

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản Trị Khách Sạn

Đề tài:

**“NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ
BUỒNG PHÒNG TẠI HYATT REGENCY
DANANG RESORT & SPA”**

Giảng viên hướng dẫn	: Nguyễn Thúy Nga
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Đức Tài Ý
Mã sinh viên	: 2254060056
Khóa học	: 2022-2026
Lớp	: 22KS

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA DU LỊCH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Quản trị khách sạn

Đề tài:

**“NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ
BUỒNG PHÒNG TẠI HYATT REGENCY
DANANG RESORT & SPA”**

SINH VIÊN THỰC HIỆN: NGUYỄN ĐỨC TÀI Ý

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

MỤC LỤC

<i>Danh mục bảng biểu</i>	
<i>Danh mục sơ đồ</i>	
<i>Lời cảm ơn</i>	
PHẦN MỞ ĐẦU	
1. Lý do chọn đề tài.....	
2. Mục tiêu nghiên cứu	
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	
4. Phương pháp nghiên cứu.....	
5. Bố cục khóa luận	
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG PHÒNG TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	1
1.1. Khái niệm khách sạn và kinh doanh khách sạn.....	1
1.1.1. Khái niệm khách sạn.....	1
1.1.2. Khái niệm về kinh doanh khách sạn.....	1
1.2. Khái niệm và đặc điểm dịch vụ buồng phòng.....	2
1.2.1. Khái niệm bộ phận buồng phòng và dịch vụ buồng phòng	2
1.2.2. Đặc điểm dịch vụ buồng phòng	3
1.3. Vai trò của bộ phận buồng phòng trong trải nghiệm khách hàng	4
1.3.1. Tạo ấn tượng ban đầu	4
1.3.2. Nâng cao mức độ hài lòng và sự trung thành của khách hàng.....	4
1.3.3. Xây dựng và củng cố hình ảnh thương hiệu.....	5
1.3.4. Đảm bảo trải nghiệm khách hàng toàn diện và đồng bộ	5
1.3.5. Tạo lợi thế cạnh tranh	5
1.4. Chất lượng dịch vụ buồng phòng	5
1.4.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	5
1.4.2. Các tiêu chí đánh giá chất lượng buồng phòng	6
1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng	8
1.5.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật	8
1.5.2. Mức độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ	8
1.5.3. Năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên	8
1.5.4. Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng	9
1.5.5. Mức độ quan tâm và cá nhân hóa dịch vụ	9
1.5.6. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng	9
1.6. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ	11

1.6.1. Mô hình SERVQUAL.....	11
1.6.2. Mô hình SERVPERF	12
1.6.3. Mô hình SERVQUAL trong đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng	12
1.7. Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ lưu trú của khách sạn.....	13
Tiểu kết chương 1	14
CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG PHÒNG TẠI HYATT REGENCY DA NANG RESORT & SPA.....	16
2.1. Tổng quan về khách sạn.....	16
2.1.1. Giới thiệu về Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa.....	16
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển	17
2.1.3. Cơ cấu tổ chức khách sạn	18
2.1.4. Thống kê lượt khách	21
2.1.5. Thống kê doanh thu	22
2.2. Giới thiệu bộ phận buồng phòng.....	23
2.2.1. Cơ cấu tổ chức	23
2.2.2. Chức năng nhiệm vụ	23
2.2.3. Thống kê cơ sở vật chất thuộc bộ phận buồng.....	26
2.3. Thực trạng hoạt động buồng phòng	26
2.3.1. Thống kê về loại phòng	27
2.3.2. Tỷ lệ sử dụng phòng.....	28
2.3.3. Nhân sự thuộc bộ phận buồng	29
2.3.4. Quy trình làm phòng	30
2.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	32
2.4.1. Mô tả cuộc khảo sát	32
2.4.2. Mô tả mẫu khảo sát.....	35
2.5. Kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	36
2.5.1.Đánh giá về phương tiện hữu hình	36
2.5.2. Đánh giá về độ tin cậy.....	37
2.5.3. Đánh giá về năng lực phục vụ	39
2.5.4. Đánh giá về sự đảm bảo	40
2.5.5. Đánh giá về sự cảm thông.....	42
2.5.6. Đánh giá tổng kết.....	43
2.6. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	44
2.6.1. Cơ sở vật chất.....	44
2.6.2. Mức độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ	45

2.6.3. Năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên	45
2.6.4. Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng	46
2.6.5. Mức độ quan tâm và các nhân hóa dịch vụ	47
2.7. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	47
2.7.1. Ưu điểm	47
2.7.2. Nhược điểm.....	48
Tiểu kết chương 2	49
CHƯƠNG 3 : MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN HYATT REGENCY DA NANG RESORT & SPA	50
3.1. Định hướng phát triển của khách sạn và định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	50
3.1.1. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam	50
3.1.2. Chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng.....	51
3.1.4. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	53
3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng.....	54
3.2.1. Giải pháp nâng cao phương tiện hữu hình.....	55
3.2.2. Giải pháp nâng cao độ tin cậy	56
3.2.3. Giải pháp nâng cao năng lực phục vụ	56
3.2.4. Giải pháp nâng cao cá nhân hóa dịch vụ.....	56
3.2.5. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	57
3.3. Kiến nghị.....	57
3.3.1. Kiến nghị đối với khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa	57
3.3.2. Kiến nghị đối với cơ quan quản lý du lịch địa phương	58
Tiểu kết chương 3	59
KẾT LUẬN.....	60
DANH MỤC THAM KHẢO:.....	62
Phụ lục 1 . Mẫu phiếu khảo sát KH.....	64
Phục lục 1.1. Mẫu phiếu khảo sát KH.....	64
Phục lục 1.2. Kết quả của khảo sát.....	65

Danh mục bảng biểu

Bảng 1.1. Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Bảng 1.2. Thang đo chất lượng dịch vụ lưu trú theo mô hình SERVQUAL

Bảng 2.1. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận trong khách sạn

Bảng 2.2. Số lượng lượt khách của khách sạn

Bảng 2.3. Doanh thu ước tính của khách sạn

Bảng 2.4. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận buồng

Bảng 2.5. Cơ sở vật chất của bộ phận buồng

Bảng 2.6. Tỷ lệ sử dụng phòng tại khách sạn

Bảng 2.7. Số lượng nhân sự bộ phận buồng

Bảng 2.8. Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Bảng 2.9. Mô tả mẫu khảo sát

Danh mục từ viết tắt và sơ đồ

Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức hoạt động của khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức bộ phận buồng phòng của khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

- 1. HK : Housekeeping (Bộ phận Buồng phòng)*
- 2. LD : Laundry (Bộ phận Giặt là)*
- 3. PA : Public Area (Khu vực công cộng)*

Lời cảm ơn

Trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận tốt nghiệp tại Trường Đại học Kiến trúc, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ và hướng dẫn tận tình từ quý thầy cô, gia đình và bạn bè.

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban Giám hiệu Trường Đại học Kiến trúc đã tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu tại trường.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến quý thầy cô Khoa Du lịch, những người đã tận tình giảng dạy, truyền đạt cho em những kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm thực tiễn quý báu trong suốt quá trình học tập.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc đến cô Nguyễn Thúy Nga – giảng viên hướng dẫn khóa luận. Trong suốt thời gian thực hiện đề tài, cô đã luôn tận tình chỉ bảo, định hướng nghiên cứu, góp ý và giúp em hoàn thiện khóa luận một cách tốt nhất. Những lời hướng dẫn quý báu của cô là nền tảng quan trọng để em hoàn thành bài khóa luận này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn gia đình và bạn bè đã luôn động viên, hỗ trợ em cả về tinh thần lẫn vật chất trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận.

Do kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế, khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý của quý thầy cô để bài nghiên cứu được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngành du lịch Việt Nam đã và đang phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Đặc biệt, Đà Nẵng – một trong những thành phố du lịch nổi tiếng của miền Trung – đã thu hút lượng lớn khách du lịch trong nước và quốc tế nhờ sở hữu nhiều bãi biển đẹp, cơ sở hạ tầng hiện đại, cùng các dịch vụ vui chơi, giải trí và lưu trú chất lượng cao. Sự gia tăng đáng kể của du khách kéo theo nhu cầu ngày càng cao về chất lượng dịch vụ lưu trú, đặc biệt là trong các khách sạn 5 sao, nơi khách hàng không chỉ quan tâm đến tiện nghi vật chất mà còn chú trọng trải nghiệm dịch vụ toàn diện.

Trong các loại hình dịch vụ khách sạn, dịch vụ dọn phòng (housekeeping) giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Đây là dịch vụ trực tiếp ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng, từ sự sạch sẽ, gọn gàng, đến sự thoải mái, tiện nghi trong quá trình lưu trú. Chất lượng dịch vụ dọn phòng không chỉ ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách mà còn tác động đến hình ảnh, uy tín và khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường. Thực tế cho thấy, nhiều đánh giá tiêu cực trên các nền tảng đặt phòng trực tuyến thường liên quan đến dịch vụ dọn phòng, như phòng chưa sạch, thời gian dọn phòng chưa hợp lý, hay nhân viên thiếu sự thân thiện trong giao tiếp.

Khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa là một trong những khách sạn 5 sao tiêu chuẩn quốc tế, phục vụ lượng khách lớn, bao gồm cả khách du lịch cao cấp trong nước và quốc tế. Mặc dù khách sạn đã xây dựng các quy trình dọn phòng tiêu chuẩn, nhưng trong thực tế vận hành, vẫn xuất hiện những hạn chế nhất định. Một số vấn đề thường gặp bao gồm: sự chưa đồng bộ trong quy trình dọn phòng giữa các nhân viên, thời gian dọn phòng chưa tối ưu, đôi khi thiếu sự tương tác và chăm sóc khách hàng cá nhân hóa. Những hạn chế này, nếu không được cải thiện, có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng và đánh giá tổng thể về chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Do đó, việc nghiên cứu “Nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa” là rất cần thiết. Đề tài không chỉ giúp nhận diện những vấn đề hiện tại, đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của khách hàng, mà còn đề xuất các giải pháp thực tiễn nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ. Đồng thời, nghiên cứu này còn góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, cải thiện năng lực cạnh tranh của khách sạn trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng phát triển và cạnh

tranh gay gắt. Thêm vào đó, kết quả nghiên cứu cũng có giá trị tham khảo cho các khách sạn khác trong việc xây dựng chiến lược nâng cao chất lượng dịch vụ dọn phòng, hướng tới phục vụ khách hàng một cách chuyên nghiệp, thân thiện và hiệu quả.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về dịch vụ buồng phòng và chất lượng dịch vụ buồng phòng trong kinh doanh khách sạn.

Phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort & Spa.

Xác định những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng.

Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Chất lượng dịch vụ buồng phòng và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng trong khách sạn.

Phạm vi nghiên cứu:

Phạm vi không gian: bộ phận buồng phòng tại HYATT REGENCY DA NANG RESORT & SPA

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

4. Phương pháp nghiên cứu

Để đảm bảo kết quả nghiên cứu có tính chính xác, khách quan và khoa học, đề tài “Nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort & Spa” áp dụng kết hợp 2 phương pháp nghiên cứu khác nhau, bao gồm thu thập dữ liệu thứ cấp và khảo sát khách hàng

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Thu thập dữ liệu thứ cấp từ các nguồn như: báo cáo, tài liệu nội bộ của khách sạn, sách, giáo trình và các tài liệu nghiên cứu liên quan đến lĩnh vực quản trị khách sạn và dịch vụ buồng phòng. Những dữ liệu này giúp xây dựng cơ sở lý luận và làm nền tảng cho việc phân tích đề tài.

Phương pháp khảo sát khách hàng : Khảo sát được thực hiện thông qua bảng câu hỏi và khảo sát trực tuyến khách lưu trú tại khách sạn. Mục đích nhằm thu thập ý kiến về chất lượng dịch vụ buồng phòng, mức độ hài lòng và các đề xuất cải thiện từ phía khách hàng, qua đó đánh giá thực trạng dịch vụ một cách khách quan và toàn diện

5. Bố cục khóa luận

Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ buồng phòng trong kinh doanh khách sạn

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort & Spa

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort & Spa

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

1.1. Khái niệm khách sạn và kinh doanh khách sạn

1.1.1. Khái niệm khách sạn

Khách sạn là một trong những loại hình cơ sở lưu trú phổ biến và quan trọng trong ngành du lịch và dịch vụ. Đây là nơi cung cấp dịch vụ lưu trú ngắn hạn cho khách hàng, đồng thời đáp ứng các nhu cầu khác như ăn uống, nghỉ dưỡng, giải trí và nhiều dịch vụ bổ sung trong thời gian lưu trú. Theo Medlik và Ingram (2000), khách sạn được định nghĩa là cơ sở kinh doanh cung cấp phòng nghỉ có thu phí đi kèm với các dịch vụ hỗ trợ nhằm phục vụ nhu cầu của khách hàng.

Tại Việt Nam, theo Luật Du lịch năm 2017, khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, bảo đảm các điều kiện về cơ sở vật chất, trang thiết bị và chất lượng dịch vụ phục vụ khách hàng. Hiện nay, khách sạn được phân loại theo nhiều tiêu chí khác nhau như quy mô, vị trí, đối tượng phục vụ và tiêu chuẩn chất lượng. Trong đó, hệ thống xếp hạng từ 1 đến 5 sao là tiêu chí phổ biến để đánh giá mức độ tiện nghi và chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Trong xu hướng phát triển hiện đại, các khách sạn ngày càng chú trọng ứng dụng công nghệ và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Theo O'Neill và Mattila (2010), khách sạn hiện đại không chỉ tập trung vào dịch vụ lưu trú mà còn hướng đến cá nhân hóa dịch vụ và phát triển bền vững nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Theo cách tiếp cận này, khách sạn không chỉ là nơi cung cấp chỗ nghỉ mà còn là một đơn vị kinh doanh dịch vụ tổng hợp, trong đó dịch vụ lưu trú giữ vai trò cốt lõi và đi kèm với nhiều dịch vụ bổ trợ nhằm nâng cao trải nghiệm cho khách hàng.

Như vậy, có thể hiểu khách sạn là loại hình cơ sở kinh doanh dịch vụ lưu trú hoạt động theo nguyên tắc thương mại, cung cấp hệ thống dịch vụ đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống và giải trí của khách trong thời gian lưu trú.

1.1.2. Khái niệm về kinh doanh khách sạn

Ban đầu kinh doanh khách sạn chỉ là hoạt động kinh doanh dịch vụ nhằm đảm bảo chỗ ngủ qua đêm cho khách có trả tiền. Sau đó, cùng với những đòi hỏi thỏa mãn nhiều nhu cầu hơn và ở mức cao hơn của khách du lịch và mong muốn của chủ khách sạn tổ nhằm đáp ứng toàn bộ nhu cầu của khách, dần dần khách sạn tổ chức thêm những hoạt động kinh doanh ăn uống phục vụ nhu cầu của khách. Từ đó, các chuyên gia trong

lĩnh vực này thường sử dụng hai khái niệm: Kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa rộng, kinh doanh khách sạn là hoạt động cung cấp các dịch vụ phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi và ăn uống cho khách. Còn theo nghĩa hẹp, kinh doanh khách sạn chỉ đảm bảo việc phục vụ nhu cầu ngủ, nghỉ cho khách. Trong kinh doanh khách sạn, hai quá trình: Sản xuất và tiêu thụ các dịch vụ thường đi liền với nhau. Đa số các dịch vụ trong kinh doanh khách sạn phải trả tiền trực tiếp, nhưng một số dịch vụ không phải trả tiền trực tiếp nhằm tăng mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Làm họ vui lòng từ đó tăng khả năng thu hút khách hàng và khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường, ví dụ như dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Trên phương diện chung nhất, PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh và TS. Hoàng Thị Lan Hương năm (2008) viết: “Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách nhằm đáp ứng các nhu cầu ăn, nghỉ và giải trí của họ tại các điểm du lịch nhằm mục đích có lãi”.

1.2. Khái niệm và đặc điểm dịch vụ buồng phòng

1.2.1. Khái niệm bộ phận buồng phòng và dịch vụ buồng phòng

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, buồng ngủ là đơn vị cơ bản phục vụ nhu cầu lưu trú của khách trong một khoảng thời gian nhất định. Đây là không gian được trang bị các tiện nghi cần thiết nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, sinh hoạt và làm việc của khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn.

Theo Vũ Thị Bích Phượng (2005), buồng khách sạn là nơi khách lưu trú trong thời gian nhất định, được trang bị đầy đủ tiện nghi nhằm đảm bảo nhu cầu nghỉ ngơi và sinh hoạt của khách hàng trong quá trình lưu trú.

Buồng khách sạn không chỉ là không gian vật chất để ở mà còn là một phần quan trọng trong sản phẩm dịch vụ lưu trú, có ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng. Chất lượng buồng phòng được đánh giá thông qua các yếu tố như mức độ sạch sẽ, sự tiện nghi, an toàn và cách bố trí không gian.

Dịch vụ buồng phòng được hiểu là toàn bộ các hoạt động liên quan đến việc làm sạch, bảo trì, sắp xếp và cung cấp các tiện nghi trong phòng khách cũng như khu vực công cộng của khách sạn, nhằm đảm bảo điều kiện lưu trú luôn trong trạng thái tốt nhất cho khách hàng.

Theo Managing Housekeeping Operations, dịch vụ buồng phòng (housekeeping service) bao gồm các hoạt động đảm bảo vệ sinh, bảo dưỡng và duy trì tiêu chuẩn chất

lượng của phòng khách và khu vực công cộng trong khách sạn, góp phần quan trọng vào chất lượng dịch vụ lưu trú.

Ngoài ra, dịch vụ buồng phòng còn có mối quan hệ chặt chẽ với các bộ phận khác trong khách sạn nhằm đảm bảo quá trình phục vụ khách diễn ra đồng bộ và hiệu quả.

1.2.2. Đặc điểm dịch vụ buồng phòng

Dịch vụ buồng phòng trong khách sạn là một phần quan trọng của sản phẩm dịch vụ tổng thể, mang những đặc điểm riêng biệt cần được hiểu rõ để quản lý và nâng cao chất lượng. Theo Nguyễn Văn Mạnh (2008), chất lượng dịch vụ buồng phòng có một số đặc điểm cơ bản như sau.

Dịch vụ buồng phòng khó đo lường và đánh giá:

Dịch vụ khách sạn, bao gồm dịch vụ buồng phòng, là sản phẩm trọn gói, gồm bốn thành phần: phương tiện thực hiện, hàng hóa kèm theo, dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn. Trong đó, phương tiện và hàng hóa kèm theo dễ đánh giá vì có thể nhìn thấy, sờ mó, đo đếm bằng các tiêu chuẩn vật lý, hóa học. Ngược lại, dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn mang tính vô hình, phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng nên khó định lượng và đánh giá chính xác. Sự cảm nhận này còn chịu ảnh hưởng bởi yếu tố chủ quan như tâm lý, sức khỏe, văn hóa của mỗi khách hàng, dẫn đến cùng một mức cung cấp dịch vụ nhưng sẽ được đánh giá khác nhau theo từng thời điểm và từng khách.

Chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua trải nghiệm của khách hàng:

Khách hàng là trung tâm của dịch vụ buồng phòng. Vì quá trình cung cấp và tiêu dùng dịch vụ diễn ra đồng thời, khách hàng vừa là người tham gia trực tiếp vừa là người đánh giá cuối cùng. Nhận định về chất lượng dịch vụ dựa trên trải nghiệm thực tế của khách hàng thường chính xác hơn bất kỳ đánh giá nào từ bên ngoài. Do đó, quản lý khách sạn phải luôn nhìn nhận chất lượng dịch vụ từ góc độ người tiêu dùng, hiểu đúng nhu cầu và mong muốn của khách.

Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào quá trình cung cấp:

Dịch vụ buồng phòng được tạo ra nhờ sự kết hợp giữa cơ sở vật chất kỹ thuật và nhân viên phục vụ. Chất lượng kỹ thuật bao gồm tiện nghi, hiện đại, thẩm mỹ, vệ sinh và an toàn của phòng, thiết bị và cơ sở vật chất; chất lượng chức năng tập trung vào con người, bao gồm thái độ, cách ứng xử, kỹ năng, hình thức và trình độ của nhân viên. Cả hai yếu tố này tác động trực tiếp đến sự cảm nhận của khách hàng và hình ảnh khách sạn.

Chất lượng dịch vụ đòi hỏi tính nhất quán cao:

Dịch vụ buồng phòng phải đạt chất lượng ổn định trong toàn bộ khách sạn, không chỉ ở những khu vực quan trọng hay đối với khách VIP. Nhất quán không có nghĩa là cố định bất biến mà là liên tục cải thiện, điều chỉnh để phù hợp với yêu cầu thực tế và sự thay đổi trong nhu cầu của khách hàng. Điều này đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận, chính sách và nhân viên nhằm đảm bảo trải nghiệm dịch vụ tốt mọi lúc, mọi nơi.

Như vậy, đặc điểm dịch vụ buồng phòng không chỉ thể hiện tính vô hình, khó đo lường, mà còn phụ thuộc mạnh mẽ vào cảm nhận khách hàng, quy trình cung cấp và yêu cầu về tính nhất quán trong toàn bộ khách sạn.

1.3. Vai trò của bộ phận buồng phòng trong trải nghiệm khách hàng

TS. Nguyễn Văn Mạnh & TS. Hoàng Thị Lan Hương (2008) nhận định rằng bộ phận buồng phòng là yếu tố then chốt hình thành trải nghiệm khách hàng trong cơ sở lưu trú du lịch. Trải nghiệm của khách bắt đầu khi họ bước vào phòng và sử dụng các tiện nghi, dịch vụ mà bộ phận này cung cấp. Bộ phận buồng phòng không chỉ đảm bảo vệ sinh, sắp xếp phòng ốc mà còn tạo ấn tượng và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Theo TS. Nguyễn Văn Mạnh & TS. Hoàng Thị Lan Hương (2008), bộ phận buồng phòng có các vai trò chính sau:

1.3.1. Tạo ấn tượng ban đầu

Phòng nghỉ là không gian tiếp xúc trực tiếp và lâu dài nhất của khách trong suốt thời gian lưu trú. Do đó, một phòng nghỉ sạch sẽ, gọn gàng, đầy đủ tiện nghi và được bố trí hợp lý sẽ tạo cảm giác thoải mái, an toàn và chuyên nghiệp ngay từ khi khách bước vào. Ấn tượng ban đầu này có ảnh hưởng rất lớn đến cảm nhận chung của khách về chất lượng dịch vụ khách sạn. Ngược lại, nếu phòng không đảm bảo vệ sinh, thiếu tiện nghi hoặc sắp xếp không hợp lý sẽ làm giảm đáng kể mức độ hài lòng và có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm của khách ngay từ đầu.

1.3.2. Nâng cao mức độ hài lòng và sự trung thành của khách hàng

Trong quá trình lưu trú, khách hàng thường xuyên sử dụng các tiện ích trong phòng như giường ngủ, phòng tắm, khăn, đồ dùng cá nhân và các thiết bị đi kèm. Khi các yếu tố này được đảm bảo sạch sẽ, đầy đủ và được phục vụ kịp thời, khách hàng sẽ có trải nghiệm tích cực hơn. Điều này không chỉ giúp nâng cao mức độ hài lòng mà còn

góp phần hình thành sự tin tưởng, từ đó thúc đẩy khách quay lại sử dụng dịch vụ trong những lần tiếp theo và trở thành khách hàng trung thành của khách sạn.

1.3.3. Xây dựng và củng cố hình ảnh thương hiệu

Chất lượng dịch vụ buồng phòng phản ánh trực tiếp mức độ chuyên nghiệp trong hoạt động vận hành của khách sạn. Một hệ thống buồng phòng được tổ chức khoa học, quy trình làm việc chuẩn hóa và nhân viên phục vụ chu đáo sẽ tạo nên hình ảnh tích cực về thương hiệu trong mắt khách hàng. Đồng thời, những đánh giá tốt về phòng nghỉ thường được khách chia sẻ qua các nền tảng trực tuyến, góp phần lan tỏa hình ảnh thương hiệu một cách rộng rãi và hiệu quả.

1.3.4. Đảm bảo trải nghiệm khách hàng toàn diện và đồng bộ

Bộ phận buồng phòng không hoạt động độc lập mà có sự phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác như lễ tân, kỹ thuật, nhà hàng và bộ phận chăm sóc khách hàng. Sự phối hợp này giúp đảm bảo quá trình phục vụ khách diễn ra liên tục, hạn chế sai sót và nâng cao tính đồng bộ trong toàn bộ trải nghiệm lưu trú. Ví dụ, việc phối hợp với lễ tân để đảm bảo phòng sẵn sàng trước khi khách nhận phòng hoặc phối hợp với kỹ thuật để xử lý sự cố trong phòng đều góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tổng thể.

1.3.5. Tạo lợi thế cạnh tranh

Trong bối cảnh ngành khách sạn có tính cạnh tranh cao, chất lượng dịch vụ buồng phòng trở thành một trong những yếu tố quan trọng giúp khách sạn tạo sự khác biệt. Những khách sạn có dịch vụ buồng phòng chất lượng cao thường nhận được đánh giá tích cực từ khách hàng, từ đó thu hút thêm khách mới và giữ chân khách cũ. Điều này góp phần nâng cao vị thế và lợi thế cạnh tranh của khách sạn trên thị trường lưu trú.

Như vậy, TS. Nguyễn Văn Mạnh & TS. Hoàng Thị Lan Hương (2008) nhấn mạnh rằng chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phòng không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và lợi thế cạnh tranh của khách sạn.

1.4. Chất lượng dịch vụ buồng phòng

1.4.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ buồng phòng

Chất lượng dịch vụ là một trong những yếu tố quan trọng quyết định mức độ hài lòng của khách hàng cũng như khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong lĩnh vực khách sạn. Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), chất lượng dịch vụ được xác định thông qua sự so sánh giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và

cảm nhận thực tế sau khi trải nghiệm. Khi chất lượng cảm nhận đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng, khách hàng sẽ đánh giá dịch vụ có chất lượng tốt; ngược lại, nếu chất lượng cảm nhận thấp hơn kỳ vọng thì khách hàng sẽ không hài lòng.

Dựa trên quan điểm trên, chất lượng dịch vụ buồng phòng được hiểu là mức độ đáp ứng các yêu cầu và kỳ vọng của khách lưu trú đối với các dịch vụ liên quan đến phòng nghỉ. Chất lượng này được thể hiện thông qua nhiều yếu tố như sự sạch sẽ của phòng, tính đầy đủ và hiện đại của trang thiết bị, sự tiện nghi, an toàn, tính thẩm mỹ, cũng như tác phong phục vụ, thái độ và tính chuyên nghiệp của nhân viên buồng phòng. Chất lượng dịch vụ buồng phòng không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến hình ảnh, uy tín và khả năng thu hút khách quay trở lại của khách sạn.

Như vậy, trong phạm vi nghiên cứu này, chất lượng dịch vụ buồng phòng được hiểu là mức độ mà dịch vụ buồng phòng đáp ứng hoặc vượt kỳ vọng của khách lưu trú thông qua việc đảm bảo phòng nghỉ sạch sẽ, tiện nghi, an toàn, được phục vụ đúng quy trình và đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

1.4.2. Các tiêu chí đánh giá chất lượng buồng phòng

Trên cơ sở thang đo chất lượng dịch vụ lưu trú trong giáo trình của Lê Thái Phụng (2024) và mô hình SERVQUAL của Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), chất lượng dịch vụ buồng phòng được đánh giá thông qua các nhóm tiêu chí cơ bản sau.

Các tiêu chí này phản ánh mức độ đáp ứng của dịch vụ buồng phòng đối với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng trong quá trình lưu trú. Đồng thời, đây cũng là cơ sở để tiến hành khảo sát thực tế và đo lường mức độ hài lòng của khách hàng tại khách sạn nghiên cứu. Nội dung cụ thể được trình bày trong Bảng 1.1 dưới đây.

Bảng 1.1. Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Các tiêu chí đánh giá	Nội dung đánh giá
Phương tiện hữu hình	Phòng nghỉ sạch sẽ, gọn gàng và đảm bảo vệ sinh. Trang thiết bị trong phòng đầy đủ và hoạt động tốt. Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách hàng. Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, chuyên nghiệp.

Độ tin cậy	Phản ánh khả năng thực hiện dịch vụ đúng cam kết và ổn định về chất lượng. Dịch vụ buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn đã cam kết. Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định. Xử lý kịp thời các yêu cầu và phản hồi của khách hàng. Cung cấp thông tin dịch vụ chính xác và rõ ràng.
Năng lực phục vụ	Phản ánh khả năng đáp ứng và hỗ trợ khách hàng trong quá trình lưu trú. Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết. Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách. Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả. Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng.
Sự đảm bảo	Thể hiện mức độ tạo niềm tin và cảm giác an toàn cho khách hàng. Nhân viên có kỹ năng chuyên môn tốt trong công việc. Khách hàng cảm thấy an toàn trong quá trình lưu trú. Nhân viên có thái độ lịch sự, tôn trọng khách hàng. Khách sạn đảm bảo uy tín và chất lượng dịch vụ ổn định.
Sự cảm thông	Phản ánh mức độ quan tâm và thấu hiểu khách hàng. Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng. Dịch vụ được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của khách lưu trú. Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách. Khách sạn luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Lê Thái Phụng (2024) và Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)

Các tiêu chí trên được đo lường bằng thang Likert 5 mức độ nhằm phục vụ khảo sát và phân tích dữ liệu trong nghiên cứu.

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

Trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ du lịch của Lê Thái Phụng (2024), chất lượng dịch vụ buồng phòng chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau trong quá trình cung ứng và sử dụng dịch vụ. Các yếu tố này phản ánh cả điều kiện vật chất, con người và cách thức tổ chức phục vụ tại cơ sở lưu trú, đồng thời có ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách hàng trong thời gian lưu trú.

Trong phạm vi nghiên cứu, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng được xem xét theo các nhóm cơ bản sau:

1.5.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố nền tảng trong hoạt động cung cấp dịch vụ buồng phòng. Yếu tố này bao gồm hệ thống phòng nghỉ, trang thiết bị trong phòng, đồ dùng tiện nghi, hệ thống ánh sáng, điều hòa, cũng như mức độ sạch sẽ và bố trí không gian.

Cơ sở vật chất hiện đại, đầy đủ và được bảo trì thường xuyên sẽ giúp nâng cao chất lượng phục vụ, tạo cảm giác thoải mái và tiện nghi cho khách hàng. Ngược lại, cơ sở vật chất xuống cấp hoặc thiếu đồng bộ sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến trải nghiệm lưu trú và làm giảm mức độ hài lòng của khách.

1.5.2. Mức độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ

Độ tin cậy thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ đúng với cam kết của khách sạn đối với khách hàng. Điều này bao gồm việc đảm bảo đúng thời gian dọn phòng, đúng tiêu chuẩn vệ sinh, cũng như cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt quá trình phục vụ.

Khi khách sạn đảm bảo được tính chính xác và ổn định trong quá trình cung ứng dịch vụ, khách hàng sẽ hình thành niềm tin đối với chất lượng dịch vụ, từ đó nâng cao uy tín và hình ảnh của cơ sở lưu trú.

1.5.3. Năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên

Nhân viên buồng phòng là người trực tiếp thực hiện các hoạt động phục vụ khách hàng, do đó năng lực chuyên môn và thái độ phục vụ có ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ.

Năng lực phục vụ thể hiện ở kỹ năng thực hiện công việc, khả năng xử lý tình huống và mức độ chuyên nghiệp trong quá trình làm việc. Bên cạnh đó, thái độ phục vụ như sự lịch sự, nhiệt tình và tôn trọng khách hàng cũng góp phần quan trọng trong việc tạo ấn tượng tích cực và nâng cao trải nghiệm của khách lưu trú.

1.5.4. Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng

Khả năng đáp ứng thể hiện mức độ nhanh chóng và linh hoạt của khách sạn trong việc xử lý các yêu cầu phát sinh từ khách hàng. Trong quá trình lưu trú, khách có thể phát sinh nhiều nhu cầu khác nhau như thay đổi vật dụng, yêu cầu hỗ trợ kỹ thuật hoặc bổ sung dịch vụ.

Nếu khách sạn phản hồi nhanh chóng và giải quyết kịp thời các yêu cầu này, khách hàng sẽ cảm thấy được quan tâm và đánh giá cao chất lượng dịch vụ. Ngược lại, sự chậm trễ hoặc thiếu linh hoạt sẽ làm giảm mức độ hài lòng của khách.

1.5.5. Mức độ quan tâm và cá nhân hóa dịch vụ

Mức độ quan tâm thể hiện sự thấu hiểu nhu cầu riêng biệt của từng khách hàng trong quá trình phục vụ. Đây là yếu tố giúp tạo cảm giác thân thiện, gần gũi và mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cho khách lưu trú.

Việc quan tâm đến sở thích, thói quen và nhu cầu đặc thù của khách hàng như chuẩn bị phòng theo yêu cầu, hỗ trợ đặc biệt hoặc ghi nhớ thông tin khách quen sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo sự khác biệt cho khách sạn.

Như vậy, chất lượng dịch vụ buồng phòng chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm cơ sở vật chất kỹ thuật, độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ, năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên, khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng và mức độ cá nhân hóa trong phục vụ. Các yếu tố này có mối quan hệ chặt chẽ và tác động tổng hợp đến trải nghiệm của khách hàng, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và chất lượng dịch vụ của khách sạn.

1.5.6. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng

Theo TS. Nguyễn Văn Mạnh (2008), việc nâng cao chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phòng không chỉ là nhiệm vụ kỹ thuật trong quản lý khách sạn mà còn mang ý nghĩa chiến lược đối với hiệu quả kinh doanh và uy tín thương hiệu. Khi dịch vụ buồng phòng đạt chất lượng cao, khách sạn không chỉ tăng được lợi nhuận trực tiếp mà còn tạo ra những tác động tích cực lâu dài đối với mối quan hệ với khách hàng, quá trình vận hành và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Tăng lợi nhuận và duy trì khách hàng cũ

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng mang lại lợi ích trực tiếp về mặt tài chính cho khách sạn. Khi phòng ốc luôn sạch sẽ, gọn gàng và đầy đủ tiện nghi, khách hàng sẽ có trải nghiệm tốt, từ đó gia tăng mức độ hài lòng và giữ chân khách hàng cũ.

Khách hàng trung thành không chỉ quay lại sử dụng dịch vụ mà còn giới thiệu khách sạn cho người thân, bạn bè, tạo ra một nhóm khách hàng ổn định, giảm thiểu sự biến động về lượng khách.

Đây là cách thức kinh doanh hiệu quả mà không cần tốn nhiều chi phí cho quảng cáo hay các chiến dịch marketing, vì thông tin tích cực từ khách hàng sẽ tự lan truyền.

Thu hút khách hàng mới và mở rộng thị phần

Chất lượng dịch vụ cao không chỉ giữ khách cũ mà còn có khả năng thu hút khách hàng mới. Trong ngành khách sạn, khách hàng khó có thể đánh giá trước chất lượng dịch vụ mà chủ yếu dựa vào những thông tin đáng tin cậy như lời khuyên từ người đã sử dụng dịch vụ hoặc kinh nghiệm cá nhân.

Khi dịch vụ buồng phòng đạt chuẩn, khách hàng cảm thấy yên tâm hơn, sẵn sàng chi trả để có trải nghiệm tốt.

Điều này giúp khách sạn tăng thị phần, duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định về số lượng khách, từ đó cải thiện doanh thu và tạo ra uy tín trên thị trường.

Tăng khả năng cạnh tranh và điều chỉnh giá hợp lý

Khách hàng luôn tìm kiếm trải nghiệm du lịch thoải mái, tiện nghi và không muốn gặp rắc rối trong quá trình lưu trú. Do đó, chất lượng dịch vụ buồng phòng trở thành yếu tố cạnh tranh quan trọng.

Những khách sạn cung cấp dịch vụ tốt sẽ có khả năng nâng giá sản phẩm một cách hợp lý mà vẫn được khách hàng chấp nhận. Điều này vừa nâng cao doanh thu vừa tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững so với đối thủ.

Khách sạn có dịch vụ chất lượng cao thường được đánh giá tích cực trên các nền tảng trực tuyến, từ đó thu hút thêm khách hàng mới.

Giảm thiểu chi phí vận hành và quản lý

Chất lượng dịch vụ buồng phòng cao giúp giảm lỗi trong quá trình cung cấp dịch vụ, từ đó tiết kiệm thời gian và chi phí kiểm tra, giám sát, sửa chữa sai sót, bồi thường thiệt hại hay xử lý khiếu nại của khách hàng.

Việc hạn chế các vấn đề phát sinh giúp nguồn lực khách sạn được sử dụng hiệu quả hơn, giảm áp lực cho bộ phận quản lý và cải thiện hiệu quả vận hành tổng thể. Đây là một lợi ích lâu dài, giúp khách sạn vận hành trơn tru và duy trì chất lượng dịch vụ ổn định.

Tăng sự gắn bó và hiệu quả của nhân viên

Chất lượng dịch vụ buồng phòng tốt tạo môi trường làm việc tích cực cho nhân viên. Nhân viên cảm thấy tự hào khi làm việc trong khách sạn uy tín, từ đó gắn bó lâu dài với doanh nghiệp, giảm tỷ lệ nghỉ việc và chi phí tuyển dụng, đào tạo lại.

Đồng thời, nhân viên có động lực tự nâng cao trình độ chuyên môn, cải thiện kỹ năng và phục vụ khách hàng tốt hơn.

Việc này không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn giúp giảm chi phí gián tiếp liên quan đến nhân lực, đồng thời duy trì hình ảnh chuyên nghiệp của khách sạn trong mắt khách hàng.

Như vậy, theo TS. Nguyễn Văn Mạnh (2008), việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng không chỉ mang lại lợi ích tài chính trực tiếp mà còn giúp duy trì khách hàng trung thành, thu hút khách mới, nâng cao khả năng cạnh tranh, giảm chi phí vận hành và nhân lực, đồng thời củng cố hình ảnh thương hiệu của khách sạn. Đây là một chiến lược quan trọng để khách sạn phát triển bền vững và tạo ra trải nghiệm lưu trú tích cực cho khách hàng.

1.6. Các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

Trong lĩnh vực dịch vụ, chất lượng dịch vụ là yếu tố khó đo lường do phụ thuộc nhiều vào cảm nhận chủ quan của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Vì vậy, nhiều nhà nghiên cứu đã xây dựng các mô hình nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ một cách hệ thống. Theo Lê Thái Phụng (2024), mô hình SERVQUAL và SERVPERF là hai mô hình được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ khách sạn và du lịch.

