.

2.5.3 Cơ sở vật chất và không gian

Diện tích, không gian, view

Tổng diện tích nhà hàng tầm cỡ 450m² nhà hàng được thiết kế theo kiểu không gian mở, kết hợp hiện đại. Phong cách kiến trúc chủ đạo có sự hòa quyện của nét hậu hiện đại và cổ điển.. Nằm trên tầng M, Nhà hàng Rumba được bao quanh bởi những ô cửa kính trong suốt có view hướng ra sông Hàn, mở ra tầm nhìn toàn cảnh tuyệt đẹp ôm trọn thành phố bên dòng sông Hàn.

Các khu vực

Khu vực chào đón khách (sảnh lễ tân): không gian mở, sang trọng, nằm ngay phía bên phải cửa ra vào, với quầy lễ tân nổi bật và khu vực tiếp khách thoải mái, mang đến cảm giác thân thiện và đẳng cấp ngay từ giây phút đầu tiên..

Khu vực trong dành cho khách: gồm các không gian thư giãn, bàn ăn. Khu vực này còn được kết nối trực tiếp với quầy buffet trung tâm, giúp khách dễ dàng di chuyển và lựa chọn món ăn.

Khu vực bếp: bếp mở là nơi khách có thể quan sát trực tiếp các đầu bếp tài hoa chế biến món ăn, khu vực nằm bên cánh trái nhà hàng mang đến trải nghiệm ẩm thực sống động và đầy thú vị. Bếp đóng là nơi đảm nhiệm các công đoạn chế biến chuyên biệt, đảm bảo vận hành trơn tru, giữ gìn vệ sinh và chất lượng phục vụ tối ưu. Bếp đóng nằm ngay cạnh khu vực bếp mở và ngăn cách bởi một cửa chắn.

Bàn ghế, nội thất

Bàn ghế kiểu dáng hiện đại, chắc chắn và được bố trí hợp lý, mỗi bàn có bình hoa nhỏ, khăn trải bàn màu be trang nhã. Ghế có đệm ngồi êm, kiểu tựa, thoải mái nhưng vẫn giữ thẩm mỹ cao, giữ khoảng cách giữa các bàn để đảm bảo sự riêng tư. Có bàn dài cho nhóm đông người và bàn đôi cho khách lẻ hoặc cặp đôi.

Hệ thống âm thanh – ánh sáng – nhiệt độ

Âm thanh: Loa âm trần, phát nhạc không lời, jazz hoặc piano nhẹ theo giờ sáng- trưa. Âm lượng vừa phải, không ảnh hưởng đến trò chuyện.

Ánh sáng: Ban ngày tận dụng ánh sáng tự nhiên qua kính lớn.

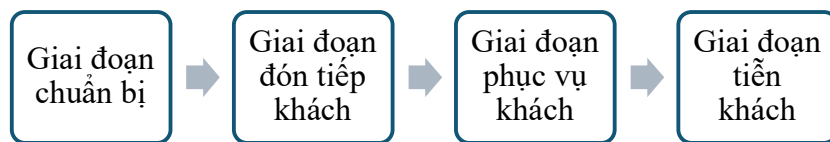
Nhiệt độ, thông gió: Khu trong nhà: máy lạnh công suất lớn, chạy ổn định, giữ nhiệt độ từ 20–25°C.

Nhà vệ sinh

Có 3 phòng vệ sinh riêng biệt nam, nữ và phòng dành cho người khuyết tật nằm ở cuối khu vực trong nhà. Diện tích mỗi phòng: khoảng 6m². Trang bị gương lớn, bồn rửa, xà phòng nước và giấy đầy đủ.

2.5.4. Quy trình phục vụ:

Sơ đồ 2.2 Quy trình phục vụ



Nguồn: Thông tin khách sạn cung cấp

Bảng 2.11 Quy trình phục vụ buffet sáng tại nhà hàng

Các bước	Công việc cần làm
Bước 1: Giai đoạn chuẩn bị	Kiểm tra vệ sinh khu vực nhà hàng: sàn, bàn ghế, khăn trải bàn, ly tách, dụng cụ buffet Kiểm tra số lượng và chất lượng món ăn, đồ uống buffet Setup đầy đủ dụng cụ: dao, nĩa, muỗng, đĩa, ly, khăn giấy trên bàn Đảm bảo bếp mở, quầy buffet, quầy pha chế sạch sẽ, sẵn sàng hoạt động
Bước 2: Giai đoạn đón tiếp khách	Nhân viên hotess trực cửa chào khách: “Good morning, dear guests. Wishing you a wonderful day!” Kiểm tra số phòng, số khách ăn sáng (dựa trên danh sách đặt phòng) Sau đó bàn giao lại cho nhân viên phục vụ, dẫn khách đến bàn đã được setup sẵn, hỏi khách có nhu cầu bàn riêng, bàn gần cửa sổ, hoặc bàn lớn cho gia đình

	Giới thiệu sơ qua vị trí quầy buffet, bếp mở, quầy đồ uống
Bước 3: Giai đoạn phục vụ khách	Nhân viên phục vụ bàn: Chủ động hỏi khách có nhu cầu nước uống (trà, cà phê, nước ép). Luôn quan sát để kịp thời hỗ trợ khách (giúp lấy món, tư vấn món đặc biệt, giới thiệu món địa phương) Nhân viên bếp và refill buffet: Đảm bảo món ăn luôn đầy đủ, được refill kịp thời. Vệ sinh quầy buffet thường xuyên, tránh rơi vãi thức ăn. Nhân viên pha chế (nếu có quầy cà phê, trà, nước ép): Pha chế theo yêu cầu, đảm bảo phục vụ nhanh, đẹp mắt. Kiểm tra ly, tách sạch sẽ, không bị nứt mẻ.
Bước 4: Giai đoạn tiễn khách	Khi khách chuẩn bị rời bàn, phục vụ nhanh chóng dọn dẹp, xếp ghế gọn gàng Hotess chào khách: “Thank you for dining at our restaurant. We wish you a wonderful day!” Dọn dẹp, set up lại bàn để sẵn sàng đón lượt khách tiếp theo

Nguồn: Thông tin khách sạn cung cấp

2.6.2 Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về đối với dịch vụ buffet tại nhà hàng Rumba

2.6.2.1 Mô tả khảo sát về sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng

Khảo sát này nhằm đánh giá mức độ hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba. Kết quả thu được sẽ giúp khách sạn định hướng các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng.

Đối tượng khảo sát là khách hàng đã sử dụng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba. Tác giả liên hệ với ban quản lý và nhân viên của nhà hàng để nhờ sự hỗ trợ. Số phiếu phát ra là 100, thu về được 100 phiếu đảm bảo yêu cầu phân tích.

Nội dung khảo sát gồm 2 phần: 1. Thông tin cá nhân khách hàng. 2. Đánh giá của khách hàng về mức độ hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba. Các mục hỏi được tham

khảo từ Lê Thái Phụng (2024) và có điều chỉnh để phù hợp với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba.

Bảng 2.12 Ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình

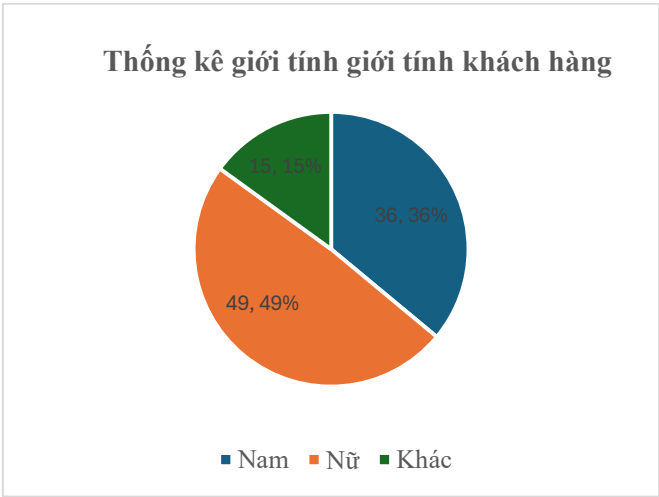
Giá trị trung bình	Ý nghĩa
1,00 – 1,80	Rất không hài lòng/Rất không tốt
1,81 – 2,60	Không hài lòng/Không tốt
2,61 – 3,40	Trung bình
3,41 – 4,20	Hài lòng//Tốt
4,21-5,00	Rất hài lòng /Rất tốt
Giá trị khoảng cách = (giá trị lớn nhất – giá trị nhỏ nhất)/n = (5-1)/5= 0,8	

Nguồn: Lê Thái Phụng, 2022

2.5.1.2 Thông tin mẫu khảo sát

Về giới tính

Biểu đồ 2.1 Thống kê giới tính giới tính khách hàng

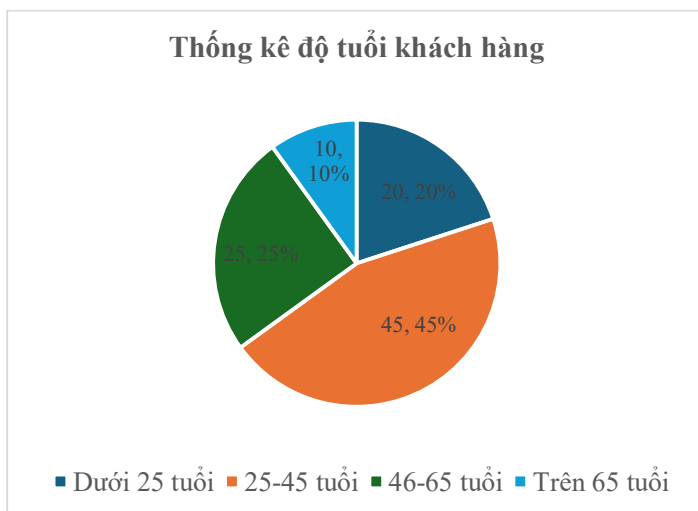


Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Biểu đồ cho thấy khách hàng nữ chiếm tỷ lệ cao nhất với 49%, nam chiếm 36% và giới tính khác chiếm 15%. Điều này cho thấy khách hàng của nhà hàng có xu hướng tập trung ở nữ giới, do họ thường quan tâm nhiều hơn đến trải nghiệm ăn uống và chất lượng dịch vụ. Tỷ lệ nam vẫn tương đối lớn, thể hiện khả năng tiếp cận đa dạng nhóm khách hàng. Nhóm giới tính khác tuy chiếm tỷ lệ thấp hơn nhưng góp phần phản ánh sự đa dạng trong cơ cấu khách hàng.

Về độ tuổi

Biểu đồ 2.2 Thống kê độ tuổi khách hàng



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Biểu đồ cho thấy cơ cấu độ tuổi của khách hàng khá đa dạng. Nhóm 25–45 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (45%), tiếp theo là nhóm 46–65 tuổi (25%), nhóm dưới 25 tuổi (20%) và nhóm trên 65 tuổi (10%). Điều này cho thấy khách hàng trung niên và trưởng thành là đối tượng chủ yếu của nhà hàng, do họ có nhu cầu sử dụng dịch vụ cao và thu nhập ổn định. Nhóm dưới 25 tuổi vẫn chiếm tỷ lệ đáng kể, phản ánh sự quan tâm của giới trẻ đến trải nghiệm ẩm thực. Nhóm trên 65 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất do nhu cầu sử dụng dịch vụ nhà hàng không thường xuyên. Nhìn chung, cơ cấu độ tuổi đa dạng giúp kết quả khảo sát có tính đại diện và độ tin cậy cao.