1.6.1. Mô hình SERVQUAL

Theo Lê Thái Phụng (2024), mô hình SERVQUAL được Parasuraman, Zeithaml và Berry xây dựng vào năm 1988 nhằm đo lường chất lượng dịch vụ thông qua sự so sánh giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận thực tế sau khi trải nghiệm dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ được xác định theo công thức:

$$\text{CLDV} = \text{Cảm nhận thực tế} - \text{Kỳ vọng của khách hàng}$$

Trong đó:

Nếu kết quả dương: chất lượng dịch vụ vượt kỳ vọng.

Nếu kết quả âm: chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng kỳ vọng.

Mô hình SERVQUAL bao gồm 5 thành phần cơ bản:

Phương tiện hữu hình (Tangibles)

Độ tin cậy (Reliability)

Năng lực phục vụ (Responsiveness)

Sự đảm bảo (Assurance)

Sự cảm thông (Empathy)

Mô hình này được sử dụng phổ biến trong lĩnh vực khách sạn và du lịch nhằm đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ.

1.6.2. Mô hình SERVPERF

Theo Lê Thái Phụng (2024), mô hình SERVPERF được Cronin và Taylor đề xuất vào năm 1992 trên cơ sở kế thừa mô hình SERVQUAL. Khác với SERVQUAL, mô hình SERVPERF chỉ tập trung đo lường cảm nhận thực tế của khách hàng về chất lượng dịch vụ mà không xem xét khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận.

Mô hình SERVPERF vẫn kế thừa 5 thành phần cơ bản của SERVQUAL gồm phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông. Việc chỉ đánh giá cảm nhận thực tế giúp mô hình đơn giản hơn trong quá trình khảo sát và phân tích dữ liệu.

Tuy nhiên, trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ khách sạn, mô hình SERVQUAL vẫn được sử dụng phổ biến hơn do phù hợp với việc đánh giá mức độ đáp ứng kỳ vọng của khách hàng trong quá trình lưu trú.

1.6.3. Mô hình SERVQUAL trong đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, đặc biệt là dịch vụ buồng phòng, chất lượng dịch vụ là yếu tố mang tính tổng hợp và khó đo lường trực tiếp do phụ thuộc vào cảm nhận chủ quan của khách hàng trong quá trình lưu trú.

Theo Lê Thái Phụng (2024), mô hình SERVQUAL được vận dụng phổ biến trong đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn nhằm đo lường mức độ hài lòng của khách hàng thông qua cảm nhận thực tế trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Đối với bộ phận buồng phòng, mô hình SERVQUAL được áp dụng để đánh giá các yếu tố như:

Phương tiện hữu hình (Tangibles): Cơ sở vật chất, trang thiết bị, không gian phòng và hình ảnh nhân viên buồng phòng.

Độ tin cậy (Reliability): Thực hiện đúng quy trình dọn phòng, đúng cam kết

Năng lực phục vụ (Responsiveness): Khả năng xử lý yêu cầu nhanh của nhân viên buồng phòng

Sự đảm bảo (Assurance): Kỹ năng và thái độ nhân viên tạo sự an toàn cho khách

Sự cảm thông (Empathy): Mức độ quan tâm và cá nhân hóa trong phục vụ khách lưu trú

Việc áp dụng mô hình SERVQUAL trong đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng giúp khách sạn xác định được mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng, từ đó đề ra các giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ và cải thiện sự hài lòng của khách lưu trú

1.7. Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ lưu trú của khách sạn

Theo Lê Thái Phụng (2024), thang đo chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực khách sạn thường được xây dựng và phát triển dựa trên mô hình SERVQUAL với 5 thành phần cơ bản gồm: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông. Đây là hệ thống tiêu chí phổ biến được sử dụng để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ.

Dựa trên mô hình SERVQUAL, chất lượng dịch vụ lưu trú được đo lường bằng 22 tiêu chí thuộc 5 nhóm: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo, sự cảm thông. Cụ thể, thang đo chất lượng dịch vụ lưu trú theo mô hình SERVQUAL được trình bày ở bảng 1.2 như sau.

Bảng 1.2. Thang đo chất lượng dịch vụ lưu trú theo mô hình SERVQUAL

Phương tiện hữu hình	
1	Khách sạn có trang thiết bị hiện đại.
2	Các tiện nghi trong phòng mang lại sự thoải mái cho khách hàng.
3	Không gian của khách sạn tạo cảm giác dễ chịu cho khách hàng.
4	Trang phục của nhân viên khách sạn thể hiện sự chuyên nghiệp.
Độ tin cậy	
5	Khách sạn cung cấp dịch vụ đúng như những thông tin đã công bố.
6	Khi khách hàng gặp vấn đề hoặc có khiếu nại, khách sạn giải quyết kịp thời và thỏa đáng.
7	Khách sạn cung cấp thông tin chính xác và đáng tin cậy về các dịch vụ và giá cả.

8	Khách sạn thực hiện các dịch vụ đúng hẹn và không để khách hàng phải chờ đợi lâu.
9	Khách sạn lưu giữ hồ sơ và thông tin của khách hàng một cách chính xác và bảo mật.
Năng lực phục vụ	
10	Nhân viên luôn sẵn sàng và nhiệt tình hỗ trợ, phục vụ khách hàng.
11	Nhân viên phản hồi và giải đáp các yêu cầu, thắc mắc của khách hàng một cách nhanh chóng.
12	Nhân viên linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu và yêu cầu đặc biệt của từng khách hàng
13	Quy trình check-in và check-out diễn ra nhanh chóng, thuận tiện.
Sự đảm bảo	
14	Nhân viên có kiến thức và kỹ năng tốt, đủ khả năng hỗ trợ và tư vấn cho khách hàng.
15	Nhân viên có thái độ lịch sự, nhã nhặn và tôn trọng khách hàng trong mọi giao dịch.
16	Khách hàng cảm thấy tin tưởng vào dịch vụ và an toàn khi lưu trú tại khách sạn.
17	Khách sạn có uy tín và danh tiếng tốt trên thị trường
Sự cảm thông	
18	Nhân viên thấu hiểu và quan tâm đến nhu cầu, mong muốn của từng cá nhân khách hàng
19	Khách sạn cung cấp các dịch vụ phù hợp với sở thích, yêu cầu riêng và lịch trình của khách.
20	Nhân viên luôn thể hiện sự niềm nở, thân thiện, sẵn lòng giúp đỡ và đồng cảm với khách hàng
21	Khách sạn có giờ phục vụ thuận tiện, linh hoạt, đáp ứng tốt nhu cầu của nhiều đối tượng khách.
22	Khách sạn luôn đặt lợi ích và sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu trong mọi hoạt động.

Nguồn : Lê Thái Phụng(2024)

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận liên quan đến khách sạn, kinh doanh khách sạn, dịch vụ buồng phòng và chất lượng dịch vụ buồng phòng trong kinh doanh khách sạn. Trên cơ sở đó, chương đã làm rõ các đặc điểm, vai trò của bộ phận buồng phòng trong việc tạo dựng trải nghiệm khách hàng cũng như ảnh hưởng của bộ phận này đối với sự hài lòng và lòng trung thành của khách lưu trú.

Bên cạnh đó, chương cũng trình bày các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ tiêu biểu như SERVQUAL và SERVPERF, trong đó mô hình SERVQUAL được lựa chọn làm cơ sở nghiên cứu chính. Trên nền tảng lý thuyết này, các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng đã được xây dựng và điều chỉnh phù hợp với đặc thù của khách sạn nghiên cứu.

Những nội dung được trình bày trong chương 1 là cơ sở lý luận quan trọng, làm nền tảng cho việc phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng ở các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2 : THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG PHÒNG TẠI HYATT REGENCY DA NANG RESORT & SPA

2.1. Tổng quan về khách sạn

2.1.1. Giới thiệu về *Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa*

Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa là một trong những khu nghỉ dưỡng cao cấp hàng đầu tại thành phố Đà Nẵng, nằm dọc theo bờ biển Non Nước, nổi bật với bãi cát trắng mịn màng và khung cảnh tuyệt đẹp hướng ra biển Đông. Khách sạn thuộc chuỗi thương hiệu quốc tế Hyatt, nổi tiếng với các dịch vụ khách sạn và nghỉ dưỡng cao cấp, đem lại trải nghiệm tuyệt vời cho du khách trong và ngoài nước. Với thiết kế tinh tế, Hyatt Regency Da Nang kết hợp hài hòa giữa kiến trúc hiện đại và các yếu tố văn hóa truyền thống Việt Nam. Điều này mang đến cho du khách một không gian sang trọng nhưng vẫn gần gũi với thiên nhiên, tạo ra một cảm giác thư giãn tuyệt đối.

Khu nghỉ dưỡng cung cấp đa dạng các loại phòng và biệt thự cao cấp, từ phòng Deluxe hướng biển đến các biệt thự riêng biệt có hồ bơi riêng, đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng, từ du khách cá nhân, gia đình cho đến khách doanh nhân. Ngoài các phòng nghỉ đẳng cấp, Hyatt Regency Da Nang còn nổi bật với các tiện ích cao cấp, bao gồm:

Nhà hàng và quầy bar: Cung cấp các món ăn quốc tế và đặc sản địa phương, mang đến những trải nghiệm ẩm thực phong phú.

Spa và trung tâm chăm sóc sức khỏe: Với các liệu pháp thư giãn, làm đẹp và chăm sóc sức khỏe, giúp du khách xua tan mệt mỏi.

Hồ bơi ngoài trời và các hoạt động thể thao dưới nước: Tạo cơ hội cho du khách tham gia các hoạt động thể thao, thư giãn và vui chơi.

Không gian tổ chức hội nghị và sự kiện: Được trang bị các tiện nghi hiện đại, phục vụ các sự kiện từ hội thảo đến tiệc cưới, sự kiện đặc biệt.

Ngoài ra, khu nghỉ dưỡng còn nổi bật với hệ thống nhà hàng cao cấp như Green House, Pool House và Beach House, phục vụ các món ăn Việt Nam, châu Âu cùng các món hải sản tươi sống. Terrasse Lounge là nơi du khách có thể thưởng thức cà phê và các loại đồ uống cao cấp trong không gian sang trọng. Bên cạnh đó, khách sạn còn cung cấp nhiều tiện ích giải trí như sân tennis, phòng tập thể thao, hồ bơi dành cho người lớn và trẻ em, cùng các ưu đãi khi sử dụng sân golf Colin Montgomerie.

Thông tin chung về khách sạn:

Tên đầy đủ: Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa
Địa chỉ: 05 Trường Sa, phường Hòa Hải, quận Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng
Số điện thoại: 02363981234
Fax: 02363981235
Email: danang.regency@hyatt.com
Website: <https://www.hyatt.com/en-US/hotel/vietnam/hyatt-regencydanang-resort-and-spa>

Khách sạn được xếp hàng 5 sao.

Với tiêu chuẩn 5 sao, Hyatt Regency Da Nang không chỉ là một điểm dừng chân lý tưởng mà còn là nơi mang đến cho du khách một kỳ nghỉ dưỡng đẳng cấp, kết hợp giữa thư giãn, khám phá văn hóa địa phương và tận hưởng các dịch vụ chất lượng cao.

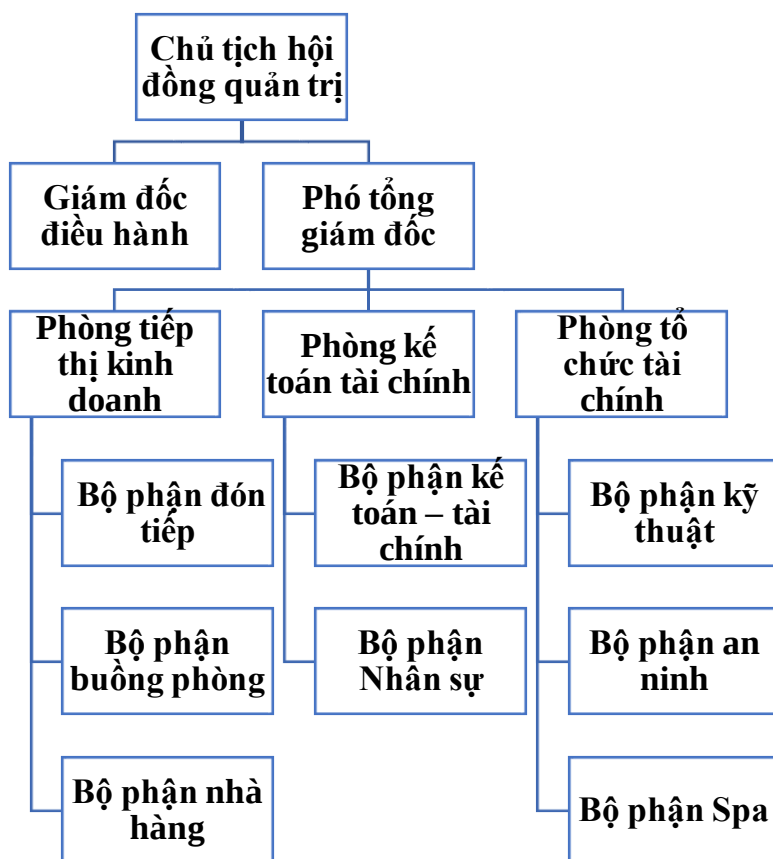
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển

Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa được khai trương vào năm 2011, đánh dấu bước tiến quan trọng trong việc phát triển du lịch cao cấp tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung Việt Nam. Đây là một phần trong chiến lược mở rộng của chuỗi khách sạn Hyatt trên toàn cầu, nhằm mang đến một trải nghiệm nghỉ dưỡng sang trọng và tiện nghi cho du khách quốc tế. Kể từ khi khai trương, Hyatt Regency Da Nang đã không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện cơ sở hạ tầng để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Resort đã trở thành một trong những điểm đến lý tưởng cho du khách đến với Đà Nẵng, đặc biệt là những người tìm kiếm sự kết hợp hoàn hảo giữa thiên nhiên, tiện nghi hiện đại và dịch vụ đẳng cấp.

Trong quá trình phát triển, khách sạn cũng đã nhận được nhiều giải thưởng quốc tế về dịch vụ, thiết kế và chất lượng, như giải thưởng "Khách sạn nghỉ dưỡng sang trọng nhất" và "Resort tốt nhất khu vực" từ các tổ chức du lịch danh tiếng. Điều này khẳng định vị thế của Hyatt Regency Da Nang trong ngành du lịch và khách sạn.

Không chỉ chú trọng đến việc phát triển các tiện ích hiện đại, Hyatt Regency Da Nang còn đầu tư vào các hoạt động văn hóa và cộng đồng, từ đó tạo dựng mối liên kết mạnh mẽ với cộng đồng địa phương. Những sự kiện văn hóa, các lễ hội ẩm thực truyền thống được tổ chức tại đây cũng là điểm nhấn trong chiến lược phát triển bền vững của khu nghỉ dưỡng.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức khách sạn



Nguồn: Bộ phận nhân sự Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức hoạt động của khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Cơ cấu tổ chức của Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa được xây dựng theo một hệ thống chặt chẽ, đảm bảo mọi hoạt động của khách sạn diễn ra hiệu quả và đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng. Sơ đồ cơ cấu tổ chức được chia thành các cấp bậc quản lý và các bộ phận chuyên môn, mỗi bộ phận đảm nhận các chức năng quan trọng để duy trì chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Bảng 2.1. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận trong khách sạn

Chức Danh	Chức Năng và Nhiệm Vụ
Chủ tịch hội đồng quản trị	Chức Năng: Lập chương trình, kế hoạch hoạt động của hội đồng quản trị. Chuẩn bị chương trình, nội dung, tài liệu phục vụ cuộc họp, triệu tập và chủ tọa cuộc họp hội đồng quản trị. Tổ chức việc thông qua nghị quyết của hội đồng quản trị. Giám sát quá trình tổ chức thực hiện các nghị quyết của hội đồng quản trị.

	Nhiệm Vụ: Chủ tịch hội đồng quản trị chịu trách nhiệm dẫn dắt hội đồng quản trị, đảm bảo tính hiệu quả của hội đồng quản trị ở tất cả các góc độ, lịch trình hoạt động
Giám đốc điều hành	Chức Năng: Ban hành quy chế quản lý nội bộ công ty, quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh hàng ngày của công ty, trình báo quyết toán tài chính hằng năm lên Hội đồng thành viên, ký kết các hợp đồng, xây dựng phương án cơ cấu tổ chức công ty, miễn nhiệm, bãi nhiệm, bổ nhiệm các chức danh trong công ty Nhiệm Vụ: Quyết định các vấn đề liên quan đến công việc kinh doanh hàng ngày của công ty, tuyển dụng lao động, quyết định các vấn đề tiền lương và quyền lợi khác cho người lao động trong công ty, quản lý quy chế nội bộ công ty, kiến nghị các phương án trả cổ tức hoặc xử lý lỗ trong kinh doanh
Phó tổng giám đốc	Chức Năng: Giúp việc cho tổng giám đốc trong quản lý điều hành các hoạt động của công ty theo sự phân công của tổng giám đốc Nhiệm Vụ: Quản lý tất cả các trưởng ca bộ phận khác. Triển khai, phổ biến các nhiệm vụ của cấp trên đến các bộ phận khác. Thực hiện phân chỉ tiêu cho các bộ phận khác tại công ty
Bộ phận đón tiếp	Chức Năng: Bộ phận đón tiếp còn gọi là bộ phận lễ tân được ví như bộ mặt của khách sạn trong việc giao tiếp và tạo mối quan hệ với khách hàng, với nhà cung cấp và đối tác, giúp ban giám đốc nắm vững tình hình khách lưu trú, thông tin về cơ cấu khách, nguồn khách từ đó đưa ra những thay đổi, kế hoạch nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao nhất cho khách sạn Nhiệm Vụ: Đón tiếp, nhận, giải quyết yêu cầu của khách hàng và chuyển thông tin của khách hàng đến các bộ phận liên quan; hướng dẫn khách, làm thủ tục đăng ký phòng và trả phòng cho khách, thu phí nếu khách hàng sử dụng các sản phẩm khác trong khách sạn, lưu trữ thông tin của khách lên hệ thống, báo cáo với quản lý tình hình hoạt động, liên kết, hỗ trợ các bộ phận khác hoàn thành nhiệm vụ

Bộ phận buồng phòng	Chức Năng: Cung cấp sản phẩm dịch vụ chính tại khách sạn, mang lại nguồn doanh thu cao nhất trong tổng doanh thu của khách sạn, chịu trách nhiệm về sự nghỉ ngơi lưu trú của khách hàng tại khách sạn, phối hợp chặt chẽ, nhất quán với bộ phận lễ tân trong hoạt động bán và cung cấp dịch vụ buồng Nhiệm Vụ: Chuẩn bị buồng, đảm bảo luôn ở chế độ sẵn sàng đón khách, vệ sinh buồng phòng hàng ngày, các khu vực tiền sảnh và khu vực công cộng; kiểm tra tình trạng phòng, các thiết bị, vật dụng, sản phẩm khác trong phòng khi làm vệ sinh, nhận và giao các dịch vụ phục vụ khách, báo cho bộ phận lễ tân các vấn đề có liên quan, nắm được tình hình khách thuê phòng
Bộ phận nhà hàng	Chức Năng: Cung cấp thức ăn và đồ uống cho khách hàng, hoạch toán chi phí tại bộ phận. Nhiệm Vụ: Tổ chức hoạt động kinh doanh ăn uống gồm 3 hoạt động chính: chế biến, lưu thông và tổ chức phục vụ dịch vụ ăn uống tại khách sạn, phục vụ ăn uống cho nhân viên khách sạn, cung cấp các dịch vụ bổ sung như: tổ chức tiệc, buffet cho hội thảo, tổ chức tiệc theo yêu cầu của khách
Bộ phận kế toán – tài chính	Chức Năng: Quyết định các chiến lược về tài chính, tìm vốn, nguồn vốn cho khách sạn. Theo dõi, quản lý và báo cáo sổ sách thu, chi, công nợ Nhiệm Vụ: Lập chứng từ trong việc hình thành và sử dụng vốn; lập chứng từ xác định kết quả kinh doanh của từng bộ phận và của toàn khách sạn, lập báo cáo tài chính.
Bộ phận nhân sự	Chức Năng: Quản lý, tuyển dụng nhân sự Nhiệm Vụ: Tổ chức, sắp xếp cán bộ, nhân viên, ban hành các thể chế, quy chế làm việc, theo dõi, đánh giá nhân viên các bộ phận và tiếp nhận ý kiến từ cấp trên, quản lý trực tiếp nhân viên
Bộ phận kỹ thuật	Chức Năng: Quản lý, giám sát các hệ thống kỹ thuật và thiết bị trong khách sạn đảm bảo vận hành tốt, không gặp sự cố, trực trặc trong quá trình hoạt động

	Nhiệm Vụ: Theo dõi, bảo trì thường xuyên các thiết bị trong khách sạn; sửa chữa các công cụ, thiết bị khi có yêu cầu của bộ phận khác, thực hiện công việc trang trí sân khấu, chuẩn bị âm thanh cho hội trường khi khách sạn có hội nghị, hội thảo hoặc khi có yêu cầu
Bộ phận an ninh	Chức Năng: Đảm bảo an toàn cho khách hàng, tài sản của khách sạn và khách hàng, chịu trách nhiệm về an ninh trong khách sạn Nhiệm Vụ: Tuần tra, canh gác theo ca, luôn ở tư thế sẵn sàng khi gặp sự cố, trông giữ xe cho khách và cho nhân viên các bộ phận khác trong khách sạn, hỗ trợ bộ phận lễ tân trong việc hướng dẫn, chuyển hành lý của khách vào và ra khỏi khách sạn, hỗ trợ các bộ phận khác hoàn thành nhiệm vụ
Bộ phận spa	Chức Năng: Gia tăng giá trị cho khách sạn, tạo thêm sự lựa chọn cho khách hàng của khách sạn. Nhiệm Vụ: Tìm hiểu nhu cầu và thiết kế các chương trình phù hợp, giúp khách hàng thoải mái, relax ở chuyến nghỉ dưỡng tại khách sạn

2.1.4. Thống kê lượt khách

Theo số liệu từ thông tin cung cấp bởi bộ phận vận hành của Hyatt Regency Danang Resort and Spa, số lượng khách lưu trú tại khách sạn trong giai đoạn 2023–2025 có xu hướng tăng trưởng ổn định. Cụ thể như sau:

Bảng 2.2. Số lượng lượt khách của khách sạn

Năm	Lượt Khách (Người)
2023	95.201
2024	103.322
2025	111.440

Nguồn: Bộ phận nhân sự Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Qua bảng số liệu cho thấy lượng khách lưu trú của khách sạn tăng liên tục trong giai đoạn 2023–2025. Cụ thể, năm 2024 lượng khách đạt 103,322 lượt, tăng 8,53% so với năm 2023. Đến năm 2025, số lượt khách tiếp tục tăng lên 111,440 lượt, tương ứng mức tăng 7,86% so với năm 2024. Tính chung cả giai đoạn 2023–2025, lượng khách lưu trú tăng khoảng 17,06%.

Sự gia tăng này phản ánh xu hướng phục hồi và phát triển tích cực của ngành du lịch sau giai đoạn khó khăn, đồng thời cho thấy nhu cầu nghỉ dưỡng ngày càng tăng. Bên cạnh đó, vị trí thuận lợi, cơ sở vật chất hiện đại và chất lượng dịch vụ của khách sạn cũng góp phần nâng cao khả năng thu hút khách lưu trú trong những năm gần đây.

2.1.5. Thống kê doanh thu

Do không tiếp cận được số liệu doanh thu nội bộ chính thức từ bộ phận kế toán của Hyatt Regency Danang Resort and Spa, doanh thu trong giai đoạn 2023–2025 được ước tính dựa trên số liệu về lượng khách lưu trú, tỷ lệ lấp đầy phòng và giá phòng trung bình. Với mức giá phòng trung bình khoảng 6.500.000 VNĐ/đêm và tỷ lệ lấp đầy dao động từ 71% đến 83%, kết quả ước tính cho thấy doanh thu của khách sạn có xu hướng tăng ổn định qua các năm.

Công thức ước tính doanh thu: Doanh thu ước tính = Số phòng * Công suất phòng * Giá phòng trung bình * 365

Bảng 2.3. Doanh thu ước tính của khách sạn

Năm	Lượt Khách	Tỷ lệ lấp đầy phòng	Doanh Thu Ước Tính (VNĐ)
2023	95.201	72%	611,89 tỷ
2024	103.322	79%	671,38 tỷ
2025	111.440	81,5%	692,64 tỷ

Qua Bảng 2.3 có thể thấy doanh thu lưu trú ước tính của Hyatt Regency Danang Resort and Spa có xu hướng tăng liên tục trong giai đoạn 2023–2025. Năm 2023, doanh thu lưu trú ước tính đạt khoảng 611,89 tỷ đồng với công suất phòng bình quân 72%. Sang năm 2024, doanh thu ước tính tăng lên 671,38 tỷ đồng, tương ứng với công suất phòng đạt 79%, tăng khoảng 59,49 tỷ đồng (tương đương 9,72%) so với năm 2023.

Đến năm 2025, doanh thu lưu trú ước tính tiếp tục đạt khoảng 692,64 tỷ đồng khi công suất phòng tăng lên 81,5%. So với năm 2024, doanh thu tăng khoảng 21,26 tỷ đồng (tương đương 3,17%). Mặc dù tốc độ tăng trưởng doanh thu có xu hướng chậm lại, kết quả này vẫn cho thấy hoạt động kinh doanh lưu trú của khách sạn duy trì sự tăng trưởng ổn định.

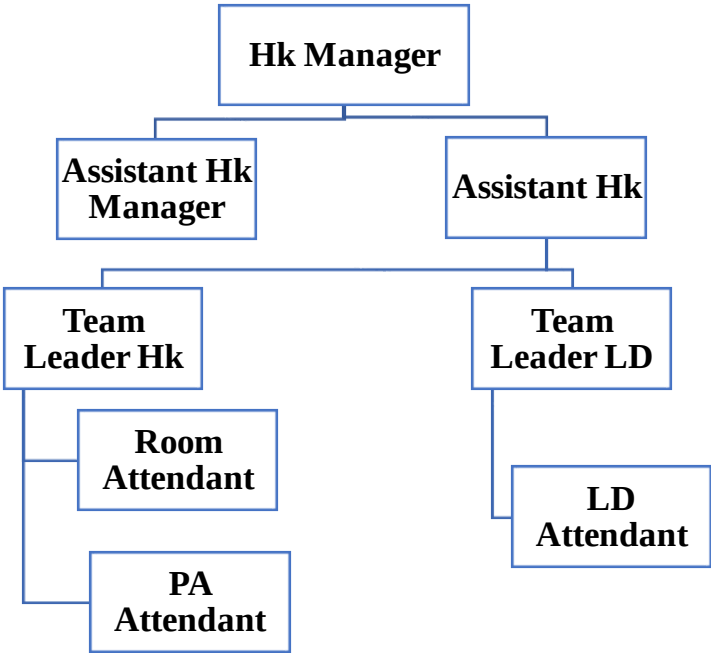
Nhìn chung, doanh thu lưu trú ước tính của khách sạn có xu hướng tăng qua các năm, chủ yếu nhờ công suất phòng được cải thiện trong giai đoạn nghiên cứu. Tuy nhiên, đây chỉ là số liệu được tác giả ước tính dựa trên số lượng phòng kinh doanh, công suất

phòng và giá phòng bình quân, nên chỉ có ý nghĩa tham khảo và phục vụ cho việc phân tích xu hướng hoạt động kinh doanh của khách sạn, không thay thế số liệu doanh thu tài chính chính thức.

2.2.Giới thiệu bộ phận buồng phòng

2.2.1. Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ 2.2: Cơ cấu tổ chức bộ phận buồng phòng của khách sạn Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa



Nguồn: Bộ phận buồng phòng Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

2.2.2. Chức năng nhiệm vụ

Bảng 2.4. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận buồng

Chức Danh	Chức Năng và Nghiệm Vụ
Quản lý Buồng phòng (HK Manager):	Chức Năng : Tổ chức, điều hành và kiểm soát toàn bộ hoạt động của bộ phận buồng phòng; xây dựng kế hoạch làm việc, quy trình vệ sinh và tiêu chuẩn dịch vụ; đảm bảo hiệu quả vận hành và chất lượng dịch vụ buồng phòng Nghiệm Vụ: Lập kế hoạch và phân bổ công việc cho các cấp dưới; giám sát hoạt động của Assistant HK Manager, Assistant HK, Team Leader và nhân viên buồng phòng; kiểm soát chất lượng phòng và khu vực công cộng; quản lý ngân sách, vật tư, đồ vải và trang thiết bị buồng phòng; phối hợp với các bộ phận khác để đảm bảo hoạt

	động khách sạn diễn ra hiệu quả; đào tạo, đánh giá nhân viên; giải quyết các vấn đề phát sinh và khiếu nại liên quan đến dịch vụ buồng phòng; báo cáo kết quả hoạt động cho ban quản lý khách sạn và đề xuất cải tiến chất lượng dịch vụ
Trợ lý Quản lý Buồng phòng (Assistant HK Manager)	Chức Năng : Hỗ trợ quản lý, giám sát và điều phối hoạt động của bộ phận buồng phòng; đảm bảo chất lượng dịch vụ phòng và sự hài lòng của khách hàng. Nhiệm Vụ: Phân công và giám sát công việc của các tổ trưởng và nhân viên buồng phòng; kiểm tra chất lượng phòng trước khi bàn giao cho khách; theo dõi và đảm bảo tiến độ làm phòng hằng ngày; giải quyết các vấn đề phát sinh trong phạm vi bộ phận; phối hợp với các bộ phận liên quan để đáp ứng yêu cầu của khách; tham gia đào tạo, hướng dẫn nhân viên; báo cáo tình hình hoạt động cho HK Manager và đề xuất cải tiến nhằm nâng cao hiệu quả công việc và chất lượng dịch vụ
Trợ lý Buồng phòng (Assistant HK)	Chức Năng: Hỗ trợ HK Manager trong việc điều hành và giám sát hoạt động của bộ phận buồng phòng, đảm bảo công tác vệ sinh phòng và khu vực liên quan được thực hiện đúng tiêu chuẩn và hiệu quả. Nhiệm Vụ: Hỗ trợ phân công và điều phối công việc cho các tổ trưởng và nhân viên buồng phòng; kiểm tra chất lượng vệ sinh phòng và khu vực công cộng; theo dõi tiến độ làm phòng hằng ngày; xử lý các vấn đề phát sinh trong phạm vi bộ phận; phối hợp với các bộ phận liên quan để đáp ứng yêu cầu của khách; tham gia đào tạo và hướng dẫn nhân viên mới; báo cáo tình hình hoạt động cho HK Manager và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ
Tổ trưởng Buồng phòng (Team Leader HK)	Chức Năng: Chịu trách nhiệm giám sát và điều phối hoạt động của nhân viên buồng phòng, đảm bảo các phòng khách sạn được vệ sinh và chuẩn bị theo đúng tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ. Nhiệm Vụ: Phân công công việc cho nhân viên Room Attendant; kiểm tra chất lượng vệ sinh phòng trước khi bàn giao cho khách;

	giám sát tiến độ làm phòng hằng ngày; hướng dẫn và đào tạo nhân viên mới; phối hợp với bộ phận lễ tân và các bộ phận liên quan để đảm bảo phòng luôn sẵn sàng; báo cáo tình hình công việc và các vấn đề phát sinh cho cấp quản lý; kiểm soát việc sử dụng vật tư, đồ vải và trang thiết bị buồng phòng
Nhân viên khu vực công cộng (PA Attendant)	Chức Năng: Đảm bảo vệ sinh và duy trì sự sạch sẽ, gọn gàng tại các khu vực công cộng của khách sạn, góp phần tạo môi trường thoải mái và chuyên nghiệp cho khách hàng. Nhiệm Vụ: Thực hiện vệ sinh định kỳ và đột xuất tại sảnh, hành lang, thang máy, nhà vệ sinh công cộng và các khu vực chung khác; thu gom rác và xử lý đúng quy định; lau dọn, đánh bóng các bề mặt theo tiêu chuẩn khách sạn; kiểm tra và bổ sung các vật dụng vệ sinh tại khu vực công cộng; báo cáo kịp thời các sự cố hoặc hư hỏng; phối hợp với các bộ phận liên quan để đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh chung của khách sạn
Nhân viên Buồng phòng (Room Attendant)	Chức Năng: Đảm bảo các phòng khách sạn luôn sạch sẽ, ngăn nắp, đầy đủ tiện nghi và sẵn sàng phục vụ khách lưu trú theo đúng tiêu chuẩn của khách sạn Nhiệm Vụ: Thực hiện dọn dẹp, vệ sinh phòng khách hằng ngày; thay ga giường, khăn tắm và bổ sung vật dụng tiêu hao trong phòng; kiểm tra tình trạng trang thiết bị trong phòng và báo cáo khi có hư hỏng; sắp xếp phòng theo đúng tiêu chuẩn quy định; phối hợp với bộ phận kỹ thuật và lễ tân để xử lý các yêu cầu của khách; đảm bảo tuân thủ quy trình vệ sinh và an toàn trong quá trình làm việc

Nhân viên Giặt là (LD Attendant)	Chức Năng: Thực hiện các công việc liên quan đến giặt, sấy, ủi và xử lý đồ vải, quần áo của khách và đồ vải khách sạn, đảm bảo sạch sẽ, đúng tiêu chuẩn vệ sinh và thời gian quy định.
	Nhiệm Vụ: Tiếp nhận và phân loại đồ cần giặt; vận hành máy giặt, máy sấy, máy ủi theo đúng quy trình.
	Kiểm tra chất lượng sau giặt; gấp và sắp xếp đồ vải; phối hợp với các bộ phận liên quan để đảm bảo cung ứng đồ vải kịp thời
	Bảo quản và vệ sinh máy móc, thiết bị giặt là.
	Tuân thủ các quy định về an toàn lao động và sử dụng hóa chất.

2.2.3. Thống kê cơ sở vật chất thuộc bộ phận buồng

Bảng 2.5. Cơ sở vật chất của bộ phận buồng

STT	Tên trang thiết bị	Số lượng (ĐVT: cái)	STT	Tên trang thiết bị	Số lượng (ĐVT: cái)
1	Điều hòa	548	15	Bàn trà	428
2	Két sắt	370	16	Ghế làm việc	433
3	Điện thoại	367	17	Tập directory	333
4	Gương	432	18	Tivi	384
5	Lavabo	385	19	Máy sấy tóc	370
6	Đèn chùm	387	20	Dép đi trong phòng	470
7	Đèn ngủ	380	21	Ly súc miệng	370
8	Ấm đun nước	390	22	Ly uống nước	340
9	Tủ quần áo	367	23	Bộ ly muống uống trà	430
10	Bếp từ	15	24	Bồn tắm	390
11	Lò vi sóng	10	25	Bồn rửa mặt	390
12	Minibar	132	26	Giỏ mây	301
13	Giỏ đựng rác	372	27	Extra bed	97
14	Móc treo áo quần	938	28	Baby cot	20

Nguồn: Bộ phận nhân sự Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

2.3. Thực trạng hoạt động buồng phòng

2.3.1. Thống kê về loại phòng

Hyatt Regency DA NANG Resort and Spa là một trong những khu nghỉ dưỡng sang trọng hàng đầu tại Đà Nẵng. Khách sạn sở hữu tổng cộng 358 phòng nghỉ, được thiết kế và trang bị hiện đại để mang lại trải nghiệm lưu trú đẳng cấp cho khách hàng. Các loại phòng tại đây không chỉ đa dạng mà còn có tầm nhìn tuyệt đẹp ra biển hoặc vườn, tất cả các phòng đều có ban công riêng giúp khách hàng tận hưởng không gian ngoài trời thoải mái. Cụ thể, số lượng phòng và các loại phòng tại khách sạn được chia thống kê như sau:

Loại phòng	Số lượng (phòng)	Đặc điểm chính
Phòng khách sạn và suite	190	Thiết kế hiện đại, hướng vườn hoặc hướng ra biển
Căn hộ 1 đến 3 phòng ngủ	145	Có khu bếp và phòng khách, phù hợp với gia đình dài ngày
Villa 3 phòng ngủ	23	Hồ bơi riêng, không gian cao cấp ven biển

Hệ thống phòng của khách sạn được chia thành nhiều hạng nhằm đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách du lịch nghỉ dưỡng, khách công vụ và khách gia đình. Một số loại phòng tiêu biểu gồm:

- Phòng tiêu chuẩn 1 giường King hoặc 2 giường Twin
- Phòng Ocean View hướng biển
- Phòng Club Access sử dụng dịch vụ Regency Club
- Regency Suite
- Executive Suite
- Residence 1, 2 và 3 phòng ngủ
- Oceanfront Villa 3 phòng ngủ có hồ bơi riêng

Diện tích phòng dao động từ khoảng 40 m² đối với phòng tiêu chuẩn đến hơn 120 m² đối với suite và trên 300 m² đối với villa cao cấp. Các phòng đều được trang bị ban công riêng, nội thất hiện đại và nhiều tiện ích nghỉ dưỡng cao cấp.

Cơ cấu loại phòng đa dạng giúp khách sạn đáp ứng nhiều phân khúc khách hàng khác nhau như:

- Khách du lịch cá nhân và cặp đôi.

- Gia đình nghỉ dưỡng dài ngày.
- Nhóm khách cao cấp.
- Khách MICE và khách quốc tế.

Nhờ đó, hoạt động kinh doanh buồng phòng của khách sạn duy trì được công suất sử dụng phòng ổn định và nâng cao khả năng cạnh tranh trong phân khúc resort cao cấp tại Đà Nẵng.

2.3.2. Tỷ lệ sử dụng phòng

Tỷ lệ sử dụng phòng là một chỉ số quan trọng giúp đánh giá hiệu quả hoạt động của khách sạn, đặc biệt trong việc quản lý và khai thác nguồn lực phòng nghỉ. Chỉ số này phản ánh tỷ lệ phòng được bán ra so với tổng số phòng có sẵn trong một khoảng thời gian cụ thể, và nó trực tiếp ảnh hưởng đến việc lập kế hoạch nhân sự, hoạt động của bộ phận buồng phòng, cũng như các chiến lược kinh doanh của khách sạn. Tỷ lệ sử dụng phòng cao đồng nghĩa với việc khách sạn đạt được hiệu quả tối đa trong việc khai thác dịch vụ phòng, đồng thời giúp tăng doanh thu và tối ưu hóa chi phí.

Tại Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa, tỷ lệ sử dụng phòng biến động theo mùa và năm, do ảnh hưởng của các yếu tố như thời tiết, lễ hội, mùa du lịch cao điểm và sự kiện quốc tế. Từ năm 2023 đến 2025, khách sạn đã có sự tăng trưởng ổn định về tỷ lệ sử dụng phòng, phản ánh xu hướng phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch và sự thu hút của khu nghỉ dưỡng này đối với cả khách du lịch nội địa và quốc tế.