Lưu trú tại khách sạn

Biểu đồ 2.3 Thống kê khách lưu trú tại khách sạn

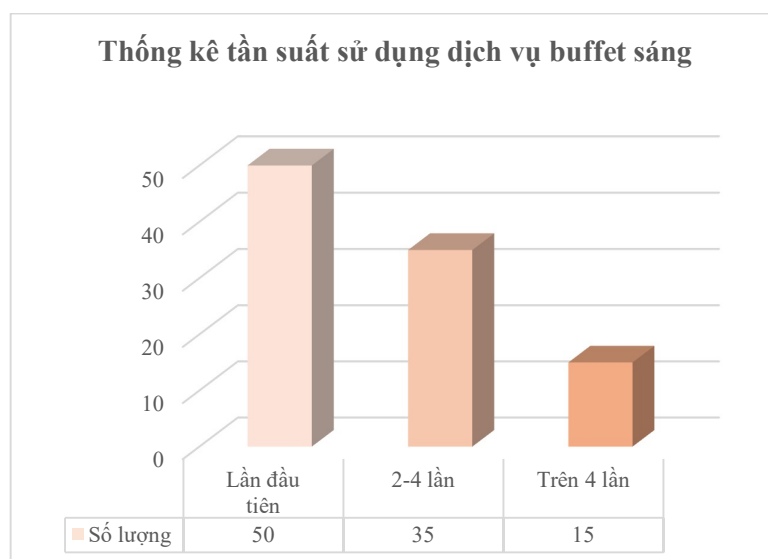


Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Biểu đồ cho thấy 65% khách sử dụng buffet sáng là khách lưu trú, trong khi 35% là khách không lưu trú. Điều này phù hợp với đặc thù dịch vụ, khi buffet sáng thường đi kèm gói phòng nên khách nội trú có xu hướng sử dụng nhiều hơn. Tuy tỷ lệ khách ngoài đạt mức 35% vẫn cho thấy buffet sáng có sức hút nhờ chất lượng món ăn và uy tín dịch vụ. Đây là tín hiệu tích cực, phản ánh chất lượng dịch vụ, thực đơn và uy tín của khách sạn đã thu hút được nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Do đó, khách sạn cần tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng buffet sáng nhằm đáp ứng tốt nhu cầu của cả khách lưu trú và khách bên ngoài, góp phần gia tăng doanh thu và nâng cao hình ảnh thương hiệu.

Tần suất sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách hàng

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



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

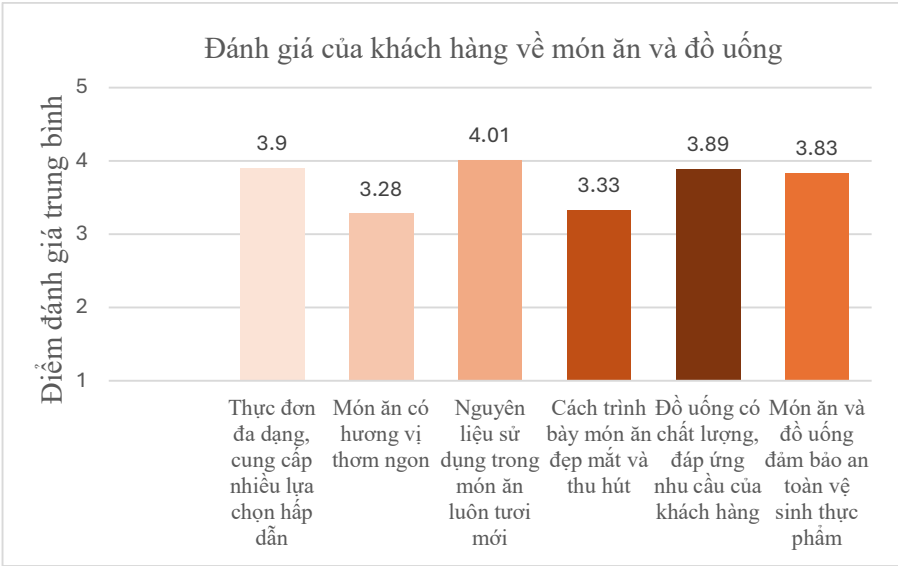
Biểu đồ “Tần suất sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách hàng” cho thấy phần lớn khách hàng sử dụng buffet sáng ở mức độ chưa thường xuyên. Cụ thể, nhóm khách sử dụng lần đầu chiếm tỷ lệ cao nhất với 50%, tiếp theo là nhóm sử dụng từ 2–4 lần chiếm 35%, trong khi nhóm sử dụng trên 4 lần chỉ chiếm 15%. Kết quả này cho thấy dịch vụ buffet sáng đã thu hút được lượng lớn khách hàng mới trải nghiệm, tuy nhiên tỷ lệ khách quay lại nhiều lần vẫn còn khá thấp. Điều này phản ánh rằng khách hàng có sự quan tâm nhất định đến dịch vụ, nhưng mức độ duy trì và trung thành chưa cao. Nguyên nhân của tình trạng này có thể xuất phát từ đặc điểm hoạt động kinh doanh khách sạn, khi phần lớn khách hàng sử dụng buffet sáng là khách du lịch hoặc khách lưu trú ngắn ngày nên tần suất sử dụng dịch vụ không cao. Bên cạnh đó,

lượng khách mới đến khách sạn liên tục làm cho tỷ lệ khách sử dụng lần đầu luôn chiếm ưu thế trong cơ cấu khách hàng. Nhìn chung, kết quả khảo sát phản ánh dịch vụ buffet sáng của khách sạn có khả năng thu hút khách hàng mới khá tốt, nhưng cần có những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa thực đơn và gia tăng trải nghiệm khách hàng để nâng cao tỷ lệ khách quay lại trong thời gian tới.

2.6.3 Mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

2.6.3.1 Đánh giá về món ăn và đồ uống

Biểu đồ 2.5 Đánh giá của khách hàng về món ăn và đồ uống



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Qua khảo sát cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng món ăn và đồ uống tại nhà hàng nhìn chung ở mức khá tốt, với điểm đánh giá trung bình từ 3,28 đến 4,01 điểm. Nội dung này có sự liên hệ chặt chẽ với tiêu chí “Sự tin cậy” (Reliability) trong mô hình SERVQUAL, bởi chất lượng món ăn là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận và mức độ hài lòng của khách hàng khi trải nghiệm buffet sáng.

Khách hàng đánh giá cao nhất đối với tiêu chí “Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới” với mức điểm trung bình 4,01 điểm. Kết quả này cho thấy khách cảm nhận rõ sự tươi ngon và chất lượng của nguyên liệu được sử dụng trong quá trình chế biến món ăn. Tiêu chí “Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng” đạt 3,89 điểm nhà hàng đã đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách qua

việc cung cấp đa dạng các loại đồ uống như nước trái cây, trà, cà phê và các loại nước giải khát khác.

“Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm” đạt 3,83 điểm việc món ăn được nhân viên bảo quản hợp lý, khu vực buffet sạch sẽ và quy trình phục vụ đảm bảo vệ sinh đã góp phần tạo được sự tin tưởng với khách.

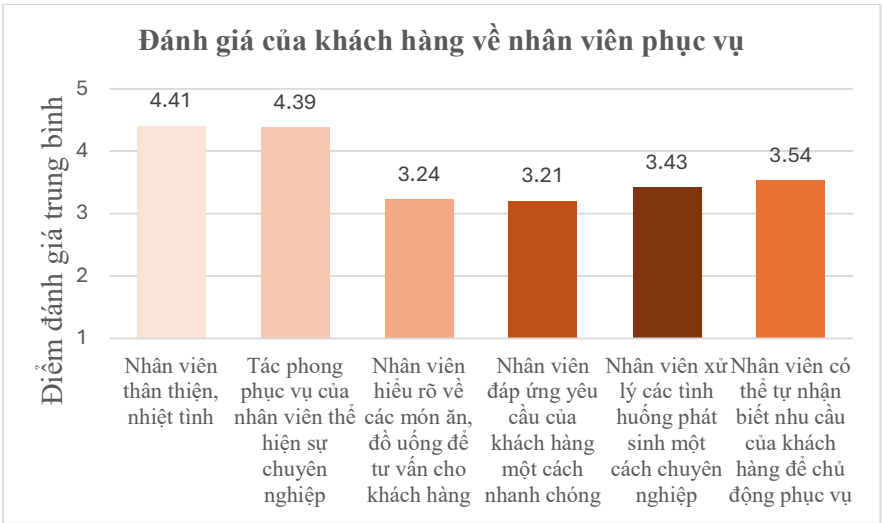
Tiêu chí “Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn” đạt 3,65 điểm. Mức điểm này chưa cao, cho thấy một số khách hàng vẫn mong muốn nhà hàng bổ sung thêm các món ăn mới hoặc đa dạng hơn về phong cách ẩm thực nhằm tăng trải nghiệm lựa chọn.

Tiêu chí “Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút” đạt 3,33 điểm. Điều này cho thấy cách bài trí và trang trí món ăn tuy đã được chú trọng nhưng chưa tạo được ấn tượng nổi bật đối với khách hàng.

“Món ăn có hương vị thơm ngon hợp khẩu vị” đạt thấp nhất với 3,28 điểm. Trải nghiệm của khách hàng về hương vị và hình thức món ăn chưa thực sự đồng đều. Do khẩu vị của khách hàng có sự khác biệt, đặc biệt giữa khách nội địa và khách quốc tế, khiến một số món ăn chưa đáp ứng hoàn toàn sở thích của tất cả khách hàng.

2.6.3.2 Đánh giá về nhân viên phục vụ

Biểu đồ 2.6 Đánh giá của khách hàng về nhân viên phục vụ



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Biểu đồ cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá khá tích cực đối với chất lượng phục vụ nhân viên, với điểm trung bình từ 3,21 đến 4,41 điểm.. Điều này phản ánh nhân viên đã đáp ứng được những yêu cầu cơ bản trong quá trình phục vụ buffet

sáng, đồng thời có sự liên hệ với các tiêu chí “Sự đáp ứng” (Responsiveness), “Năng lực phục vụ” (Assurance) và “Sự đồng cảm” (Empathy) trong mô hình SERVQUAL.

Trong các tiêu chí khảo sát, “Nhân viên thân thiện, nhiệt tình” đạt điểm cao nhất với 4,41 điểm, Dưới góc độ quan sát thực tập, nhân viên luôn niềm nở, chủ động hỗ trợ khách, góp phần nâng cao sự hài lòng đối với dịch vụ.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp” đạt 4,39 điểm, cho thấy khách hàng đánh giá cao sự lịch sự, nhanh nhẹn và chuyên nghiệp của nhân viên trong quá trình phục vụ.