Tỷ lệ sử dụng phòng theo mùa: Tỷ lệ sử dụng phòng tại Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa có sự thay đổi đáng kể tùy vào mùa du lịch:

Mùa cao điểm (tháng 5 – tháng 9): Vào các tháng mùa hè, khi lượng khách du lịch đến Đà Nẵng tăng cao, tỷ lệ sử dụng phòng tại khách sạn đạt mức cao nhất. Trong giai đoạn này, tỷ lệ sử dụng phòng trung bình đạt 80% – 90%, đặc biệt vào các kỳ nghỉ lễ và kỳ nghỉ hè, khi nhu cầu du lịch biển và nghỉ dưỡng tăng mạnh.

Mùa thấp điểm (tháng 10 – tháng 4): Trong mùa thấp điểm, do yếu tố thời tiết và lượng khách du lịch giảm, tỷ lệ sử dụng phòng giảm xuống, dao động từ 60% – 75%. Tuy nhiên, tỷ lệ này vẫn phản ánh một mức độ ổn định đối với các khu nghỉ dưỡng cao cấp như Hyatt Regency Đà Nẵng, khi khách sạn vẫn duy trì lượng khách đáng kể nhờ vào các sự kiện hoặc hội nghị quốc tế.

Tỷ lệ sử dụng phòng theo năm: Trong giai đoạn từ năm 2023 đến năm 2025, tỷ lệ sử dụng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa có xu hướng tăng trưởng

ổn định cùng với sự phục hồi của ngành du lịch sau đại dịch COVID-19. Tỷ lệ sử dụng phòng trung bình của khách sạn trong các năm qua được ước tính trong bảng sau:

Bảng 2.6. Tỷ lệ sử dụng phòng tại khách sạn

Năm	Tỷ lệ sử dụng phòng trung bình
2023	71% – 73%
2024	78% – 80%
2025	80% – 83%

Nguồn: Báo cáo nội bộ của Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Trong đó, năm 2023 là giai đoạn phục hồi sau đại dịch COVID-19, với tỷ lệ sử dụng phòng ở mức 71% – 73%. Tuy nhiên, khi ngành du lịch và thị trường khách sạn bắt đầu phục hồi vào năm 2024, tỷ lệ này đã tăng lên mức 78% – 80%. Năm 2025, tỷ lệ sử dụng phòng sẽ tiếp tục tăng lên khoảng 80% – 83%, nhờ vào các chương trình khuyến mãi, sự kiện quốc tế và việc phục hồi toàn diện của ngành du lịch.

Ý nghĩa đối với bộ phận buồng phòng: Tỷ lệ sử dụng phòng có tác động trực tiếp đến hoạt động của bộ phận buồng phòng, vì khi tỷ lệ sử dụng phòng tăng, bộ phận này sẽ phải làm việc với khối lượng công việc lớn hơn, đặc biệt trong mùa cao điểm. Cụ thể như sau:

Khối lượng công việc gia tăng: Khi tỷ lệ sử dụng phòng cao, số lượng phòng cần dọn dẹp và chuẩn bị cho khách mới sẽ tăng lên, tạo áp lực lên nhân viên buồng phòng. Điều này yêu cầu sự phân công công việc hợp lý và đội ngũ nhân sự đủ mạnh để đáp ứng.

Tối ưu hóa nhân sự: Tỷ lệ sử dụng phòng giúp bộ phận buồng phòng lên kế hoạch nhân sự linh hoạt, tránh tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa lao động. Trong mùa cao điểm, bộ phận cần tăng cường nhân sự, trong khi mùa thấp điểm có thể giảm số lượng nhân viên tạm thời.

Quản lý chất lượng: Dù tỷ lệ sử dụng phòng có thay đổi, bộ phận buồng phòng vẫn phải đảm bảo chất lượng vệ sinh và tiện nghi trong từng phòng. Điều này có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng và uy tín của khách sạn.

2.3.3. Nhân sự thuộc bộ phận buồng

Bộ phận buồng phòng tại Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa hiện có tổng cộng 130 nhân viên, được phân bổ vào các vị trí và nhiệm vụ khác nhau nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ buồng phòng luôn đạt tiêu chuẩn 5 sao. Cơ cấu nhân sự trong bộ

phận này đã được tối ưu để đáp ứng nhu cầu dọn dẹp, vệ sinh phòng và các khu vực công cộng, đặc biệt trong bối cảnh lượng khách du lịch tăng mạnh vào các mùa cao điểm.

Số liệu nhân sự dưới đây là thông tin chính thức từ bộ phận buồng phòng tại Hyatt Regency Da Nang trong năm 2026:

Bảng 2.7. Số lượng nhân sự bộ phận buồng

Chức Vụ	Số Lượng
HK Manager (Quản lý buồng phòng)	1
Assistant HK Manager (Trợ lý quản lý buồng phòng)	1
Assistant HK (Trợ lý buồng phòng)	4
Team Leader HK (Tổ trưởng buồng phòng)	18
Team Leader LD (Tổ trưởng Giặt là)	4
LD Attendant (Nhân viên Giặt là)	11
Room Attendant (Nhân viên buồng phòng)	81
PA Attendant (Nhân viên khu vực công cộng)	10
Tổng Cộng	130

Nguồn: Bộ phận buồng phòng tại Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa

Với 130 nhân viên trong bộ phận buồng phòng, khách sạn đảm bảo cung cấp dịch vụ vệ sinh và dọn dẹp phòng một cách hiệu quả, đồng thời duy trì chất lượng dịch vụ cao nhất cho khách hàng. Mỗi vị trí trong bộ phận đều có nhiệm vụ và trách nhiệm rõ ràng, từ việc giám sát chất lượng công việc của các nhân viên (Team Leader) cho đến việc đảm bảo công tác dọn dẹp các phòng nghỉ (Room Attendant) và các khu vực công cộng (LD Attendant).

2.3.4. Quy trình làm phòng

Bước 1: Nhận thông tin và phân công công việc

Mỗi sáng, sau khi nhận ca làm việc, nhân viên buồng phòng sẽ nhận thông tin từ bộ phận lễ tân về các phòng cần dọn, bao gồm tình trạng phòng (đã trả phòng, đang sử

dụng, yêu cầu đặc biệt của khách) và danh sách ưu tiên. Việc phân công cụ thể sẽ giúp nhân viên làm việc hiệu quả, nhanh chóng hoàn thành công việc trong thời gian quy định.

Bước 2: Chuẩn bị dụng cụ và vật dụng cần thiết

Trước khi vào từng phòng, nhân viên housekeeping sẽ chuẩn bị đầy đủ dụng cụ cần thiết cho công việc như:

Khăn tắm, khăn mặt, ga giường mới, các vật dụng vệ sinh cá nhân (xà phòng, dầu gội, giấy vệ sinh, v.v.).

Các dụng cụ dọn dẹp như máy hút bụi, cây lau nhà, khăn lau, dung dịch vệ sinh theo tiêu chuẩn khách sạn.

Các vật phẩm cho minibar hoặc các yêu cầu khác của khách.

Sự chuẩn bị kỹ lưỡng này giúp tiết kiệm thời gian và đảm bảo công việc được thực hiện liền mạch.

Bước 3: Kiểm tra tình trạng phòng khi vào dọn

Trước khi bắt đầu công việc dọn dẹp, nhân viên buồng phòng sẽ kiểm tra tình trạng phòng và các yêu cầu cụ thể. Các công việc cần kiểm tra bao gồm:

Kiểm tra bảng “DND” (Do Not Disturb) hoặc “Make Up Room” trên cửa để xác định xem khách có yêu cầu làm phòng hay không.

Đánh giá tình trạng phòng: thiết bị điện, điều hòa, đèn chiếu sáng, cửa sổ, đồ nội thất. Điều này đảm bảo rằng phòng sẽ được dọn dẹp kỹ lưỡng mà không làm ảnh hưởng đến các tiện nghi đang hoạt động.

Bước 4: Dọn dẹp phòng ngủ

Thay mới ga giường và vỏ gối: Một trong những công việc đầu tiên là thay mới ga giường, vỏ gối, và khăn tắm. Điều này không chỉ đảm bảo sự sạch sẽ mà còn giúp tạo không gian nghỉ ngơi thoải mái cho khách hàng.

Lau sàn và bề mặt: Các bề mặt như bàn, tủ, kệ sẽ được lau chùi sạch sẽ, đồng thời nhân viên sẽ hút bụi thảm và làm sạch sàn nhà.

Kiểm tra minibar và vật dụng trong phòng: Nhân viên sẽ kiểm tra minibar để bổ sung đồ uống và đảm bảo không có vật dụng bị hỏng, đồng thời thu gom rác và thay mới đồ dùng trong phòng.

Bước 5: Vệ sinh phòng tắm

Vệ sinh phòng tắm là bước quan trọng để đảm bảo khách hàng có một trải nghiệm thoải mái và sạch sẽ. Các công việc trong phòng tắm bao gồm:

Lau sạch bồn rửa mặt, vòi sen, bồn tắm và toilet.

Thay mới các vật dụng tiêu hao như xà phòng, dầu gội, khăn tắm.

Kiểm tra các thiết bị trong phòng tắm (vòi nước, hệ thống thoát nước) để đảm bảo chúng hoạt động bình thường.

Bước 6: Kiểm tra lại và hoàn thiện công việc

Trước khi rời khỏi phòng, nhân viên buồng phòng sẽ kiểm tra lại một lần nữa để đảm bảo mọi thứ đều sạch sẽ và ngăn nắp. Các bước kiểm tra bao gồm:

Kiểm tra tình trạng vệ sinh tổng thể của phòng: phòng ngủ, phòng tắm, các thiết bị, đồ dùng.

Đảm bảo các vật dụng được đặt lại đúng vị trí và phòng được dọn dẹp theo đúng yêu cầu của khách (nếu có).

Kiểm tra cửa, cửa sổ, và các hệ thống an ninh của phòng.

Bước 7: Báo cáo tình trạng phòng và kết thúc công việc

Sau khi hoàn tất dọn dẹp, nhân viên housekeeping sẽ báo cáo lại tình trạng phòng cho bộ phận lễ tân, thông báo rằng phòng đã sẵn sàng để đón khách mới. Nếu có yêu cầu đặc biệt hoặc bất kỳ vấn đề nào phát sinh (như hỏng hóc, yêu cầu bảo trì), nhân viên sẽ thông báo ngay cho bộ phận kỹ thuật hoặc lễ tân để giải quyết kịp thời.

2.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

2.4.1. Phương pháp khảo sát

Mục đích khảo sát: Khảo sát được thực hiện nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort and Spa thông qua mức độ hài lòng của khách lưu trú đối với công tác vệ sinh, sắp xếp phòng và thái độ phục vụ của nhân viên housekeeping. Mục đích của khảo sát bao gồm:

- Đánh giá mức độ sạch sẽ, tiện nghi của phòng nghỉ sau khi được dọn dẹp.
- Đo lường sự hài lòng về dịch vụ buồng phòng và tiện ích buồng phòng.
- Đánh giá thái độ tác phong và tính chuyên nghiệp của nhân viên.
- Thu thập ý kiến phản hồi về cơ sở vật chất và chất lượng phục vụ.

Đối tượng khảo sát: Khách hàng đã sử dụng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa.

Thời gian khảo sát: Khảo sát được thực hiện trong thời gian từ ngày 17/05/2026 đến ngày 19/05/2026 tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa nhằm thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng phòng của khách sạn.

Địa điểm: Hyatt Regency Danang Resort and Spa

Nội dung khảo sát tại Hyatt Regency Danang Resort and Spa gồm ba phần: phần một thu thập thông tin cá nhân của khách hàng; phần hai đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng phòng của khách sạn; phần ba ghi nhận các ý kiến đóng góp, đề xuất của khách hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng.

Trên cơ sở các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn được đề xuất bởi Lê Thái Phụng (2024) nghiên cứu tiến hành lựa chọn và điều chỉnh các tiêu chí phù hợp với điều kiện thực tế tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort and Spa.

Trên cơ sở đó, thang đo được xây dựng nhằm đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buồng phòng. Thang đo được thiết kế theo dạng Likert 5 mức độ, từ 1 (Rất không đồng ý) đến 5 (rất đồng ý). Chi tiết thang đo được trình bày tại Bảng 2.8.

Bảng 2.8. Thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Các Tiêu Chí Đánh Giá		Mã hóa
Phương tiện hữu hình		PTHH
1	Phòng buồng sạch sẽ, gọn gàng và đảm bảo vệ sinh.	PTHH1
2	Trang thiết bị trong phòng đầy đủ và hoạt động tốt	PTHH2
3	Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách hàng	PTHH3
4	Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, thể hiện sự chuyên nghiệp	PTHH4
Độ tin cậy		DTC
5	Dịch vụ buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn đã cam kết..	DTC1
6	Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định	DTC2

7	Xử lý kịp thời các yêu cầu và phản hồi của khách hàng	DTC3
8	Cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt thời gian lưu trú	DTC4
Năng lực phục vụ		NLPV
9	Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết	NLPV1
10	Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng	NLPV2
11	Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả.	NLPV3
12	Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng.	NLPV4
Sự đảm bảo		SDB
13	Nhân viên có kỹ năng chuyên môn tốt trong công việc.	SDB1
14	Khách hàng cảm thấy an toàn trong quá trình lưu trú	SDB2
15	Nhân viên có thái độ lịch sự, tôn trọng khách hàng	SDB3
16	Khách sạn đảm bảo uy tín và chất lượng dịch vụ ổn định	SDB4
Sự cảm thông		SCT
17	Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng	SCT1
18	Dịch vụ buồng phòng được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của khách hàng	SCT2
19	Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách.	SCT3
20	Nhân viên luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu.	SCT4

Nguồn: Tác giả kế thừa và điều chỉnh từ Lê Thái Phụng(2024)

Nghiên cứu được thực hiện thông qua việc khảo sát khách hàng bằng bảng hỏi được thiết kế gồm 1 phần như trình bày tại Phụ lục 1. Dữ liệu được thu thập theo hình thức trực tuyến đối với khách đã sử dụng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort and Spa, chủ yếu là khách nội địa ..

Sau khi thu thập, dữ liệu được tiến hành kiểm tra và loại bỏ các phiếu trả lời không hợp lệ, sau đó được tổng hợp và xử lý bằng phần mềm Excel.

Các phương pháp phân tích được sử dụng bao gồm:

Thông kê tần suất và tỷ lệ phần trăm nhằm mô tả đặc điểm mẫu khảo sát và tổng hợp các ý kiến đánh giá của khách hàng.

Tính giá trị trung bình và nhằm xác định mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ.

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường chất lượng dịch vụ, với quy ước như sau:

Từ 1.0 đến dưới 1.8: Rất không tốt

Từ 1.8 đến dưới 2.6: Không tốt

Từ 2.6 đến dưới 3.4: Trung bình

Từ 3.4 đến dưới 4.2: Tốt

Từ 4.2 đến 5.0: Rất tốt

- **Mô tả mẫu khảo sát**

Bảng 2.9. Mô tả mẫu khảo sát

Đặc điểm	Phân loại	Số lượng	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	18	45%
	Nữ	22	55%
Tổng		40	100%
Quốc tịch	Nội địa	40	100%
	Quốc tế	0	0%
Tổng		40	100%

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy tổng số đối tượng tham gia khảo sát là 40 khách du lịch nội địa. Trong đó, nữ giới chiếm tỷ lệ 55% tương ứng với 22 người, cao hơn nam giới với tỷ lệ 45% tương ứng 18 người. Mặc dù có sự chênh lệch giữa hai nhóm giới tính, tuy nhiên mức chênh lệch không đáng kể, thể hiện sự phân bố tương đối đồng đều trong cơ cấu mẫu khảo sát.

Ngoài ra, toàn bộ đối tượng tham gia khảo sát đều là khách du lịch nội địa, chiếm 100% tổng số mẫu điều tra. Điều này phù hợp với phạm vi và mục tiêu nghiên cứu của đề tài. Nhìn chung, mẫu khảo sát có tính đại diện nhất định, góp phần đảm bảo độ tin cậy cho quá trình phân tích và đánh giá các nội dung nghiên cứu tiếp theo

2.5. Kết quả khảo sát về chất lượng dịch vụ buồng phòng

2.5.1. Đánh giá về phương tiện hữu hình

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Phòng buồng sạch sẽ, gọn gàng và đảm bảo vệ sinh.	3	0	3	13	21	4,23	Rất Đồng Ý
Trang thiết bị trong phòng đầy đủ và hoạt động tốt	2	1	1	17	19	4,25	Rất Đồng Ý
Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách hàng	2	2	4	8	24	4,25	Rất Đồng Ý
Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, thể hiện sự chuyên nghiệp	2	0	4	11	23	4,38	Rất Đồng Ý

Nhận Xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực đối với chất lượng dịch vụ buồng phòng của khách sạn. Tất cả các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,2, tương ứng với mức đánh giá “Rất Đồng Ý”. Điều này phản ánh rằng khách hàng nhìn chung hài lòng về chất lượng vệ sinh phòng, trang thiết bị, không gian phòng cũng như tác phong làm việc của nhân viên buồng phòng.

Trong đó, tiêu chí “Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, thể hiện sự chuyên nghiệp” đạt điểm cao nhất (4,38 điểm). Kết quả này cho thấy khách sạn đã xây dựng được hình ảnh nhân viên chĩnh chu, chuyên nghiệp, tạo được ấn tượng tốt và sự tin tưởng đối với khách hàng trong quá trình lưu trú. Bên cạnh đó, các tiêu chí về trang thiết bị trong phòng (4,25 điểm), không gian phòng (4,25 điểm) và vệ sinh phòng (4,23 điểm)

cũng được đánh giá cao, chứng tỏ khách sạn đã chú trọng đầu tư cơ sở vật chất và duy trì tiêu chuẩn phục vụ tương đối ổn định.

Tuy nhiên, bên cạnh các đánh giá tích cực, vẫn tồn tại một số ý kiến ở mức trung bình và chưa tốt. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ buồng phòng chưa hoàn toàn đồng đều trong mọi thời điểm và mọi trải nghiệm của khách hàng.

Nguyên nhân của những hạn chế này trước hết xuất phát từ áp lực công việc của bộ phận buồng phòng, đặc biệt vào mùa cao điểm khi số lượng phòng cần dọn tăng cao. Điều này có thể dẫn đến tình trạng nhân viên chưa kiểm tra kỹ toàn bộ chi tiết trong phòng trước khi bàn giao cho khách. Bên cạnh đó, một số trang thiết bị trong phòng có thể đã sử dụng trong thời gian dài, dẫn đến tình trạng xuống cấp hoặc hoạt động chưa ổn định, ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách.

Ngoài ra, cảm nhận của khách hàng về không gian phòng mang tính chủ quan, phụ thuộc vào nhu cầu và kỳ vọng riêng của từng người, nên vẫn có sự khác biệt trong mức độ hài lòng. Một số khách có yêu cầu cao về tiện nghi, diện tích hoặc khả năng cách âm nên chưa thật sự hài lòng dù khách sạn đã đáp ứng các tiêu chuẩn cơ bản.

Cuối cùng, sự chưa đồng đều về kinh nghiệm và kỹ năng giữa các nhân viên buồng phòng cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Một số nhân viên mới có thể xử lý tình huống chưa linh hoạt hoặc chưa đảm bảo tốc độ và độ chính xác trong quá trình phục vụ.