Tiêu chí “Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để có thể tư vấn cho khách hàng” đạt 3,24 điểm. Nguyên nhân do nhân viên tập trung vào công việc phục vụ và bổ sung món ăn, nên thời gian tìm hiểu chi tiết về thành phần, hương vị hoặc đặc trưng của từng món còn hạn chế.

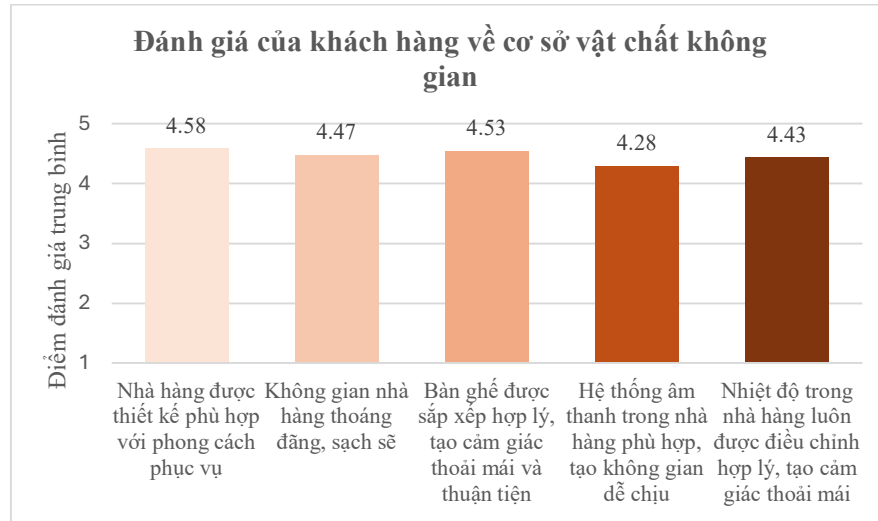
Tiêu chí “Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng” đạt mức thấp nhất với 3,21 điểm, cho thấy khách hàng chưa thực sự hài lòng về tốc độ phục vụ của nhân viên. Vào những thời điểm đông khách, nhân viên phải phục vụ nhiều yêu cầu cùng lúc nên chưa thể hỗ trợ khách kịp thời.

Tiêu chí “Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp” đạt 3,43 điểm, cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực nhưng chưa thực sự hài lòng về khả năng xử lý tình huống của nhân viên. Điều này xuất phát từ việc một số nhân viên còn thiếu kinh nghiệm cùng với sự đòi hỏi đáp ứng nhu cầu của khách hàng vượt mức mong đợi nên nhân viên chưa thể xử lý một cách toàn vẹn.

Tiêu chí “Nhân viên có thể nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ” đạt 3,54 điểm, cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về khả năng quan sát và hỗ trợ khách của nhân viên. Tuy nhiên, mức điểm này chưa thực sự cao, phản ánh việc nhân viên đôi khi vẫn chưa kịp thời nhận biết hoặc dự đoán nhu cầu của khách để chủ động phục vụ.

2.6.3.3 Đánh giá về cơ sở vật chất không gian

Biểu đồ 2.7 Đánh giá của khách hàng về cơ sở vật chất không gian



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực về cơ sở vật chất và không gian nhà hàng, với điểm trung bình dao động từ 4,28 đến 4,58 điểm. Các tiêu chí này thuộc thành phần Phương tiện hữu hình (Tangibles) trong mô hình SERVQUAL, phản ánh chất lượng của môi trường phục vụ mà khách hàng có thể trực tiếp quan sát và trải nghiệm.

Tiêu chí “Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ” đạt điểm cao nhất (4,58 điểm), cho thấy khách hàng đánh giá rất cao không gian và thiết kế tổng thể của nhà hàng. Nhà hàng phong cách hiện đại, sang trọng và đạt tiêu chuẩn quốc tế, phù hợp với định hướng phát triển của hệ thống Vinpearl một thương hiệu du lịch, nghỉ dưỡng hàng đầu tại Việt Nam.

Tiêu chí “Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện” đạt 4,53 điểm. Các khu vực bàn ghế được sắp xếp đảm bảo lối đi thuận tiện cho khách di chuyển và lựa chọn món ăn tại quầy buffet. Bàn ghế được bố trí với khoảng cách hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và riêng tư trong quá trình dùng bữa của khách.

Tiêu chí “Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ” đạt 4,47 điểm. Không gian được duy trì sạch sẽ, gọn gàng, các khu vực phục vụ và quầy buffet được vệ sinh thường xuyên, tạo cảm giác thoải mái và dễ chịu cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Tiêu chí “Nhiệt độ trong nhà hàng được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái” đạt 4,43 điểm. Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh phù hợp với điều

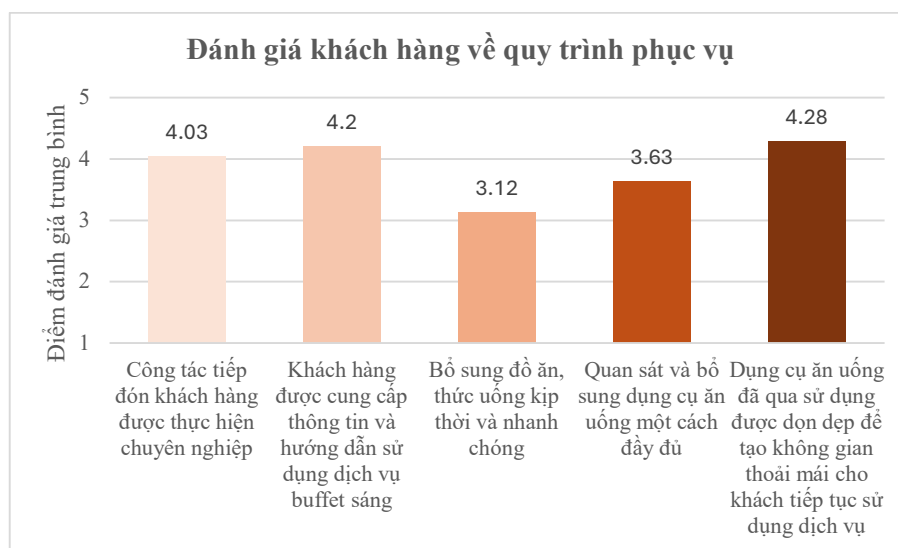
kiện thời tiết và đặc điểm của nhóm khách lưu trú, đặc biệt là khách quốc tế đến từ các nước Hàn Quốc, Mỹ,... Điều này giúp khách hàng cảm thấy thoải mái hơn khi sử dụng dịch vụ, góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm tại nhà hàng.

Trong khi đó, tiêu chí “Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu” đạt thấp nhất với 4,28 điểm. Mặc dù vẫn được khách hàng đánh giá ở mức tốt, kết quả này cho thấy một số khách hàng chưa hoàn toàn hài lòng về âm lượng nhà hàng. Vào thời điểm đông khách, tiếng ồn từ hoạt động phục vụ và trao đổi của khách có thể làm giảm cảm nhận về sự dễ chịu của không gian.

Nhìn chung, cơ sở vật chất và không gian nhà hàng được khách hàng đánh giá cao, góp phần tạo ấn tượng tích cực và nâng cao chất lượng trải nghiệm dịch vụ.

2.6.3.4 Đánh giá về quy trình phục vụ

Biểu đồ 2.8 Đánh giá của khách hàng về quy trình phục vụ



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá tích cực về quy trình phục vụ của nhà hàng, với các tiêu chí đạt từ 3,12 đến 4,28 điểm. Nội dung này chủ yếu liên quan đến thành phần Sự đáp ứng (Responsiveness) trong mô hình SERVQUAL, phản ánh khả năng phục vụ nhanh chóng và hỗ trợ khách hàng của nhân viên.

Tiêu chí “Tiếp đón khách hàng” đạt 4,03 điểm, đánh giá tích cực về quy trình chào đón và hướng dẫn của nhân viên. Dưới góc độ quan sát trong thời gian thực tập, nhân viên luôn chủ động chào hỏi, xác nhận số lượng khách và hướng dẫn khách đến khu vực bàn ăn phù hợp.

Tiếp theo, tiêu chí “Khách hàng được cung cấp thông tin và hướng dẫn sử dụng buffet sáng” đạt 4,20 điểm, sự hỗ trợ của nhân viên trong quá trình sử dụng dịch vụ rất hài lòng. Nhân viên luôn chủ động giới thiệu khu vực quầy buffet, hướng dẫn khách về các món ăn và giải đáp những thắc mắc cần thiết.

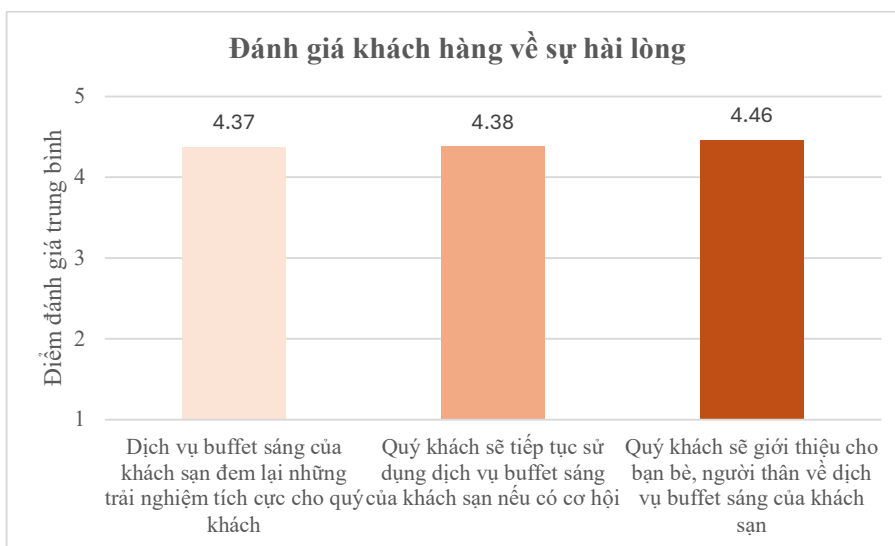
Tiêu chí “Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời” đạt điểm thấp nhất với 3,12 điểm, khách hàng chưa hài lòng về tốc độ bổ sung món ăn và đồ uống tại quầy buffet. Vào khung giờ cao điểm lượng khách tập trung đông, một số món ăn và thức uống đôi khi chưa được bổ sung kịp thời, khiến khách phải chờ đợi hoặc không có đủ lựa chọn tại thời điểm sử dụng.

Tiêu chí “Quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống” đạt 3,63 điểm, khách hàng đánh giá ở mức khá chưa hài lòng về sự chủ động của nhân viên trong việc chuẩn bị dụng cụ phục vụ. Do lượng khách tập trung đông vào các khung giờ cao điểm, khiến nhân viên phải thực hiện nhiều công việc cùng lúc như đón khách, dọn bàn và bổ sung món ăn, dẫn đến việc kiểm tra và bổ sung dụng cụ chưa được thực hiện kịp thời.

Tiêu chí “Dọn dẹp dụng cụ ăn uống đã qua sử dụng để tạo không gian thoải mái” đạt điểm cao nhất với 4,28 điểm, khách hàng đánh giá cao sự sạch sẽ và gọn gàng trong khu vực ăn uống. Dưới góc độ quan sát trong thời gian thực tập, nhân viên thường xuyên thu gom chén, đĩa và ly đã qua sử dụng ngay sau khi khách dùng xong, giúp bàn ăn luôn sạch sẽ và tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng.

2.6.3.5 Đánh giá về sự hài lòng khách hàng

Biểu đồ 2.9 Đánh giá của khách hàng về sự hài lòng khách hàng



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng có mức độ hài lòng rất cao đối với dịch vụ buffet sáng của khách sạn, với tất cả các tiêu chí đều đạt trên 4,0 điểm. Theo mô hình SERVQUAL, kết quả này phản ánh việc khách sạn đã đáp ứng tốt kỳ vọng của khách hàng ở nhiều khía cạnh như Sự tin cậy (Reliability), Sự đáp ứng (Responsiveness), Sự đảm bảo (Assurance), Sự đồng cảm (Empathy) và Phương tiện hữu hình (Tangibles).

Tiêu chí “Sẵn sàng giới thiệu cho bạn bè, người thân” đạt điểm cao nhất (4,46 điểm), cho thấy khách hàng có sự tin tưởng và đánh giá rất tích cực đối với chất lượng dịch vụ.

Tiêu chí “Tiếp tục sử dụng dịch vụ nếu có cơ hội” đạt 4,38 điểm, phản ánh mức độ trung thành và mong muốn quay lại của khách hàng. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ đã đáp ứng được kỳ vọng của khách, tạo được niềm tin và trải nghiệm tích cực trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Dịch vụ đem lại trải nghiệm tích cực cho quý khách” đạt 4,37 điểm, cho thấy khách hàng hài lòng với trải nghiệm tổng thể từ chất lượng món ăn, không gian nhà hàng đến phong cách phục vụ của nhân viên.

Nhìn chung, mức độ hài lòng cao của khách hàng cho thấy khách sạn đã cung cấp dịch vụ buffet sáng đáp ứng hiệu quả nhu cầu của khách hàng. Đây là cơ sở quan trọng để duy trì lòng trung thành của khách hiện tại, đồng thời thu hút khách hàng mới thông qua những đánh giá và giới thiệu tích cực.

2.6.3.6 Tổng hợp ý kiến khách hàng

Bên cạnh việc đánh giá mức độ hài lòng đối với chất lượng dịch vụ buffet sáng, khách hàng cũng đã đưa ra nhiều ý kiến đóng góp nhằm giúp khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ. Các góp ý chủ yếu tập trung vào việc đa dạng thực đơn, cải thiện tốc độ phục vụ, nâng cao chất lượng món ăn cũng như tối ưu không gian và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Bảng 2.13 Thống kê đóng góp ý kiến của khách hàng

Tiêu chí	Đánh giá góp ý khách hàng
Món ăn và đồ uống	Bổ sung món ăn nhanh vào giờ cao điểm Nên đa dạng thêm món ăn địa phương Một số món ăn còn hơi nguội Cần cải thiện tốc độ phục vụ đồ uống Đồ ăn châu Âu chưa đa dạng
Nhân viên phục vụ	Nhân viên cần chủ động hỗ trợ khách hơn Nhân viên tư vấn món ăn còn hạn chế Tốc độ phục vụ giờ cao điểm còn chậm
Quy trình phục vụ	Khu vực lấy món đôi lúc khá đông Thiếu dụng cụ ăn uống tại một số thời điểm Bổ sung bảng hướng dẫn món ăn bằng nhiều ngôn ngữ
Cơ sở vật chất và không gian	Wifi đôi lúc chưa ổn định Không gian khu lấy món bị quá tải giờ cao điểm

Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Thống kê cho thấy khách hàng góp ý tập trung vào món ăn và đồ uống, cho thấy mức độ kỳ vọng của khách hàng đối với chất lượng ẩm thực khá cao. Nhiều khách phản ánh rằng thực đơn hiện tại chưa thật sự đa dạng, đặc biệt ở các món địa phương, món chay và quầy món Âu. Một số món ăn còn được phục vụ khi đã nguội hoặc không được bổ sung kịp thời vào giờ cao điểm, dẫn đến trải nghiệm ăn uống chưa trọn vẹn. Những góp ý này phản ánh nhu cầu nâng cao hơn nữa về sự phong phú, tính đặc trưng và độ tươi nóng của món ăn nhằm đáp ứng tốt hơn khẩu vị đa dạng của khách lưu trú.

Ở tiêu chí nhân viên phục vụ, khách hàng đánh giá nhân viên thân thiện và có thái độ hòa nhã, tuy nhiên họ vẫn mong muốn sự chủ động hơn trong quá trình hỗ trợ. Đặc biệt, khả năng tư vấn món ăn của nhân viên vẫn còn hạn chế, khiến khách gặp khó khăn khi lựa chọn món phù hợp với khẩu vị hoặc nhu cầu dinh dưỡng. Tốc độ phục vụ trong các khung giờ đông khách vẫn chưa đáp ứng tốt, dẫn đến tình trạng chờ đợi kéo dài.

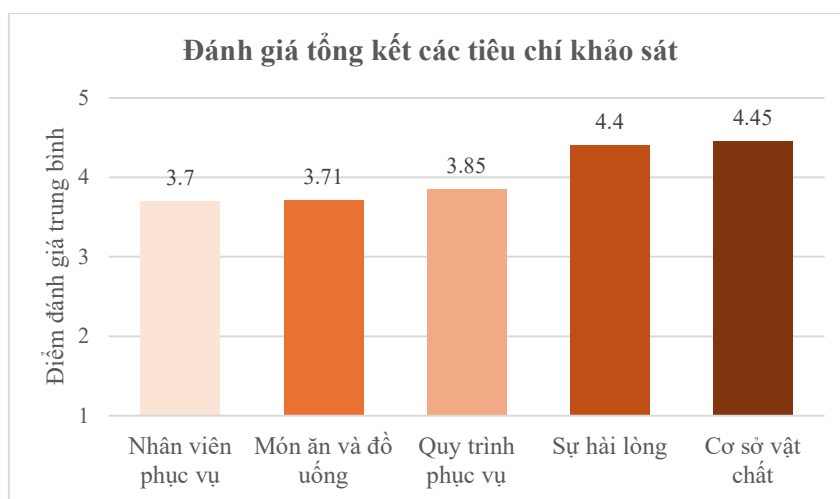
Đối với quy trình phục vụ, một số phản ánh cho rằng khu vực lấy món thường quá đông, gây khó khăn khi di chuyển. Bên cạnh đó, tình trạng thiếu dụng cụ ăn uống xảy ra ở một số thời điểm. Một đề xuất đáng chú ý khác là cần bổ sung bảng hướng dẫn món ăn bằng nhiều ngôn ngữ nhằm hỗ trợ tốt hơn cho khách quốc tế.

Ở nhóm cơ sở vật chất và không gian, khách hàng cho rằng wifi đôi lúc chưa ổn định, ảnh hưởng trải nghiệm chung. Ngoài ra, khu vực lấy món bị quá tải vào giờ cao điểm, gây bất tiện cho khách khi lựa chọn món.

Tổng hợp lại, các góp ý này phản ánh mong muốn của khách hàng về việc nâng cao tính đa dạng món ăn, tốc độ phục vụ, tính chủ động của nhân viên và điều kiện phục vụ vào giờ cao điểm, đây là những cơ sở quan trọng giúp nhà hàng tiếp tục cải thiện chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

2.6.3.6 Đánh giá tổng kết

Biểu đồ 2.10 Đánh giá điểm tổng kết



Nguồn: Thông tin khảo sát khách hàng

Biểu đồ điểm trung bình cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với các nhóm yếu tố của dịch vụ buffet sáng nhìn chung ở mức khá cao. Trong đó, “Cơ sở vật chất” đạt điểm trung bình cao nhất (4,45), phản ánh khách hàng đánh giá rất tốt về không gian, trang thiết bị và sự tiện nghi của nhà hàng. Tiếp theo là “Sự hài lòng chung” với 4,40 điểm, cho thấy khách hàng có ấn tượng tích cực và mức độ hài lòng tổng thể cao khi trải nghiệm dịch vụ. “Món ăn và đồ uống” (3,71) và “Nhân viên phục vụ” (3,70) có mức điểm trung bình thấp hơn nhưng vẫn ở mức khá, cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng với chất lượng ẩm thực và thái độ phục vụ. “Quy trình phục vụ” đạt 3,85 điểm, phản ánh mức độ hài lòng tương đối tốt, song vẫn còn dư địa cải thiện để nâng cao tính hiệu quả và đồng bộ trong quá trình phục vụ.

Tổng thể, các nhóm yếu tố đều đạt điểm trung bình trên 3,7, chứng tỏ dịch vụ buffet sáng của khách sạn được khách hàng đánh giá tích cực. Tuy nhiên, nhà hàng

cần tiếp tục cải thiện chất lượng món ăn, kỹ năng phục vụ của nhân viên và tối ưu hóa quy trình phục vụ nhằm gia tăng mức độ hài lòng trong tương lai.

2.7 Đánh giá chung về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba

2.7.1 Món ăn và đồ uống

Ưu điểm

Nhìn chung, chất lượng món ăn và đồ uống tại nhà hàng Rumba được khách hàng đánh giá khá tốt. Nhà hàng chú trọng sử dụng nguồn nguyên liệu tươi mới, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, tạo sự yên tâm cho khách khi sử dụng dịch vụ. Thực đơn và các loại đồ uống tương đối đa dạng, đáp ứng được nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng, góp phần mang lại trải nghiệm buffet sáng tích cực.

Nhược điểm

Một số hạn chế vẫn còn tồn tại trong chất lượng món ăn và đồ uống. Hương vị của một số món chưa thực sự nổi bật, chưa tạo được dấu ấn riêng đối với khách hàng. Đồng thời, cách trình bày món ăn còn khá đơn giản, chưa đủ sức thu hút và tạo ấn tượng mạnh về mặt thị giác. Thực đơn tuy đa dạng nhưng vẫn cần được đổi mới và bổ sung thêm nhiều món đặc sắc để nâng cao sức hấp dẫn và đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của khách hàng

2.7.2 Nhân viên phục vụ

Ưu điểm

Đội ngũ nhân viên tại nhà hàng Rumba được khách hàng đánh giá cao về thái độ phục vụ. Nhân viên luôn thân thiện, nhiệt tình, niềm nở và sẵn sàng hỗ trợ khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, tác phong phục vụ chuyên nghiệp, lịch sự và nhanh nhẹn cũng là điểm mạnh nổi bật, góp phần tạo ấn tượng tốt và nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng.