Nhìn chung, các kết quả này cho thấy khách sạn cần tiếp tục tăng cường công tác giám sát chất lượng phòng, bảo trì cơ sở vật chất định kỳ và đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên buồng phòng nhằm duy trì và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

2.5.2. Đánh giá về độ tin cậy

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Dịch vụ buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn đã cam kết.	1	1	3	12	23	4,38	Rất Đồng Ý

Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định	1	1	5	7	26	4,40	Rất Đồng Ý
Xử lý kịp thời các yêu cầu và phản hồi của khách hàng	1	1	4	11	23	4,35	Rất Đồng Ý
Cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt thời gian lưu trú	2	2	3	9	24	4,28	Rất Đồng Ý

Nhận xét : Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao về độ tin cậy của dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Tất cả các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,2 và được xếp mức “Rất Đồng Ý”, phản ánh sự ổn định tương đối trong quá trình cung cấp dịch vụ và mức độ đáp ứng cam kết với khách hàng.

Trong đó, tiêu chí “Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định” đạt điểm trung bình cao nhất (4,40 điểm). Điều này cho thấy khách sạn đã tổ chức tốt quy trình làm việc của bộ phận buồng phòng, đảm bảo tiến độ dọn phòng hợp lý, giúp khách hàng nhanh chóng nhận phòng và hạn chế thời gian chờ đợi. Bên cạnh đó, các tiêu chí “Dịch vụ buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn đã cam kết” (4,38 điểm) và “Xử lý kịp thời các yêu cầu và phản hồi của khách hàng” (4,35 điểm) cũng được đánh giá tích cực, cho thấy nhân viên có ý thức tuân thủ quy trình và phản ứng khá nhanh với nhu cầu phát sinh của khách.

Tuy nhiên, tiêu chí “Cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt thời gian lưu trú” có điểm trung bình thấp hơn (4,28 điểm). Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ đôi lúc chưa hoàn toàn đồng đều trong toàn bộ quá trình khách lưu trú, vẫn có sự chênh lệch nhỏ giữa các thời điểm hoặc giữa các ca làm việc khác nhau.

Nguyên nhân của những hạn chế này có thể xuất phát từ việc khối lượng công việc của bộ phận buồng phòng thay đổi theo từng giai đoạn, đặc biệt vào mùa cao điểm khiến chất lượng phục vụ giữa các thời điểm chưa thật sự đồng nhất. Bên cạnh đó, sự khác biệt về kinh nghiệm và kỹ năng giữa các nhân viên cũng có thể dẫn đến mức độ thực hiện công việc chưa hoàn toàn thống nhất, đặc biệt trong các thao tác kiểm tra phòng hoặc xử lý yêu cầu khách.

Ngoài ra, một số yêu cầu của khách hàng phát sinh ngoài kế hoạch có thể khiến quy trình phục vụ bị gián đoạn hoặc thay đổi thứ tự ưu tiên, từ đó ảnh hưởng nhẹ đến tính nhất quán của dịch vụ trong suốt thời gian lưu trú.

Nhìn chung, kết quả này cho thấy khách sạn cần tiếp tục tăng cường giám sát quy trình làm việc, chuẩn hóa thao tác nghiệp vụ và phân bổ nhân sự hợp lý hơn theo từng thời điểm nhằm nâng cao tính ổn định và đồng nhất của chất lượng dịch vụ buồng phòng.

2.5.3. Đánh giá về năng lực phục vụ

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết	2	0	2	12	24	4,40	Rất Đồng Ý
Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng	1	1	0	14	24	4,48	Rất Đồng Ý
Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả.	2	0	4	11	23	4,33	Rất Đồng Ý
Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng.	1	0	3	10	26	4,50	Rất Đồng Ý

Nhận xét : Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực về năng lực phục vụ của bộ phận buồng phòng tại khách sạn. Tất cả các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 và được xếp mức “Rất Đồng Ý”, phản ánh khả năng đáp ứng nhanh, linh hoạt và thái độ phục vụ tích cực của nhân viên trong quá trình làm việc.

Trong đó, tiêu chí “Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng” đạt điểm trung bình cao nhất (4,50 điểm). Điều này cho thấy nhân viên buồng phòng có khả năng thích ứng tốt với các yêu cầu phát sinh, xử lý tình huống linh hoạt và sẵn sàng điều chỉnh công việc để đáp ứng nhu cầu của khách. Bên cạnh đó, tiêu chí “Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng” (4,48 điểm) cũng được đánh giá rất cao, thể hiện sự chủ động và kịp thời trong việc hỗ trợ khách.

Tiêu chí “Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết” đạt 4,40 điểm, cho thấy thái độ phục vụ của nhân viên nhìn chung tích cực, sẵn sàng hỗ trợ và đáp ứng nhu cầu của khách trong quá trình lưu trú. Trong khi đó, “Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả” đạt 4,33 điểm, tuy vẫn ở mức “Rất tốt” nhưng thấp hơn so với các tiêu chí còn lại.

Nguyên nhân của sự chênh lệch này có thể xuất phát từ khối lượng công việc thực tế của bộ phận buồng phòng tương đối lớn, đặc biệt trong giờ cao điểm, khiến tốc độ hoàn thành công việc đôi lúc chưa đạt tối ưu. Bên cạnh đó, sự khác biệt về kinh nghiệm giữa các nhân viên cũng có thể ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc, trong đó một số nhân viên mới cần thêm thời gian để thuần thục quy trình và nâng cao tốc độ xử lý công việc.

Ngoài ra, các yêu cầu phát sinh từ khách hàng trong quá trình dọn phòng cũng có thể làm gián đoạn quy trình làm việc, khiến thời gian hoàn thành công việc bị kéo dài hơn dự kiến. Tuy nhiên, nhìn chung những yếu tố này không ảnh hưởng lớn đến chất lượng tổng thể mà chỉ tạo ra những biến động nhỏ trong hiệu quả phục vụ.

Từ kết quả trên, có thể thấy khách sạn cần tiếp tục đào tạo nâng cao kỹ năng nghiệp vụ và tối ưu hóa quy trình làm việc nhằm cải thiện tốc độ xử lý công việc, đồng thời duy trì thế mạnh về sự linh hoạt và khả năng phản hồi nhanh của nhân viên buồng phòng.

2.5.4. Đánh giá về sự đảm bảo

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Nhân viên có kỹ năng chuyên môn tốt trong công việc.	1	0	3	10	26	4,50	Rất Đồng Ý
Khách hàng cảm thấy an toàn trong quá trình lưu trú	1	1	4	8	26	4,43	Rất Đồng Ý

Nhân viên có thái độ lịch sự, tôn trọng khách hàng	2	0	3	9	26	4,43	Rất Đồng Ý
Khách sạn đảm bảo uy tín và chất lượng dịch vụ ổn định	1	1	5	9	24	4,35	Rất Đồng Ý

Nhận xét : Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất cao về yếu tố “Sự đảm bảo” trong chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Tất cả các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 và được xếp mức “Rất Đồng Ý”, phản ánh sự chuyên nghiệp trong nghiệp vụ, thái độ phục vụ của nhân viên cũng như mức độ tin cậy và an toàn mà khách hàng cảm nhận trong quá trình lưu trú.

Trong đó, tiêu chí “Nhân viên có kỹ năng chuyên môn tốt trong công việc” đạt điểm cao nhất (4,50 điểm). Điều này cho thấy đội ngũ buồng phòng được đào tạo khá bài bản, nắm vững quy trình nghiệp vụ và thực hiện công việc tương đối thành thạo, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tổng thể. Bên cạnh đó, tiêu chí “Khách hàng cảm thấy an toàn trong quá trình lưu trú” và “Nhân viên có thái độ lịch sự, tôn trọng khách hàng” cũng đạt 4,43 điểm, phản ánh môi trường dịch vụ an toàn, thân thiện và mang lại sự yên tâm cho khách hàng trong suốt thời gian lưu trú.

Tiêu chí “Khách sạn đảm bảo uy tín và chất lượng dịch vụ ổn định” đạt 4,35 điểm, tuy vẫn ở mức “Rất tốt” nhưng thấp hơn so với các tiêu chí còn lại, cho thấy tính ổn định và đồng nhất của chất lượng dịch vụ vẫn còn một số biến động nhất định.

Nguyên nhân của vấn đề này có thể xuất phát từ sự thay đổi về khối lượng khách theo từng thời điểm, dẫn đến chất lượng phục vụ chưa hoàn toàn đồng đều giữa các giai đoạn cao điểm và thấp điểm. Ngoài ra, sự khác biệt về kinh nghiệm và kỹ năng giữa các nhân viên cũng có thể ảnh hưởng đến mức độ nhất quán trong quá trình thực hiện nghiệp vụ. Bên cạnh đó, một số yếu tố khách quan như áp lực công việc hoặc tình huống phát sinh đột xuất cũng có thể làm ảnh hưởng nhẹ đến trải nghiệm của khách hàng.

Nhìn chung, kết quả này cho thấy khách sạn cần tiếp tục duy trì thế mạnh về chuyên môn và thái độ phục vụ, đồng thời tăng cường kiểm soát chất lượng và chuẩn hóa quy trình nhằm đảm bảo tính ổn định và nâng cao hơn nữa uy tín dịch vụ buồng phòng.

2.5.5. Đánh giá về sự cảm thông

Tiêu chí	Điểm đánh giá					Điểm đánh giá trung bình	Kết luận
	1	2	3	4	5		
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng	3	0	1	12	24	4,35	Rất Đồng Ý
Dịch vụ buồng phòng được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của khách hàng	1	1	3	10	25	4,43	Rất Đồng Ý
Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách.	1	1	1	11	26	4,50	Rất Đồng Ý
Nhân viên luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu.	1	1	5	8	25	4,38	Rất Đồng Ý

Nhận xét : Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực về yếu tố “Sự cảm thông” trong chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Tất cả các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 và được xếp mức “Rất Đồng Ý”, phản ánh sự quan tâm, thái độ thân thiện và mức độ linh hoạt của nhân viên trong quá trình phục vụ khách hàng.

Trong đó, tiêu chí “Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách” đạt điểm cao nhất (4,50 điểm). Điều này cho thấy đội ngũ buồng phòng có thái độ phục vụ tích cực, luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết, góp phần tạo cảm giác thoải mái và thiện cảm trong suốt thời gian lưu trú. Bên cạnh đó, tiêu chí “Dịch vụ buồng phòng được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của khách hàng” (4,43 điểm) cũng được đánh giá cao, thể hiện sự linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý và chính đáng của khách.

Tiêu chí “Nhân viên luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu” đạt 4,38 điểm, cho thấy tinh thần phục vụ khách hàng nhìn chung tốt và có sự quan tâm đến trải nghiệm của khách. Trong khi đó, “Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng” đạt 4,35 điểm, tuy vẫn ở mức “Rất tốt” nhưng thấp nhất trong nhóm tiêu chí.

Nguyên nhân của sự chênh lệch này có thể xuất phát từ việc khối lượng khách phục vụ lớn khiến nhân viên khó có đủ thời gian để cá nhân hóa dịch vụ cho từng khách hàng một cách sâu sát. Bên cạnh đó, đặc thù công việc buồng phòng mang tính quy trình hóa cao, nên việc đáp ứng chi tiết từng nhu cầu riêng biệt đôi khi bị hạn chế. Ngoài ra, sự khác nhau về thời gian lưu trú và thói quen của từng nhóm khách cũng khiến mức độ cảm nhận về sự quan tâm cá nhân hóa không đồng đều.

Nhìn chung, kết quả này cho thấy khách sạn cần tiếp tục phát huy thế mạnh về thái độ phục vụ thân thiện và linh hoạt, đồng thời tăng cường đào tạo kỹ năng giao tiếp và cá nhân hóa dịch vụ nhằm nâng cao hơn nữa mức độ hài lòng và trải nghiệm của khách hàng.

2.5.6. Đánh giá tổng kết

Các Tiêu chí	Giá trị trung bình
Phương tiện hữu hình	4,26
Độ tin cậy	4,35
Năng lực phục vụ	4,43
Sự đảm bảo	4,43
Sự cảm thông	4,41

Nhận xét : Kết quả tổng hợp cho thấy chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn được khách hàng đánh giá ở mức rất tích cực. Tất cả các thành phần trong mô hình SERVQUAL đều đạt mức “Rất Đồng Ý”, với điểm trung bình dao động từ 4,26 đến 4,43. Điều này phản ánh chất lượng dịch vụ nhìn chung ổn định, đáp ứng tốt nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng trong quá trình lưu trú.

Trong đó, “Năng lực phục vụ” và “Sự đảm bảo” là hai yếu tố có điểm trung bình cao nhất (cùng 4,43 điểm). Kết quả này cho thấy đội ngũ nhân viên buồng phòng có trình độ nghiệp vụ tốt, khả năng xử lý công việc linh hoạt, đồng thời tạo được sự tin tưởng và cảm giác an toàn cho khách hàng. Đây là những điểm mạnh quan trọng góp phần nâng cao hình ảnh và uy tín của khách sạn.

Các yếu tố “Sự cảm thông” (4,41 điểm) và “Độ tin cậy” (4,35 điểm) cũng được đánh giá tích cực, thể hiện thái độ phục vụ thân thiện, sự quan tâm đến khách hàng cũng như khả năng đáp ứng cam kết dịch vụ. Tuy nhiên, “Phương tiện hữu hình” đạt mức thấp nhất (4,26 điểm), cho thấy cơ sở vật chất, trang thiết bị hoặc không gian phòng vẫn còn một số hạn chế nhất định so với kỳ vọng của khách hàng.

Nguyên nhân của sự chênh lệch này có thể xuất phát từ việc cơ sở vật chất đã được đầu tư nhưng chưa đồng bộ hoặc một số hạng mục đã qua thời gian sử dụng nên chưa đáp ứng hoàn toàn kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng. Bên cạnh đó, trong giai đoạn cao điểm, áp lực công việc lớn có thể ảnh hưởng đến mức độ ổn định và đồng nhất của chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, sự khác biệt trong nhu cầu và tiêu chuẩn đánh giá của từng nhóm khách hàng cũng góp phần làm xuất hiện sự chênh lệch giữa các yếu tố.

Nhìn chung, kết quả cho thấy khách sạn đã xây dựng được nền tảng dịch vụ buồng phòng tốt với đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và thái độ phục vụ tích cực. Tuy nhiên, để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, khách sạn cần tiếp tục cải thiện cơ sở vật chất, tăng tính đồng bộ trong dịch vụ và đẩy mạnh cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời gian tới.

2.6. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng

2.6.1. Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Yếu tố này bao gồm hệ thống phòng nghỉ, trang thiết bị trong phòng, không gian phòng ở cũng như mức độ sạch sẽ và tính thẩm mỹ của khu vực lưu trú. Đây là những yếu tố đầu tiên mà khách hàng cảm nhận trong quá trình sử dụng dịch vụ và có ảnh hưởng lớn đến mức độ hài lòng của khách hàng.

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực đối với cơ sở vật chất của dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,2 điểm, tương ứng với mức đánh giá “Rất tốt”. Điều này phản ánh rằng khách sạn đã chú trọng đầu tư vào điều kiện cơ sở vật chất, trang thiết bị và không gian phòng nghỉ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Trong đó, tiêu chí “Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, thể hiện sự chuyên nghiệp” đạt điểm trung bình cao nhất với 4,38 điểm, cho thấy hình ảnh và tác phong của nhân viên tạo được ấn tượng tích cực đối với khách hàng. Bên cạnh đó, các tiêu chí liên quan đến trang thiết bị trong phòng và không gian phòng nghỉ cũng được đánh giá cao, góp phần tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện cho khách hàng trong thời gian lưu trú.

Tuy nhiên, độ lệch chuẩn của các tiêu chí còn ở mức tương đối cao, cho thấy vẫn tồn tại sự khác biệt trong đánh giá của khách hàng. Một số khách hàng vẫn đưa ra ý kiến đánh giá ở mức trung bình hoặc không tốt đối với điều kiện phòng ở và cơ sở vật chất.

Điều này cho thấy khách sạn cần tiếp tục nâng cấp cơ sở vật chất, tăng cường kiểm tra chất lượng phòng và duy trì tiêu chuẩn vệ sinh nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ buồng phòng trong thời gian tới.

2.6.2. Mức độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ

Mức độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ là yếu tố phản ánh khả năng thực hiện dịch vụ đúng với cam kết của khách sạn đối với khách hàng. Yếu tố này thể hiện thông qua việc đảm bảo đúng thời gian dọn phòng, thực hiện đúng tiêu chuẩn vệ sinh, xử lý kịp thời các yêu cầu của khách hàng cũng như duy trì tính ổn định và nhất quán trong quá trình cung cấp dịch vụ.

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao mức độ tin cậy của dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,2 điểm, tương ứng với mức đánh giá “Rất tốt”. Điều này cho thấy khách sạn đã thực hiện tương đối tốt việc cung cấp dịch vụ đúng quy trình và đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng trong quá trình lưu trú.

Trong đó, tiêu chí “Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định” đạt điểm trung bình cao nhất với 4,43 điểm, phản ánh sự chủ động và tính chuyên nghiệp trong công tác tổ chức, kiểm soát hoạt động buồng phòng của khách sạn. Bên cạnh đó, các tiêu chí liên quan đến việc thực hiện đúng tiêu chuẩn cam kết và xử lý kịp thời các yêu cầu của khách hàng cũng nhận được nhiều đánh giá tích cực.

Tuy nhiên, tiêu chí “Cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt thời gian lưu trú” có điểm trung bình thấp hơn tương đối so với các tiêu chí còn lại. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ vẫn còn có sự khác biệt nhất định giữa các thời điểm hoặc giữa các nhân viên phục vụ. Vì vậy, khách sạn cần tiếp tục tăng cường công tác kiểm tra, giám sát và duy trì tính đồng bộ trong quá trình cung cấp dịch vụ nhằm nâng cao hơn nữa độ tin cậy của dịch vụ buồng phòng.

2.6.3. Năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên

Năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ buồng phòng và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình lưu trú. Yếu tố này thể hiện thông qua kỹ năng chuyên môn, khả năng xử lý tình huống, tốc độ phục vụ cũng như thái độ giao tiếp, sự nhiệt tình và tinh thần hỗ trợ khách hàng của nhân viên buồng phòng.

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực đối với năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên buồng phòng tại khách sạn. Các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 điểm, tương ứng với mức đánh giá “Rất tốt”. Điều này phản ánh đội ngũ nhân viên có tác phong chuyên nghiệp, thái độ phục vụ tốt và khả năng đáp ứng khá hiệu quả nhu cầu của khách hàng.

Trong đó, tiêu chí “Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng” đạt điểm trung bình cao nhất với 4,50 điểm, cho thấy nhân viên có khả năng thích ứng và hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng trong quá trình phục vụ. Bên cạnh đó, tiêu chí “Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng” cũng được đánh giá cao, thể hiện tinh thần trách nhiệm và sự chủ động của nhân viên trong công việc.

Tuy nhiên, tiêu chí “Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả” có điểm trung bình thấp hơn tương đối so với các tiêu chí còn lại. Điều này cho thấy tốc độ và hiệu quả thực hiện công việc của nhân viên vẫn còn một số hạn chế nhất định. Vì vậy, khách sạn cần tiếp tục nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, tăng cường đào tạo chuyên môn và cải thiện quy trình làm việc nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên buồng phòng.

2.6.4. Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng

Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng là yếu tố phản ánh mức độ nhanh chóng, linh hoạt và hiệu quả của khách sạn trong việc xử lý các yêu cầu phát sinh của khách hàng trong quá trình lưu trú. Đây là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sự hài lòng và tạo ấn tượng tích cực đối với khách hàng khi sử dụng dịch vụ buồng phòng.

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao khả năng đáp ứng của dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 điểm, tương ứng với mức đánh giá “Rất tốt”. Điều này cho thấy nhân viên buồng phòng có sự chủ động trong quá trình phục vụ và có khả năng hỗ trợ khách hàng tương đối hiệu quả.