Nhược điểm

Mặc dù được đánh giá khá tích cực, đội ngũ nhân viên vẫn còn một số hạn chế cần cải thiện. Kiến thức về món ăn và đồ uống của một số nhân viên chưa thực sự sâu để tư vấn hiệu quả cho khách hàng. Tốc độ đáp ứng yêu cầu của khách còn chậm vào những thời điểm đông khách. Ngoài ra, khả năng xử lý tình huống phát sinh và sự chủ động trong việc nhận biết nhu cầu của khách chưa thực sự đồng đều, ảnh hưởng phần nào đến chất lượng phục vụ và trải nghiệm của khách hàng.

2.7.3 Quy trình phục vụ

Ưu điểm

Quy trình phục vụ tại nhà hàng Rumba được khách hàng đánh giá khá tích cực, đặc biệt ở khâu tiếp đón và hướng dẫn khách sử dụng dịch vụ buffet sáng. Nhân viên thực hiện công tác đón tiếp chuyên nghiệp, cung cấp thông tin rõ ràng và hỗ trợ khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, việc thu dọn dụng cụ ăn uống đã qua sử dụng được thực hiện thường xuyên, giúp khu vực ăn uống luôn sạch sẽ, gọn gàng và tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng.

Nhược điểm

Mặc dù được đánh giá ở mức khá, quy trình phục vụ vẫn còn một số hạn chế. Việc bổ sung đồ ăn và thức uống chưa thực sự kịp thời, đặc biệt trong những thời điểm đông khách, khiến khách hàng phải chờ đợi. Ngoài ra, công tác quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống đôi khi chưa được thực hiện đầy đủ và nhanh chóng, làm ảnh hưởng đến trải nghiệm sử dụng dịch vụ của khách hàng. Đây là những nội dung cần được nhà hàng chú trọng cải thiện để nâng cao chất lượng phục vụ trong thời gian tới.

2.7.4 Cơ sở vật chất & không gian

Ưu điểm

Cơ sở vật chất và không gian tại nhà hàng Rumba được khách hàng đánh giá rất cao. Nhà hàng sở hữu không gian rộng rãi, sạch sẽ, được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ buffet, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi dùng bữa. Bàn ghế được bố trí hợp lý, thuận tiện cho việc di chuyển và sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, nhiệt độ trong nhà hàng luôn được duy trì ở mức phù hợp, nhà vệ sinh sạch sẽ, đầy đủ tiện nghi, góp phần nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

Nhược điểm

Mặc dù được đánh giá tích cực, hệ thống âm thanh của nhà hàng vẫn là yếu tố có mức đánh giá thấp nhất trong nhóm tiêu chí cơ sở vật chất và không gian. Vào những thời điểm đông khách, tiếng ồn từ hoạt động phục vụ và trao đổi giữa khách hàng có thể làm giảm cảm giác dễ chịu của không gian. Điều này cho thấy nhà hàng cần điều chỉnh âm lượng và cách bố trí âm thanh hợp lý hơn để mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã giới thiệu tổng quan về khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront và nhà hàng Rumba, đồng thời phân tích thực trạng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng. Thông qua kết quả khảo sát và đánh giá từ khách hàng, có thể thấy dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng nhìn chung được khách hàng đánh giá khá tích cực ở nhiều tiêu chí như chất lượng nguyên liệu, sự đa dạng của thực đơn, chất lượng đồ uống và vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm.

Bên cạnh những ưu điểm đạt được, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy một số hạn chế vẫn còn tồn tại như hương vị món ăn chưa thực sự nổi bật, cách trình bày món ăn chưa tạo được nhiều ấn tượng và một số yếu tố trong quá trình phục vụ cần tiếp tục được cải thiện. Những hạn chế này phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng.

Từ những kết quả phân tích trên, đây sẽ là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng và gia tăng sự hài lòng của khách hàng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG RUMBA THUỘC KHÁCH SẠN MELIÁ VINPEAL DANANG RIVERFRONT

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam

Quyết định số 147/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 được xác định theo định hướng đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, có vai trò quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ cấu kinh tế và quảng bá hình ảnh đất nước ra thế giới. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, ngành du lịch Việt Nam không chỉ tập trung khai thác hiệu quả các tiềm năng và lợi thế sẵn có mà còn hướng đến phát triển theo hướng bền vững, chuyên nghiệp và hiện đại, phù hợp với xu thế phát triển chung của du lịch toàn cầu.

Trên quan điểm phát triển du lịch thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, tạo động lực thúc đẩy sự phát triển các ngành và lĩnh vực khác, góp phần quan trọng hình thành cơ cấu kinh tế hiện đại. Phát triển du lịch bền vững và bao trùm, trên nền tảng tăng trưởng xanh, tối đa hóa sự đóng góp của du lịch cho các mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc; quản lý, sử dụng hiệu quả tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và đa dạng sinh học, chủ động thích ứng với biến đổi khí hậu, bảo đảm quốc phòng, an ninh. Chú trọng phát triển du lịch văn hóa, gắn phát triển du lịch với bảo tồn, phát huy giá trị di sản và bản sắc văn hóa dân tộc.

Việt Nam là quốc gia có nguồn tài nguyên du lịch phong phú với nhiều danh lam thắng cảnh, di sản văn hóa và điều kiện tự nhiên thuận lợi cho việc phát triển đa dạng các loại hình du lịch. Do đó, chiến lược phát triển du lịch chú trọng khai thác hợp lý tài nguyên du lịch gắn với bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững. Việc giữ gìn bản sắc văn hóa dân tộc, bảo tồn các di tích lịch sử, lễ hội truyền thống và cảnh quan thiên nhiên được xem là nền tảng quan trọng nhằm tạo nên sức hấp dẫn riêng cho du lịch Việt Nam.

Song song với đó, ngành du lịch tập trung đa dạng hóa sản phẩm du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách trong nước và quốc tế. Các loại hình du lịch như du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái, du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng, du

lịch biển đảo và du lịch MICE được chú trọng đầu tư và phát triển. Điều này góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của du lịch Việt Nam, đồng thời tạo điều kiện khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch của từng địa phương.

Bên cạnh việc phát triển sản phẩm du lịch, chiến lược phát triển du lịch Việt Nam còn chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ và hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng và các cơ sở vui chơi giải trí được đầu tư theo tiêu chuẩn hiện đại nhằm nâng cao trải nghiệm của du khách. Đồng thời, việc cải thiện chất lượng phục vụ, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp và thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên du lịch cũng được xem là yếu tố quan trọng góp phần xây dựng hình ảnh du lịch chuyên nghiệp và thân thiện.

Ngoài ra, Quyết định 147/QĐ-TTg cũng nhấn mạnh yêu cầu phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ của Cách mạng công nghiệp 4.0, đồng thời nâng cao chất lượng nguồn nhân lực du lịch để đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế và phát triển bền vững của ngành trong giai đoạn mới ngành du lịch Việt Nam. Việc ứng dụng các nền tảng trực tuyến, mạng xã hội và công nghệ thông minh giúp nâng cao hiệu quả quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam, đồng thời tạo thuận lợi cho du khách trong quá trình tìm kiếm thông tin và sử dụng dịch vụ.

Phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao cũng là một trong những nội dung trọng tâm của chiến lược phát triển du lịch Việt Nam. Ngành du lịch ngày càng yêu cầu đội ngũ lao động có trình độ chuyên môn, ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp tốt nhằm đáp ứng yêu cầu phục vụ khách du lịch quốc tế. Công tác đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch luôn được chú trọng nhằm nâng cao chất lượng lao động và năng lực cạnh tranh của ngành.

3.1.2. Chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng

Sở Du lịch Đà Nẵng. (2023). *Định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng đến năm 2030*. Chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng giai đoạn đến năm 2030 được định hướng theo mô hình “đô thị du lịch biển – sinh thái – thông minh – tầm cỡ quốc tế”, nhằm khẳng định vị thế của thành phố như một trung tâm dịch vụ du lịch quan trọng của khu vực miền Trung.

Sau khi hợp nhất địa giới, không gian phát triển du lịch của thành phố Đà Nẵng được mở rộng gấp nhiều lần, tạo điều kiện hình thành chuỗi sản phẩm đa dạng gắn với biển, văn hóa, thể thao và nghỉ dưỡng cao cấp. Đà Nẵng đặt mục tiêu trở thành

trung tâm du lịch, hội nghị, hội thảo quốc tế, là điểm đến hàng đầu khu vực châu Á về du lịch nghỉ dưỡng, giải trí và sự kiện. "Đây là thời điểm cần thiết để điều chỉnh quy hoạch định hướng phát triển du lịch TP. Đà Nẵng nhằm khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên, phát huy giá trị truyền thống, lịch sử và văn hóa bản địa giàu bản sắc, xây dựng Đà Nẵng trở thành điểm đến hấp dẫn của thế giới, góp phần phát triển kinh tế bền vững và mang lại việc làm cho người dân địa phương", bà Trương Thị Hồng Hạnh cho biết.

Trên cơ sở phát huy lợi thế về tài nguyên biển, hệ thống hạ tầng đồng bộ và thương hiệu điểm đến an toàn, thân thiện Đà Nẵng tập trung phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và bền vững.

Tổng Cục trưởng Tổng cục Du lịch cho rằng, phát triển kinh tế đêm và du lịch MICE sẽ là hai trụ cột quan trọng giúp Đà Nẵng kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu và tạo sinh khí mới cho ngành du lịch trong giai đoạn sau hợp nhất. Thành phố đa dạng hóa sản phẩm du lịch bằng cách phát triển các dòng sản phẩm như du lịch biển nghỉ dưỡng, du lịch MICE, du lịch văn hoá, du lịch lễ hội, du lịch sinh thái và du lịch đô thị.

Ngoài ra, phát triển hạ tầng và không gian du lịch là một trụ cột quan trọng. Thành phố ưu tiên đầu tư hoàn thiện hạ tầng giao thông, cảng biển, sân bay và các cơ sở lưu trú chất lượng cao đồng thời mở rộng không gian du lịch về phía Tây và Nam nhằm giảm tải cho khu vực trung tâm. Việc quy hoạch không gian du lịch ven biển và dọc sông Hàn theo hướng hiện đại, xanh và thân thiện môi trường tiếp tục được đẩy mạnh để tạo bản sắc đặc trưng cho điểm đến. Song song, Đà Nẵng đẩy mạnh ứng dụng chuyển đổi số trong du lịch, xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh, hệ thống thông tin điểm đến, kênh phản hồi trực tuyến và các nền tảng hỗ trợ du khách. Đây được xem là giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý, tăng tính tiện ích và cải thiện trải nghiệm du khách.

Về thị trường, thành phố tập trung mở rộng hoạt động xúc tiến quảng bá, hướng đến các thị trường trọng điểm như Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Úc và châu Âu, đồng thời củng cố thị trường nội địa. Việc quảng bá thông qua các sự kiện quy mô quốc tế như các lễ hội pháo hoa Quốc tế DIFF thu hút nguồn khách du lịch, các chiến dịch truyền thông số và phát triển thêm các đường bay quốc tế được xem là yếu tố quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến.

Cuối cùng, chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng nhấn mạnh yêu cầu phát triển bền vững, chú trọng bảo vệ tài nguyên, giảm thiểu rác thải nhựa, nâng cao năng lực ứng phó biến đổi khí hậu và khuyến khích sự tham gia của cộng đồng trong các hoạt động du lịch. Với đó là việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đào tạo nghiệp vụ, ngoại ngữ và kỹ năng ứng dụng công nghệ, đáp ứng yêu cầu của ngành du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

3.1.3 Chiến lược phát triển nhà hàng Rumba

Nhà hàng Rumba, trực thuộc Khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront, được xác định là một bộ phận quan trọng trong hệ thống cung ứng dịch vụ, góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách lưu trú cũng như củng cố hình ảnh thương hiệu của khách sạn. Trong bối cảnh Đà Nẵng định hướng trở thành trung tâm du lịch dịch vụ hàng đầu, hoạt động kinh doanh ẩm thực của nhà hàng cần có chiến lược phát triển phù hợp nhằm đáp ứng xu thế tiêu dùng mới, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của đơn vị.

Trên cơ sở đó, nhà hàng Rumba định hướng chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm ẩm thực thông qua việc đa dạng hóa thực đơn, kết hợp hài hòa giữa món ăn quốc tế và đặc sản địa phương, đồng thời phát triển các lựa chọn phù hợp với xu hướng ăn uống hiện đại như thực đơn lành mạnh, ít đường, ít béo hoặc dành cho người ăn chay. Việc đảm bảo nguồn nguyên liệu tươi, an toàn và có nguồn gốc rõ ràng là yếu tố then chốt nhằm duy trì chất lượng món ăn và tạo dựng niềm tin đối với thực khách.

Bên cạnh chất lượng ẩm thực, nhà hàng hướng đến hoàn thiện dịch vụ theo tiêu chuẩn của tập đoàn Meliã bảo đảm tính chuyên nghiệp, thân thiện và nhất quán trong phục vụ. Công tác đào tạo nhân viên được tăng cường nhằm nâng cao kỹ năng chuyên môn, khả năng giao tiếp và xử lý tình huống. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ trong đặt bàn, gọi món và thanh toán cũng được chú trọng nhằm rút ngắn thời gian chờ đợi và nâng cao sự tiện lợi cho khách hàng.

Về cơ sở vật chất, nhà hàng định hướng cải thiện không gian theo hướng hiện đại, tinh tế và phù hợp với nhận diện thương hiệu. Các yếu tố như ánh sáng, âm thanh và bố trí nội thất được điều chỉnh nhằm mang lại sự thoải mái và trải nghiệm đa giác quan cho thực khách, đặc biệt trong các bữa buffet sáng dịch vụ đặc trưng của khách

sạn. Không gian được thiết kế theo hướng tối ưu hóa diện tích nhưng vẫn đảm bảo sự riêng tư cho khách.

Trong lĩnh vực xúc tiến và marketing, nhà hàng tập trung mở rộng thị trường thông qua truyền thông số, tăng cường quảng bá trên các nền tảng trực tuyến và phối hợp với các kênh OTA để giới thiệu các gói dịch vụ kết hợp giữa lưu trú và ẩm thực. Các chương trình ẩm thực theo chủ đề, sự kiện đặc biệt và chương trình dành cho khách hàng thân thiết được xem là giải pháp quan trọng nhằm thu hút khách mới và duy trì lượng khách quay lại.

Cuối cùng, nhà hàng Rumba định hướng phát triển theo hướng bền vững, gắn với việc sử dụng nguyên liệu địa phương, giảm thiểu rác thải nhựa, tối ưu hóa tiêu thụ năng lượng và tham gia các hoạt động cộng đồng. Chiến lược này không chỉ góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu, mà còn phù hợp với xu thế phát triển bền vững trong ngành khách sạn - du lịch hiện nay.

3.2. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront

3.2.1. Nâng cao chất lượng món ăn và đồ uống

Giải pháp này xuất phát từ thực trạng khảo sát của tiêu chí **“Món ăn có hương vị thơm ngon hợp khẩu vị”** thuộc nhóm nhân tố Món ăn đồ uống. Một bộ phận khách hàng cho rằng hương vị món ăn chưa thật sự đặc sắc, đôi khi còn chưa phù hợp với khẩu vị đa dạng của các nhóm khách khác nhau, đặc biệt là khách đến từ nhiều vùng miền hoặc khách quốc tế. Bên cạnh đó, sự chưa đồng nhất trong hương vị giữa các lần chế biến cũng có thể xảy ra, làm ảnh hưởng đến trải nghiệm ăn uống của khách hàng.

Từ những hạn chế nêu trên, việc đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hương vị món ăn là cần thiết nhằm cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng. Trước hết, nhà hàng cần xây dựng và chuẩn hóa hệ thống công thức chế biến cho từng món ăn nhằm đảm bảo tính ổn định và đồng nhất về hương vị trong quá trình phục vụ. Đồng thời, cần có sự linh hoạt nhất định trong việc điều chỉnh gia vị để phù hợp với khẩu vị của từng nhóm khách hàng khác nhau. Cần đẩy mạnh việc đa dạng hóa khẩu vị món ăn theo hướng nghiên cứu thị trường và hành vi tiêu dùng của khách hàng. Việc thiết kế thực đơn với nhiều mức độ hương vị khác nhau (như cay, mặn, ngọt) sẽ

giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn theo sở thích cá nhân, từ đó nâng cao trải nghiệm dịch vụ.

Ngoài ra, cần tăng cường công tác khảo sát ý kiến khách hàng thông qua phiếu đánh giá, mã QR hoặc phản hồi trực tiếp để kịp thời ghi nhận các góp ý liên quan đến hương vị món ăn. Đây là cơ sở quan trọng để điều chỉnh và cải thiện chất lượng sản phẩm một cách liên tục và hiệu quả. Song song với đó, việc nâng cao tay nghề cho đội ngũ đầu bếp cũng đóng vai trò quan trọng. Cần thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng nêm nếm, cảm nhận vị giác và cập nhật xu hướng ẩm thực mới nhằm nâng cao chất lượng chế biến món ăn.

Chú trọng kiểm soát chặt chẽ chất lượng nguyên liệu đầu vào nhằm đảm bảo độ tươi ngon và an toàn thực phẩm. Nguyên liệu chất lượng tốt sẽ góp phần quan trọng trong việc tạo nên hương vị món ăn ổn định và hấp dẫn hơn.

Giải pháp này xuất phát từ thực trạng khảo sát của tiêu chí **“Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút”** thuộc nhóm nhân tố Món ăn và đồ uống. Kết quả khảo sát cho thấy tiêu chí này đạt 3,33 điểm, phản ánh rằng hình thức trình bày món ăn tuy đã được quan tâm nhưng vẫn chưa đáp ứng đầy đủ kỳ vọng của khách hàng. Một số món ăn còn được trình bày khá đơn giản, chưa tạo được điểm nhấn và sự khác biệt trong quá trình trải nghiệm buffet sáng.

Trong bối cảnh hiện nay, yếu tố thẩm mỹ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm ẩm thực của khách hàng. Không chỉ chú trọng đến hương vị, khách hàng còn quan tâm đến hình thức món ăn bởi đây là yếu tố tạo ấn tượng đầu tiên và ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận về chất lượng dịch vụ. Vì vậy, việc cải thiện cách trình bày món ăn là cần thiết nhằm gia tăng sức hấp dẫn và nâng cao mức độ hài lòng của thực khách.

Để thực hiện điều này, nhà hàng cần xây dựng tiêu chuẩn trình bày đối với từng nhóm món ăn trong buffet sáng nhằm đảm bảo tính đồng nhất và chuyên nghiệp. Các món ăn cần được sắp xếp khoa học, hài hòa về màu sắc, hình thức và vị trí trưng bày để tạo cảm giác hấp dẫn ngay từ khi khách hàng tiếp cận quầy buffet.

Bên cạnh đó, bộ phận bếp cần tăng cường sử dụng các kỹ thuật trang trí món ăn phù hợp, kết hợp giữa nguyên liệu tự nhiên, rau củ trang trí và dụng cụ trưng bày hiện đại nhằm nâng cao tính thẩm mỹ. Việc thay đổi cách bài trí theo chủ đề, mùa lễ hội

hoặc các sự kiện đặc biệt cũng góp phần tạo sự mới mẻ và tăng sức hút đối với khách hàng.

Ngoài ra, nhà hàng nên thường xuyên đào tạo đội ngũ đầu bếp về kỹ năng trình bày và trang trí món ăn, đồng thời cập nhật các xu hướng ẩm thực hiện đại để nâng cao khả năng sáng tạo. Việc tham khảo mô hình trình bày buffet của các khách sạn cao cấp cũng sẽ giúp nhà hàng học hỏi và áp dụng những phương pháp hiệu quả nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ.

Việc triển khai đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần nâng cao tính thẩm mỹ của món ăn, tạo ấn tượng tích cực cho khách hàng ngay từ lần tiếp xúc đầu tiên. Qua đó, không chỉ nâng cao mức độ hài lòng mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao năng lực cạnh tranh của dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên

Giải pháp hướng tới việc khắc phục tiêu chí **“Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng”** thuộc nhóm nhân tố Nhân viên phục vụ. Kết quả khảo sát cho thấy tiêu chí này chưa nhận được mức đánh giá cao từ khách hàng, phản ánh rằng khả năng tư vấn và cung cấp thông tin về món ăn, đồ uống của một số nhân viên vẫn còn hạn chế.

Trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng, khách hàng thường có nhu cầu tìm hiểu về thành phần món ăn, cách chế biến, hương vị đặc trưng hoặc các món ăn phù hợp với khẩu vị và chế độ dinh dưỡng của bản thân. Một số nhân viên chưa nắm vững đầy đủ thông tin về thực đơn nên việc tư vấn còn thiếu chi tiết, chưa tạo được sự tin tưởng và hỗ trợ hiệu quả cho khách hàng trong quá trình lựa chọn món ăn.

Để khắc phục hạn chế này, nhà hàng cần tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ nhằm trang bị cho nhân viên kiến thức đầy đủ về các món ăn và đồ uống đang phục vụ. Nội dung đào tạo cần bao gồm thành phần nguyên liệu, phương pháp chế biến, hương vị đặc trưng, giá trị dinh dưỡng cũng như các món ăn phù hợp với từng nhóm khách hàng khác nhau. Điều này giúp nhân viên tự tin hơn trong quá trình giao tiếp và tư vấn cho khách.

Bên cạnh đó, nhà hàng nên xây dựng sổ tay hoặc tài liệu hướng dẫn về thực đơn để nhân viên dễ dàng tra cứu và cập nhật thông tin khi cần thiết. Mỗi khi có món ăn mới hoặc thay đổi thực đơn, bộ phận bếp cần phối hợp với bộ phận phục vụ tổ

chức giới thiệu và hướng dẫn chi tiết nhằm đảm bảo tất cả nhân viên đều nắm rõ thông tin trước khi phục vụ khách hàng.