Trong đó, tiêu chí “Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng” đạt điểm trung bình cao, phản ánh sự kịp thời trong quá trình xử lý yêu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết” cũng được khách hàng đánh giá tích cực, thể hiện tinh thần trách nhiệm và thái độ phục vụ tận tình của nhân viên.

Tuy nhiên, vẫn còn một số ý kiến đánh giá ở mức trung bình đối với tiêu chí liên quan đến tốc độ và hiệu quả thực hiện công việc. Điều này cho thấy khả năng đáp ứng của dịch vụ buồng phòng vẫn còn một số hạn chế nhất định, đặc biệt trong những thời điểm khách đông hoặc khối lượng công việc tăng cao. Vì vậy, khách sạn cần tiếp tục nâng cao kỹ năng xử lý tình huống, bố trí nhân sự hợp lý và cải thiện quy trình phục vụ nhằm nâng cao hơn nữa khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.6.5. Mức độ quan tâm và cá nhân hóa dịch vụ

Mức độ quan tâm và cá nhân hóa dịch vụ là yếu tố thể hiện sự thấu hiểu, quan tâm và đáp ứng các nhu cầu riêng biệt của khách hàng trong quá trình lưu trú. Đây là yếu tố góp phần tạo cảm giác thân thiện, gần gũi và nâng cao trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn.

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá tích cực đối với mức độ quan tâm và cá nhân hóa dịch vụ của nhân viên buồng phòng. Các tiêu chí đều đạt điểm trung bình trên 4,3 điểm, tương ứng với mức đánh giá “Rất tốt”. Điều này cho thấy nhân viên buồng phòng có thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình và luôn chú trọng đến sự hài lòng của khách hàng trong quá trình phục vụ.

Trong đó, tiêu chí “Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách” đạt điểm trung bình cao nhất với 4,50 điểm, phản ánh tinh thần phục vụ tích cực và thái độ chuyên nghiệp của nhân viên buồng phòng. Bên cạnh đó, tiêu chí liên quan đến việc điều chỉnh dịch vụ phù hợp với yêu cầu của khách hàng cũng được đánh giá cao, cho thấy khách sạn có sự linh hoạt trong quá trình phục vụ.

Tuy nhiên, tiêu chí “Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng” có điểm trung bình thấp hơn tương đối so với các tiêu chí còn lại. Điều này cho thấy việc cá nhân hóa dịch vụ vẫn chưa thực sự đồng đều và chưa đáp ứng đầy đủ kỳ vọng của một số khách hàng. Vì vậy, khách sạn cần chú trọng hơn đến việc tìm hiểu nhu cầu, sở thích của khách hàng và nâng cao khả năng chăm sóc khách hàng theo hướng cá nhân hóa nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ buồng phòng.

2.7. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ buồng phòng

2.7.1. Ưu điểm

Qua kết quả khảo sát và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn, có thể nhận thấy dịch vụ buồng phòng đã đạt được nhiều kết quả tích cực và được khách hàng đánh giá ở mức khá cao.

Trước hết, cơ sở vật chất và điều kiện phòng ở được đầu tư tương đối đầy đủ, đảm bảo sự sạch sẽ, gọn gàng và tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng trong quá trình lưu trú. Trang thiết bị trong phòng cơ bản đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách, đồng thời hình ảnh và tác phong của nhân viên buồng phòng cũng tạo được sự chuyên nghiệp và thiện cảm đối với khách hàng.

Bên cạnh đó, khách sạn thực hiện khá tốt việc đảm bảo độ tin cậy trong cung ứng dịch vụ. Quy trình dọn phòng được thực hiện đúng thời gian quy định, các tiêu chuẩn vệ sinh cơ bản được duy trì và các yêu cầu của khách hàng được xử lý tương đối kịp thời. Điều này góp phần tạo sự tin tưởng và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buồng phòng.

Ngoài ra, đội ngũ nhân viên buồng phòng có thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Nhân viên có khả năng phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh và linh hoạt trong quá trình phục vụ, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng trong thời gian lưu trú.

Đồng thời, khách sạn cũng thể hiện sự quan tâm nhất định đến nhu cầu của khách hàng thông qua việc hỗ trợ và điều chỉnh dịch vụ phù hợp với một số yêu cầu hợp lý của khách. Đây là yếu tố góp phần tạo cảm giác được quan tâm và nâng cao chất lượng phục vụ của dịch vụ buồng phòng.

2.7.2. Nhược điểm

Bên cạnh những kết quả đạt được, chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được quan tâm và cải thiện trong thời gian tới.

Trước hết, mặc dù cơ sở vật chất và trang thiết bị trong phòng được khách hàng đánh giá khá tích cực, tuy nhiên vẫn còn một số ý kiến cho rằng chất lượng phòng ở và trang thiết bị chưa thực sự đồng đều. Một số thiết bị trong phòng có thể chưa được kiểm tra và bảo trì thường xuyên, ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng trong quá trình lưu trú.

Bên cạnh đó, tính ổn định và nhất quán trong quá trình cung cấp dịch vụ vẫn còn hạn chế nhất định. Một số khách hàng đánh giá mức độ ổn định của dịch vụ chưa cao, cho thấy chất lượng phục vụ giữa các thời điểm hoặc giữa các nhân viên vẫn còn sự khác biệt.

Ngoài ra, tốc độ thực hiện công việc và khả năng xử lý yêu cầu của khách hàng trong một số trường hợp vẫn chưa thực sự tối ưu, đặc biệt vào thời điểm khách đông

hoặc khối lượng công việc tăng cao. Điều này có thể làm ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buồng phòng.

Mặt khác, mức độ cá nhân hóa trong phục vụ vẫn chưa thực sự nổi bật. Việc quan tâm đến nhu cầu riêng biệt của từng khách hàng chưa được thực hiện đồng đều, dẫn đến một số khách hàng chưa cảm nhận rõ sự chăm sóc riêng trong quá trình lưu trú.

Những hạn chế này là cơ sở để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng ở Chương 3, cần tiếp tục nâng cao chất lượng cơ sở vật chất, tăng cường đào tạo nhân viên, hoàn thiện quy trình phục vụ và chú trọng hơn đến việc cá nhân hóa dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng trong thời gian tới.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã tập trung phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng tại Hyatt Regency Da Nang Resort & Spa thông qua việc tìm hiểu tổng quan về khách sạn, cơ cấu tổ chức, tình hình hoạt động kinh doanh, đặc điểm bộ phận buồng phòng và kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy khách sạn có quy mô lớn, cơ sở vật chất hiện đại, hệ thống phòng đa dạng và đội ngũ nhân viên được tổ chức tương đối chặt chẽ, đáp ứng tốt nhu cầu phục vụ khách lưu trú. Các chỉ số về lượt khách, doanh thu và tỷ lệ sử dụng phòng đều có xu hướng tăng ổn định qua các năm, phản ánh sự phát triển tích cực của khách sạn trong giai đoạn nghiên cứu.

Kết quả khảo sát cũng cho thấy chất lượng dịch vụ buồng phòng được khách hàng đánh giá ở mức “rất tốt” trên hầu hết các khía cạnh như phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông. Trong đó, năng lực phục vụ và sự đảm bảo là hai yếu tố được đánh giá cao nhất, thể hiện sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên và mức độ tin cậy của dịch vụ.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, vẫn còn tồn tại một số hạn chế như tính ổn định trong chất lượng dịch vụ chưa đồng đều, khả năng cá nhân hóa dịch vụ chưa cao và hiệu quả phục vụ trong một số thời điểm chưa thật sự tối ưu.

Nhìn chung, chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn đã đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng, nhưng vẫn cần tiếp tục cải thiện và hoàn thiện hơn nữa để nâng cao trải nghiệm khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh trong phân khúc khách sạn 5 sao tại Đà Nẵng

CHƯƠNG 3 : MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN HYATT REGENCY DA NANG RESORT & SPA

3.1. Định hướng phát triển của khách sạn và định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng

3.1.1. Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam

Trong giai đoạn hiện nay, du lịch Việt Nam được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn, có vai trò quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và quảng bá hình ảnh quốc gia. Theo “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030” được phê duyệt tại Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ, mục tiêu tổng quát là phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững và có sức cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế.

Chiến lược đặt mục tiêu đến năm 2030, Việt Nam đón khoảng 35 triệu lượt khách quốc tế và 160 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ du lịch đạt khoảng 2 triệu tỷ đồng, đóng góp trực tiếp khoảng 12–14% GDP. Đây là cơ sở quan trọng để định hướng phát triển toàn ngành, trong đó đặc biệt nhấn mạnh đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ thay vì chỉ tăng trưởng về số lượng khách.

Trong đó, hệ thống cơ sở lưu trú du lịch, đặc biệt là khách sạn và resort cao cấp, được xác định là một trong những yếu tố then chốt quyết định chất lượng trải nghiệm của khách du lịch. Vì vậy, chiến lược quốc gia yêu cầu các cơ sở lưu trú phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, chuẩn hóa quy trình phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế, đồng thời đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Bên cạnh đó, chiến lược phát triển du lịch Việt Nam cũng nhấn mạnh xu hướng phát triển du lịch xanh, du lịch bền vững và du lịch có trách nhiệm. Điều này yêu cầu các doanh nghiệp du lịch phải đảm bảo yếu tố môi trường, sử dụng tiết kiệm tài nguyên, giảm thiểu rác thải và xây dựng không gian du lịch thân thiện, an toàn.

Một định hướng quan trọng khác là chuyển đổi số trong ngành du lịch. Việc ứng dụng công nghệ vào quản lý đặt phòng, quản lý buồng phòng, chăm sóc khách hàng và vận hành khách sạn được xem là giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động và tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Đây là xu thế tất yếu trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến du lịch.

Ngoài ra, chiến lược cũng đặc biệt chú trọng phát triển nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao. Các cơ sở lưu trú cần tăng cường đào tạo kỹ năng chuyên môn, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và thái độ phục vụ chuyên nghiệp cho nhân viên, nhằm đáp ứng yêu cầu phục vụ khách quốc tế và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

Những định hướng này là cơ sở quan trọng để các khách sạn và resort, trong đó có Hyatt Regency Danang Resort and Spa, xây dựng chiến lược nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng, đảm bảo phù hợp với xu thế phát triển chung của ngành du lịch Việt Nam.

3.1.2. Chiến lược phát triển du lịch Đà Nẵng

Thành phố Đà Nẵng được xác định là trung tâm du lịch lớn của khu vực miền Trung và cả nước, đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch quốc gia. Với lợi thế về vị trí địa lý, bờ biển dài, tài nguyên du lịch phong phú và cơ sở hạ tầng hiện đại, Đà Nẵng định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Theo số liệu của Sở Du lịch Đà Nẵng, năm 2024 thành phố ước đón khoảng 10,9 triệu lượt khách lưu trú, tăng hơn 32% so với năm 2023, trong đó khách quốc tế đạt khoảng 2,5 triệu lượt và khách nội địa khoảng 8,4 triệu lượt. Doanh thu du lịch đạt hơn 31.000 tỷ đồng, cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ và tăng trưởng ổn định của ngành du lịch địa phương sau giai đoạn dịch bệnh.

Trên cơ sở đó, Đà Nẵng tập trung phát triển các loại hình du lịch chất lượng cao như du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch MICE (hội nghị – hội thảo), du lịch sinh thái và du lịch văn hóa. Thành phố hướng đến xây dựng hình ảnh điểm đến “an toàn – thân thiện – chất lượng – hấp dẫn”, có khả năng cạnh tranh với các trung tâm du lịch lớn trong khu vực Đông Nam Á.

Trong chiến lược phát triển, Đà Nẵng đặc biệt chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú, coi đây là yếu tố then chốt để giữ chân khách du lịch. Thành phố khuyến khích các khách sạn và resort nâng cấp cơ sở vật chất, chuẩn hóa quy trình phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Ngoài ra, Đà Nẵng cũng định hướng phát triển du lịch theo hướng xanh và bền vững, trong đó ưu tiên bảo vệ môi trường biển, giảm thiểu ô nhiễm và xây dựng không gian du lịch sạch đẹp. Các cơ sở lưu trú được yêu cầu đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh cao, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường trải nghiệm cá nhân hóa cho khách hàng.

Song song với đó, thành phố đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý du lịch và khách sạn, nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, tối ưu hóa quy trình phục vụ và tăng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp du lịch.

Những định hướng này tạo áp lực đồng thời cũng là cơ hội để các khách sạn cao cấp như Hyatt Regency Danang Resort and Spa không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ buồng phòng, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch trong và ngoài nước.

3.1.3. Định hướng phát triển chung của khách sạn

Căn cứ vào kết quả phân tích thực trạng hoạt động tại Chương 2 và bối cảnh phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch – khách sạn tại Đà Nẵng, đặc biệt trong phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp, Hyatt Regency Danang Resort and Spa xác định định hướng phát triển theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ tổng thể, gia tăng trải nghiệm khách hàng và củng cố vị thế thương hiệu trong phân khúc khách sạn và resort 5 sao quốc tế.

Trong thời gian qua, kết quả hoạt động cho thấy khách sạn có lợi thế về cơ sở vật chất hiện đại, vị trí thuận lợi và chất lượng dịch vụ tương đối ổn định. Tuy nhiên, để duy trì lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh thị trường ngày càng khắt khe, khách sạn cần tiếp tục tập trung vào việc nâng cao chất lượng phục vụ, đặc biệt là sự đồng đều trong trải nghiệm khách hàng giữa các bộ phận dịch vụ.

Theo định hướng phát triển, khách sạn ưu tiên chiến lược phát triển bền vững, lấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng làm trung tâm thay vì chỉ tập trung vào mở rộng quy mô hoạt động. Trong đó, mức độ hài lòng, trải nghiệm thực tế và tỷ lệ khách quay lại được xem là những chỉ tiêu quan trọng phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Bên cạnh đó, khách sạn chú trọng nâng cao tính chuyên nghiệp trong toàn bộ hệ thống vận hành, thông qua việc chuẩn hóa quy trình phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế, nhằm đảm bảo tính thống nhất giữa các bộ phận như lễ tân, buồng phòng, ẩm thực và chăm sóc khách hàng. Điều này giúp hạn chế sai sót trong quá trình phục vụ và nâng cao chất lượng trải nghiệm tổng thể của khách lưu trú.

Ngoài ra, khách sạn tiếp tục đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản lý và vận hành, đặc biệt trong công tác quản lý phòng, theo dõi tình trạng buồng phòng, phân công công việc và xử lý yêu cầu khách hàng. Việc ứng dụng công nghệ được xem là giải pháp

quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả làm việc, giảm thời gian xử lý và cải thiện chất lượng phục vụ.

Trong thời gian tới, Hyatt Regency Danang Resort and Spa định hướng tiếp tục hoàn thiện hệ thống dịch vụ theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp và đồng bộ, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch.

3.1.4. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng

Căn cứ vào kết quả khảo sát và phân tích thực trạng tại Chương 2, chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort and Spa nhìn chung được đánh giá ở mức khá tốt. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế như việc xử lý một số yêu cầu của khách chưa thật sự nhanh chóng, mức độ đồng đều trong chất lượng phục vụ giữa các ca làm việc chưa cao và công tác kiểm tra phòng trước khi bàn giao đôi khi chưa thật sự chặt chẽ. Những hạn chế này có ảnh hưởng nhất định đến trải nghiệm lưu trú và mức độ hài lòng của khách hàng.

Trong bối cảnh ngành khách sạn ngày càng cạnh tranh, đặc biệt ở phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp, yêu cầu về chất lượng dịch vụ buồng phòng không chỉ dừng lại ở việc đảm bảo vệ sinh mà còn phải hướng đến sự ổn định, chuyên nghiệp và tạo trải nghiệm tốt cho khách hàng. Vì vậy, khách sạn xác định việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng là nhiệm vụ trọng tâm nhằm đáp ứng tiêu chuẩn khách sạn 5 sao và xu hướng phát triển du lịch hiện nay.

Trước hết, khách sạn định hướng tiếp tục duy trì và nâng cao tiêu chuẩn vệ sinh buồng phòng theo quy trình chuẩn quốc tế, đảm bảo tất cả các phòng đều đạt yêu cầu về sạch sẽ, an toàn và tiện nghi trước khi bàn giao cho khách. Đồng thời, tăng cường công tác kiểm tra chéo và giám sát chất lượng nhằm hạn chế tối đa sai sót trong quá trình phục vụ.

Bên cạnh đó, khách sạn chú trọng nâng cao tính ổn định trong quy trình phục vụ buồng phòng, đảm bảo thời gian xử lý yêu cầu của khách được rút ngắn và thực hiện đúng tiêu chuẩn dịch vụ đã cam kết. Điều này góp phần nâng cao sự tin tưởng và mức độ hài lòng của khách trong suốt thời gian lưu trú.

Ngoài ra, việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực buồng phòng tiếp tục được xác định là yếu tố then chốt. Khách sạn định hướng tăng cường đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống và thái độ phục vụ chuyên nghiệp cho nhân

viên, đồng thời nâng cao khả năng giao tiếp ngoại ngữ cơ bản để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách quốc tế.

Song song với đó, khách sạn tiếp tục chú trọng ứng dụng công nghệ trong quản lý buồng phòng nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, giảm sai sót trong phối hợp giữa các bộ phận và tăng tốc độ xử lý yêu cầu của khách.

Cuối cùng, khách sạn định hướng phát triển dịch vụ buồng phòng theo hướng cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng, thông qua việc ghi nhận và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu riêng biệt của từng khách lưu trú, từ đó nâng cao mức độ hài lòng và gia tăng khả năng quay lại của khách hàng.

3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng

Trên cơ sở kết quả khảo sát và phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa ở Chương 2, có thể nhận thấy khách hàng nhìn chung đánh giá chất lượng dịch vụ ở mức “rất tốt” trên tất cả các thành phần của mô hình SERVQUAL. Trong đó, các yếu tố như năng lực phục vụ và sự đảm bảo được đánh giá cao, phản ánh tính chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên trong quá trình phục vụ khách lưu trú. Tuy nhiên, một số tiêu chí thuộc nhóm phương tiện hữu hình, độ tin cậy và mức độ cá nhân hóa dịch vụ vẫn còn tồn tại sự chênh lệch nhất định trong cảm nhận của khách hàng.

Cụ thể, kết quả khảo sát cho thấy phương tiện hữu hình đạt mức trung bình 4,26/5 điểm; độ tin cậy đạt 4,35/5 điểm; năng lực phục vụ đạt 4,43/5 điểm; sự đảm bảo đạt 4,43/5 điểm và sự cảm thông đạt 4,41/5 điểm. Mặc dù các chỉ số đều ở mức cao, nhưng sự khác biệt giữa các tiêu chí cho thấy chất lượng dịch vụ buồng phòng vẫn chưa thật sự đồng đều trong toàn bộ quá trình phục vụ khách hàng.

Những hạn chế này chủ yếu xuất phát từ việc quy trình giám sát chưa được triển khai đồng bộ giữa các ca làm việc, áp lực công việc tăng cao trong thời điểm check-in và check-out, cũng như mức độ ứng dụng công nghệ trong quản lý buồng phòng và dữ liệu khách hàng còn hạn chế. Bên cạnh đó, hoạt động bảo trì cơ sở vật chất và tiêu chuẩn hóa quy trình phục vụ vẫn chưa đạt mức tối ưu, dẫn đến sự khác biệt nhất định trong trải nghiệm lưu trú của khách hàng.

Vì vậy, việc đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng là cần thiết nhằm cải thiện tính ổn định của dịch vụ, nâng cao mức độ hài lòng của khách

hàng và góp phần tăng cường năng lực cạnh tranh của khách sạn trong phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp tại Đà Nẵng.

Dựa trên những hạn chế đã được phân tích, đề tài đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa như sau:

3.2.1. Giải pháp nâng cao phương tiện hữu hình

Trong bối cảnh Hyatt Regency Danang Resort and Spa đã đạt tiêu chuẩn dịch vụ 5 sao, các giải pháp nâng cao phương tiện hữu hình cần tập trung vào hướng tối ưu hóa và nâng cấp trải nghiệm thay vì xây dựng lại các quy trình cơ bản.

Trước hết, khách sạn cần tăng cường cá nhân hóa không gian phòng nghỉ theo từng nhóm khách hàng như khách gia đình, khách công vụ hoặc khách nghỉ dưỡng dài ngày, thông qua việc điều chỉnh cách bố trí phòng, cung cấp dịch vụ set-up phòng theo yêu cầu trước khi check-in và tùy chỉnh một số tiện ích như gối ngủ, minibar hoặc mùi hương phòng dựa trên lịch sử lưu trú của khách.

Bên cạnh đó, khách sạn nên ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao hiệu quả kiểm soát chất lượng phòng theo thời gian thực, chẳng hạn sử dụng ứng dụng nội bộ cho bộ phận buồng phòng để cập nhật trạng thái phòng, tích hợp mã QR để khách phản hồi trực tiếp khi phát sinh vấn đề, cũng như xây dựng hệ thống theo dõi tình trạng phòng theo từng khu vực nhằm tăng tốc độ xử lý và giảm sai sót trong vận hành.

Đồng thời, cần chú trọng nâng cấp trải nghiệm cảm quan trong phòng nghỉ thông qua việc chuẩn hóa mùi hương thương hiệu, tối ưu hệ thống ánh sáng theo thời điểm trong ngày, cải thiện khả năng cách âm giữa các phòng và nâng cao chất lượng giường, nệm theo từng phân khúc khách hàng nhằm tạo sự khác biệt trong trải nghiệm lưu trú.

Ngoài ra, khách sạn cần tối ưu không gian khu vực công cộng theo hành trình trải nghiệm của khách, bao gồm sảnh check-in, hành lang, thang máy và khu vực chờ, theo hướng giảm thời gian chờ đợi, tăng tính tiện nghi, đồng bộ nhận diện thương hiệu và cải thiện trải nghiệm liền mạch từ khi khách đến khách sạn cho đến khi vào phòng.

Cuối cùng, cần tiếp tục rà soát và nâng cao mức độ đồng bộ giữa các hạng phòng, đảm bảo sự nhất quán về tiêu chuẩn cơ bản đồng thời gia tăng giá trị khác biệt cho các hạng phòng cao cấp, qua đó góp phần nâng cao trải nghiệm tổng thể và tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường lưu trú cao cấp.

3.2.2. Giải pháp hoàn thiện độ tin cậy

Trước hết, khách sạn cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống tiêu chuẩn vận hành (SOP) theo hướng tinh chỉnh và cập nhật định kỳ nhằm đảm bảo tính đồng bộ giữa các bộ phận trong quá trình phục vụ. Các quy trình liên quan đến dọn phòng, xử lý yêu cầu khách, thay đồ vải và kiểm tra phòng cần được rà soát thường xuyên để phù hợp với thực tiễn vận hành và kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng tại phân khúc 5 sao.

Bên cạnh đó, cần tăng cường cơ chế giám sát chéo giữa các ca làm việc nhằm đảm bảo tính liên tục của dịch vụ, đặc biệt trong công tác bàn giao tình trạng phòng và các yêu cầu đặc biệt của khách. Đồng thời, bộ phận quản lý cần nâng cao tần suất kiểm tra chất lượng theo hướng kết hợp giữa kiểm tra định kỳ và kiểm tra đột xuất, qua đó kịp thời phát hiện sai sót và duy trì tính ổn định trong chất lượng dịch vụ.

Ngoài ra, khách sạn cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong kiểm soát vận hành buồng phòng nhằm theo dõi trạng thái phòng theo thời gian thực, giảm sai lệch thông tin giữa các bộ phận và nâng cao độ chính xác trong điều phối công việc. Việc số hóa dữ liệu vận hành cũng giúp nâng cao khả năng kiểm soát và đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên.

3.2.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả năng lực phục vụ

Khách sạn cần tối ưu hóa việc phân bổ nhân sự theo từng khung giờ hoạt động nhằm đảm bảo khả năng đáp ứng trong các giai đoạn cao điểm như check-in và check-out. Việc bố trí nhân sự hợp lý theo từng ca làm việc sẽ giúp giảm áp lực công việc, hạn chế tình trạng quá tải và nâng cao tốc độ xử lý phòng.

Bên cạnh đó, cần phân công khu vực làm việc rõ ràng cho từng nhân viên để đảm bảo tính chủ động trong công việc và hạn chế chồng chéo nhiệm vụ. Đồng thời, việc phối hợp giữa các nhân viên trong cùng bộ phận cũng cần được tăng cường nhằm hỗ trợ lẫn nhau trong những thời điểm khối lượng công việc tăng cao.

Ngoài ra, khách sạn cần tiếp tục ứng dụng hệ thống quản lý buồng phòng và checklist điện tử nhằm hỗ trợ theo dõi tiến độ công việc, cập nhật tình trạng phòng theo thời gian thực và giảm thời gian xử lý thủ công. Điều này góp phần nâng cao hiệu suất làm việc và cải thiện chất lượng phục vụ.

3.2.4. Giải pháp tăng cường cá nhân hóa dịch vụ

Khách sạn cần xây dựng và hoàn thiện hệ thống dữ liệu khách hàng nhằm phục vụ cho việc cá nhân hóa trải nghiệm lưu trú. Các thông tin về sở thích, thói quen, nhu

cầu đặc biệt và lịch sử sử dụng dịch vụ cần được lưu trữ và cập nhật thường xuyên, đồng thời đồng bộ giữa các bộ phận liên quan để đảm bảo tính nhất quán trong phục vụ.

Bên cạnh đó, bộ phận buồng phòng cần chủ động hơn trong việc đáp ứng các yêu cầu cá nhân hóa của khách như bố trí phòng theo sở thích, chuẩn bị tiện ích phù hợp hoặc ghi nhận các yêu cầu đặc biệt trước khi khách nhận phòng. Đối với khách hàng thân thiết hoặc khách quay lại nhiều lần, cần có sự chuẩn bị trước nhằm tạo cảm giác được quan tâm và ghi nhớ.

Ngoài ra, khách sạn nên tăng cường phối hợp giữa các bộ phận như lễ tân, buồng phòng và chăm sóc khách hàng nhằm đảm bảo việc cập nhật thông tin nhanh chóng và chính xác, từ đó nâng cao chất lượng trải nghiệm tổng thể của khách.

3.2.5. Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Khách sạn cần duy trì công tác đào tạo định kỳ nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và tác phong phục vụ cho nhân viên buồng phòng. Nội dung đào tạo cần gắn với thực tế vận hành, tập trung vào tiêu chuẩn phục vụ 5 sao và các tình huống phát sinh trong quá trình làm việc.

Bên cạnh đó, cần tăng cường đào tạo theo tình huống thực tế nhằm giúp nhân viên nâng cao khả năng xử lý các vấn đề phát sinh như yêu cầu đột xuất của khách, sự cố kỹ thuật trong phòng hoặc phối hợp giữa các bộ phận. Việc đào tạo thực hành sẽ giúp nhân viên phản ứng nhanh hơn và giảm thiểu sai sót trong quá trình phục vụ.

Ngoài ra, khách sạn cần áp dụng hệ thống đánh giá hiệu quả công việc dựa trên KPI một cách minh bạch và công bằng, làm cơ sở cho việc khen thưởng, đào tạo bổ sung hoặc điều chỉnh công việc phù hợp. Đồng thời, cần xây dựng môi trường làm việc tích cực, có chế độ đãi ngộ hợp lý và cơ hội phát triển nghề nghiệp để giữ chân nhân sự chất lượng cao.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị đối với khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa

Để các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng được triển khai hiệu quả và mang tính bền vững, khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa cần quan tâm thực hiện một số nội dung sau:

Thứ nhất, khách sạn cần tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ buồng phòng theo hướng hiện đại và đồng bộ. Việc nâng cấp định kỳ các trang thiết

bị trong phòng không chỉ giúp nâng cao trải nghiệm lưu trú mà còn góp phần duy trì hình ảnh chuyên nghiệp của khách sạn tiêu chuẩn 5 sao quốc tế.

Thứ hai, khách sạn cần hoàn thiện hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ theo hướng chuẩn hóa và kiểm soát chặt chẽ hơn. Các quy trình nghiệp vụ cần được rà soát, cập nhật thường xuyên nhằm đảm bảo tính đồng nhất giữa các ca làm việc và giữa các nhân viên.

Thứ ba, cần chú trọng đầu tư phát triển nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhân viên buồng phòng. Khách sạn nên tổ chức các chương trình đào tạo định kỳ về nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống và tiêu chuẩn phục vụ quốc tế nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách hàng.

Thứ tư, khách sạn cần tăng cường ứng dụng công nghệ trong quản lý và vận hành dịch vụ buồng phòng. Việc sử dụng phần mềm quản lý phòng, cập nhật tình trạng buồng phòng theo thời gian thực và lưu trữ dữ liệu khách hàng sẽ giúp nâng cao hiệu quả phục vụ và hỗ trợ cá nhân hóa dịch vụ.

Thứ năm, khách sạn cần xây dựng cơ chế đánh giá và phản hồi chất lượng dịch vụ thường xuyên. Việc thu thập ý kiến khách hàng sau lưu trú sẽ giúp khách sạn kịp thời phát hiện các hạn chế còn tồn tại và có biện pháp cải thiện phù hợp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

3.3.2. Kiến nghị đối với cơ quan quản lý du lịch địa phương

Bên cạnh nỗ lực từ phía khách sạn, sự hỗ trợ của các cơ quan quản lý du lịch địa phương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn nói chung và dịch vụ buồng phòng nói riêng.

Thứ nhất, cơ quan quản lý cần tăng cường tổ chức các chương trình đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ du lịch – khách sạn cho lực lượng lao động địa phương nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ ngành du lịch.

Thứ hai, cần đẩy mạnh công tác quảng bá hình ảnh du lịch Đà Nẵng theo hướng chuyên nghiệp và bền vững nhằm thu hút thêm khách du lịch trong nước và quốc tế. Điều này góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho các khách sạn nâng cao hiệu quả kinh doanh và có điều kiện đầu tư cải thiện chất lượng dịch vụ.

Thứ ba, cơ quan quản lý cần tăng cường công tác kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ tại các cơ sở lưu trú nhằm đảm bảo việc tuân thủ các tiêu chuẩn phục vụ và nâng cao tính cạnh tranh lành mạnh trên thị trường du lịch.

Thứ tư, cần khuyến khích các doanh nghiệp du lịch – khách sạn đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý, vận hành và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở định hướng phát triển của khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa và kết quả phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng ở Chương 2, Chương 3 đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn. Các giải pháp tập trung vào việc cải thiện phương tiện hữu hình, nâng cao độ tin cậy trong cung cấp dịch vụ, tăng cường năng lực phục vụ, đẩy mạnh cá nhân hóa dịch vụ và phát triển chất lượng nguồn nhân lực.

Bên cạnh đó, chương cũng đưa ra một số kiến nghị đối với khách sạn và cơ quan quản lý du lịch địa phương nhằm hỗ trợ quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ theo hướng chuyên nghiệp, đồng bộ và bền vững. Nếu được triển khai hiệu quả, các giải pháp này sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng, gia tăng mức độ hài lòng và củng cố năng lực cạnh tranh của khách sạn trong phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp tại Đà Nẵng.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh ngành du lịch và khách sạn tại Đà Nẵng ngày càng phát triển mạnh mẽ, chất lượng dịch vụ trở thành yếu tố quan trọng quyết định năng lực cạnh tranh và khả năng thu hút khách hàng của các khách sạn cao cấp. Đối với Hyatt Regency Danang Resort & Spa, dịch vụ buồng phòng giữ vai trò đặc biệt quan trọng vì đây là bộ phận tác động trực tiếp đến trải nghiệm lưu trú và mức độ hài lòng của khách hàng.

Thông qua quá trình nghiên cứu, đề tài đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ buồng phòng trong kinh doanh khách sạn; đồng thời vận dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa.

Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng nhìn chung đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng của khách sạn ở mức “rất tốt”. Các yếu tố như năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông đều đạt mức điểm cao, phản ánh tính chuyên nghiệp và chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định liên quan đến phương tiện hữu hình, tính đồng nhất trong quá trình cung cấp dịch vụ và mức độ cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng.

Trên cơ sở phân tích thực trạng và nguyên nhân của những hạn chế còn tồn tại, đề tài đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn, bao gồm: nâng cao phương tiện hữu hình, tăng cường độ tin cậy trong cung cấp dịch vụ, nâng cao năng lực phục vụ, đẩy mạnh cá nhân hóa dịch vụ và phát triển chất lượng nguồn nhân lực. Đồng thời, đề tài cũng đưa ra một số kiến nghị đối với khách sạn và cơ quan quản lý du lịch địa phương nhằm hỗ trợ quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ một cách hiệu quả và bền vững.

Mặc dù đã cố gắng hoàn thiện nghiên cứu, tuy nhiên do hạn chế về thời gian, kinh nghiệm nghiên cứu và phạm vi khảo sát nên đề tài vẫn còn một số hạn chế nhất định. Trong tương lai, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi khảo sát, kết hợp thêm nhiều mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ khác nhằm nâng cao tính toàn diện và khách quan của kết quả nghiên cứu.

Nếu các giải pháp trên được triển khai đồng bộ và hiệu quả, khách sạn Hyatt Regency Danang Resort & Spa không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng mà còn góp phần cải thiện trải nghiệm lưu trú, gia tăng mức độ hài lòng và khả năng quay lại của khách hàng. Đồng thời, đây cũng sẽ là cơ sở quan trọng giúp khách sạn củng cố

vị thế thương hiệu và nâng cao năng lực cạnh tranh trong phân khúc nghỉ dưỡng cao cấp tại thành phố Đà Nẵng trong thời gian tới.

DANH MỤC THAM KHẢO:

- [1] Lê Thái Phụng (2024), *Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ*, Đà Nẵng, Nhà xuất bản Đà Nẵng.
- [2] Nguyễn Quyết Thắng (2019), *Quản trị kinh doanh khách sạn*, Hà Nội, Nhà xuất bản Tài chính.
- [3] Nguyễn Văn Đỉnh, Trần Thị Minh Hòa (2018), *Giáo trình Kinh tế du lịch*, Hà Nội, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [4] Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương (2008), *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*, Hà Nội, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [5] Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2017), *Luật Du lịch số 09/2017/QH14*, Hà Nội, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Sự thật.
- [6] Trần Thị Thanh Bình (2020), *Quản lý dịch vụ khách sạn*, Hà Nội, Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
- [7] Vũ Thị Bích Phụng (2005), *Giáo trình Nghiệp vụ buồng khách sạn*, Hà Nội, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội.
- [8] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2023), *Báo cáo thường niên Du lịch Việt Nam 2023*, Hà Nội.
- [9] Nguyễn Thị Thanh Xuân (2024), “Nâng cao sự hài lòng của khách du lịch tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Đại Lải”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hồng Đức*, số 60.
- [10] Trần Thu Phương, Vũ Thị Mai Anh (2025), “Đánh giá chất lượng dịch vụ bộ phận tiền sảnh - Nghiên cứu tại khu nghỉ dưỡng Flamingo Cát Bà Resort”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội*.
- [11] American Hotel & Lodging Educational Institute (2006), *Managing Housekeeping Operations*, Michigan, AHLEI.
- [12] Cronin, J. J., & Taylor, S.A. (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, 56(3), tr. 55–68.
- [13] Medlik, S., & Ingram, H. (2000), *The Business of Hotels*, Oxford, Butterworth-Heinemann.
- [14] O'Neill, J. W., & Mattila, A. S. (2010), *Hotel Brand Strategy and Guest Satisfaction*, Cornell University School of Hotel Administration.

[15] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*.

Phụ lục 1 . Mẫu phiếu khảo sát KH

Phục lục 1.1. Mẫu phiếu khảo sát KH

Kính gửi Quý khách hàng,

Tôi là Nguyễn Đức Tài Ý , sinh viên Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng. Tôi đang nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buồng phòng tại khách sạn Hyatt Regency DA NANG Resort & Spa. Kính mong Quý khách dành ít phút để hoàn thành phiếu khảo sát này. Mọi thông tin của Quý khách 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 ☐ 25 – 35 ☐ 36 –55 ☐ Trên 55
3. Quý khách có đang lưu trú tại khách sạn không : ☐ Có ☐ Không
4. Đây là lần thứ mấy Quý khách sử dụng dịch vụ buồng phòng tại khách sạn:
☐ Lần đầu ☐ 2 – 4 lần ☐ Trên 4 lần

Phần 2: Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng phòng

Thang đo

1. Rất không đồng ý
1. Không đồng ý
2. Bình thường
3. Đồng ý
4. Rất đồng ý

Phương tiện hữu hình (Tangibles)	1	2	3	4	5
Phòng buồng sạch sẽ, gọn gàng và đảm bảo vệ sinh.	☐	☐	☐	☐	☐
Trang thiết bị trong phòng đầy đủ và hoạt động tốt	☐	☐	☐	☐	☐
Không gian phòng tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Trang phục nhân viên buồng phòng gọn gàng, thể hiện sự chuyên nghiệp	☐	☐	☐	☐	☐
Độ tin cậy (Reliability)	1	2	3	4	5

Dịch vụ buồng phòng được thực hiện đúng tiêu chuẩn đã cam kết.	☐	☐	☐	☐	☐
Quy trình dọn phòng đảm bảo đúng thời gian quy định	☐	☐	☐	☐	☐
Xử lý kịp thời các yêu cầu và phản hồi của khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Cung cấp dịch vụ ổn định và nhất quán trong suốt thời gian lưu trú	☐	☐	☐	☐	☐
Năng lực phục vụ (Responsiveness)	1	2	3	4	5
Nhân viên buồng phòng luôn sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần thiết	☐	☐	☐	☐	☐
Phản hồi nhanh chóng các yêu cầu phát sinh của khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Thực hiện công việc dọn phòng nhanh chóng và hiệu quả	☐	☐	☐	☐	☐
Linh hoạt trong việc đáp ứng các nhu cầu hợp lý của khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Đảm bảo (Assurance)	1	2	3	4	5
Nhân viên có kỹ năng chuyên môn tốt trong công việc	☐	☐	☐	☐	☐
Khách hàng cảm thấy an toàn trong quá trình lưu trú	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên có thái độ lịch sự, tôn trọng khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Khách sạn đảm bảo uy tín và chất lượng dịch vụ ổn định	☐	☐	☐	☐	☐
Đồng cảm (Empathy)	1	2	3	4	5
Nhân viên quan tâm đến nhu cầu riêng của từng khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Dịch vụ buồng phòng được điều chỉnh phù hợp với yêu cầu của khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên thân thiện, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên hàng đầu	☐	☐	☐	☐	☐

Quý khách vui lòng ghi nhận các ý kiến, đóng góp hoặc đề xuất cải thiện dịch vụ buồng phòng:.....

Phục lục 1.2. Kết quả của khảo sát