Cần khuyến khích nhân viên chủ động tìm hiểu và trải nghiệm các món ăn trong thực đơn để có thể đưa ra những gợi ý phù hợp dựa trên nhu cầu thực tế của khách hàng. Đồng thời, nhà hàng nên tăng cường đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng tư vấn và xử lý tình huống nhằm giúp nhân viên truyền đạt thông tin một cách rõ ràng, chuyên nghiệp và tạo thiện cảm với khách hàng.

Việc nâng cao kiến thức chuyên môn của đội ngũ nhân viên không chỉ giúp cải thiện chất lượng tư vấn mà còn góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng. Qua đó, tăng mức độ hài lòng, củng cố hình ảnh chuyên nghiệp của nhà hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ tổng thể.

Giải pháp này xuất phát từ thực trạng khảo sát của tiêu chí **“Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng”** thuộc nhóm nhân tố Nhân viên phục vụ. Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn một số khách hàng chưa thực sự hài lòng về tốc độ đáp ứng của nhân viên trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng. Điều này cho thấy khả năng phản hồi và hỗ trợ khách hàng của đội ngũ nhân viên vẫn còn một số hạn chế nhất định, đặc biệt vào những thời điểm đông khách.

Trong quá trình phục vụ buffet sáng, khách hàng thường phát sinh nhiều nhu cầu như hướng dẫn vị trí món ăn, bổ sung dụng cụ ăn uống, hỗ trợ tìm chỗ ngồi hoặc giải đáp các thắc mắc liên quan đến dịch vụ. Tuy nhiên, khi lượng khách tăng cao, nhân viên có thể chưa kịp thời quan sát và phản hồi các yêu cầu của khách hàng, làm ảnh hưởng đến trải nghiệm dịch vụ và mức độ hài lòng của thực khách.

Để khắc phục tình trạng này, nhà hàng cần bố trí nguồn nhân lực hợp lý theo từng khung giờ phục vụ, đặc biệt tăng cường nhân viên vào các giờ cao điểm nhằm đảm bảo mọi yêu cầu của khách hàng được xử lý nhanh chóng và hiệu quả. Đồng thời, cần phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng nhân viên trong từng khu vực phục vụ để tránh chồng chéo công việc và nâng cao hiệu quả phối hợp.

Nhà hàng cần thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo về kỹ năng phục vụ, kỹ năng quan sát và kỹ năng xử lý tình huống cho nhân viên. Việc chủ động nhận biết nhu cầu của khách hàng và hỗ trợ kịp thời sẽ giúp nâng cao chất lượng phục vụ, đồng thời tạo cảm giác được quan tâm và chăm sóc cho khách hàng.

Bộ phận quản lý cần xây dựng các tiêu chuẩn về thời gian phản hồi và xử lý yêu cầu của khách hàng, đồng thời thường xuyên giám sát, đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên. Việc áp dụng cơ chế khen thưởng đối với những nhân viên có thành tích phục vụ tốt cũng sẽ góp phần nâng cao tinh thần trách nhiệm và chất lượng phục vụ.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ giúp nâng cao khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả, từ đó cải thiện trải nghiệm sử dụng dịch vụ buffet sáng, nâng cao mức độ hài lòng và góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho nhà hàng.

3.2.3. Tăng cường công tác quản lý chất lượng dịch vụ

Giải pháp nhằm giải quyết nhược điểm của tiêu chí **“Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời và nhanh chóng”** thuộc nhóm nhân tố Quy trình phục vụ. Kết quả khảo sát cho thấy một số khách hàng vẫn chưa thực sự hài lòng về tốc độ bổ sung món ăn và thức uống tại quầy buffet, đặc biệt trong các khung giờ cao điểm khi lượng khách tập trung đông. Điều này có thể dẫn đến tình trạng một số món ăn, đồ uống tạm thời bị thiếu hụt, ảnh hưởng đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng.

Trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng, khách hàng mong muốn các món ăn và thức uống luôn được duy trì đầy đủ để có thể lựa chọn thuận tiện và liên tục. Tuy nhiên, việc theo dõi lượng tiêu thụ chưa sát sao hoặc sự phối hợp giữa bộ phận bếp và bộ phận phục vụ chưa thực sự hiệu quả có thể làm chậm quá trình bổ sung món ăn, khiến khách hàng phải chờ đợi hoặc không thể sử dụng món ăn yêu thích.

Để khắc phục hạn chế này, nhà hàng cần xây dựng quy trình kiểm tra và bổ sung món ăn, thức uống theo định kỳ trong suốt thời gian phục vụ buffet sáng. Nhân viên phụ trách từng khu vực cần thường xuyên quan sát lượng thức ăn tại quầy để kịp thời báo cho bộ phận bếp chuẩn bị bổ sung trước khi món ăn hết hoàn toàn.

Cần tăng cường sự phối hợp giữa bộ phận bếp và bộ phận phục vụ thông qua việc phân công nhiệm vụ cụ thể và thiết lập cơ chế trao đổi thông tin nhanh chóng. Đối với các món ăn được khách hàng lựa chọn nhiều, nhà hàng cần chủ động dự báo nhu cầu tiêu thụ và chuẩn bị nguồn nguyên liệu cũng như bán thành phẩm phù hợp để rút ngắn thời gian bổ sung.

Nhà hàng nên bố trí nhân sự hợp lý trong các khung giờ cao điểm nhằm đảm bảo việc kiểm tra, bổ sung và sắp xếp quầy buffet được thực hiện liên tục. Đồng thời,

cần thường xuyên kiểm tra chất lượng món ăn sau khi bổ sung để đảm bảo món ăn luôn giữ được hương vị, nhiệt độ và hình thức trình bày tốt nhất khi phục vụ khách hàng.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ giúp nhà hàng duy trì sự đầy đủ của các món ăn và thức uống trong suốt thời gian phục vụ, hạn chế tình trạng thiếu hụt tại quầy buffet, nâng cao trải nghiệm của khách hàng và góp phần gia tăng mức độ hài lòng đối với dịch vụ buffet sáng.

3.2.4. Nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng

Giải pháp này là chiến lược để giải quyết triệt để nhược điểm của tiêu chí **“Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng”**. Mặc dù khách hàng nhìn chung đánh giá tích cực về chất lượng dịch vụ buffet sáng, tuy nhiên vẫn còn những trường hợp nhu cầu của khách chưa được đáp ứng đầy đủ và kịp thời, đặc biệt trong các khung giờ cao điểm. Điều này cho thấy nhà hàng cần có những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao tính chủ động và khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Cần xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu khách hàng dựa trên dữ liệu công suất phòng, cơ cấu khách lưu trú và lịch sử tiêu dùng tại buffet sáng. Việc dự báo chính xác lượng khách và thói quen sử dụng dịch vụ sẽ giúp bộ phận bếp và bộ phận phục vụ chủ động chuẩn bị nguồn lực, hạn chế tình trạng quá tải hoặc thiếu hụt món ăn trong giờ cao điểm.

Nhà hàng nên thiết lập cơ chế phục vụ theo hướng cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng. Đối với những nhóm khách có nhu cầu đặc biệt như khách ăn chay, khách ăn kiêng, khách dị ứng thực phẩm hoặc khách quốc tế có yêu cầu riêng về khẩu vị, nhân viên cần chủ động tìm hiểu và hỗ trợ phù hợp. Điều này không chỉ nâng cao mức độ hài lòng mà còn tạo cảm giác được quan tâm và tôn trọng đối với khách hàng.

Việc ứng dụng công nghệ trong quản lý và phục vụ cũng là giải pháp cần được chú trọng. Nhà hàng có thể sử dụng hệ thống phản hồi nhanh thông qua mã QR tại bàn ăn hoặc khu vực buffet để tiếp nhận và xử lý kịp thời các yêu cầu của khách hàng. Nhờ đó, các vấn đề phát sinh được giải quyết nhanh chóng, góp phần nâng cao hiệu quả phục vụ.

Đồng thời, cần xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận bếp, bộ phận phục vụ và bộ phận quản lý nhằm đảm bảo mọi yêu cầu của khách hàng được tiếp nhận và xử lý một cách nhanh chóng, thống nhất. Việc tổ chức các cuộc họp ngắn

trước mỗi ca làm việc cũng giúp nhân viên nắm bắt tình hình khách lưu trú, chuẩn bị phương án phục vụ phù hợp và chủ động hơn trong quá trình làm việc.

Việc triển khai các giải pháp trên sẽ góp phần nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng theo hướng chuyên nghiệp, linh hoạt và cá nhân hóa hơn, từ đó gia tăng mức độ hài lòng, nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng và tăng cường lợi thế cạnh tranh của khách sạn.

Tổ chức các khóa đào tạo nâng cao kiến thức ẩm thực cho đội ngũ nhân viên: Tổ chức khóa học định kỳ đào tạo theo từng đợt 6 tháng/lần hoặc theo nhu cầu cập nhật thực đơn mới, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành. Đội ngũ giảng viên nên là những chuyên gia hoặc bếp trưởng có kinh nghiệm làm việc tại nhà hàng, khách sạn 67 cao cấp trong và ngoài nước. Họ sẽ truyền đạt kiến thức chuyên sâu và kinh nghiệm thực tế, giúp nhân viên dễ dàng tiếp thu và áp dụng. Ban quản lý nên tổ chức các buổi workshop về ẩm thực Á-Âu, các buổi training về kiến thức ẩm thực cho toàn thể nhân viên phục vụ, bếp, bar để trang bị cho họ những kiến thức về phong cách ẩm thực của nhiều quốc gia. Để đảm bảo tính thống nhất về nội dung truyền tải đến khách hàng, tránh gây nhiều loạn thông tin và làm cho khách hàng hiểu nhầm về đặc thù cách chế biến của món ăn.

3.3 Kiến nghị và đề xuất

3.3.1 Kiến nghị sở du lịch Đà Nẵng

Để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực nói riêng và chất lượng dịch vụ du lịch trên địa bàn thành phố nói chung, Sở Du lịch Đà Nẵng cần tiếp tục triển khai đồng bộ các giải pháp nhằm hỗ trợ cơ sở lưu trú và các nhà hàng trong việc phát triển dịch vụ. Trước hết, Sở cần tăng cường công tác đào tạo và bồi dưỡng nguồn nhân lực du lịch, đặc biệt trong lĩnh vực nhà hàng - khách sạn, thông qua các chương trình tập huấn về kỹ năng phục vụ, quản lý chất lượng, an toàn thực phẩm và giao tiếp đa ngôn ngữ. Điều này giúp đội ngũ nhân viên tại các cơ sở kinh doanh, trong đó có nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl Đà Nẵng Riverfront, nâng cao năng lực chuyên môn và cải thiện chất lượng phục vụ.

Bên cạnh đó, Sở Du lịch cần tăng cường kiểm tra, giám sát và đánh giá chất lượng dịch vụ tại các nhà hàng, khách sạn theo bộ tiêu chí chuẩn nhằm đảm bảo sự đồng bộ về chất lượng trên toàn hệ thống dịch vụ du lịch của thành phố. Việc kiểm tra nên được thực hiện định kỳ kết hợp với các đợt đánh giá đột xuất nhằm kịp thời

phát hiện hạn chế, đưa ra khuyến nghị điều chỉnh, đồng thời biểu dương những đơn vị hoạt động hiệu quả.

Sở cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá ẩm thực Đà Nẵng như một sản phẩm du lịch đặc trưng thông qua các lễ hội ẩm thực, chương trình quảng bá trực tuyến, hoặc kết nối với các cơ sở lưu trú để xây dựng sản phẩm ẩm thực mang tính bản sắc. Việc hỗ trợ nhà hàng trong hoạt động truyền thông, liên kết tour - tuyến, hoặc quảng bá trên nền tảng số sẽ góp phần gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Cuối cùng, Sở Du lịch nên xem xét xây dựng cơ sở dữ liệu số về dịch vụ ẩm thực và nhà hàng trên địa bàn để du khách dễ dàng tra cứu thông tin, đánh giá chất lượng và lựa chọn dịch vụ phù hợp. Đây là công cụ quan trọng giúp nâng cao tính minh bạch, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, đồng thời thúc đẩy các doanh nghiệp, trong đó có nhà hàng Rumba, liên tục cải thiện chất lượng dịch vụ.

3.3.2 Đề xuất với khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront

Để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ buffet sáng và gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng, khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront cần xem xét triển khai một số kiến nghị sau:

Thứ nhất, khách sạn cần tiếp tục hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ thông qua việc xây dựng các tiêu chuẩn phục vụ cụ thể cho từng vị trí, từng giai đoạn trong quy trình buffet sáng. Việc áp dụng hệ thống kiểm soát chất lượng định kỳ, kết hợp lấy ý kiến khách hàng dưới nhiều hình thức, sẽ giúp khách sạn kịp thời phát hiện hạn chế và điều chỉnh phù hợp.

Thứ hai, nâng cao năng lực đội ngũ nhân viên là yêu cầu then chốt. Khách sạn cần tăng cường đào tạo nghiệp vụ chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống và ngoại ngữ, đặc biệt đối với nhân viên trực tiếp phục vụ buffet sáng. Đồng thời, cần xây dựng cơ chế đánh giá – khen thưởng minh bạch nhằm khuyến khích tinh thần phục vụ tận tâm, chuyên nghiệp.

Thứ ba, khách sạn nên tiếp tục đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất và trang thiết bị nhà hàng Rumba theo hướng hiện đại, an toàn và thuận tiện cho khách hàng. Việc bố trí không gian khoa học, cải thiện ánh sáng - âm thanh, bổ sung các trang thiết bị hỗ trợ như máy hâm nóng, tủ trưng bày lạnh, máy pha chế hiện đại... sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm tổng thể của thực khách.

Thứ tư, khách sạn cần chú trọng đổi mới và đa dạng hóa thực đơn buffet sáng theo mùa, theo tuần hoặc theo nhóm khách hàng, đồng thời tăng cường món ăn địa phương để tạo điểm nhấn văn hóa ẩm thực. Đặc biệt, cần nâng cao chất lượng nguyên liệu đầu vào, kiểm soát vệ sinh an toàn thực phẩm và cải thiện phương pháp trình bày món, nhằm tạo sự hấp dẫn ngay từ hình thức.

Thứ năm, khách sạn nên đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong hoạt động phục vụ, bao gồm hệ thống đặt bàn điện tử, nhận diện nhu cầu khách hàng, phần mềm quản lý nhà hàng, cũng như công cụ phân tích dữ liệu phản hồi. Việc chuyển đổi số sẽ giúp tối ưu hóa quy trình phục vụ, giảm thời gian chờ và nâng cao hiệu quả quản lý.

Cuối cùng, khách sạn cần xây dựng môi trường làm việc tích cực và văn hóa dịch vụ lấy khách hàng làm trung tâm, tạo sự thống nhất trong toàn bộ đội ngũ. Văn hóa này giúp hình thành động lực phục vụ từ nội tâm, qua đó nâng cao chất lượng dịch vụ và củng cố hình ảnh thương hiệu Meliã trong mắt khách hàng.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở những vấn đề còn tồn tại được phân tích ở Chương 2, Chương 3 đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront. Các giải pháp tập trung vào việc nâng cao chất lượng món ăn và đồ uống, đa dạng hóa thực đơn, cải thiện cách trình bày món ăn, nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng phục vụ của nhân viên, đồng thời hoàn thiện cơ sở vật chất và quy trình phục vụ tại nhà hàng.

Bên cạnh đó, chương cũng đưa ra một số kiến nghị đối với sở du lịch Đà Nẵng và khách sạn nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng, góp phần cải thiện trải nghiệm khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Nhìn chung, việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba mà còn góp phần gia tăng sự hài lòng, khả năng quay lại và lòng trung thành của khách hàng đối với khách sạn Meliã Vinpearl Danang Riverfront trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba thuộc khách sạn Meliã Vipearl DaNang Riverfront” đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu đề ra. Thông qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ buffet sáng, đề tài đã tiến hành khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại nhà hàng Rumba.

Kết quả nghiên cứu cho thấy bên cạnh những ưu điểm về cơ sở vật chất, chất lượng phục vụ và không gian nhà hàng, vẫn còn một số hạn chế cần được cải thiện như chất lượng món ăn, khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng, công tác bổ sung món ăn và thức uống cũng như kỹ năng tư vấn của nhân viên. Trên cơ sở đó, đề tài đã đề xuất một số giải pháp phù hợp nhằm góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng và gia tăng sự hài lòng của khách hàng trong thời gian tới.

Mặc dù đã có nhiều nỗ lực trong quá trình thực hiện, khóa luận vẫn còn một số hạn chế nhất định về thời gian, phạm vi nghiên cứu và quy mô khảo sát. Tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp từ quý thầy cô và các nhà nghiên cứu để đề tài được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, tác giả xin gửi lời cảm ơn chân thành đến giảng viên hướng dẫn, quý thầy cô Khoa Du lịch, gia đình và bạn bè đã luôn quan tâm, hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để tác giả hoàn thành khóa luận này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương (2008), *Quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân
2. Thông tư số 01/2002/TT-TCDL ngày 27/4/2002 của Tổng cục du lịch về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/NĐ-CP của Chính phủ
3. Theo tài liệu TCVN 4391:2015 do Ban kỹ thuật tiêu chuẩn quốc gia TCVN/TC228 “Du lịch và các dịch vụ có liên quan” (Việt Nam)
4. Lê Thái Phụng (2024), *Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch*, Đà Nẵng, Nhà xuất bản Đà Nẵng.
5. Nguyễn Quyết Thắng (2013), *Giáo trình Kinh doanh khách sạn*, NXB Tài chính (hoặc NXB Lao động – Xã hội, tùy phiên bản sử dụng)
6. Nguyễn Thị Hải Đường (2013), *Giáo trình quản trị kinh doanh nhà hàng*, Đà Nẵng, NXB Đà Nẵng
7. Fornell (1995). Customer Satisfaction and Quality
8. Hansemark và Albinsson (2004). Customer Satisfaction and Retention
9. Spreng, R. A., MacKenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). *A re-examination of the determinants of consumer satisfaction*. Journal of Marketing, 60(3), 15–32.
10. Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1. MẪU PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

Kính gửi Quý khách hàng

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

Xin chân thành cảm ơn Quý khách !

Phần 1: Thông tin cá nhân

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ ☐ Khác

2. Độ tuổi: ☐ Dưới 25 tuổi ☐ 25 – 45 tuổi

☐ 46 – 65 tuổi ☐ Trên 65 tuổi

3. Quý khách có đang lưu trú tại khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront không? ☐ Có ☐ Không

4. Đây là lần thứ mấy Quý khách sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Meliã Vinpearl DaNang Riverfront :

☐ Lần đầu tiên ☐ 2 - 4 lần ☐ Trên 4 lần

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

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

1 Hoàn toàn không đồng ý, 2 Không đồng ý, 3 Bình thường, 4 Hài lòng, 5 Rất hài lòng

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	3	4	5
1. Món ăn và đồ uống					
Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn					
Món ăn có hương vị thơm ngon					

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	3	4	5
Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới					
Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút					
Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng					
Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm					
2. Nhân viên phục vụ					
Nhân viên thân thiện, nhiệt tình					
Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp					
Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng					
Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng					
Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp					
Nhân viên có thể tự nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ					
3. Cơ sở vật chất và không gian					
Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ					
Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ					
Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện					
Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu					
Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái					
Nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, tiện nghi					
4. Quy trình phục vụ					
Công tác tiếp đón khách hàng được thực hiện chuyên nghiệp					
Khách hàng được cung cấp thông tin và hướng dẫn sử dụng dịch vụ buffet sáng					
Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời và nhanh chóng					
Quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống một cách đầy đủ					
Dụng cụ ăn uống đã qua sử dụng được dọn dẹp để tạo không gian thoải mái cho khách tiếp tục sử dụng dịch vụ					
5. Sự hài lòng của khách hàng					

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	3	4	5
Dịch vụ buffet sáng của khách sạn đem lại những trải nghiệm tích cực cho quý khách					
Quý khách sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách sạn nếu có cơ hội					
Quý khách sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân về dịch vụ buffet sáng của khách sạn					

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

.....

.....

.....

.....

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

PHỤ LỤC 2. Các mục hỏi về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

Mục hỏi	Mã hóa
Món ăn và đồ uống	MADU
Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn.	MADU1
Món ăn có hương vị thơm ngon.	MADU2
Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới.	MADU3
Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút.	MADU4
Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	MADU5
Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.	MADU6
Nhân viên phục vụ	NVPV
Nhân viên thân thiện, nhiệt tình.	NVPV1
Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp.	NVPV2
Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng.	NVPV3
Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.	NVPV4
Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp.	NVPV5
Nhân viên có thể tự nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ.	NVPV6
Cơ sở vật chất và không gian	CSVC
Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ.	CSVC1
Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ.	CSVC2
Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện.	CSVC3
Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu.	CSVC4
Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái.	CSVC5

Nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, tiện nghi.	CSV6
Quy trình phục vụ	QTPP
Công tác tiếp đón khách hàng được thực hiện chuyên nghiệp.	QTPV1
Khách hàng được cung cấp thông tin và hướng dẫn sử dụng dịch vụ buffet sáng	QTPV2
Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời và nhanh chóng.	QTPV3
Quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống một cách đầy đủ.	QTPV4
Dụng cụ ăn uống đã qua sử dụng được dọn dẹp để tạo không gian thoải mái cho khách tiếp tục sử dụng dịch vụ	QTPV5
Sự hài lòng của khách hàng	SHLKH
Dịch vụ buffet sáng của khách sạn đem lại những trải nghiệm tích cực cho quý khách	SHLKH1
Quý khách sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách sạn nếu có cơ hội	SHLKH2
Quý khách sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân về dịch vụ buffet sáng của khách sạn	SHLKH3

: