

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
**“Nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới của Royal
Lotus Palace Wedding & Convention Center tại
Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng”**

Sinh viên thực hiện: Lê Thị Kiều Nga

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
**“Nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới của Royal
Lotus Palace Wedding & Convention Center tại
Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng”**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Phương Anh
Sinh viên thực hiện : Lê Thị Kiều Nga
Mã số sinh viên : 2254040051
Khóa học : 2022 - 2026
Lớp : 22DL2

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC BẢNG	iv
DANH MỤC HÌNH ẢNH	v
LỜI CẢM ƠN	1
1. Lý do chọn đề tài	2
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	4
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
5. Bố cục khoá luận	5
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	6
1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh trong khách sạn	6
1.1.1. Khái niệm về hoạt động kinh doanh khách sạn	6
1.1.2. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn	6
1.1.3. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh khách sạn.....	9
1.2. Cơ sở lý luận về dịch vụ tiệc cưới	10
1.2.1. Khái niệm về tiệc và tiệc cưới.....	10
1.2.2. Phân loại tiệc cưới	12
1.2.3. Hình thức phục vụ tiệc cưới trong khách sạn.....	14
1.2.4. Đặc điểm của dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn.....	15
1.2.5. Vai trò về dịch vụ tiệc cưới trong kinh doanh khách sạn.....	16
1.3. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ tiệc cưới trong kinh doanh khách sạn	18
1.3.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ tiệc cưới	18
1.3.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ tiệc cưới.....	20
1.3.3. Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn	22
1.3.4. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn	22
1.3.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn	27
Tiểu kết chương 1	38
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI ROYAL LOTUS PALACE WEDDING & CONVENTION CENTER THUỘC KHÁCH SẠN ROYAL LOTUS ĐÀ NẴNG	39
2.1. Tổng quan về Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	39

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Khách sạn.....	39
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Khách sạn.....	41
2.1.3. Tình hình lao động của Khách sạn	44
2.2. Tình hình kinh doanh của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	47
2.2.1. Hệ thống sản phẩm dịch vụ của Khách sạn	47
2.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Khách sạn.....	50
2.3. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.....	51
2.3.1. Giới thiệu về Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center	51
2.3.2. Phương pháp đánh giá	52
2.3.3. Mô tả đặc điểm theo mẫu.....	55
2.3.4. Kết quả đánh giá theo các tiêu chí	56
2.4. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng 62	
2.4.1. Chất lượng món ăn, đồ uống	62
2.4.2. Đội ngũ nhân viên.....	65
2.4.3. Cơ sở vật chất kỹ thuật	67
2.4.4. Quy trình phục vụ	69
2.4.5. Công tác quản lý, giám sát.....	73
2.4.6. Tính cá nhân hoá dịch vụ.....	74
2.5. Nhận xét chung	74
2.5.1. Ưu điểm	74
2.5.2. Hạn chế	75
Tiểu kết chương 2.....	77
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI ROYAL LOTUS PALACE WEDDING & CONVENTION CENTER THUỘC KHÁCH SẠN ROYAL LOTUS ĐÀ NẴNG.....	78
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp	78
3.1.1. Định hướng phát triển du lịch và dịch vụ khách sạn tại Đà Nẵng.....	78
3.1.2. Định hướng phát triển của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	79
3.1.3. Cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center.....	80
3.2. Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng 81	
3.2.1. Nâng cao chất lượng món ăn	81
3.2.2. Cải thiện cơ sở vật chất.....	81
3.2.3. Hoàn thiện quy trình phục vụ	82

3.2.4. Nâng cao tính cá nhân hóa dịch vụ tiệc cưới.....	85
3.2.5. Nâng cao nguồn nhân lực	86
3.2.6. Tăng cường công tác quản lý và giám sát chất lượng	86
3.2.7. Xây dựng hệ thống thu thập phản hồi và cải tiến liên tục	87
Tiểu kết chương 3.....	88
KẾT LUẬN	89
TÀI LIỆU THAM KHẢO	- 1 -
PHỤ LỤC	- 2 -

DANH MỤC BẢNG

SỐ BẢNG BIỂU	TÊN BẢNG BIỂU	SỐ TRANG
Bảng 1.1	Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn	25
Bảng 2.1	Tình hình nguồn nhân lực của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng theo giới tính và độ tuổi	45
Bảng 2.2	Tình hình nguồn nhân lực của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng theo trình độ	46
Bảng 2.3	Kết quả kinh doanh của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	51
Bảng 2.4	Các tiêu chí đánh giá nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	53
Bảng 2.5	Đặc điểm về giới tính của khách mời	55
Bảng 2.6	Đặc điểm về độ tuổi của khách mời	56
Bảng 2.7	Số lần khách mời tham dự tiệc cưới	56
Bảng 2.8	Đánh giá của khách mời về phương tiện hữu hình	57
Bảng 2.9	Đánh giá của khách mời về độ tin cậy	58
Bảng 2.10	Đánh giá của khách mời về năng lực phục vụ	59
Bảng 2.11	Đánh giá của khách mời về sự đảm bảo	60
Bảng 2.12	Đánh giá của khách mời về sự cảm thông	61
Bảng 2.13	Cơ cấu nhân sự tại Royal Lotus Palace Wedding & Convetion Center	65
Bảng 2.14	Tổng hợp cơ sở vật chất kỹ thuật tại Royal Lotus Palace	67

DANH MỤC HÌNH ẢNH

SỐ HÌNH ẢNH	TÊN HÌNH ẢNH	SỐ TRANG
Hình 1.1	Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới	23
Hình 1.2	Quy trình phục vụ tiệc	30
Hình 2.1	Logo của khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	39
Hình 2.2	Cơ cấu tổ chức của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	41
Hình 2.3	Phòng Superior View Thành phố	48
Hình 2.4	Nhà hàng Lotus Wine & Dine	49
Hình 2.5	Trung tâm Hội nghị Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng	50
Hình 2.6	Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center	52
Hình 2.7	Mã QR khảo sát khách mời tham dự tiệc cưới	55
Hình 2.8	Thực đơn tiệc cưới đa dạng với nhiều mức giá khác nhau	63
Hình 2.9	Đánh giá của khách hàng trên Google Review về chất lượng đồ ăn	64
Hình 2.10	Đánh giá của khách hàng trên Google Review về sảnh tiệc	69
Hình 2.11	Quy trình phục vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace	69
Hình 2.12	Các dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace	70
Hình 3.1	Quy trình phục vụ tiệc cưới	82

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp, em đã nhận được sự giúp đỡ, hỗ trợ và động viên quý báu từ nhiều cá nhân và tổ chức. Đây là nguồn động lực quan trọng giúp em có thể hoàn thành khóa luận một cách tốt nhất.

Trước hết, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến quý Thầy, Cô của Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, đặc biệt là Thầy Cô trong Khoa Du lịch đã tận tình giảng dạy, truyền đạt những kiến thức chuyên môn và kinh nghiệm quý báu trong suốt quá trình học tập. Những kiến thức và kỹ năng mà thầy cô đã trang bị chính là nền tảng quan trọng giúp em có thể vận dụng vào quá trình nghiên cứu và thực hiện khóa luận.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến giảng viên hướng dẫn ThS. Nguyễn Thị Phương Anh, người đã trực tiếp hướng dẫn, góp ý và định hướng cho em trong suốt quá trình thực hiện đề tài. Những ý kiến đóng góp quý báu của thầy/cô đã giúp em hoàn thiện nội dung nghiên cứu và nâng cao chất lượng của khóa luận.

Bên cạnh đó, em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ, nhân viên tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Royal Lotus Hotel Đà Nẵng đã tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ cung cấp thông tin và chia sẻ những kinh nghiệm thực tế quý báu trong quá trình em tìm hiểu, thu thập dữ liệu và nghiên cứu về hoạt động tổ chức tiệc cưới tại đơn vị.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến gia đình, bạn bè và những người thân đã luôn quan tâm, động viên và hỗ trợ em cả về tinh thần lẫn vật chất trong suốt quá trình học tập và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Mặc dù em đã có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện đề tài, song bài báo cáo của em chắc chắn không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ quý thầy cô và các bạn để khóa luận được hoàn thiện hơn.

Một lần nữa, em xin gửi lời tri ân nhất!

Sinh viên thực hiện

Lê Thị Kiều Nga

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Chất lượng dịch vụ được xem là yếu tố cốt lõi quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của các doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ, đặc biệt là ngành khách sạn. Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là mức độ khác biệt giữa sự kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế sau khi sử dụng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ có tác động trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng, từ đó ảnh hưởng đến hành vi tái sử dụng dịch vụ và khả năng giới thiệu của khách hàng đối với doanh nghiệp. Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, chất lượng dịch vụ không chỉ là công cụ cạnh tranh quan trọng mà còn là nền tảng để xây dựng lòng trung thành của khách hàng và củng cố uy tín thương hiệu (Kandampully, 2000). Những luận điểm này cho thấy, nghiên cứu về chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực khách sạn không chỉ có giá trị về mặt lý luận mà còn mang ý nghĩa thực tiễn sâu sắc đối với các doanh nghiệp trong việc hoạch định chiến lược và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Trong bối cảnh đó, dịch vụ tiệc cưới nổi lên như một trong những loại hình dịch vụ đặc thù, có tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong ngành kinh doanh khách sạn hiện đại. Tiệc cưới không đơn thuần là một bữa tiệc ăn uống thông thường mà còn là một sự kiện mang tính lễ nghi cao, gắn liền với những kỳ vọng và cảm xúc đặc biệt của khách hàng. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2008), dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn là tổng hợp của nhiều yếu tố từ cơ sở vật chất, thực đơn ẩm thực, trang trí không gian cho đến năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên, trong đó bất kỳ khâu nào không được thực hiện tốt đều có thể gây ảnh hưởng tiêu cực đến toàn bộ trải nghiệm của khách hàng. Tính không đồng nhất và không thể lưu trữ của dịch vụ khiến cho việc kiểm soát và duy trì chất lượng dịch vụ tiệc cưới trở nên phức tạp hơn so với nhiều loại hình sản phẩm khác, đòi hỏi doanh nghiệp phải xây dựng quy trình phục vụ chặt chẽ và đồng bộ (Kotler, 2017). Những đặc thù này đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với các nhà quản lý trong việc nghiên cứu, đánh giá và liên tục cải thiện chất lượng dịch vụ tiệc cưới nhằm đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng.

Nhìn từ góc độ thực tiễn, ngành du lịch và dịch vụ khách sạn tại Đà Nẵng đã có bước phát triển vượt bậc trong thập kỷ vừa qua, đưa thành phố trở thành một trong những trung tâm du lịch lớn nhất của Việt Nam. Cùng với tốc độ đô thị hóa và mức sống của

người dân ngày càng được cải thiện, nhu cầu tổ chức tiệc cưới tại các khách sạn và trung tâm hội nghị cao cấp ngày càng trở nên phổ biến, phản ánh sự thay đổi rõ rệt trong xu hướng tiêu dùng của xã hội. Trong bối cảnh đó, hàng loạt cơ sở tổ chức tiệc cưới quy mô lớn, hiện đại đã được đầu tư xây dựng tại Đà Nẵng, tạo nên môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt. Điều này buộc các đơn vị cung cấp dịch vụ tiệc cưới phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm và cải thiện trải nghiệm khách hàng để duy trì lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Royal Lotus Hotel Đà Nẵng là một trong những địa điểm tổ chức tiệc cưới và hội nghị có uy tín tại thành phố, với hệ thống sảnh tiệc được thiết kế sang trọng, hiện đại và đội ngũ nhân viên phục vụ được đào tạo chuyên nghiệp. Tuy nhiên, qua quá trình thực tập và tìm hiểu thực tế tại đơn vị, tác giả nhận thấy rằng bên cạnh những kết quả đạt được, chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định, ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng và khả năng cạnh tranh của đơn vị so với các đối thủ trên thị trường.

Xuất phát từ những lý do trên, cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn, tác giả quyết định lựa chọn đề tài "***Nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng***" làm đề tài khóa luận tốt nghiệp. Thông qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ tiệc cưới, phân tích và đánh giá thực trạng tại đơn vị, tác giả mong muốn đề xuất những giải pháp thiết thực và phù hợp nhằm góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện sự hài lòng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của Royal Lotus Palace trong lĩnh vực tổ chức tiệc cưới tại Đà Nẵng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

✓ Mục tiêu chung:

Mục tiêu chung của đề tài là đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.

✓ Mục tiêu cụ thể:

Căn cứ vào mục tiêu chung, tác giả đề ra các mục tiêu nghiên cứu cụ thể sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn.

- Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thông qua việc xem xét các yếu tố như cơ sở vật chất, quy trình tổ chức tiệc, chất lượng phục vụ của nhân viên, thực đơn, cũng như mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center trong thời gian tới, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng và hiệu quả hoạt động kinh doanh của đơn vị.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center

- **Khách thể nghiên cứu:** Khách hàng đã sử dụng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center. Đội ngũ nhân viên và các bộ phận tham gia vào quá trình tổ chức và phục vụ tiệc cưới tại trung tâm,

- **Phạm vi nghiên cứu:**

Phạm vi không gian: Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.

Phạm vi thời gian: Các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ năm 2023 đến năm 2025. Các dữ liệu sơ cấp được thu thập vào tháng 3 năm 2026.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu, tác giả sử dụng kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau nhằm đảm bảo tính khách quan, khoa học và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu. Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong đề tài bao gồm:

✓ *Phương pháp thu thập, tổng hợp và phân tích tài liệu*

Thu thập và tổng hợp thông tin từ các giáo trình, bài báo khoa học, công trình nghiên cứu liên quan đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới và kinh doanh khách sạn. Bên cạnh đó, thu thập và tổng hợp thông tin từ các tài liệu nội bộ, báo cáo kinh doanh và website chính thức của Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách

sạn Royal Lotus Đà Nẵng nhằm xây dựng cơ sở lý luận và tổng quan về đơn vị nghiên cứu.

✓ *Phương pháp quan sát*

Tiến hành quan sát thực tế tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center trong quá trình thực tập nhằm đánh giá tình hình hoạt động tổ chức tiệc cưới, quy trình phục vụ và các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại đơn vị.

✓ *Phương pháp khảo sát và xử lý dữ liệu*

Thu thập thông tin thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với khách hàng đã sử dụng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center. Dữ liệu thu thập được xử lý và phân tích nhằm đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng, xác định những điểm mạnh và hạn chế trong chất lượng dịch vụ, từ đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại đơn vị.

Phỏng vấn sâu chủ tiệc cưới, tham khảo đánh giá của khách hàng trên Google Reviews.

5. Bố cục khoá luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, khoá luận bao gồm 3 chương:

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

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN

1.1. Khái quát về hoạt động kinh doanh trong khách sạn

1.1.1. Khái niệm về hoạt động kinh doanh khách sạn

Hoạt động kinh doanh khách sạn là một bộ phận quan trọng của ngành du lịch và dịch vụ lưu trú, giữ vai trò cung cấp các sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống, giải trí và các nhu cầu khác của khách du lịch cũng như khách địa phương. Theo quan điểm của nhiều nhà nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch khách sạn, hoạt động kinh doanh khách sạn không chỉ là việc cho thuê phòng nghỉ mà còn bao gồm một hệ thống các dịch vụ bổ sung nhằm tạo ra trải nghiệm tổng thể cho khách hàng.

Ở góc độ quốc tế, Chuck Y. Gee cho rằng kinh doanh khách sạn là hoạt động cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ liên quan cho khách du lịch và khách vắng lai trong một khoảng thời gian nhất định, với mục tiêu đáp ứng nhu cầu của khách và đạt được hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp. Quan điểm này nhấn mạnh đến tính thương mại của hoạt động kinh doanh khách sạn cũng như vai trò của nó trong hệ thống dịch vụ du lịch (Gee, 1994).

Khái niệm kinh doanh khách sạn lúc đầu dùng để chỉ hoạt động cung cấp chỗ ngủ cho khách trong khách sạn và quán trọ. Khi nhu cầu lưu trú và ăn uống với các mong muốn thỏa mãn khác nhau của khách ngày càng đa dạng, kinh doanh khách sạn đã mở rộng đối tượng và bao gồm khu cắm trại, làng du lịch, các khách sạn căn hộ, motel, ... Nhưng dù sao khách sạn vẫn chiếm tỷ trọng và là cơ sở chính với các đặc trưng cơ bản nhất của hoạt động kinh doanh phục vụ nhu cầu lưu trú cho khách, vì vậy loại hình này có tên là “kinh doanh khách sạn”. Theo tác giả Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2008), 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.

1.1.2. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn

Theo tác giả Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2008) đề cập trong "*Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn*", hoạt động kinh doanh khách sạn có những đặc điểm sau:

- Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch tại các điểm du lịch.

Kinh doanh khách sạn và tài nguyên du lịch có mối quan hệ gắn bó mật thiết, tác động qua lại lẫn nhau. Về bản chất, tài nguyên du lịch chính là lực hút tạo ra dòng khách, khi một địa điểm sở hữu tài nguyên du lịch hấp dẫn, con người sẽ tìm đến và nhu cầu lưu trú phát sinh từ đó. Ngược lại, nơi nào thiếu vắng tài nguyên du lịch thì dù đầu tư cơ sở vật chất đến đâu, khách sạn cũng khó tồn tại bởi thiếu đi nguồn khách nền tảng. Không chỉ quyết định sự tồn tại, tài nguyên du lịch còn định hình toàn bộ cấu trúc kinh doanh của khách sạn. Khả năng tiếp nhận của điểm đến ảnh hưởng đến quy mô đầu tư, trong khi giá trị và mức độ hấp dẫn của tài nguyên lại là cơ sở để xác định phân khúc thị trường, thứ hạng khách sạn và các chỉ số kỹ thuật khi xây dựng. Khi các yếu tố khách quan làm thay đổi sức hút của tài nguyên, khách sạn cũng buộc phải điều chỉnh cơ sở vật chất để thích ứng.

- Hoạt động kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng vốn đầu tư lớn

Hoạt động kinh doanh khách sạn đòi hỏi nguồn vốn đầu tư ban đầu rất lớn, xuất phát trực tiếp từ yêu cầu về chất lượng cao của sản phẩm dịch vụ. Để mang lại sự thoải mái tối đa cho khách hàng, toàn bộ hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật từ trang thiết bị, nội thất đến hạ tầng vận hành đều phải đáp ứng những tiêu chuẩn nghiêm ngặt, và điều này đồng nghĩa với chi phí đầu tư không nhỏ. Mức độ đầu tư này không đồng đều giữa các khách sạn mà tỷ lệ thuận với thứ hạng của từng cơ sở. Khách sạn có thứ hạng càng cao thì yêu cầu về chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật càng khắt khe, kéo theo chi phí trang bị càng lớn. Chính hệ thống trang thiết bị hiện đại và sang trọng được lắp đặt bên trong các khách sạn cao cấp là nhân tố chủ yếu đẩy tổng mức đầu tư ban đầu lên cao so với các loại hình kinh doanh dịch vụ khác.

- Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng lao động trực tiếp tương đối lớn

Khác với nhiều ngành sản xuất có thể ứng dụng tự động hóa để giảm bớt sự phụ thuộc vào con người, kinh doanh khách sạn lại mang bản chất phục vụ trực tiếp và không thể cơ giới hóa. Mỗi trải nghiệm của khách hàng đều được tạo ra bởi đội ngũ nhân viên với chuyên môn nghiệp vụ riêng biệt, trong suốt vòng tròn thời gian 24 giờ mỗi ngày. Điều này khiến khách sạn luôn cần duy trì một lực lượng lao động trực tiếp đông đảo, làm cho chi phí nhân sự trở thành một trong những khoản chi lớn và khó cắt giảm nhất trong cơ cấu vận hành. Áp lực này đặt các nhà quản lý khách sạn trước nhiều bài toán

nan giải. Một mặt, giảm chi phí lao động quá mức sẽ kéo theo sự sụt giảm chất lượng dịch vụ, ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín và doanh thu. Mặt khác, công tác tuyển dụng, lựa chọn và phân công nhân sự có chuyên môn phù hợp vốn đã không đơn giản, lại càng phức tạp hơn trong bối cảnh kinh doanh mang tính thời vụ. Vào mùa thấp điểm, việc tối ưu hóa chi phí lao động một cách hợp lý mà không làm tổn hại đến chất lượng phục vụ luôn là thách thức mà bất kỳ nhà quản lý khách sạn nào cũng phải đối mặt.

- Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật

Kinh doanh khách sạn không vận hành trong một môi trường tĩnh mà chịu sự chi phối đồng thời của nhiều quy luật khách quan, bao gồm quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế xã hội và quy luật tâm lý con người. Trong đó, tác động của quy luật tự nhiên thể hiện rõ nét nhất qua sự phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, đặc biệt là tài nguyên thiên nhiên. Sự xoay vần của thời tiết và khí hậu theo chu kỳ năm kéo theo những biến động về sức hấp dẫn của điểm đến, từ đó tạo ra tính mùa vụ trong nhu cầu du lịch. Hệ quả là hoạt động kinh doanh của khách sạn, nhất là các cơ sở nghỉ dưỡng tại vùng biển hay vùng núi, cũng dao động theo những nhịp lên xuống có tính lặp lại đó.

Cùng với những đặc điểm chung của kinh doanh khách sạn, hoạt động kinh doanh ăn uống trong khách sạn còn mang một số nét đặc trưng riêng biệt, xuất phát từ bản chất và yêu cầu đặc thù của lĩnh vực này. Cụ thể:

+ Đối tượng phục vụ chủ yếu của bộ phận ăn uống trong khách sạn là khách ngoài địa phương với thành phần hết sức đa dạng về quốc tịch, văn hóa và tập quán sinh hoạt. Điều này đặt ra yêu cầu bắt buộc là khách sạn phải chủ động nghiên cứu và thích ứng với thói quen ăn uống của từng nhóm khách, thay vì áp đặt tập quán địa phương lên họ. Bất kỳ sự xem nhẹ nào đối với văn hóa ẩm thực của khách cũng đều dẫn đến sự không hài lòng và tác động tiêu cực đến kết quả kinh doanh.

+ Do khách sạn thường tọa lạc cách xa nơi cư trú thường xuyên của khách, việc tổ chức ăn uống phải được thực hiện toàn diện và liên tục, bao gồm cả ba bữa chính trong ngày lẫn các bữa phụ và đồ uống. Không chỉ vậy, khách sạn còn cần tạo ra sự linh hoạt tối đa trong phương thức phục vụ, đưa dịch vụ ăn uống đến tận những nơi khách ưa thích như bãi biển, trung tâm thể thao hay phòng họp thay vì giới hạn trong không gian nhà hàng truyền thống.

+ Hoạt động ăn uống trong khách sạn không đơn thuần dừng lại ở việc đáp ứng nhu cầu dinh dưỡng mà còn mang giá trị giải trí và trải nghiệm văn hóa. Chính vì vậy, nhiều khách sạn chú trọng lồng ghép các yếu tố dân tộc và truyền thống vào không gian bài trí, đồng phục nhân viên, dụng cụ ăn uống và các món ăn đặc sản, biến mỗi bữa ăn thành một trải nghiệm văn hóa trọn vẹn cho khách.

1.1.3. Ý nghĩa của hoạt động kinh doanh khách sạn

Hoạt động kinh doanh khách sạn giữ vai trò quan trọng trong sự phát triển của ngành du lịch cũng như trong nền kinh tế xã hội nói chung. Với chức năng chủ yếu là cung cấp dịch vụ lưu trú và các dịch vụ hỗ trợ cho khách du lịch, kinh doanh khách sạn góp phần tạo nên hệ thống dịch vụ hoàn chỉnh, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng trong quá trình tham quan, nghỉ dưỡng và tham gia các hoạt động du lịch.

Hoạt động kinh doanh khách sạn có ý nghĩa quan trọng đối với sự **phát triển của ngành du lịch**. Trong cơ cấu sản phẩm du lịch, dịch vụ lưu trú được xem là một trong những yếu tố cơ bản quyết định khả năng phục vụ và thu hút khách của một điểm đến. Hệ thống khách sạn với cơ sở vật chất và chất lượng dịch vụ phù hợp sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch lưu trú, nghỉ ngơi và trải nghiệm các dịch vụ tại điểm đến. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương, kinh doanh khách sạn không chỉ cung cấp nơi lưu trú cho khách mà còn là yếu tố quan trọng góp phần hoàn thiện sản phẩm du lịch tổng thể, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến trên thị trường du lịch (Nguyễn Văn Mạnh, Hoàng Thị Lan Hương, 2013).

Hoạt động kinh doanh khách sạn có ý nghĩa lớn đối với sự **phát triển kinh tế**. Thông qua việc cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống, hội nghị, sự kiện và các dịch vụ hỗ trợ khác, các khách sạn tạo ra nguồn doanh thu đáng kể cho doanh nghiệp cũng như đóng góp vào ngân sách nhà nước thông qua các khoản thuế và phí. Đồng thời, sự phát triển của ngành khách sạn còn thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành kinh tế liên quan như vận tải, thương mại, nông nghiệp, sản xuất thực phẩm và các dịch vụ khác. Theo O'Fallon và Rutherford, ngành khách sạn là một bộ phận quan trọng của ngành công nghiệp dịch vụ và có mối liên hệ chặt chẽ với nhiều lĩnh vực kinh tế khác, tạo nên hiệu ứng lan tỏa trong nền kinh tế (O'Fallon, M. J., & Rutherford, D. G., 2011).

Hoạt động kinh doanh khách sạn còn có ý nghĩa quan trọng đối với xã hội thông qua việc **tạo ra nhiều cơ hội việc làm** cho người lao động. Các khách sạn thường cần

một lực lượng lao động lớn để vận hành các bộ phận khác nhau như lễ tân, buồng phòng, nhà hàng, bếp, kinh doanh marketing và tổ chức sự kiện. Điều này góp phần giải quyết việc làm, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống cho người lao động tại địa phương. Theo Walker, ngành khách sạn nhà hàng là một trong những lĩnh vực sử dụng nhiều lao động trong ngành dịch vụ, đồng thời tạo điều kiện cho người lao động phát triển kỹ năng nghề nghiệp và khả năng giao tiếp trong môi trường quốc tế.

Hoạt động kinh doanh khách sạn còn góp phần thúc đẩy *giao lưu văn hóa* giữa các quốc gia và các vùng miền. Thông qua quá trình phục vụ khách du lịch đến từ nhiều nền văn hóa khác nhau, khách sạn trở thành nơi diễn ra sự giao thoa văn hóa, giúp quảng bá hình ảnh đất nước, con người và bản sắc văn hóa địa phương đến với du khách quốc tế. Đồng thời, các hoạt động tổ chức sự kiện, hội nghị, tiệc cưới và các chương trình văn hóa trong khách sạn cũng góp phần làm phong phú thêm đời sống văn hóa xã hội tại địa phương.

1.2. Cơ sở lý luận về dịch vụ tiệc cưới

1.2.1. Khái niệm về tiệc và tiệc cưới

Khái niệm tiệc

Trong lĩnh vực kinh doanh nhà hàng khách sạn, tiệc được xem là một hình thức phục vụ ăn uống đặc biệt, được tổ chức theo kế hoạch nhằm phục vụ một nhóm khách trong một không gian và thời gian nhất định. Khác với hoạt động phục vụ ăn uống thông thường, tiệc thường gắn liền với các sự kiện quan trọng như hội nghị, lễ kỷ niệm, lễ cưới, sinh nhật hoặc các dịp gặp gỡ mang tính trang trọng.

Theo Dopson và Hayes, tiệc (banquet) được hiểu là một hình thức tổ chức phục vụ ăn uống cho một số lượng khách nhất định theo thực đơn và chương trình đã được chuẩn bị trước, thường diễn ra trong các nhà hàng, khách sạn hoặc trung tâm tổ chức sự kiện. Hình thức phục vụ này đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng về thực đơn, không gian, trang trí, quy trình phục vụ cũng như sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận trong quá trình tổ chức (Dopson, L. R., & Hayes, D. K., 2019).

Ở góc độ quản trị nhà hàng khách sạn, Walker cho rằng tiệc là một dịch vụ ăn uống mang tính tổ chức cao, được thiết kế nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong các sự kiện đặc biệt. Dịch vụ tiệc không chỉ bao gồm việc cung cấp món ăn và đồ uống mà

còn bao gồm nhiều yếu tố khác như trang trí không gian, âm thanh ánh sáng, chương trình sự kiện và các dịch vụ hỗ trợ nhằm tạo nên trải nghiệm hoàn chỉnh cho khách tham dự. Chính vì vậy, hoạt động kinh doanh tiệc thường được xem là một bộ phận quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các khách sạn và nhà hàng, góp phần tạo nguồn doanh thu đáng kể và nâng cao hình ảnh thương hiệu của doanh nghiệp (Walker, J. R., & Walker, J. T., 2014).

Theo định nghĩa quốc tế trong tài liệu “The Theory of Hospitality and Catering” (Foskett & Paskins, 2016): “A banquet is a formal meal for a large number of people, usually to celebrate a particular event or occasion, with food and drink served according to a pre- arranged plan.” Dịch nghĩa: “Tiệc (banquet) là một bữa ăn trang trọng dành cho số lượng lớn người tham dự, thường được tổ chức để kỷ niệm một sự kiện hoặc dịp đặc biệt nào đó, với đồ ăn và thức uống được phục vụ theo một kế hoạch đã được sắp xếp trước (Nguyễn Xuân Vinh, Giáo trình Quản trị tiệc).

Mỗi định nghĩa đều phản ánh một khía cạnh nhất định của hoạt động tiệc, song chưa có định nghĩa nào bao quát đầy đủ cả ba chiều: tính tổ chức, tính sự kiện và trải nghiệm tổng thể của người tham dự. Trên cơ sở kế thừa và tổng hợp các quan điểm trên, tác giả Nguyễn Xuân Vinh đã đề xuất một khái niệm mang tính tích hợp, phù hợp với đặc thù của môi trường kinh doanh dịch vụ khách sạn tại Việt Nam. Vì vậy, trong phạm vi nghiên cứu này, tác giả lựa chọn sử dụng khái niệm tiệc theo định nghĩa của Nguyễn Xuân Vinh làm cơ sở lý luận chủ đạo.

Khái niệm tiệc cưới

Trong số các loại hình tiệc được tổ chức tại khách sạn và nhà hàng, tiệc cưới là một loại hình phổ biến và có ý nghĩa đặc biệt đối với đời sống xã hội. Tiệc cưới được tổ chức nhằm đánh dấu sự kiện kết hôn của cô dâu và chú rể, đồng thời là dịp để gia đình, bạn bè và người thân cùng chung vui và chúc phúc cho đôi uyên ương. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2013), tiệc cưới là một hình thức tiệc được tổ chức nhân dịp lễ cưới, trong đó khách mời được phục vụ các món ăn và đồ uống theo thực đơn đã được chuẩn bị trước, kết hợp với các nghi thức và hoạt động mang tính truyền thống hoặc hiện đại nhằm tạo nên không khí trang trọng và ý nghĩa cho sự kiện.

Theo nội dung trong Giáo trình Quản trị tiệc của tác giả Nguyễn Xuân Vinh, tiệc cưới được xem là một sự kiện quan trọng mang tính cá nhân và cảm xúc cao, không chỉ

bao gồm việc phục vụ ăn uống cho khách mời mà còn gắn liền với các nghi lễ cưới, chương trình chúc mừng và nhiều hoạt động mang tính biểu tượng của hôn lễ. Vì vậy, tiệc cưới thường đòi hỏi mức độ chuẩn bị kỹ lưỡng và sự phối hợp chặt chẽ giữa nhiều bộ phận như bộ phận kinh doanh tiệc, bếp, phục vụ bàn, kỹ thuật sự kiện và các đơn vị cung cấp dịch vụ liên quan.

1.2.2. Phân loại tiệc cưới

Theo *Giáo trình Quản trị tiệc* của tác giả Nguyễn Xuân Vinh, tiệc cưới được phân loại theo các tiêu chí khác nhau.

Theo hình thức phục vụ, cách thức món ăn được phục vụ sẽ ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm của khách mời, và tiệc cưới có thể được tổ chức theo ba hình thức chính tùy thuộc vào quy mô, ngân sách và mong muốn của chủ tiệc.

Hình thức phổ biến và phù hợp nhất với tiệc cưới trang trọng là *tiệc ngồi* (Sit-down Banquet / Set Menu). Với hình thức này, khách mời được sắp xếp chỗ ngồi cố định tại bàn và được nhân viên phục vụ đồ ăn, thức uống theo một thực đơn đã định sẵn, thường bao gồm nhiều món theo trình tự từ khai vị, súp, món chính đến tráng miệng. Trong tiệc ngồi, các nghi lễ và chương trình như phát biểu, trao nhẫn, cắt bánh thường diễn ra xen kẽ trong quá trình phục vụ. Giáo trình nhấn mạnh ưu điểm của hình thức này là trang trọng, lịch sự, kiểm soát tốt chương trình và thời gian, đặc biệt phù hợp cho các sự kiện có nghi lễ. Đây cũng là lý do tiệc ngồi được xác định là ứng dụng hàng đầu cho tiệc cưới trang trọng, tiệc chiêu đãi nhà nước và dạ tiệc.

Tiệc buffet cũng được ứng dụng trong một số hình thức tiệc cưới, đặc biệt là tiệc cưới thân mật hoặc có quy mô lớn cần không khí cởi mở, năng động. Thức ăn được bày sẵn trên các quầy theo nhiều khu vực khác nhau, khách mời tự do đi lại và lựa chọn món theo sở thích. Giáo trình chỉ rõ ưu điểm nổi bật của tiệc buffet là tính linh hoạt và đa dạng thực đơn, tạo không khí sôi động và nhiều cơ hội tương tác giữa khách mời. Tuy nhiên, hạn chế cần lưu ý là hình thức này ít trang trọng hơn so với tiệc ngồi truyền thống, đồng thời khó kiểm soát chất lượng và nhiệt độ món ăn khi thức ăn phải bày ra ngoài trong thời gian dài.

Tiệc cocktail là hình thức thứ ba có thể xuất hiện trong cấu trúc của tiệc cưới, thường được tổ chức như phần đón khách trước tiệc chính (pre-dinner cocktail). Đây là

hình thức tiệc đứng, tập trung vào đồ uống và các món ăn nhỏ gọn, dễ cầm bằng tay như finger food và canapés. Không gian được bố trí với các bàn cao để khách đặt ly và trò chuyện, tạo cơ hội giao lưu, kết nối trước khi vào phần nghi lễ và tiệc chính thức. Giáo trình xác định thời gian tổ chức tiệc cocktail thường ngắn, khoảng một đến hai tiếng, và mục đích chính là tạo cơ hội giao tiếp, không phải bữa ăn chính.

Theo thời gian tổ chức, tiệc được tổ chức theo năm khung thời gian trong ngày, trong đó tiệc cưới tại Việt Nam thường tập trung vào hai khung giờ chính.

Tiệc trưa (Luncheon) là hình thức tổ chức vào giữa ngày, mang tính chất xã giao và phù hợp với những tiệc cưới có quy mô vừa, đặc biệt ở khu vực miền Nam và miền Trung nơi tập tục tổ chức tiệc ban ngày vẫn còn phổ biến. Việc tổ chức tiệc cưới vào buổi trưa giúp khách mời thuận tiện hơn trong việc sắp xếp thời gian, đặc biệt với những người đến từ xa hoặc có con nhỏ.

Tiệc tối (Dinner Party) được giáo trình xác định là hình thức tiệc phổ biến nhất trong tất cả các loại tiệc, với đặc điểm có thể tổ chức từ mức thân mật đến rất trang trọng. Đối với tiệc cưới, khung giờ buổi tối tạo điều kiện thuận lợi nhất để khai thác hệ thống ánh sáng nghệ thuật, tạo không khí lãng mạn và ấn tượng cho hội trường, đồng thời khách mời có nhiều thời gian hơn để chuẩn bị trang phục và di chuyển sau giờ làm việc.

Theo địa điểm tổ chức, địa điểm tổ chức là một trong những quyết định quan trọng nhất, ảnh hưởng đến mọi khía cạnh khác của tiệc cưới, từ quy mô, chi phí đến phương thức vận hành.

Tiệc tại gia là hình thức truyền thống, được tổ chức ngay tại nhà riêng của gia đình. Hình thức này phù hợp với những tiệc cưới quy mô nhỏ, mang tính gia đình và thân mật, nơi sự gần gũi giữa các thành viên được đặt lên hàng đầu hơn là sự hoành tráng của không gian.

Tiệc tại nhà hàng/khách sạn là hình thức phổ biến nhất của tiệc cưới hiện đại, nơi toàn bộ dịch vụ ăn uống, không gian, trang trí và nhân sự đều được cung cấp bởi đơn vị tổ chức. Giáo trình chỉ rõ đây là hình thức thuê địa điểm có sẵn dịch vụ ăn uống, giúp chủ tiệc không phải lo lắng về hạ tầng vận hành mà tập trung vào trải nghiệm tổng thể của sự kiện.

Tiệc ngoài trời (Off-premise Catering) là hình thức tổ chức tại các địa điểm như sân vườn, bãi biển, công viên hoặc khu dã ngoại. Giáo trình đánh giá đây là dịch vụ có tiềm năng sinh lời cao nhưng đồng thời là thách thức lớn nhất về mặt vận hành, vì đội ngũ tổ chức phải "*xây dựng một nhà hàng và một bộ bếp di động từ con số không*" tại một địa điểm xa lạ, không có sẵn hạ tầng hỗ trợ. Sự thành công của tiệc cưới ngoài trời phụ thuộc gần như hoàn toàn vào khả năng lập kế hoạch hậu cần chi tiết và quản lý rủi ro, đặc biệt là các yếu tố khách quan như thời tiết.

1.2.3. Hình thức phục vụ tiệc cưới trong khách sạn

Theo Nguyễn Xuân Vinh (2024), cách thức món ăn được phục vụ sẽ ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm của khách mời, và đây cũng là một trong những quyết định quan trọng nhất mà chủ tiệc cần xác định ngay từ khâu lập kế hoạch. Trong bối cảnh tiệc cưới tại khách sạn, có ba hình thức phục vụ phổ biến được ứng dụng tùy theo quy mô, mức độ trang trọng và mong muốn của từng cặp đôi.

Tiệc ngồi (Sit-down Banquet / Set Menu) là hình thức truyền thống và phổ biến nhất dành cho tiệc cưới trang trọng. Với hình thức này, khách mời được sắp xếp chỗ ngồi cố định tại các bàn ăn và được nhân viên phục vụ đồ ăn, thức uống theo một thực đơn đã định sẵn, thường bao gồm nhiều món theo trình tự từ khai vị, súp, món chính đến tráng miệng. Các nghi lễ của buổi cưới như trao nhẫn, cắt bánh, rót rượu champagne thường diễn ra xen kẽ trong quá trình phục vụ, tạo nên một kịch bản liền mạch giữa ẩm thực và nghi thức. Tùy theo tiêu chuẩn dịch vụ của khách sạn, tiệc ngồi có thể được thực hiện theo nhiều phong cách phục vụ tại bàn khác nhau: phục vụ kiểu Mỹ (American Service) với món ăn được chia sẵn trên đĩa từ bếp mang ra, nhanh chóng và hiệu quả; phục vụ kiểu Nga (Russian Service) với thức ăn bày trên đĩa lớn và nhân viên đi vòng quanh bàn dùng dụng cụ gấp chia cho từng khách, đòi hỏi kỹ năng cao và mang lại cảm giác sang trọng; phục vụ kiểu Pháp (French Service) với việc hoàn thiện món ăn trực tiếp tại bàn trên xe đẩy, rất trang trọng và cầu kỳ; và phục vụ kiểu Anh (English Service) với thức ăn đặt giữa bàn để khách tự phục vụ lẫn nhau, ít phổ biến trong các tiệc lớn.

Tiệc buffet là hình thức phục vụ tự chọn, nơi thức ăn được bày sẵn trên các quầy theo nhiều khu vực khác nhau và khách mời tự do đi lại, lựa chọn món theo sở thích. Thực đơn buffet rất đa dạng, có thể chia theo các khu vực khai vị, súp, món chính Âu hoặc Á, tráng miệng, trái cây và đồ uống. Hình thức này có thể tổ chức dưới dạng tiệc

đứng hoặc tiệc ngồi, tùy theo bố trí không gian của khách sạn. Giáo trình xác định tiệc buffet phù hợp với tiệc cưới thân mật, nơi mục đích giao lưu và kết nối giữa khách mời được đặt lên cao hơn tính trang trọng của nghi thức. Ưu điểm của hình thức này là linh hoạt và đa dạng thực đơn, tạo không khí sôi động và nhiều cơ hội tương tác, đồng thời tiết kiệm thời gian chờ đợi cho khách.

Tiệc cocktail (Cocktail Reception) là hình thức tiệc đứng, nhẹ nhàng, tập trung vào đồ uống và các món ăn nhỏ gọn, dễ cầm bằng tay như finger food, canapés. Không gian thường được bố trí với một số bàn cao để khách đặt ly và trò chuyện, mục đích chính là tạo cơ hội giao lưu và kết nối. Trong bối cảnh tiệc cưới tại khách sạn, hình thức cocktail thường không đóng vai trò là tiệc chính mà được tổ chức như phần đón khách trước tiệc chính (pre-dinner cocktail), với thời gian khoảng một đến hai tiếng.

1.2.4. Đặc điểm của dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn

Dịch vụ tiệc cưới được xác định là một trong những loại hình tiệc có mức độ phức tạp cao nhất trong hoạt động kinh doanh khách sạn. Khác với các loại tiệc thông thường, tiệc cưới không chỉ đơn thuần là hoạt động cung cấp dịch vụ ăn uống mà còn là một sự kiện tích hợp đồng thời nhiều yếu tố nghi lễ, cảm xúc và hậu cần, đòi hỏi đội ngũ vận hành phải đáp ứng các yêu cầu đặc thù ở mức độ chi tiết và chuyên biệt cao hơn so với tiệc công ty hay các sự kiện nội bộ. Theo tác giả Nguyễn Xuân Vinh (2024), dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn mang những đặc điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, tính cá nhân hóa cao. Mỗi sự kiện tiệc cưới phản ánh câu chuyện, phong cách và mong muốn riêng biệt của từng cặp đôi. Do đó, toàn bộ các yếu tố cấu thành buổi tiệc bao gồm trang trí không gian, cơ cấu thực đơn, âm nhạc và kịch bản chương trình đều phải được thiết kế và điều chỉnh riêng cho từng sự kiện, thay vì áp dụng một quy trình chuẩn thống nhất. Đặc điểm này đặt ra yêu cầu cao đối với năng lực tư vấn, lắng nghe và đáp ứng linh hoạt của đội ngũ quản lý tiệc ngay từ giai đoạn tiền sự kiện.

Thứ hai, tính tích hợp giữa dịch vụ ẩm thực và nghi lễ. Đây là thách thức vận hành đặc trưng và phức tạp nhất của tiệc cưới. Kịch bản phục vụ ẩm thực phải được tích hợp liền mạch với kịch bản chương trình nghi lễ do MC điều phối, tạo ra một trải nghiệm liên tục và đồng bộ, trong đó các hoạt động phục vụ và các nghi lễ bổ trợ lẫn nhau. Để đảm bảo tính đồng bộ này, trưởng ca tiệc và MC phải phối hợp xây dựng kịch bản tích hợp chi tiết đến từng phút trước ngày diễn ra sự kiện.

Thứ ba, yêu cầu phối hợp đa nhà cung cấp. Không giống các loại tiệc khác, tiệc cưới thường liên quan đến sự tham gia đồng thời của nhiều đơn vị cung cấp dịch vụ độc lập do chủ tiệc tự thuê riêng, bao gồm Wedding Planner, MC, nhiếp ảnh gia, quay phim, ban nhạc, DJ và vũ đoàn. Khách sạn với tư cách là đơn vị chủ trì không gian và dịch vụ ăn uống phải đảm nhận vai trò điều phối và tạo điều kiện để tất cả các bên vận hành nhịp nhàng. Sự phối hợp thiếu chặt chẽ giữa các nhà cung cấp có nguy cơ trực tiếp làm gián đoạn dòng chảy chương trình và ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng tổng thể của sự kiện.

Thứ tư, mức độ nhạy cảm cảm xúc cao. Tiệc cưới mang ý nghĩa đặc biệt đối với gia đình hai bên, là dấu mốc quan trọng không thể lặp lại trong cuộc sống cá nhân. Điều này tạo ra áp lực tâm lý và cảm xúc đặc thù trong quá trình vận hành, đòi hỏi đội ngũ nhân viên phải thể hiện sự tinh tế, kiên nhẫn và thấu hiểu trong từng tình huống giao tiếp, kể cả khi phải xử lý các yêu cầu phát sinh ngoài kế hoạch từ phía gia đình. Đây là năng lực vượt ra ngoài kỹ năng nghiệp vụ thuần túy, thuộc về phạm trù thái độ và trí tuệ cảm xúc của nhân viên phục vụ.

Thứ năm, tính phức tạp trong quản lý hậu cần. Ngoài hoạt động cung cấp ẩm thực, tiệc cưới còn phát sinh nhiều hạng mục hậu cần đặc thù không xuất hiện ở các loại tiệc thông thường, bao gồm khu vực trưng bày album ảnh, bàn ký tên, thùng tiếp nhận phong bì mừng, bánh cưới và quà tặng khách mời. Toàn bộ các hạng mục này cần được bố trí hợp lý, quản lý an toàn và phân công trách nhiệm rõ ràng, đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng từ giai đoạn lập kế hoạch.

Thứ sáu, tính cam kết pháp lý thông qua hợp đồng. Toàn bộ nội dung dịch vụ tiệc cưới được xác lập thông qua hợp đồng chính thức, phổ biến nhất là Banquet Event Order (BEO) hoặc Sales and Catering Contract. Văn bản này quy định chi tiết các điều khoản về thời gian, địa điểm, bố trí không gian, thực đơn, số lượng khách, mức giá, dịch vụ bổ sung, điều khoản thanh toán và điều kiện hủy bỏ. Hợp đồng vừa là cơ sở pháp lý ràng buộc quyền lợi và trách nhiệm của hai bên, vừa là tài liệu vận hành nền tảng để toàn bộ đội ngũ căn cứ thực thi trong suốt quá trình chuẩn bị và tổ chức sự kiện.

1.2.5. Vai trò về dịch vụ tiệc cưới trong kinh doanh khách sạn

Hoạt động kinh doanh tiệc nói chung và dịch vụ tiệc cưới nói riêng không đơn thuần là một bộ phận của dịch vụ ẩm thực mà còn đóng vai trò như một động lực tăng trưởng chiến lược, góp phần tạo dựng hình ảnh, nâng cao năng lực cạnh tranh và tăng

doanh thu bền vững cho khách sạn. Theo *Giáo trình Quản trị tiệc* của tác giả Nguyễn Xuân Vinh, dịch vụ tiệc cưới thực hiện những vai trò cơ bản sau:

Vai trò tạo nguồn thu và gia tăng lợi nhuận, nhờ tính chất phục vụ tập trung với quy mô lớn và đặc điểm tổ chức được xác định trước, mức giá trên mỗi suất ăn tiệc thường cao hơn đáng kể so với hình thức phục vụ gọi món (à la carte). Giáo trình dẫn chứng cụ thể: một bữa tiệc cưới với 250 khách, mức giá trung bình 900.000 VNĐ mỗi người, có thể tạo ra doanh thu 225 triệu VNĐ chỉ trong vài giờ đồng hồ. Bên cạnh nguồn thu từ ẩm thực, các khoản thu bổ trợ từ thuê không gian, hệ thống âm thanh ánh sáng, trang trí sự kiện và hỗ trợ tổ chức chương trình cũng góp phần gia tăng đáng kể tổng giá trị doanh thu trên mỗi sự kiện. Thống kê tại nhiều khách sạn cho thấy doanh thu từ bộ phận tiệc có thể chiếm từ 25 đến 35% tổng doanh thu dịch vụ ẩm thực.

Vai trò tối ưu hóa hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất, đối với các khách sạn đã sở hữu sẵn không gian tổ chức sự kiện như phòng hội nghị hay ballroom, cùng hệ thống bếp và trang thiết bị cơ bản, chi phí đầu tư bổ sung cho hoạt động kinh doanh tiệc tương đối thấp so với tiềm năng doanh thu mà bộ phận này mang lại. Khoản đầu tư bổ sung chủ yếu tập trung vào dụng cụ chuyên dụng phục vụ số lượng lớn, đồ vải và đào tạo nhân sự chuyên trách, trong khi toàn bộ không gian hiện hữu được khai thác tối đa công suất. Điều này giúp nâng cao chỉ số sử dụng tài sản cố định và tối ưu chi phí cơ hội của toàn bộ khách sạn.

Vai trò kiểm soát chi phí và nâng cao hiệu quả tài chính, cơ chế xác định trước thực đơn, số lượng khách và các yêu cầu dịch vụ ngay từ giai đoạn ký kết hợp đồng tạo điều kiện để bộ phận tiệc lập kế hoạch dự toán chính xác, tối ưu hóa thu mua nguyên liệu theo khối lượng lớn và bố trí nhân sự phù hợp với quy mô thực tế của từng sự kiện. Bộ phận tiệc cưới thường xây dựng các gói thực đơn với mức giá cố định dựa trên dự toán chi phí chi tiết và biên lợi nhuận mục tiêu, giúp quy trình báo giá trở nên nhanh chóng, nhất quán và minh bạch với khách hàng, đồng thời giảm thiểu rủi ro phát sinh chi phí ngoài dự kiến.

Vai trò đảm bảo tính ổn định doanh thu thông qua cơ chế hợp đồng, toàn bộ dịch vụ tiệc cưới được xác lập thông qua hợp đồng chính thức, phổ biến nhất là Banquet Event Order (BEO) hoặc Sales and Catering Contract. Việc yêu cầu khách hàng đặt cọc một phần hoặc toàn bộ chi phí trước khi tổ chức không chỉ giúp khách sạn đảm bảo

nguồn doanh thu có thể dự báo trước mà còn thể hiện sự cam kết chắc chắn từ phía khách hàng, hạn chế rủi ro hủy tiệc đột ngột hoặc thay đổi yêu cầu ngoài dự kiến. Đặc điểm này giúp dịch vụ tiệc cưới trở thành một nguồn thu có tính ổn định cao, có khả năng cân bằng doanh thu trong những giai đoạn thấp điểm của bộ phận lưu trú và nhà hàng thông thường.

Vai trò quảng bá thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng, mỗi sự kiện tiệc cưới được tổ chức thành công là cơ hội quảng bá trực tiếp hình ảnh thương hiệu, chất lượng dịch vụ và giá trị ẩm thực của khách sạn đến toàn bộ khách mời tham dự. Những vị khách này chính là tệp khách hàng tiềm năng cho nhiều loại hình dịch vụ khác của khách sạn, từ lưu trú, nhà hàng đến các sự kiện trong tương lai. Trải nghiệm tích cực tại sự kiện bao gồm không gian sang trọng, chất lượng ẩm thực và quy trình tổ chức chuyên nghiệp sẽ kích thích hành vi quay lại sử dụng dịch vụ và giới thiệu đến người thân, bạn bè. Đặc biệt trong bối cảnh truyền thông mạng xã hội hiện nay, những hình ảnh và đánh giá tích cực từ các buổi tiệc cưới có khả năng lan tỏa rộng rãi, từ đó củng cố danh tiếng thương hiệu và gia tăng lợi thế cạnh tranh cho khách sạn.

1.3. Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ tiệc cưới trong kinh doanh khách sạn

1.3.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Khái niệm chất lượng dịch vụ

Theo Asubonteng và cộng sự (1996), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng đối với dịch vụ trước khi trải nghiệm dịch vụ và nhận thức của họ về dịch vụ sau khi đã nhận. Theo Zeithaml (2000), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là sự đánh giá của khách hàng về tính ưu việt hay sự vượt trội của dịch vụ một cách tổng thể. Đây là kết quả của quá trình so sánh giữa những gì khách hàng cảm nhận về dịch vụ trong quá trình sử dụng với những kỳ vọng của họ về dịch vụ đó trước khi sử dụng. Eshghi và các cộng sự (2008) lại cho rằng, chất lượng dịch vụ là việc đánh giá tổng thể về một dịch vụ của khách hàng. Còn theo quan điểm của Philip Kotler và cộng sự (2005), chất lượng dịch vụ được định nghĩa là khả năng của một dịch vụ bao gồm độ bền tổng thể, độ tin cậy, độ chính xác, sự dễ vận hành, dễ sửa chữa và các thuộc tính có giá trị khác để thực hiện các chức năng của nó.

Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2018), chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa. Nó là một phạm trù mang tính tương

đối và chủ quan. Do những đặc điểm của bản thân dịch vụ mà người ta có thể đưa ra khái niệm chất lượng dịch vụ theo những cách khác nhau, nhưng nhìn chung các tác giả thường đứng trên quan điểm của người tiêu dùng dịch vụ: tức là chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào những sự cảm nhận của khách hàng. Ví dụ:

- Khái niệm chất lượng dịch vụ được cảm nhận (perceived service quality) là kết quả của một quá trình đánh giá dựa trên các tính chất bên ngoài (extrinsic) của sản phẩm dịch vụ. Vì người tiêu dùng không thể kiểm tra được chất lượng sản phẩm trước khi mua và họ cũng ít khi có đầy đủ thông tin về các đặc tính căn bản của sản phẩm dịch vụ, cho nên họ có khuynh hướng sử dụng các cảm giác cảm nhận được trong khi tiêu dùng dịch vụ để đánh giá chất lượng như: hình thức bên ngoài và thái độ của nhân viên phục vụ trực tiếp, vẻ bên ngoài của cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, v.v...

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "tìm thấy" (search service quality) là những tính năng quan trọng của dịch vụ có thể cho phép khách hàng "tìm thấy", hay sờ hoặc nhìn được, như nhiệt độ nước và nhiệt độ không khí luôn giữ ở mức thích hợp của một bể bơi để giúp khách hàng không cảm thấy lạnh về mùa đông. Việc đảm bảo nước trong bể bơi được làm sạch và thay thường xuyên để không thấy đục hoặc có mùi khó chịu v.v...

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "trải nghiệm" (experience service quality) là chất lượng mà khách hàng chỉ có thể đánh giá được sau khi đã sử dụng dịch vụ, hoặc đã tiếp xúc với những nhân viên phục vụ trực tiếp, tức là sau khi đã có sự trải nghiệm nhất định về việc cung cấp dịch vụ của một doanh nghiệp.

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "tin tưởng" (credence service quality) đó là chất lượng của sản phẩm mà khách hàng phải dựa trên khả năng, uy tín, tiếng tăm của nhà cung cấp sản phẩm để đánh giá. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ càng có uy tín, danh tiếng tốt trên thị trường thì người tiêu dùng sẽ có xu hướng tin tưởng vào chất lượng dịch vụ của họ hơn.

Trong phạm vi của khóa luận, chất lượng dịch vụ được hiểu là sự đánh giá của khách hàng về mức độ đáp ứng của sản phẩm dịch vụ so với mong đợi của họ, được thể hiện thông qua sự chênh lệch giữa những mong muốn, kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận thực tế của họ sau khi đã trải nghiệm dịch vụ đó. Một dịch vụ được coi là có chất lượng tốt khi nó không chỉ đáp ứng đầy đủ các yêu cầu cơ

bản đã định trước mà còn mang đến những trải nghiệm vượt trội, tạo ra sự hài lòng và thỏa mãn cho người sử dụng dịch vụ.

Khái niệm chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Chất lượng dịch vụ tiệc cưới được hiểu là sự đánh giá của khách hàng về mức độ đáp ứng của toàn bộ dịch vụ tiệc cưới so với mong đợi của họ, được thể hiện thông qua sự chênh lệch giữa những kỳ vọng hình thành trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận thực tế sau khi đã trải nghiệm toàn bộ sự kiện. Trong bối cảnh tiệc cưới, kỳ vọng của khách hàng được hình thành từ rất sớm, ngay từ giai đoạn tư vấn, ký kết hợp đồng và xuyên suốt quá trình chuẩn bị, do đó khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế không chỉ được đánh giá tại thời điểm diễn ra buổi tiệc mà còn tích lũy qua toàn bộ vòng đời dịch vụ.

Đặc thù của tiệc cưới là sự kiện mang tính cá nhân sâu sắc, không thể lặp lại và gắn liền với cảm xúc trọng đại của cả gia đình hai bên, khiến tiêu chuẩn đánh giá chất lượng của khách hàng thường cao hơn và khắt khe hơn so với các loại dịch vụ thông thường. Một dịch vụ tiệc cưới được xem là có chất lượng tốt khi không chỉ thực hiện đầy đủ và chính xác các cam kết đã ghi trong hợp đồng về thực đơn, trang trí, nhân sự và chương trình nghi lễ, mà còn mang đến những trải nghiệm vượt ngoài mong đợi, tạo ra sự hài lòng toàn diện cho cả chủ tiệc lẫn khách mời tham dự, và để lại ấn tượng tốt đẹp, lâu dài trong ký ức của những người có mặt trong ngày trọng đại đó.

1.3.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Theo tác giả Lê Thái Phụng (2024), chất lượng dịch vụ mang những đặc điểm cơ bản bao gồm tính chủ quan và không đồng nhất, tính tổng hợp giữa các khía cạnh hữu hình và vô hình, sự đồng tạo giá trị của khách hàng và khó khăn trong đánh giá cũng như kiểm soát chất lượng. Vận dụng vào bối cảnh đặc thù của dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn, các đặc điểm này được thể hiện cụ thể như sau:

Tính chủ quan và không đồng nhất. Chất lượng dịch vụ tiệc cưới mang tính chủ quan cao bởi mỗi khách hàng là một cá thể độc lập với quan điểm, kỳ vọng và trải nghiệm khác nhau. Trong một buổi tiệc cưới, đối tượng đánh giá chất lượng dịch vụ không chỉ là chủ tiệc mà còn bao gồm toàn bộ khách mời tham dự, mỗi người mang theo những tiêu chuẩn và kỳ vọng riêng biệt. Chủ tiệc có xu hướng đánh giá chất lượng dựa

trên mức độ thực hiện đúng các cam kết trong hợp đồng, sự đồng hành của đội ngũ tư vấn trong giai đoạn chuẩn bị và tính chuyên nghiệp của toàn bộ quy trình tổ chức. Trong khi đó, khách mời lại hình thành cảm nhận chủ yếu qua chất lượng món ăn, thái độ phục vụ của nhân viên và không khí tổng thể của hội trường. Sự khác biệt về văn hóa, thói quen ẩm thực và kỳ vọng cá nhân của từng nhóm khách mời càng làm cho tiêu chuẩn đánh giá trở nên đa dạng và khó thống nhất.

Tính tổng hợp giữa các khía cạnh hữu hình và vô hình. Chất lượng dịch vụ tiệc cưới không thể được đánh giá qua một yếu tố đơn lẻ mà là sự tổng hòa của nhiều thành phần hữu hình và vô hình cùng tác động đến trải nghiệm của khách hàng. Các yếu tố hữu hình bao gồm không gian hội trường, hệ thống âm thanh ánh sáng, trang trí chủ đề, dụng cụ ăn uống và đồng phục nhân viên là những gì khách hàng tiếp xúc và cảm nhận ngay từ khoảnh khắc đầu tiên bước vào, tạo nên ấn tượng ban đầu và hình thành kỳ vọng về toàn bộ buổi tiệc. Tuy nhiên, các yếu tố vô hình như thái độ phục vụ, sự tinh tế trong giao tiếp, khả năng xử lý tình huống phát sinh và độ nhạy cảm cảm xúc của đội ngũ nhân viên mới là những nhân tố có tác động sâu sắc và lâu dài đến cảm nhận tổng thể của khách hàng.

Sự đồng tạo giá trị của khách hàng. Trong dịch vụ tiệc cưới, khách hàng không đóng vai trò thụ động mà tham gia tích cực vào quá trình tạo ra chất lượng dịch vụ ngay từ giai đoạn đầu tiên. Chủ tiệc cùng với đội ngũ tư vấn của khách sạn cộng tác để xác định thực đơn, thiết kế không gian, xây dựng kịch bản chương trình và lựa chọn các dịch vụ bổ trợ phù hợp. Mức độ rõ ràng và đầy đủ trong việc cung cấp thông tin, yêu cầu và phản hồi của chủ tiệc trong giai đoạn chuẩn bị ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng đáp ứng của khách sạn và chất lượng tổng thể của sự kiện. Một chủ tiệc phối hợp chặt chẽ, thông tin cụ thể và phản hồi kịp thời sẽ tạo điều kiện thuận lợi để đội ngũ vận hành chuẩn bị chính xác và đầy đủ hơn, từ đó nâng cao khả năng tạo ra trải nghiệm như kỳ vọng.

Khó khăn trong đánh giá và kiểm soát chất lượng. Dịch vụ tiệc cưới mang tính vô hình cao ở nhiều khía cạnh như cảm xúc không khí, thái độ phục vụ và sự phối hợp nghi lễ, khiến cho việc đo lường và đánh giá chất lượng một cách khách quan trở nên phức tạp hơn so với các sản phẩm hữu hình. Đặc biệt, tiệc cưới là sự kiện có tính chất không thể lặp lại, nghĩa là mọi sai sót xảy ra trong quá trình vận hành đều không thể khắc phục

ngay lập tức mà chỉ có thể xử lý tình huống để giảm thiểu tác động tiêu cực. Không như sản phẩm hàng hóa có thể được kiểm tra chất lượng trước khi đến tay người tiêu dùng, chất lượng dịch vụ tiệc cưới chỉ được khách hàng đánh giá sau khi toàn bộ sự kiện đã diễn ra, khiến cho việc phát hiện và khắc phục vấn đề thường chỉ thực hiện được ở các sự kiện tiếp theo chứ không phải ngay trong sự kiện hiện tại.

1.3.3. Phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

Để khảo sát và đánh giá chính xác mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tiệc cưới, có thể áp dụng hai phương pháp chính sau đây.

Phương pháp trực tiếp là phương pháp thu thập thông tin thông qua sự tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, bao gồm khảo sát bằng bảng hỏi, phỏng vấn trực tiếp, trao đổi qua điện thoại hoặc gửi phiếu khảo sát qua email. Ưu điểm nổi bật của phương pháp này là khả năng đo lường và đánh giá trực tiếp mức độ hài lòng của khách hàng, ngay cả khi dữ liệu thu thập chịu sự tác động của các yếu tố môi trường xung quanh. Bên cạnh đó, phương pháp trực tiếp có chi phí triển khai tương đối thấp, được ứng dụng rộng rãi trong thực tiễn nghiên cứu và đồng thời góp phần gia tăng tính tương tác giữa doanh nghiệp với khách hàng. Đây cũng là phương pháp được lựa chọn để triển khai trong nghiên cứu này thông qua hình thức khảo sát bằng bảng hỏi và phỏng vấn sâu.

Phương pháp gián tiếp là phương pháp trong đó doanh nghiệp quan sát và phân tích hành vi thực tế của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ, mà không có sự tiếp xúc hay thông báo trực tiếp với đối tượng được nghiên cứu. Ưu điểm của phương pháp này là dữ liệu thu thập được mang tính khách quan và tự nhiên hơn, do khách hàng không ý thức được rằng mình đang là đối tượng quan sát nghiên cứu, từ đó hành vi và phản ứng của họ phản ánh trung thực hơn cảm nhận thực tế. Tuy nhiên, do chi phí triển khai cao và đòi hỏi nguồn lực lớn, phương pháp này chỉ phù hợp để áp dụng trong phạm vi hạn chế và thường được sử dụng như một công cụ bổ trợ cho phương pháp trực tiếp.

1.3.4. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

1.3.4.1. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

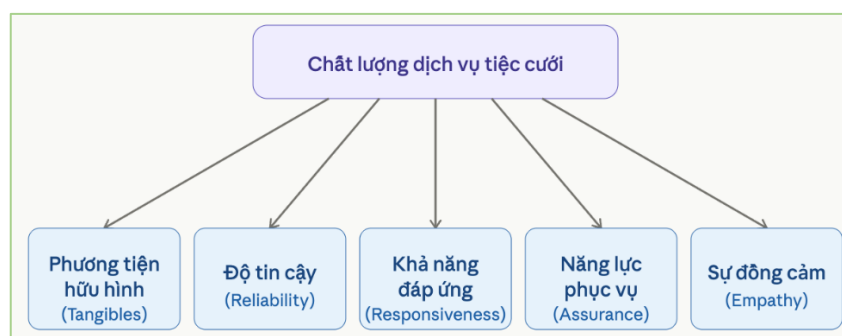
Trong nghiên cứu về chất lượng dịch vụ, việc lựa chọn mô hình đo lường phù hợp đóng vai trò quan trọng trong việc xác định đúng các thành phần cấu thành chất lượng và từ đó đề xuất các giải pháp cải tiến có cơ sở khoa học. Đối với lĩnh vực dịch vụ khách

sạn nhà hàng, mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) là một trong những công cụ được ứng dụng rộng rãi nhất. Mô hình này đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng trên năm thành phần: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ và sự đồng cảm. Tuy nhiên, trong bối cảnh nghiên cứu về dịch vụ tiệc cưới, việc đo lường song song cả kỳ vọng lẫn cảm nhận trên cùng một bảng hỏi gặp không ít hạn chế. Kỳ vọng của chủ tiệc và khách mời mang tính chủ quan cao và có sự khác biệt lớn giữa các nhóm đối tượng, trong khi cảm xúc hậu sự kiện có thể làm sai lệch cách khách hàng nhớ lại kỳ vọng ban đầu của mình, dẫn đến kết quả đo lường thiếu chính xác.

Để khắc phục hạn chế đó, Cronin và Taylor (1992) đã phát triển mô hình SERVPERF như một cải tiến thực tiễn của SERVQUAL. Khác biệt cốt lõi của SERVPERF là chỉ tập trung đo lường cảm nhận thực tế của khách hàng về chất lượng dịch vụ, không yêu cầu đo lường kỳ vọng, từ đó phản ánh trực tiếp chất lượng dịch vụ thực tế mà khách hàng trải nghiệm. Mô hình vẫn giữ nguyên năm thành phần chất lượng dịch vụ của SERVQUAL nhưng rút gọn bảng hỏi, giúp tăng độ tin cậy và tính khả thi trong triển khai thực địa, đặc biệt phù hợp với bối cảnh tiếp cận khách hàng trong khuôn khổ sự kiện có thời gian hạn chế như tiệc cưới.

Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận thực tế

Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã khẳng định SERVPERF có khả năng đo lường chất lượng dịch vụ và giải thích sự hài lòng của khách hàng tốt hơn SERVQUAL trong lĩnh vực nhà hàng khách sạn, nơi trải nghiệm thực tế đóng vai trò quyết định. Cụ thể, mô hình SERVPERF xác định năm thành phần cơ bản để đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới như sau:



Hình 1.1. Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới

(Nguồn: Cronin và Taylor, 1992)

Phương tiện hữu hình (Tangibles) phản ánh toàn bộ các yếu tố vật chất mà khách hàng có thể trực tiếp quan sát và cảm nhận. Trong dịch vụ tiệc cưới, thành phần này bao gồm chất lượng trang trí hội trường, hệ thống âm thanh và ánh sáng, sự bài trí bàn tiệc, trang phục và ngoại hình của đội ngũ nhân viên. Đây là những yếu tố tạo ấn tượng đầu tiên ngay khi khách mời bước vào không gian sự kiện, định hình cảm nhận ban đầu về đẳng cấp và chất lượng tổng thể của buổi tiệc.

Độ tin cậy (Reliability) là khả năng thực hiện dịch vụ một cách chính xác, nhất quán và đúng như các cam kết đã được xác lập trong hợp đồng. Trong dịch vụ tiệc cưới, thành phần này thể hiện qua việc khách sạn tổ chức đúng kịch bản chương trình, phục vụ đúng thực đơn đã thỏa thuận, đảm bảo chất lượng món ăn đồng đều từ đầu đến cuối buổi tiệc và xử lý kịp thời các tình huống phát sinh mà không ảnh hưởng đến dòng chảy của sự kiện.

Khả năng đáp ứng (Responsiveness) thể hiện sự sẵn sàng, chủ động và nhanh chóng của đội ngũ nhân viên trong việc hỗ trợ khách hàng. Trong dịch vụ tiệc cưới, thành phần này được biểu hiện qua việc nhân viên phục vụ kịp thời, chủ động quan sát và đáp ứng nhu cầu của khách, cũng như khả năng ứng xử linh hoạt trước các yêu cầu phát sinh từ phía gia đình hoặc khách mời trong suốt buổi tiệc.

Năng lực phục vụ (Assurance) phản ánh trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và thái độ của nhân viên, qua đó tạo dựng sự tin tưởng và an tâm cho khách hàng. Trong bối cảnh tiệc cưới, thành phần này thể hiện qua sự thuần thục trong kỹ thuật phục vụ tại bàn, khả năng phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận và các nhà cung cấp dịch vụ bên ngoài, cũng như thái độ lịch sự và chuyên nghiệp trong mọi tình huống giao tiếp.

Sự đồng cảm (Empathy) thể hiện mức độ quan tâm, thấu hiểu và chăm sóc cá nhân hóa mà khách sạn dành cho khách hàng. Đây là thành phần có ý nghĩa đặc biệt trong dịch vụ tiệc cưới bởi tính cảm xúc và tính cá nhân hóa cao của sự kiện. Sự đồng cảm được biểu hiện qua việc nhân viên tinh tế trong từng tương tác, quan tâm đến nhu cầu riêng của cô dâu chú rể và gia đình hai bên, cũng như chủ động hỗ trợ các nhóm khách đặc biệt trong suốt buổi tiệc.

Mô hình SERVPERF với năm thành phần chất lượng dịch vụ được lựa chọn làm khung lý thuyết chủ đạo trong nghiên cứu này để đo lường và đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding and Convention Center. Việc áp dụng mô

hình này giúp xác định chính xác các thành phần chất lượng còn hạn chế trong thực tiễn vận hành, từ đó là cơ sở khoa học để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ trong các phần tiếp theo của nghiên cứu.

1.3.4.2. Xây dựng tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

Kế thừa mô hình nghiên cứu SERVPERF của Cronin và Taylor (1992), nghiên cứu của tác giả Lê Thái Phụng (2024), tác giả đã điều chỉnh lại nội dung các tiêu chí phù hợp để đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn như sau:

Bảng 1.1. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

STT	Tiêu chí đánh giá	Mã hóa
I. Phương tiện hữu hình (HH)		
1	Khách sạn có hệ thống trang thiết bị hội trường hiện đại (màn hình LED, âm thanh, ánh sáng)	HH1
2	Không gian hội trường sạch sẽ, thoáng mát, nhà vệ sinh tiện nghi	HH2
3	Không gian hội trường được trang trí đẹp mắt, sang trọng và phù hợp với không khí tiệc cưới	HH3
4	Không gian trang trí hội trường mang bản sắc riêng, thể hiện phong cách của cặp đôi	HH4
5	Nhân viên phục vụ có trang phục gọn gàng, đồng bộ và thể hiện sự chuyên nghiệp	HH5
6	Bàn tiệc và các dụng cụ ăn uống được sắp xếp gọn gàng, sạch sẽ và thẩm mỹ.	HH6
II. Độ tin cậy (TC)		
7	Chương trình tiệc cưới diễn ra đúng giờ và theo trình tự hợp lý	TC1
8	Các món ăn và đồ uống được phục vụ đầy đủ theo thực đơn	TC2
9	Chất lượng món ăn và đồ uống được duy trì ổn định từ đầu đến cuối buổi tiệc.	TC3
10	Các hoạt động trong buổi tiệc (nghỉ lễ, phục vụ, chương trình) diễn ra đúng như mong đợi của khách mời	TC4
III. Năng lực phục vụ (NL)		
11	Nhân viên phục vụ món ăn và đồ uống nhanh chóng, không để khách phải chờ lâu	NL1

STT	Tiêu chí đánh giá	Mã hóa
12	Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách mời có yêu cầu	NL2
13	Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách nhanh chóng và hiệu quả	NL3
14	Quá trình phục vụ trong buổi tiệc diễn ra trôi chảy và không bị gián đoạn.	NL4
IV. Sự đảm bảo (DB)		
15	Nhân viên phục vụ có thái độ lịch sự và tạo cảm giác tin tưởng cho khách mời	DB1
16	Khách mời cảm thấy an tâm về vệ sinh an toàn thực phẩm trong buổi tiệc	DB2
17	Nhân viên có thể giải đáp rõ ràng các thắc mắc của khách mời khi cần thiết	DB3
18	An ninh trong buổi tiệc được đảm bảo và khách mời cảm thấy yên tâm về tài sản cá nhân	DB4
V. Sự cảm thông (CT)		
19	Nhân viên phục vụ quan tâm và chú ý đến khách mời trong suốt buổi tiệc	CT1
20	Nhân viên phục vụ linh hoạt điều chỉnh cách phục vụ phù hợp với từng khách mời	CT2
21	Buổi tiệc cưới mang lại trải nghiệm đáng nhớ đối với khách mời	CT3

Ngoài góc nhìn của khách mời tham dự, chất lượng dịch vụ tiệc cưới còn được phản ánh qua trải nghiệm của chủ tiệc, đối tượng tiếp xúc trực tiếp với toàn bộ vòng đời dịch vụ từ giai đoạn đầu tiên đến sau khi sự kiện kết thúc. Khác với khách mời chỉ đánh giá trong phạm vi buổi tiệc, chủ tiệc có khả năng đánh giá toàn diện hơn trên nhiều khía cạnh mà khách mời không có cơ sở tiếp cận.

- Quá trình tư vấn và ký kết hợp đồng, bao gồm mức độ chuyên nghiệp, rõ ràng và minh bạch trong thông tin báo giá, điều khoản dịch vụ và các cam kết thực hiện.

- Công tác chuẩn bị trước sự kiện, thể hiện qua sự đồng hành và hỗ trợ của đội ngũ khách sạn trong quá trình lên kế hoạch, tổng duyệt và xử lý các yêu cầu cá nhân hóa của cặp đôi.

- Mức độ thực hiện đúng hợp đồng, tức là khả năng khách sạn triển khai đầy đủ và chính xác các nội dung đã cam kết về thực đơn, trang trí, nhân sự và kịch bản chương trình.

- Khả năng bảo mật thông tin và bảo quản tài sản, đặc biệt là việc quản lý phong bì mừng, quà tặng và các tài sản có giá trị trong suốt buổi tiệc.

- Sự quan tâm và chăm sóc sau sự kiện, thể hiện qua việc khách sạn chủ động liên hệ hỏi thăm, thu thập phản hồi và trân trọng cặp đôi sau khi buổi tiệc kết thúc.

Do số lượng chủ tiệc tại một địa điểm trong khoảng thời gian nghiên cứu có hạn, không đủ điều kiện để thu thập mẫu định lượng đạt yêu cầu thống kê, nghiên cứu này sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu để thu thập ý kiến từ nhóm đối tượng này. Phương pháp định tính không đòi hỏi cỡ mẫu lớn nhưng lại có khả năng khai thác chiều sâu trải nghiệm, lý giải và bổ sung cho các kết quả định lượng thu được từ khảo sát khách mời, từ đó tạo nên một bức tranh toàn diện hơn về chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

1.3.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn

Chất lượng dịch vụ tiệc cưới là kết quả của một quá trình đánh giá phức tạp, trong đó khách hàng so sánh giữa kỳ vọng ban đầu và trải nghiệm thực tế sau khi sử dụng dịch vụ. Đối với dịch vụ tiệc cưới trong khách sạn, chất lượng chịu tác động đồng thời của nhiều nhóm nhân tố khác nhau, bao gồm chất lượng món ăn và đồ uống, cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ, đội ngũ nhân viên phục vụ, quy trình phục vụ, công tác tổ chức và giám sát, Dựa trên cơ sở lý luận từ *Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch* (Lê Thái Phụng, 2024), các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại khách sạn có thể được hệ thống thành năm nhóm chính.

1.3.5.1. Chất lượng món ăn, đồ uống

Trong lĩnh vực dịch vụ tiệc cưới, khách hàng đến với khách sạn không chỉ để thỏa mãn nhu cầu ẩm thực đơn thuần mà còn để tìm kiếm những trải nghiệm mang lại cảm xúc sâu sắc trong một trong những ngày trọng đại nhất cuộc đời. Dưới góc độ hành vi tiêu dùng, sự hài lòng được hình thành từ khoảng cách giữa kỳ vọng ban đầu và trải nghiệm thực tế. Chính vì vậy, việc thấu hiểu và quản lý tốt các nhân tố cấu thành chất lượng dịch vụ tiệc cưới là điều kiện tiên quyết để khách sạn xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững.

Khi đánh giá chất lượng ẩm thực trong tiệc cưới, thực khách chú trọng đến các giá trị cảm quan bao gồm hương vị, mùi thơm, màu sắc và cách trình bày. Chất lượng món ăn cần được chuẩn hóa và duy trì ổn định từ đầu đến cuối buổi tiệc, bởi sự không đồng

đều giữa các bàn hoặc các thời điểm phục vụ sẽ tạo ra cảm nhận tiêu cực khó xóa bỏ. Tiệc cưới tại khách sạn mang trong mình giá trị vượt ra ngoài bữa ăn thông thường, trở thành không gian kết nối cảm xúc giữa gia đình và những người thân yêu. Một thực đơn được thiết kế tinh tế, kết hợp giữa ẩm thực đặc trưng và phong cách riêng của cặp đôi sẽ tạo nên dấu ấn khó quên, biến bữa tiệc thành trải nghiệm mang đậm bản sắc cá nhân.

Trong bối cảnh truyền thông mạng xã hội phát triển mạnh mẽ, an toàn thực phẩm không còn chỉ là nghĩa vụ pháp lý mà đã trở thành yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín thương hiệu của khách sạn. Toàn bộ quy trình từ lựa chọn nguyên liệu, bảo quản, chế biến đến phục vụ cần được kiểm soát chặt chẽ, thể hiện sự chuyên nghiệp và trách nhiệm của khách sạn trong một sự kiện mà bất kỳ sự cố nào cũng không thể chấp nhận được. Nhu cầu tổ chức tiệc cưới ngày càng đa dạng đòi hỏi khách sạn phải liên tục cá nhân hóa thực đơn để đáp ứng nhiều đối tượng khác nhau, kể cả các yêu cầu đặc biệt như ăn chay hay dị ứng thực phẩm. Đồ uống cũng cần đảm bảo sự đa dạng và hài hòa với từng món ăn. Tính nhất quán trong chất lượng là nền tảng xây dựng niềm tin, đồng thời khách sạn cần không ngừng cải tiến dựa trên phản hồi sau mỗi sự kiện.

1.3.5.2. Đội ngũ nhân viên phục vụ

Trong dịch vụ tiệc cưới, con người luôn là yếu tố tạo nên sự khác biệt mà không một công nghệ hay cơ sở vật chất nào có thể thay thế hoàn toàn. Nhân viên phục vụ là người trực tiếp tương tác với khách hàng, truyền tải giá trị của khách sạn và góp phần tạo nên trải nghiệm toàn diện cho toàn bộ khách mời. Thực tế cho thấy, dù không gian đẹp và món ăn ngon, một thái độ phục vụ thiếu chuyên nghiệp vẫn có thể để lại ấn tượng tiêu cực khó xóa bỏ trong một ngày trọng đại không thể lặp lại.

Kiến thức chuyên môn và kỹ năng nghiệp vụ là nền tảng tạo nên chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên. Nhân viên cần nắm vững thông tin về thực đơn, quy trình phục vụ theo đúng thứ tự, kỹ thuật rót rượu và phục vụ tại bàn, đồng thời hiểu biết về các yêu cầu ăn uống đặc biệt của khách mời. Riêng với tiệc cưới, nhân viên còn cần thuộc lòng kịch bản chương trình để phối hợp nhịp nhàng với MC và ban nhạc, đảm bảo dòng chảy của sự kiện không bị gián đoạn.

Thái độ và khả năng giao tiếp của nhân viên có tác động trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng trong suốt buổi tiệc. Sự nhiệt tình, niềm nở và luôn sẵn sàng hỗ trợ là những phẩm chất không thể thiếu, bởi đôi khi chỉ một nụ cười chân thành hay ánh mắt

quan tâm cũng đủ để tạo nên ấn tượng tốt đẹp. Đặc biệt trong tiệc cưới, nhân viên cần thể hiện sự tôn trọng đồng đều với tất cả khách mời, không phân biệt đối xử giữa bàn VIP và các bàn thông thường.

Độ nhạy cảm cảm xúc là phẩm chất đặc biệt quan trọng trong tiệc cưới mà ít loại hình dịch vụ nào đòi hỏi ở mức độ tương tự. Theo Nguyễn Xuân Vinh (2024), đây là ngày trọng đại và đầy cảm xúc của gia đình hai bên, do đó nhân viên cần có sự tinh tế, thấu hiểu và kiên nhẫn với những áp lực hoặc yêu cầu bất chợt phát sinh trong ngày tiệc. Một nhân viên thiếu nhạy cảm cảm xúc có thể vô tình gây ra tác động tiêu cực đến khoảnh khắc quan trọng của cô dâu, chú rể và gia đình dù kỹ năng nghiệp vụ hoàn toàn đạt chuẩn.

Khả năng xử lý tình huống linh hoạt là phẩm chất phân biệt một nhân viên phục vụ tiệc cưới xuất sắc. Trong thực tế vận hành, những sự cố phát sinh ngoài dự kiến là điều khó tránh khỏi. Cách đội ngũ xử lý những tình huống đó đôi khi còn quan trọng hơn việc không để xảy ra sự cố, bởi một vấn đề được giải quyết nhanh chóng và khéo léo hoàn toàn có thể giữ nguyên vẹn không khí buổi tiệc mà khách mời không hề hay biết. Vì vậy, nhân viên cần được đào tạo bài bản và trao quyền chủ động để ứng phó hiệu quả trong mọi tình huống.

1.3.5.3. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật là nhóm nhân tố hữu hình đầu tiên tác động đến nhận thức và cảm nhận của khách hàng trước khi bắt kỳ dịch vụ nào được cung cấp. Theo Lê Thái Phụng (2024), yếu tố hữu hình bao gồm toàn bộ những gì khách hàng có thể cảm nhận được bằng giác quan, từ cơ sở vật chất, trang thiết bị đến các yếu tố cảm quan như âm thanh, ánh sáng và mùi hương. Đối với dịch vụ tiệc cưới, đây là nhóm nhân tố có khả năng định hình kỳ vọng và tạo nền móng cho toàn bộ trải nghiệm tiếp theo của khách mời.

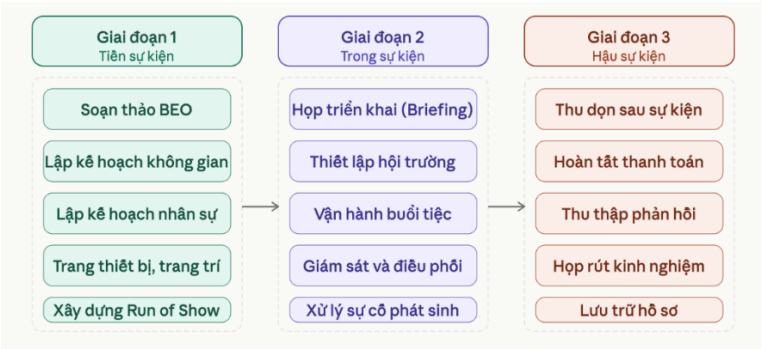
Vị trí, kiến trúc và thiết kế tổng thể của hội trường là những yếu tố đầu tiên khách hàng tiếp xúc và đánh giá. Một địa điểm có vị trí thuận lợi, dễ tiếp cận, bãi đỗ xe đủ rộng và thiết kế kiến trúc mang tính thẩm mỹ cao sẽ tạo ra ấn tượng tích cực ngay từ trước khi khách mời bước vào không gian tiệc. Đặc điểm này có ý nghĩa đặc biệt đối với tiệc cưới tại các khách sạn cao cấp, nơi không gian kiến trúc trở thành một phần của giá trị trải nghiệm tổng thể mà khách hàng sẵn sàng chi trả.

Không gian nội thất và các yếu tố cảm quan bên trong hội trường có tác động trực tiếp đến trạng thái tâm lý và cảm xúc của khách mời trong suốt buổi tiệc. Bố trí bàn tiệc hợp lý, hệ thống ánh sáng nghệ thuật, màu sắc trang trí đồng bộ, âm nhạc nền phù hợp và nhiệt độ phòng được kiểm soát tốt đều là những yếu tố cấu thành bầu không khí tổng thể. Sự hài hòa giữa các yếu tố này không chỉ tạo nên không khí lãng mạn đặc trưng của tiệc cưới mà còn phản ánh đẳng cấp và định vị thương hiệu của khách sạn trong phân khúc thị trường.

Hệ thống trang thiết bị kỹ thuật đóng vai trò then chốt trong việc đảm bảo chất lượng vận hành tiệc cưới. Nguyễn Xuân Vinh (2024) nhấn mạnh rằng hệ thống âm thanh, ánh sáng và màn hình LED phải hoạt động ổn định và đúng thời điểm, bởi mỗi nghi lễ trong tiệc cưới chỉ diễn ra một lần duy nhất và bất kỳ sự cố kỹ thuật nào cũng có thể gây ra hậu quả nghiêm trọng, ảnh hưởng trực tiếp đến khoảnh khắc trọng đại của cô dâu, chú rể và gia đình hai bên. Các tiện nghi phụ trợ thể hiện mức độ quan tâm và chu đáo của khách sạn đối với nhu cầu đặc thù của từng nhóm khách mời. Hệ thống phòng vệ sinh sạch sẽ và đầy đủ tiện nghi, phòng thay đồ riêng cho cô dâu chú rể, khu vực đón tiếp thoáng rộng và lối đi thuận tiện cho người cao tuổi đều là những yếu tố ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng cảm nhận tổng thể.

1.3.5.4. Quy trình phục vụ

Theo tác giả Nguyễn Xuân Vinh (2024), chất lượng dịch vụ tiệc cưới không chỉ được tạo ra trong ngày diễn ra sự kiện mà được hình thành xuyên suốt toàn bộ vòng đời dịch vụ, từ giai đoạn lập kế hoạch, triển khai thực thi đến kết thúc và đánh giá sau sự kiện. Quy trình phục vụ tiệc cưới tại khách sạn được hệ thống như sau:



Hình 1.2. Quy trình phục vụ tiệc

(Nguồn: Nguyễn Xuân Vinh, 2024)

Giai đoạn 1: Tiền sự kiện

Giai đoạn tiền sự kiện là nền tảng quyết định toàn bộ chất lượng vận hành của buổi tiệc cưới. Đây là giai đoạn đòi hỏi sự tỉ mỉ, khả năng tổ chức khoa học và sự phối hợp chặt chẽ giữa nhân viên điều phối tiệc với tất cả các bộ phận liên quan, bởi mọi sai sót trong khâu lập kế hoạch đều có thể dẫn đến những vấn đề nghiêm trọng trong quá trình vận hành sau này.

Soạn thảo BEO. Công việc khởi đầu và quan trọng nhất của giai đoạn tiền sự kiện là soạn thảo Lệnh tổ chức sự kiện (Banquet Event Order - BEO). Khác với hợp đồng là văn bản pháp lý, BEO là công cụ giao tiếp nội bộ cốt lõi đảm bảo mọi bộ phận đều nhận được cùng một thông tin và thực hiện đúng yêu cầu đã thỏa thuận. Nội dung BEO phải bao gồm đầy đủ thông tin chung về sự kiện, lịch trình chi tiết từng phút, thực đơn và các yêu cầu ẩm thực đặc biệt, sơ đồ bố trí mặt bằng, phân công nhân sự, thông tin thanh toán và thông tin liên hệ của các bên. BEO phải được phân phát đến tất cả trưởng bộ phận liên quan tối thiểu một tuần trước ngày tổ chức để mỗi bộ phận có đủ thời gian chuẩn bị.

Lập kế hoạch không gian. Dựa trên BEO đã được phê duyệt, người điều phối tiệc thiết kế sơ đồ mặt bằng chi tiết và lựa chọn loại bàn phù hợp. Với tiệc cưới tại Việt Nam, bàn tròn đường kính 1,8 mét cho 8 đến 10 khách là lựa chọn phổ biến nhất vì tối ưu không gian và tạo không khí thân mật. Các nguyên tắc bố trí bắt buộc phải tuân thủ gồm: các bàn hướng về sân khấu, đảm bảo đối xứng và cân bằng thị giác, tối ưu hóa tầm nhìn tránh các vật cản, và duy trì khoảng cách tối thiểu 1,5 mét giữa các bàn để tạo lối đi thuận tiện.

Lập kế hoạch nhân sự. Con người là yếu tố then chốt quyết định chất lượng dịch vụ, vì vậy kế hoạch nhân sự phải được xây dựng chính xác dựa trên quy mô và tính chất của sự kiện. Tiêu chuẩn tỷ lệ nhân sự cho tiệc cưới ngồi là một nhân viên phục vụ cho 15 đến 20 khách hoặc một nhân viên phụ trách hai bàn, một giám sát cho 10 đến 15 bàn, và một Bartender cho 75 đến 100 khách. Sau khi xác định số lượng, từng nhân viên phải được phân công cụ thể vị trí phụ trách, đảm bảo mọi khu vực đều có người chịu trách nhiệm và không có điểm bỏ trống trong quá trình phục vụ.

Lập kế hoạch trang thiết bị và trang trí. Toàn bộ trang thiết bị và dụng cụ cần thiết phải được kiểm kê qua checklist chi tiết, trong đó số lượng dụng cụ ăn uống được tính

đư từ 5 đến 10% so với số lượng khách thực tế để đảm bảo dự phòng trong trường hợp có sự cố vỡ, thiếu hụt. Toàn bộ dụng cụ phải được vệ sinh, lau bóng và kiểm tra chất lượng trước khi đưa vào sử dụng, không để lại bất kỳ vết ô hay dầu vân tay nào. Về trang trí, mọi yếu tố từ hoa tươi, đồ vải, ánh sáng đến phong nền sân khấu phải nhất quán với chủ đề đã thống nhất với khách hàng, tạo nên một không gian đồng bộ và mang dấu ấn riêng của cặp đôi.

Xây dựng Run of Show. Đây là bước cuối cùng và có tính tích hợp cao nhất của giai đoạn tiền sự kiện. Run of Show là kịch bản chi tiết đến từng phút trong ngày diễn ra sự kiện, không chỉ bao gồm hoạt động của MC và các nghi lễ mà còn phải tích hợp song song hoạt động của đội ngũ phục vụ, bếp và kỹ thuật để đảm bảo sự đồng bộ hoàn toàn. Ví dụ, khi MC giới thiệu món chính thì bếp phải sẵn sàng ra món, hệ thống âm thanh phải bật nhạc nền phù hợp, và đội phục vụ phải ở đúng vị trí chờ tín hiệu. Tài liệu này được sử dụng làm căn cứ chính trong buổi họp triển khai trước sự kiện (Pre-event Briefing) ở giai đoạn tiếp theo.

Giai đoạn 2: Trong sự kiện

Nếu giai đoạn tiền sự kiện là quá trình lập kế hoạch và chuẩn bị toàn diện thì giai đoạn trong sự kiện chính là quá trình triển khai thực thi, biến những kế hoạch thành trải nghiệm thực tế cho khách hàng. Theo Nguyễn Xuân Vinh (2024), đây là giai đoạn có tác động mạnh nhất đến cảm nhận chất lượng tổng thể bởi mọi sai sót xảy ra trong giai đoạn này đều không thể hoàn tác, đặc biệt trong bối cảnh tiệc cưới là sự kiện mang tính không thể lặp lại.

Họp triển khai trước sự kiện (Pre-event Briefing). Buổi họp triển khai được tổ chức khoảng 30 đến 60 phút trước giờ đón khách, đóng vai trò là bước chuyển tiếp cuối cùng giữa giai đoạn lập kế hoạch và giai đoạn thực thi. Đây là cơ hội để trưởng ca hoặc quản lý tiệc đảm bảo toàn bộ nhân viên nắm rõ kịch bản, được phân công vị trí cụ thể và thống nhất các tín hiệu phối hợp. Nội dung buổi họp bao gồm tổng quan sự kiện, phổ biến các thời điểm then chốt trong Run of Show, thông báo các yêu cầu ẩm thực đặc biệt của khách, kiểm tra phân công khu vực phụ trách và kiểm tra tác phong đồng phục toàn đội. Một buổi briefing được thực hiện bài bản giúp giảm thiểu tối đa sai sót trong vận hành và đảm bảo mọi nhân viên sẵn sàng ứng phó với các tình huống bất ngờ.

Thiết lập hội trường (Setup). Quy trình thiết lập hội trường là quá trình chuyển đổi không gian thực tế theo đúng kế hoạch tổng thể đã được phê duyệt, tạo ra ấn tượng thị giác đầu tiên cho toàn bộ khách mời khi bước vào không gian tiệc. Tiêu chuẩn kiểm tra lần cuối trước khi đón khách bao gồm: toàn bộ dụng cụ thủy tinh phải được lau bóng và úp đúng cách, khăn ăn gấp đúng kiểu quy định, dụng cụ ăn uống thẳng hàng không có vết ố hay dầu vân tay, hệ thống ánh sáng được điều chỉnh đúng thông số và nhiệt độ phòng được cài đặt ở mức phù hợp. Sự chính xác và chú ý đến từng chi tiết trong bước này thể hiện mức độ chuyên nghiệp của đội ngũ vận hành và góp phần định hình kỳ vọng tích cực của khách hàng ngay từ đầu buổi tiệc.

Vận hành buổi tiệc. Đây là bước trọng tâm của toàn bộ quy trình, trong đó đội ngũ phục vụ thực thi kịch bản đã được chuẩn bị một cách nhịp nhàng và chính xác. Toàn bộ hoạt động phục vụ ẩm thực phải được tích hợp liền mạch vào kịch bản nghi lễ do MC dẫn dắt, tạo ra một trải nghiệm liên tục không bị gián đoạn. Điều này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ không chỉ trong nội bộ đội ngũ phục vụ mà còn với các đối tác bên ngoài như nhiếp ảnh gia, ban nhạc và đơn vị trang trí. Cụ thể, khi cô dâu và chú rể tiến vào sân khấu, toàn bộ hoạt động phục vụ phải tạm dừng hoàn toàn để tập trung sự chú ý của khách mời vào nghi lễ, thể hiện sự tôn trọng và nhạy cảm cảm xúc của đội ngũ đối với khoảnh khắc quan trọng của sự kiện.

Giám sát và điều phối. Trong suốt buổi tiệc, trưởng ca giữ vai trò điều phối trung tâm, liên tục di chuyển trong sảnh để quan sát bao quát và là đầu mối kết nối thông tin giữa tất cả các bộ phận. Người giám sát phải chủ động theo dõi tiến độ dùng bữa tại các bàn để điều phối bộ phận bếp chuẩn bị món tiếp theo đúng thời điểm, đảm bảo món ăn được phục vụ đúng nhiệt độ và đúng lúc. Tiêu chuẩn hướng đến là phục vụ chủ động, trong đó nhân viên chủ động quan sát và đáp ứng nhu cầu của khách trước khi khách có yêu cầu, từ đó tạo ra trải nghiệm cá nhân hóa vượt ngoài kỳ vọng ban đầu.

Xử lý sự cố phát sinh. Trong thực tế vận hành, những tình huống ngoài dự kiến là điều khó tránh khỏi. Tiêu chuẩn xử lý sự cố trong tiệc cưới đòi hỏi phải nhanh chóng, kín đáo và không để khách mời xung quanh nhận ra, bởi mọi gián đoạn đều có thể ảnh hưởng đến không khí tổng thể của sự kiện.

Giai đoạn 3: Hậu sự kiện

Giai đoạn hậu sự kiện thường bị xem nhẹ trong thực tiễn vận hành, tuy nhiên Nguyễn Xuân Vinh (2024) khẳng định đây là giai đoạn có ý nghĩa quan trọng trong việc củng cố mối quan hệ với khách hàng, thu thập thông tin phản hồi và đặt nền móng cho sự cải tiến liên tục ở các sự kiện tiếp theo. Một sự kiện thành công không chỉ được đánh giá qua những gì diễn ra trong vài giờ chính thức mà còn qua cách nó được kết thúc một cách chuyên nghiệp và những bài học kinh nghiệm được đúc kết sau đó.

Thu dọn sau sự kiện (Breakdown). Hoạt động thu dọn chỉ được phép bắt đầu sau khi tất cả khách mời đã rời khỏi phòng tiệc. Nguyễn Xuân Vinh (2024) nhấn mạnh rằng việc thu dọn quá sớm có thể bị xem là hành động thiếu tôn trọng và gián tiếp tạo áp lực buộc khách phải rời đi, gây ấn tượng tiêu cực vào thời điểm kết thúc sự kiện. Quy trình thu dọn phải được thực hiện nhanh chóng, có tổ chức và cẩn thận, trong đó dụng cụ ăn uống được phân loại riêng trước khi chuyển về bộ phận rửa, đồ vải được phân loại theo mức độ bẩn trước khi chuyển về bộ phận giặt là, bàn ghế được lau sạch và sắp xếp lại theo sơ đồ tiêu chuẩn để sẵn sàng phục vụ cho sự kiện tiếp theo.

Hoàn tất thanh toán. Đây là điểm tiếp xúc tài chính cuối cùng giữa khách sạn và khách hàng, đòi hỏi sự chính xác tuyệt đối và thái độ xử lý tế nhị. Hóa đơn cuối cùng phải được bộ phận kế toán chuẩn bị sẵn trong khi tiệc đang diễn ra để tránh để khách hàng chờ đợi. Khi gia đình chuẩn bị ra về, điều phối viên tiệc cần tiếp cận người chịu trách nhiệm thanh toán một cách kín đáo, trình bày hóa đơn rõ ràng và xác nhận lại các hạng mục trước khi tiến hành thanh toán. Sự chuyên nghiệp trong bước này góp phần tạo ra ấn tượng tích cực cuối cùng, củng cố niềm tin của khách hàng vào chất lượng dịch vụ tổng thể của khách sạn.

Thu thập phản hồi khách hàng. Phản hồi của khách hàng là nguồn thông tin có giá trị nhất để đánh giá chất lượng dịch vụ thực tế và xác định các điểm cần cải tiến. Thu thập phản hồi theo hai cấp độ: trực tiếp hỏi thăm khi tiễn khách ra về ngay tại sự kiện để nắm bắt cảm nhận tức thời, sau đó gửi email cảm ơn kèm phiếu khảo sát trực tuyến vào ngày hôm sau để thu thập đánh giá chi tiết và có hệ thống hơn về từng khía cạnh của dịch vụ. Ngoài ra, khách sạn có thể khéo léo khuyến khích khách hàng để lại đánh giá công khai trên các nền tảng trực tuyến, qua đó gia tăng uy tín thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.

Họp rút kinh nghiệm (Post-event Debriefing). Buổi họp rút kinh nghiệm được tổ chức vào đầu tuần tiếp theo với sự tham gia của trưởng các bộ phận liên quan gồm bếp, phục vụ và kỹ thuật. Nội dung buổi họp bao gồm tổng kết những điểm thành công của sự kiện, phân tích các sự cố phát sinh dù nhỏ nhất, đề ra giải pháp cải thiện cụ thể cho các sự kiện tiếp theo và ghi nhận khen thưởng những cá nhân hoặc bộ phận có đóng góp xuất sắc. Việc nhìn lại và học hỏi từ những gì đã thực hiện là yêu cầu bắt buộc để tổ chức không ngừng phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ theo thời gian.

Lưu trữ hồ sơ. Toàn bộ tài liệu liên quan đến sự kiện phải được số hóa và lưu trữ một cách khoa học, bao gồm hợp đồng, toàn bộ trao đổi qua email, BEO phiên bản cuối, hóa đơn, biên bản họp rút kinh nghiệm và các phản hồi của khách hàng. Mục đích của việc lưu trữ có hệ thống này là biến dữ liệu từ mỗi sự kiện đã qua thành tài sản tri thức của tổ chức, phục vụ cho việc tham khảo khi có các sự kiện tương tự trong tương lai. Điều này giúp quá trình báo giá, lập kế hoạch và dự trù nhân sự trở nên nhanh chóng và chính xác hơn, đồng thời góp phần xây dựng năng lực tổ chức bền vững trong dài hạn.

1.3.5.5. Công tác quản lý, giám sát

Công tác quản lý và giám sát giúp bảo toàn bộ các nhân tố còn lại vận hành đồng bộ, nhất quán và đạt tiêu chuẩn chất lượng đã đề ra. Kiểm soát chất lượng không phải là hoạt động đơn lẻ mà là một quá trình liên tục, bao gồm việc xác định tiêu chuẩn, theo dõi và đo lường hiệu suất, phát hiện sai lệch, thực hiện biện pháp điều chỉnh và đánh giá kết quả sau điều chỉnh. Đối với dịch vụ tiệc cưới tại khách sạn, công tác này được thực hiện ở hai tầng: tầng chiến lược do ban lãnh đạo và quản lý cấp trung định hướng, và tầng vận hành do trưởng ca và giám sát trực tiếp thực thi trong từng sự kiện.

Ở tầng chiến lược, vai trò của lãnh đạo là yếu tố có tính quyết định đối với chất lượng dịch vụ trong dài hạn. Lãnh đạo phải xây dựng và truyền đạt tầm nhìn chất lượng rõ ràng đến toàn bộ đội ngũ, thiết lập các tiêu chuẩn dịch vụ cụ thể và đo lường được, đồng thời tạo ra môi trường làm việc khuyến khích nhân viên chủ động đóng góp vào việc cải thiện chất lượng. Trao quyền cho nhân viên trong việc ra quyết định và xử lý các tình huống phát sinh cũng là yêu cầu quan trọng, giúp đội ngũ phục vụ có thể ứng phó linh hoạt mà không cần chờ phê duyệt từ cấp trên trong những thời điểm đòi hỏi xử lý tức thời.

Ở tầng vận hành, trưởng ca là vị trí giám sát trực tiếp, đảm bảo quy trình phục vụ được thực thi đúng tiêu chuẩn trong từng sự kiện. Người giám sát có trách nhiệm kiểm tra toàn bộ công tác chuẩn bị qua checklist trước giờ đón khách, theo dõi tiến độ vận hành trong suốt buổi tiệc, điều phối phối hợp giữa các bộ phận theo đúng kịch bản Run of Show, phát hiện và xử lý sai lệch kịp thời mà không để ảnh hưởng đến dòng chảy của chương trình. Đây là cấp độ giám sát trực tiếp có tác động tức thời nhất đến trải nghiệm của khách hàng trong ngày diễn ra sự kiện.

Hệ thống giám sát chất lượng cần được xây dựng dựa trên các chỉ số đánh giá cụ thể và đo lường được, bao gồm mức độ hài lòng của khách hàng qua khảo sát phản hồi, tần suất khiếu nại và các vấn đề phát sinh, cũng như tỷ lệ khách hàng giới thiệu dịch vụ cho người thân. Dữ liệu từ các chỉ số này cần được phân tích thường xuyên để phát hiện các sai lệch so với tiêu chuẩn, từ đó xác định nguyên nhân và thực hiện các biện pháp điều chỉnh phù hợp. Đối với dịch vụ tiệc cưới, kênh thu thập thông tin phản hồi quan trọng nhất là buổi họp rút kinh nghiệm sau mỗi sự kiện (Post-event Debriefing) và phiếu khảo sát gửi đến chủ tiệc sau ngày tổ chức, cả hai đều là nguồn dữ liệu trực tiếp và có giá trị cao để cải tiến chất lượng liên tục.

Bên cạnh kiểm soát nội bộ, đào tạo và phát triển nhân viên là công cụ quản lý chất lượng có tính chủ động cao. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc rất lớn vào năng lực và thái độ của đội ngũ nhân viên, vì vậy đầu tư vào đào tạo định kỳ, chuẩn hóa quy trình làm việc và xây dựng văn hóa tổ chức hướng đến chất lượng là những giải pháp mang tính bền vững. Khi nhân viên được đào tạo bài bản và thấm nhuần các tiêu chuẩn dịch vụ, chất lượng phục vụ sẽ được duy trì ổn định ngay cả trong những tình huống không có sự giám sát trực tiếp, từ đó giảm thiểu sự phụ thuộc vào kiểm soát bên ngoài và nâng cao hiệu quả vận hành tổng thể của khách sạn.

1.3.5.6. Tính cá nhân hoá dịch vụ

Ngoài năm nhân tố kể trên, tính cá nhân hóa dịch vụ có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc tạo ra sự khác biệt và nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới. Theo Nguyễn Xuân Vinh (2024), không giống tiệc công ty hay các sự kiện tập thể có thể áp dụng một quy trình chuẩn thống nhất, mỗi buổi tiệc cưới phản ánh câu chuyện, phong cách và mong muốn riêng biệt của từng cặp đôi. Do đó, toàn bộ các yếu tố cấu thành buổi tiệc

từ cách trang trí, thực đơn, âm nhạc cho đến kịch bản chương trình đều phải được tùy chỉnh để phản ánh đúng bản sắc của họ, thay vì áp dụng một khuôn mẫu có sẵn.

Lê Thái Phương (2024) khẳng định sự đồng tạo giá trị của khách hàng là một đặc điểm cơ bản của chất lượng dịch vụ, trong đó chất lượng không chỉ phụ thuộc vào nỗ lực của nhà cung cấp mà còn chịu ảnh hưởng bởi mức độ tham gia và tương tác của khách hàng vào quá trình thiết kế dịch vụ. Vận dụng vào tiệc cưới, mức độ cá nhân hóa mà khách sạn có thể đáp ứng chính là thước đo trực tiếp của năng lực lắng nghe, thấu hiểu và chuyển hóa mong muốn của khách hàng thành trải nghiệm thực tế. Một dịch vụ tiệc cưới được đánh giá là có chất lượng cao khi khách hàng cảm nhận được rằng buổi tiệc thực sự mang dấu ấn cá nhân sâu sắc của riêng họ, chứ không phải một sản phẩm được sao chép từ các sự kiện trước. Vì vậy, tính cá nhân hóa dịch vụ được xác định là nhân tố ảnh hưởng độc lập, bổ sung cho năm nhân tố đã phân tích, là các yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại khách sạn.

Tính cá nhân hóa trong dịch vụ tiệc cưới được thể hiện xuyên suốt toàn bộ vòng đời dịch vụ, từ giai đoạn tiền sự kiện đến khi buổi tiệc kết thúc. Nguyễn Xuân Vinh (2024) chỉ rõ rằng tính cá nhân hóa không chỉ dừng lại ở việc tùy chỉnh trang trí hay thực đơn mà còn thể hiện ở từng chi tiết nhỏ nhất trong cách khách sạn tiếp cận và phục vụ từng cặp đôi.

Ở giai đoạn tư vấn và lập kế hoạch, tính cá nhân hóa được thể hiện qua khả năng lắng nghe và thấu hiểu mong muốn của cặp đôi, từ đó đề xuất các gói dịch vụ phù hợp thay vì áp đặt một khuôn mẫu có sẵn. Thực đơn được thiết kế riêng dựa trên sở thích ẩm thực, văn hóa và ngân sách của gia đình. Không gian trang trí được tùy chỉnh theo chủ đề, màu sắc và câu chuyện riêng của cặp đôi. Kịch bản chương trình được xây dựng có tính đến các nghi lễ truyền thống, tiết mục đặc biệt và những khoảnh khắc quan trọng mà gia đình muốn ghi lại.

Ở giai đoạn triển khai trong ngày tiệc, tính cá nhân hóa thể hiện qua sự chú ý của đội ngũ nhân viên đến từng chi tiết đã được thỏa thuận, từ vị trí đặt album ảnh, bảng tên khách mời cho đến cách nhân viên giao tiếp với từng thành viên trong gia đình. Sự khác biệt giữa một dịch vụ cá nhân hóa thực sự và một dịch vụ đại trà thường nằm ở những chi tiết mà khách hàng không nói ra nhưng nhân viên có thể chủ động nhận biết và đáp ứng, tạo ra cảm giác được quan tâm và trân trọng một cách chân thành.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản làm nền tảng khoa học cho toàn bộ nghiên cứu về chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.

Trước hết, chương 1 làm rõ bản chất và đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn với bốn đặc điểm nổi bật là sự phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, yêu cầu vốn đầu tư lớn, nhu cầu sử dụng lao động trực tiếp cao và tính quy luật trong vận hành, qua đó xác lập bối cảnh chung cho việc nghiên cứu chất lượng dịch vụ trong khách sạn.

Tiếp theo, chương 1 xây dựng cơ sở lý luận toàn diện về dịch vụ tiệc cưới, bao gồm khái niệm, phân loại theo hình thức phục vụ, thời gian và địa điểm tổ chức, cùng sáu đặc điểm đặc thù và năm vai trò chiến lược của dịch vụ tiệc cưới trong kinh doanh khách sạn.

Trên cơ sở đó, chương hệ thống hóa lý luận về chất lượng dịch vụ tiệc cưới, vận dụng mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor (1992) làm khung lý thuyết đo lường với năm thành phần gồm phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông, từ đó xây dựng bộ tiêu chí đánh giá 21 biến quan sát dành cho khách mời và bộ câu hỏi phỏng vấn sâu dành cho chủ tiệc.

Cuối cùng, chương phân tích sáu nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới bao gồm chất lượng món ăn và đồ uống, đội ngũ nhân viên phục vụ, cơ sở vật chất kỹ thuật, quy trình phục vụ theo ba giai đoạn, công tác quản lý và giám sát, cùng tính cá nhân hóa dịch vụ là nhân tố đặc thù phân biệt tiệc cưới với các loại hình tiệc thông thường.

Những nội dung lý luận được hệ thống hóa trong Chương 1 tạo nền tảng để tiến hành phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace trong Chương 2, từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phù hợp trong Chương 3.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI ROYAL LOTUS PALACE WEDDING & CONVENTION CENTER THUỘC KHÁCH SẠN ROYAL LOTUS ĐÀ NẴNG

2.1. Tổng quan về Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Khách sạn

*** Thông tin chung:**



Hình 2.1. Logo của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

(Nguồn: <https://royallotusdanang.com/vi/>)

Tên công ty: CÔNG TY CỔ PHẦN DU LỊCH VÀ THƯƠNG MẠI HOA PHƯỢNG

Tên viết tắt: H&K Hospitality

Tên thông dụng: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

Địa chỉ: Số 120A Đường Nguyễn Văn Thoại, Phường Sơn Trà, TP. Đà Nẵng

Điện thoại: (+84) 236 626 1999

Website: royallotusdanang.com

Email: resa@royallotusdanang.com

Hình thức hoạt động: Khách sạn tư nhân, kinh doanh dịch vụ lưu trú, nhà hàng và tổ chức sự kiện

Cấp hạng: 4 sao (theo tiêu chuẩn Tổng cục Du lịch Việt Nam)

Quy mô: Gồm 192 phòng nghỉ cao cấp, 1 nhà hàng, 1 sky bar, phòng hội nghị hội thảo, phòng gym, spa và hồ bơi ngoài trời.

*** Lịch sử hình thành và phát triển**

Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng được đầu tư và phát triển bởi Công ty TNHH MTV Duyên Hải, một đơn vị trực thuộc Bộ Tư lệnh Quân khu 3. Dự án được khởi công xây dựng vào năm 2015 và chính thức đi vào hoạt động vào tháng 12 năm 2016. Ngay sau khi hoàn thành, khách sạn được giao cho H&K Hospitality - một tập đoàn quản lý

khách sạn uy tín tại Việt Nam, đảm nhận vai trò điều hành và quản lý. Tọa lạc tại địa chỉ 120A Nguyễn Văn Thoại, quận Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng, nằm trên tuyến đường sầm uất và chỉ cách bãi biển Mỹ Khê (một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh) vài phút đi bộ. Khách sạn được xây dựng theo phong cách kiến trúc hiện đại, bao gồm một tòa nhà cao 22 tầng với 194 phòng nghỉ. Các phòng được thiết kế sang trọng, đầy đủ tiện nghi, từ hạng Classic đến Royal Suite, đáp ứng đa dạng nhu cầu của du khách.

Royal Lotus Đà Nẵng đã đầu tư mạnh vào các tiện ích đẳng cấp quốc tế như hệ thống nhà hàng và quầy bar sang trọng (nhà hàng Lotus Wine Dine, Panorama), hồ bơi ngoài trời, trung tâm spa và phòng tập thể hình, cùng với hệ thống phòng hội nghị, phòng tiệc có sức chứa lớn. Từ khi đi vào hoạt động, Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng đã nhanh chóng trở thành một địa chỉ tin cậy cho du khách trong và ngoài nước. Khách sạn thường xuyên đạt công suất phòng cao, đặc biệt vào mùa du lịch cao điểm và là địa điểm được nhiều công ty, tổ chức lựa chọn để tổ chức các sự kiện quan trọng.

**** Tầm nhìn, sứ mệnh và triết lý kinh doanh***

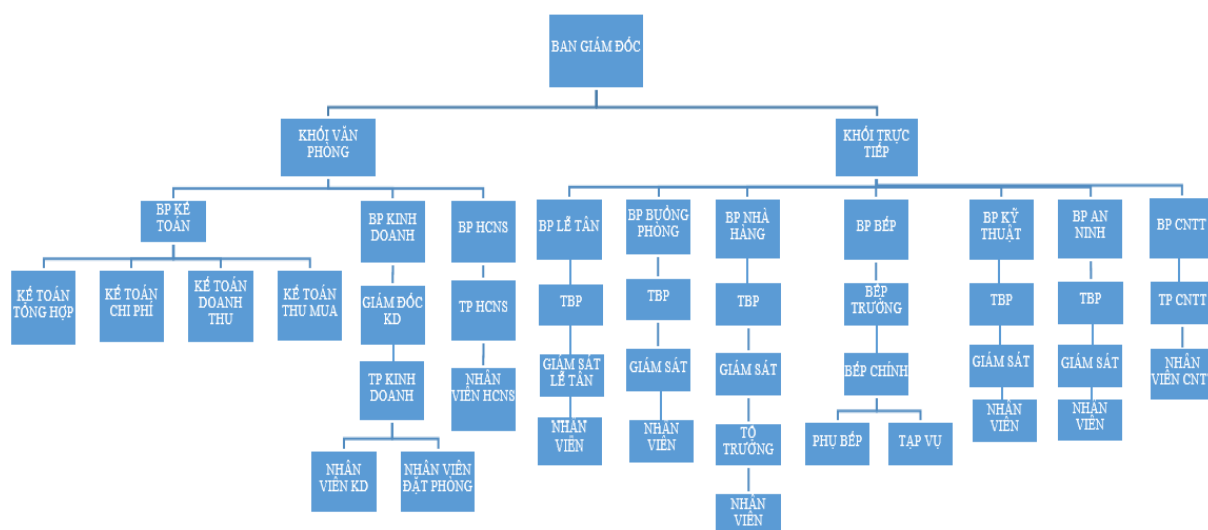
Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng, với vị thế là một "cung điện lòng lẫy và nguy nga giữa thành phố biển", hướng tới việc trở thành điểm lưu trú lý tưởng và mang đến những trải nghiệm nghỉ dưỡng đầy ấn tượng cho du khách.

Tầm nhìn: Royal Lotus Đà Nẵng nỗ lực trở thành một trong những khách sạn 4 sao hàng đầu tại Đà Nẵng, không chỉ về cơ sở vật chất mà còn về chất lượng dịch vụ. Khách sạn mong muốn là nơi du khách tìm thấy sự sang trọng, đẳng cấp và thoải mái, góp phần nâng cao vị thế du lịch của thành phố.

Sứ mệnh: Sứ mệnh của Royal Lotus Đà Nẵng là mang đến cho du khách một không gian nghỉ dưỡng tuyệt vời với dịch vụ chất lượng cao, chuyên nghiệp, thân thiện và chu đáo. Khách sạn cam kết tạo ra những khoảnh khắc đáng nhớ, vượt trên sự mong đợi của khách hàng.

Triết lý kinh doanh: Triết lý kinh doanh của khách sạn tập trung vào việc đặt khách hàng làm trung tâm. Mọi hoạt động đều hướng tới việc tạo ra giá trị tốt nhất cho khách hàng, từ việc cung cấp không gian sống hiện đại, tiện nghi cho đến dịch vụ hỗ trợ chuyên nghiệp 24/7. Sự hài lòng của khách hàng là thước đo thành công của khách sạn.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Khách sạn



Hình 2.2. Cơ cấu tổ chức của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

(Nguồn: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng)

* Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận

Ban Giám đốc (General Management)

Ban Giám đốc là cơ quan lãnh đạo cao nhất, chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động của khách sạn.

Chức năng: Quản lý và điều hành tổng thể hoạt động của khách sạn, quyết định các chiến lược phát triển, định hướng kinh doanh và phát triển của khách sạn.

Nhiệm vụ: Đưa ra các quyết định chiến lược quan trọng. Xây dựng chiến lược kinh doanh, mục tiêu và kế hoạch hành động. Giám sát, đánh giá hiệu quả hoạt động của tất cả các bộ phận. Phê duyệt ngân sách, chính sách và các quy trình nội bộ. Đại diện cho khách sạn trong các mối quan hệ đối ngoại. Đảm bảo khách sạn tuân thủ pháp luật và các quy định của ngành.

Bộ phận Kế toán (Accounting Department)

Bộ phận này chịu trách nhiệm quản lý tài chính và các hoạt động liên quan đến tiền tệ.

Kế toán tổng hợp. Chức năng: Quản lý các vấn đề tài chính chung của khách sạn. Nhiệm vụ: Lập báo cáo tài chính tổng hợp, giám sát các giao dịch tài chính, và đảm bảo tuân thủ các quy định tài chính.

Kế toán chi phí. Chức năng: Quản lý các chi phí trong khách sạn. Nhiệm vụ: Giám sát và kiểm soát chi phí vận hành, lập các báo cáo chi phí định kỳ.

Kế toán doanh thu. Chức năng: Quản lý các khoản thu của khách sạn. Nhiệm vụ: Theo dõi và ghi nhận doanh thu từ các dịch vụ khách sạn, kiểm tra các hóa đơn và doanh thu hàng ngày.

Kế toán thu mua. Chức năng: Quản lý các khoản chi mua sắm nguyên vật liệu. Nhiệm vụ: Giám sát các giao dịch mua sắm vật tư, nguyên liệu phục vụ cho hoạt động của khách sạn.

Bộ phận Kinh doanh

Bộ phận này đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng và quảng bá hình ảnh khách sạn.

Giám đốc Kinh doanh. Chức năng: Lãnh đạo và điều hành hoạt động kinh doanh. Nhiệm vụ: Xây dựng và thực hiện chiến lược kinh doanh, tìm kiếm cơ hội tăng trưởng doanh thu cho khách sạn.

Trưởng phòng Kinh doanh. Chức năng: Phát triển các cơ hội kinh doanh. Nhiệm vụ: Tìm kiếm và phát triển các mối quan hệ với khách hàng, đối tác kinh doanh để thúc đẩy doanh thu.

Bộ phận Hành chính Nhân sự (Human Resources Department)

Bộ phận này quản lý mọi vấn đề liên quan đến con người trong khách sạn.

Chức năng: Tuyển dụng, đào tạo, quản lý và phát triển nguồn nhân lực.

Nhiệm vụ: Tuyển dụng và phỏng vấn nhân viên mới. Xây dựng chính sách lương, thưởng và phúc lợi. Đánh giá hiệu suất làm việc, xử lý kỷ luật. Tổ chức các chương trình đào tạo, phát triển kỹ năng cho nhân viên. Quản lý hồ sơ, hợp đồng và các thủ tục hành chính.

Bộ phận Lễ tân (Front Office Department)

Bộ phận Lễ tân được xem là bộ mặt của khách sạn vì họ là những người đầu tiên và cuối cùng tiếp xúc với khách hàng.

Giám sát Lễ tân. Chức năng: Quản lý và giám sát bộ phận lễ tân. Nhiệm vụ: Đảm bảo dịch vụ lễ tân chất lượng, hướng dẫn nhân viên lễ tân thực hiện công việc, giải quyết các vấn đề phát sinh.

Nhân viên Lễ tân. Chức năng: Tiếp đón khách hàng. Nhiệm vụ: Làm thủ tục check-in, check-out cho khách, giải đáp thắc mắc, hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình lưu trú.

Bộ phận Buồng phòng (Housekeeping Department)

Bộ phận này đảm bảo chất lượng vệ sinh và sự gọn gàng của toàn bộ khu vực khách sạn, đặc biệt là phòng khách.

Chức năng: Dọn dẹp, bảo trì và đảm bảo sự sạch sẽ của tất cả các phòng và khu vực công cộng.

Nhiệm vụ: Dọn dẹp phòng, thay ga giường, khăn tắm, bổ sung các vật dụng tiêu hao hàng ngày. Kiểm tra tình trạng phòng trước và sau khi khách trả phòng. Vệ sinh các khu vực chung như hành lang, sảnh, thang máy. Bảo quản và xử lý đồ giặt là của khách. Phối hợp với bộ phận kỹ thuật để báo cáo các hư hỏng trong phòng.

Bộ phận Nhà hàng & Dịch vụ ăn uống (Food & Beverage Department)

Bộ phận này quản lý các hoạt động liên quan đến ẩm thực.

Giám sát Nhà hàng. Chức năng: Quản lý hoạt động của nhà hàng. Nhiệm vụ: Giám sát chất lượng dịch vụ, đào tạo nhân viên, xử lý các tình huống phát sinh tại nhà hàng.

Nhân viên Nhà hàng. Chức năng: Cung cấp dịch vụ ăn uống. Nhiệm vụ: Phục vụ khách ăn uống, giải đáp yêu cầu của khách và giữ vệ sinh khu vực nhà hàng.

Bộ phận Bếp (Kitchen Department)

Bếp trưởng. Chức năng: Quản lý hoạt động bếp. Nhiệm vụ: Giám sát việc chế biến món ăn, bảo đảm chất lượng thực phẩm và an toàn vệ sinh thực phẩm.

Phụ bếp. Chức năng: Hỗ trợ công việc chế biến món ăn. Nhiệm vụ: Chuẩn bị nguyên liệu, hỗ trợ các công việc bếp, dọn dẹp khu vực bếp.

Tap vụ. Chức năng: Vệ sinh bếp và khu vực làm việc. Nhiệm vụ: Dọn dẹp, làm sạch khu vực bếp và các dụng cụ chế biến.

Bộ phận Kỹ thuật (Engineering Department)

Bộ phận này duy trì cơ sở vật chất của khách sạn.

Chức năng: Bảo trì, sửa chữa và đảm bảo các thiết bị, hệ thống trong khách sạn hoạt động ổn định.

Nhiệm vụ: Bảo dưỡng hệ thống điện, nước, thang máy, phòng cháy chữa cháy. Sửa chữa các hư hỏng nhỏ trong phòng và khu vực chung. Đảm bảo an toàn kỹ thuật, tiết kiệm năng lượng. Phối hợp với các bộ phận khác để xử lý sự cố.

Bộ phận An ninh (Security Department)

An ninh là yếu tố then chốt để đảm bảo an toàn cho khách hàng và tài sản.

Giám sát an ninh. Chức năng: Quản lý bộ phận an ninh. Nhiệm vụ: Đảm bảo an ninh và an toàn cho khách sạn, giám sát các hoạt động và bảo vệ tài sản của khách sạn.

Nhân viên an ninh. Chức năng: Đảm bảo an ninh tại khách sạn. Nhiệm vụ: Thực hiện các nhiệm vụ bảo vệ tài sản và an ninh của khách sạn, kiểm tra và giám sát các hoạt động nghi ngờ.

Bộ phận Công nghệ Thông tin (IT Department)

Trong thời đại số, bộ phận IT đóng vai trò không thể thiếu.

Chức năng: Quản lý, vận hành và hỗ trợ các hệ thống công nghệ của khách sạn.

Nhiệm vụ: Quản lý hệ thống mạng, wifi, máy tính, camera và tổng đài điện thoại. Bảo trì và nâng cấp phần mềm quản lý khách sạn (PMS). Xử lý các sự cố kỹ thuật liên quan đến công nghệ. Bảo mật thông tin và dữ liệu khách hàng, đảm bảo hệ thống hoạt động trơn tru.

2.1.3. Tình hình lao động của Khách sạn

a, Tình hình nguồn nhân lực theo giới tính và độ tuổi

Bảng 2.1. Tình hình nguồn nhân lực của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng theo giới tính và độ tuổi

Tên bộ phận	Giới tính	Độ tuổi
-------------	-----------	---------

	Nam	Nữ	<30	30-40	>40
Ban Giám đốc	2	-	-	1	1
Bộ phận Kinh doanh	4	4	5	2	1
Bộ phận Kế toán	2	5	5	2	-
Bộ phận Nhân sự	-	2	2	-	-
Bộ phận Nhà hàng	8	9	16	1	-
Bộ phận Bếp	16	4	13	4	3
Bộ phận Lễ tân	5	8	12	1	-
Bộ phận An ninh	12	-	7	5	-
Bộ phận Kỹ thuật	8	-	6	2	-
Bộ phận Buồng	4	17	16	4	1
Tổng	61	49	82	22	6

(Nguồn: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng)

✓ **Nhận xét:**

Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng có tổng cộng 110 nhân viên, trong đó nam giới chiếm 61 người (55,5%) và nữ giới chiếm 49 người (44,5%). Sự phân bố giới tính tương đối cân bằng, cho thấy khách sạn không có sự thiên lệch rõ rệt về giới tính trong tuyển dụng. Điều này thể hiện chính sách nhân sự công bằng và phù hợp với xu hướng phát triển bền vững trong ngành dịch vụ.

Nhân viên trẻ dưới 30 tuổi chiếm đa số với 82 người (74,5%), cho thấy đây là một đội ngũ trẻ, năng động và có khả năng thích ứng cao với môi trường làm việc năng động của ngành khách sạn. Nhóm tuổi 30-40 có 22 người (20%), mang lại sự cân bằng về kinh nghiệm và sự ổn định, trong khi nhân viên trên 40 tuổi chỉ có 6 người (5,5%). Cơ cấu tuổi này phản ánh xu hướng tuyển dụng ưu tiên lao động trẻ trong ngành dịch vụ khách sạn, đồng thời vẫn duy trì một số nhân viên có kinh nghiệm lâu năm.

Bộ phận Bếp có số lượng nhân viên đông nhất với 20 người, điều này hoàn toàn hợp lý vì đây là bộ phận cốt lõi đảm bảo chất lượng ẩm thực của khách sạn. Tiếp theo là bộ phận Buồng với 21 người và Nhà hàng với 17 người, cả hai đều là những bộ phận trực tiếp phục vụ khách hàng và góp phần quan trọng vào trải nghiệm của du khách. Các bộ phận quản lý và hỗ trợ như Ban Giám đốc (2 người), Bộ phận Nhân sự (2 người), và Bộ phận Kế toán (7 người) có quy mô nhỏ hơn, phù hợp với chức năng điều hành và quản lý của họ.

Một số bộ phận thể hiện sự phân hóa rõ rệt về giới tính do đặc thù công việc. Bộ phận An ninh (12 nam, 0 nữ) và Kỹ thuật (8 nam, 0 nữ) chủ yếu là nam giới do yêu cầu về thể lực và tính chất công việc. Ngược lại, bộ phận Lễ tân có 8 nữ và 5 nam, cho thấy sự ưu tiên tuyển dụng nữ giới cho vị trí này. Các bộ phận như Bếp (16 nam, 4 nữ), Buồng (4 nam, 17 nữ) và Nhà hàng (8 nam, 9 nữ) có sự tham gia của cả hai giới nhưng với tỷ lệ khác nhau, phản ánh truyền thống và đặc thù của từng lĩnh vực công việc trong ngành khách sạn.

b, Tình hình nguồn nhân lực theo trình độ

Bảng 2.2. Tình hình nguồn nhân lực của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng theo trình độ

Tên bộ phận	Số lượng	Trình độ học vấn					Trình độ ngoại ngữ		
		THPT	Trung cấp	Cao đẳng	Đại học	Thạc sĩ	Tiếng Anh	Tiếng Trung	Khác
Ban Giám đốc	2	-	-	-	-	2	2	-	1
BP Kinh doanh	8	-	-	-	8	-	6	-	1
BP Kế toán	7	-	-	-	7	-	5	1	-
BP Nhân sự	2	-	-	-	2	-	1	-	-
BP Nhà hàng	17	-	-	4	13	-	13	-	4
BP Bếp	20	-	-	10	10	-	-	-	-
BP Lễ tân	13	-	-	-	13	-	13	9	4
BP An ninh	12	8	1	3	-	-	4	-	-
BP Kỹ thuật	8	-	2	3	3	-	-	-	-
BP Buồng	21	4	5	10	2	-	10	-	1
Tổng	110	12	8	30	58	3	54	10	11

(Nguồn: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng)

✓ **Nhận xét:**

Trình độ học vấn của nhân viên khách sạn khá đa dạng và phù hợp với yêu cầu công việc (Bảng 2.2). Nhân viên có trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất với 58 người (52,7%), cho thấy khách sạn đã chú trọng tuyển dụng những nhân viên có trình độ chuyên môn tốt. Nhóm có trình độ cao đẳng là 30 người (27,3%), trong khi nhân viên có trình độ THPT là 12 người (10,9%), trung cấp 8 người (7,3%) và thạc sĩ 3 người (2,7%). Cơ cấu này phản ánh xu hướng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong ngành khách sạn hiện đại.

Trình độ ngoại ngữ của nhân viên cũng là một điểm mạnh đáng chú ý. Có 54 nhân viên biết tiếng Anh (49,1%), điều này rất quan trọng trong việc phục vụ khách du lịch quốc tế tại Đà Nẵng. Ngoài ra, 10 nhân viên biết tiếng Trung (9,1%) và 11 nhân viên biết các ngoại ngữ khác (10%), cho thấy khách sạn có khả năng phục vụ đa dạng khách hàng từ nhiều quốc gia khác nhau. Tuy nhiên, vẫn còn 35 nhân viên (31,8%) chưa có kỹ năng ngoại ngữ, đây là điểm cần cải thiện để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Các bộ phận khác nhau có cơ cấu trình độ phù hợp với đặc thù công việc. Bộ phận Lễ tân có tất cả 13 nhân viên đều biết tiếng Anh và 9 người biết tiếng Trung, đây là lợi thế lớn trong việc tiếp đón khách hàng quốc tế. Các bộ phận Kinh doanh, Kế toán và Nhân sự đều có nhân viên trình độ đại học cao, phù hợp với tính chất công việc chuyên môn. Trong khi đó, các bộ phận vận hành như Bếp, Buồng, An ninh và Kỹ thuật có cơ cấu trình độ đa dạng hơn, từ THPT đến đại học, phù hợp với yêu cầu thực tiễn của từng vị trí công việc. Bộ phận Bếp tuy có trình độ tốt nhưng thiếu kỹ năng ngoại ngữ, trong khi bộ phận Buồng có sự cân bằng tốt giữa trình độ và khả năng ngoại ngữ với 10 nhân viên biết tiếng Anh.

2.2. Tình hình kinh doanh của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

2.2.1. Hệ thống sản phẩm dịch vụ của Khách sạn

Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng được thiết kế và xây dựng theo tiêu chuẩn của khách sạn 4 sao do đó trang thiết bị của khách sạn rất hiện đại. Là khách sạn mới đi vào hoạt động nên cơ sở vật chất của khách sạn hiện đại và mới đó là một lợi thế cạnh tranh rất lớn so với đối thủ cạnh tranh. Từ lúc đi vào hoạt động cho đến nay mọi khách hàng luôn cảm thấy hài lòng khi đến với khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.

**** Dịch vụ lưu trú***

Hệ thống phòng của Royal Lotus đều đáp ứng tiêu chuẩn 4 sao quốc tế. Bao gồm các loại phòng: Classic, Premium, Deluxe, Suite, Executive Suite, Royal Suite. Mỗi loại phòng từ diện tích nhỏ nhất là 24 m² đến phòng có diện tích lớn nhất 115m² đều được trang bị lắp đặt các thiết bị tiện nghi và sang trọng, hiện đại nhất đáp ứng nhu cầu của khách kinh doanh cũng như khách du lịch như bàn làm việc, đèn đọc sách, tủ đựng đồ, két sắt, tủ lạnh mini, tắm bồn, tắm đứng hay là bồn vệ sinh tự động.

Các phòng ở khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng đều có view hướng ra biển, hướng thành phố hay hướng đến núi Ngũ Hành Sơn. Ở mỗi tầng của khách sạn đều được những dãy bàn ghế Sofa để dành cho khách ngồi chờ trong khi đợi phòng. Một nét đặc biệt mà ít khách sạn nào có được. Khi lưu trú tại nơi đây, du khách sẽ được cung cấp các dịch vụ tối ưu nhất. Tất cả các phòng sẽ được quét dọn, lau chùi hằng ngày và thay nước uống, trà, ly cũng như các vật dụng trong phòng tắm như bàn chải đánh răng, dầu gội, sữa tắm, khăn tắm,... Bất kì khi nào khách hàng có nhu cầu, thắc mắc gì cũng có thể liên lạc với bộ phận lễ tân thông qua điện thoại đặt ở mỗi phòng.

Khách sạn có tổng cộng 192 phòng được phân thành nhiều hạng phòng khác nhau:



Hình 2.3. Phòng Superior View Thành phố

(Nguồn: royallotusdanang.com)

Superior City View: Hạng phòng cơ bản, tiện nghi, phù hợp cho khách lẻ hoặc cặp đôi.

Premium Balcony Double or Twin Room: Hạng phòng có ban công, mang lại không gian thoáng đãng.

Deluxe Ocean View: Phòng có tầm nhìn ra biển, lý tưởng để ngắm bình minh hoặc hoàng hôn.

Suite Room: Phòng Suite có diện tích lớn hơn, được trang bị tiện nghi cao cấp và bồn sục Jacuzzi

Executive Suite: Hạng phòng cao cấp nhất, rộng rãi và sang trọng.

*** Dịch vụ ẩm thực**

Nhà hàng chính của khách sạn được đặt ở tầng 2 có 300 chỗ ngồi với khung giờ phục vụ từ 6 giờ sáng đến 10 giờ trưa, có 2 tông màu chính là màu trắng và màu đỏ với sự trang bị vật chất kỹ thuật đầy đủ. Hệ thống bàn ghế được sắp xếp một cách đẹp mắt với khu vực chế biến nấu ăn sạch sẽ, ngăn nắp, hiện đại, tất cả tạo nên sự thoải mái cho người dùng. Món ăn ở nhà hàng được các đầu bếp chuyên nghiệp hàng đầu Việt Nam chế biến với thực đơn phong phú, đa dạng. Đặc biệt, đến với Royal Lotus khách hàng sẽ được thưởng các loại bánh do nhà hàng tự làm rất ngon miệng và lạ.

Không chỉ có nhà hàng chính, nhằm đáp ứng cho công việc tiếp khách của khách hàng, khách sạn còn có 6 phòng riêng chuyên dùng cho việc ăn uống và hội họp nhỏ tầm khoảng 20 người. Mỗi phòng mang một phong cách riêng nhưng đều được thiết kế một cách sang trọng, hiện đại, cách âm tốt và trang bị hệ thống âm thanh, ánh sáng đầy đủ.

Sky Bar trên tầng 15 là một trong những nơi hoàn hảo để khách hàng có thể dùng bữa trong nhà hoặc ngoài trời cùng với sự lựa chọn đồ ăn, thức uống, ngắm cảnh vào ban đêm. Ngoài ra, Royal Bar tại tầng sảnh là địa điểm lý tưởng để gặp mặt các đối tác kinh doanh hay bạn bè. Vào tất cả các buổi tối trong tuần từ 6h đến 8h tối đều có sự tham gia của các ca sĩ được mời đến để hát phục vụ cho khách tại tầng sảnh của khách sạn.



Hình 2.4. Nhà hàng Lotus Wine & Dine

(Nguồn: royallotusdanang.com)

Panorama Restaurant: Nhà hàng trên tầng cao với tầm nhìn toàn cảnh thành phố và biển

Lobby Bar & Bakery Shop: Quầy bar tại sảnh, phục vụ đồ uống, cà phê và bánh ngọt.

Pool Bar: Quầy bar bên hồ bơi, lý tưởng để thư giãn và thưởng thức đồ uống.

Dịch vụ phòng (Room Service): Phục vụ các món ăn và đồ uống tận phòng.

*** Dịch vụ hội nghị và sự kiện**

Trung tâm Hội nghị Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng cung cấp tiện nghi hội nghị và yến tiệc cao cấp nhất tại Đà Nẵng. Khách sạn là lựa chọn hàng đầu để tổ chức những hội nghị, triển lãm, gala hay đám cưới với hội trường có sức chứa lên đến 1.000 khách, không gian bố trí linh hoạt, dịch vụ ăn uống hảo hạng và đội ngũ nhân viên tận tâm, trang thiết bị tân tiến, hệ thống âm thanh, ánh sáng, máy chiếu kích thước lớn cũng như hệ thống điều hòa làm mát tự động. Đây chính là một trong những trung tâm hội nghị và sự kiện lớn nhất của thành phố.



Hình 2.5. Trung tâm Hội nghị Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

(Nguồn: royallotusdanang.com)

*** Tiện ích và dịch vụ bổ sung**

- Hồ bơi ngoài trời: Nơi du khách có thể bơi lội và thư giãn.
- Phòng tập gym: Được trang bị các thiết bị hiện đại.
- Spa: Cung cấp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe và làm đẹp.
- Trung tâm hội nghị và sự kiện: Bao gồm nhiều phòng hội trường lớn nhỏ, phục vụ các buổi họp, hội thảo, tiệc cưới.

*** Dịch vụ hỗ trợ khách hàng:** Lễ tân 24/7, dịch vụ hỗ trợ vé/tour, dịch vụ giặt ủi, dịch vụ đưa đón sân bay.

2.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Khách sạn

Bảng 2.3. Kết quả kinh doanh của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	2024/2023		2025/2024	
				CL	TT(%)	CL	TT(%)
Tổng doanh thu	63	70	49	7	11,1	-21	7
Tổng chi phí	65	69,5	48	4,5	10,69	-21,5	6,9
Lợi nhuận	-2	0,5	1	2,5	-	0,5	20

(Nguồn: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng)

Trong giai đoạn 2023-2025, Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng đã trải qua những biến động đáng kể trong hoạt động kinh doanh. Doanh thu của khách sạn có xu hướng tăng trưởng tích cực từ 63 tỷ đồng năm 2023 lên 70 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức tăng 11,1%. Tuy nhiên, năm 2025 chứng kiến sự sụt giảm mạnh khi doanh thu chỉ đạt 49 tỷ đồng, giảm 30% so với năm trước. Điều này có thể phản ánh tác động của các yếu tố bên ngoài như suy thoái kinh tế, thay đổi trong ngành du lịch, hoặc cạnh tranh gia tăng trên thị trường.

Về mặt chi phí hoạt động, khách sạn cũng thể hiện sự biến động tương tự với doanh thu. Chi phí tăng từ 65 tỷ đồng năm 2023 lên 69,5 tỷ đồng năm 2024, sau đó giảm xuống 48 tỷ đồng năm 2025. Sự giảm chi phí 31% trong năm 2025 cho thấy ban quản lý đã thực hiện các biện pháp cắt giảm chi phí quyết liệt để ứng phó với tình hình doanh thu suy giảm. Việc kiểm soát chi phí chặt chẽ này đã góp phần quan trọng vào việc cải thiện tình hình tài chính tổng thể của khách sạn.

Điểm đáng chú ý nhất trong báo cáo tài chính là sự cải thiện vượt bậc về lợi nhuận qua các năm. Từ tình trạng lỗ 2 tỷ đồng năm 2023, khách sạn đã chuyển sang có lãi 0,5 tỷ đồng năm 2024 và tiếp tục tăng lên 1 tỷ đồng năm 2025. Đặc biệt, mặc dù doanh thu năm 2025 giảm so với năm 2024, lợi nhuận vẫn tăng 20%, chứng tỏ hiệu quả quản lý và tối ưu hóa chi phí của ban lãnh đạo khách sạn.

2.3. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

2.3.1. Giới thiệu về Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center

Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center là Trung tâm tổ chức tiệc cưới, hội nghị và sự kiện thuộc Royal Lotus Hotel Danang, tọa lạc tại số 120A Nguyễn Văn Thoại, thành phố Đà Nẵng. Đây là vị trí có lợi thế về khả năng tiếp cận vì khách sạn nằm gần khu vực biển Mỹ Khê, đồng thời kết nối tương đối thuận tiện với sân bay và

các điểm du lịch, dịch vụ trong đô thị Đà Nẵng. Theo thông tin từ Trung tâm Xúc tiến Du lịch Đà Nẵng, Royal Lotus Hotel Danang là khách sạn 4 sao, được xây dựng từ năm 2016, có hệ thống phòng lưu trú, nhà hàng, quầy bar, hồ bơi, spa, phòng gym và các tiện ích phục vụ khách du lịch cũng như khách công vụ.



Hình 2.6. Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center

(Nguồn: <https://royallotusdanang.com/vi/>)

Đối với thị trường tiệc cưới, Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center có lợi thế khi nằm trong khách sạn 4 sao, kết hợp giữa không gian tổ chức tiệc, dịch vụ ẩm thực, lưu trú và các tiện ích bổ trợ. Đây là yếu tố quan trọng trong bối cảnh khách hàng ngày càng quan tâm đến tính trọn gói, tính thẩm mỹ, sự thuận tiện và mức độ chuyên nghiệp của dịch vụ tiệc cưới. Bên cạnh đó, vị trí tại khu vực ven biển Đà Nẵng cũng góp phần tạo nên lợi thế cạnh tranh cho trung tâm, đặc biệt đối với nhóm khách hàng có nhu cầu tổ chức tiệc cưới trang trọng, quy mô vừa và lớn, hoặc kết hợp tiệc cưới với lưu trú, nghỉ dưỡng và du lịch.

2.3.2. Phương pháp đánh giá

Để đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng, tác giả tiến hành *khảo sát ý kiến khách hàng đã sử dụng dịch vụ tiệc cưới* tại trung tâm thông qua bảng câu hỏi khảo sát. Tác giả sử dụng phiếu khảo sát định lượng gồm 21 tiêu chí đánh giá được phân thành năm nhóm theo mô hình SERVPERF bao gồm phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, và sự cảm thông, được đo lường theo thang Likert năm mức độ từ rất không hài lòng đến rất hài lòng. Bên cạnh các tiêu chí định lượng, phiếu khảo sát còn bao gồm phần câu hỏi mở nhằm thu thập ý kiến bổ sung của khách mời về những điểm

ấn tượng và những khía cạnh cần cải thiện trong dịch vụ tiệc cưới tại đơn vị (Được mã hoá là KH - Khách hàng). Tác giả đã sử dụng Thang đo Likert với 5 cấp độ. Thang đo này được sử dụng để đo lường tất cả các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ, với câu trả lời lựa chọn theo các mức từ 1 đến 5, tương ứng với các mức: 1 - Rất không hài lòng, 2 - Không hài lòng, 3 - Bình thường, 4 - Hài lòng, 5 - Rất hài lòng.

Đặc biệt, tác giả tham khảo đánh giá của khách hàng trên *Google Reviews* như một căn cứ để đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới của Royal Lotus Palace.

Ngoài ra, tác giả còn tiến hành *phỏng vấn sâu đối với chủ tiệc cưới*, là những cặp đôi hoặc đại diện gia đình đã trực tiếp tổ chức tiệc cưới tại Royal Lotus Palace. Khác với khách mời chỉ trải nghiệm dịch vụ trong phạm vi buổi tiệc, chủ tiệc là đối tượng tiếp xúc với toàn bộ vòng đời dịch vụ từ giai đoạn tư vấn, ký kết hợp đồng, chuẩn bị trước sự kiện đến hậu sự kiện, do đó có khả năng cung cấp góc nhìn sâu sắc và toàn diện hơn về chất lượng dịch vụ. Bộ câu hỏi phỏng vấn sâu được xây dựng theo cấu trúc bán cấu trúc với 15 câu hỏi định hướng, bao phủ bảy chủ đề gồm tổng quan trải nghiệm, quá trình tư vấn và ký kết hợp đồng, công tác chuẩn bị trước sự kiện, mức độ thực hiện đúng hợp đồng, bảo mật thông tin và bảo quản tài sản, chăm sóc sau sự kiện và tổng kết đề xuất (Được mã hoá là CH - Chủ tiệc).

Bảng 2.4. Các tiêu chí đánh giá nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

STT	Tiêu chí đánh giá	Mã hóa
I. Phương tiện hữu hình (HH)		
1	Khách sạn có hệ thống trang thiết bị hội trường hiện đại (màn hình LED, âm thanh, ánh sáng)	HH1
2	Không gian hội trường sạch sẽ, thoáng mát, nhà vệ sinh tiện nghi	HH2
3	Không gian hội trường được trang trí đẹp mắt, sang trọng và phù hợp với không khí tiệc cưới	HH3
4	Không gian trang trí hội trường mang bản sắc riêng, thể hiện phong cách của cặp đôi	HH4
5	Nhân viên phục vụ có trang phục gọn gàng, đồng bộ và thể hiện sự chuyên nghiệp	HH5

STT	Tiêu chí đánh giá	Mã hóa
6	Bàn tiệc và các dụng cụ ăn uống được sắp xếp gọn gàng, sạch sẽ và thẩm mỹ.	HH6
II. Độ tin cậy (TC)		
7	Chương trình tiệc cưới diễn ra đúng giờ và theo trình tự hợp lý	TC1
8	Các món ăn và đồ uống được phục vụ đầy đủ theo thực đơn	TC2
9	Chất lượng món ăn và đồ uống được duy trì ổn định từ đầu đến cuối buổi tiệc.	TC3
10	Các hoạt động trong buổi tiệc (nghi lễ, phục vụ, chương trình) diễn ra đúng như mong đợi của khách mời	TC4
III. Năng lực phục vụ (NL)		
11	Nhân viên phục vụ món ăn và đồ uống nhanh chóng, không để khách phải chờ lâu	NL1
12	Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách mời có yêu cầu	NL2
13	Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách nhanh chóng và hiệu quả	NL3
14	Quá trình phục vụ trong buổi tiệc diễn ra trôi chảy và không bị gián đoạn.	NL4
IV. Sự đảm bảo (DB)		
15	Nhân viên phục vụ có thái độ lịch sự và tạo cảm giác tin tưởng cho khách mời	DB1
16	Khách mời cảm thấy an tâm về vệ sinh an toàn thực phẩm trong buổi tiệc	DB2
17	Nhân viên có thể giải đáp rõ ràng các thắc mắc của khách mời khi cần thiết	DB3
18	An ninh trong buổi tiệc được đảm bảo và khách mời cảm thấy yên tâm về tài sản cá nhân	DB4
V. Sự cảm thông (CT)		
19	Nhân viên phục vụ quan tâm và chú ý đến khách mời trong suốt buổi tiệc	CT1
20	Nhân viên phục vụ linh hoạt điều chỉnh cách phục vụ phù hợp với từng khách mời	CT2
21	Buổi tiệc cưới mang lại trải nghiệm đáng nhớ đối với khách mời	CT3

Cuộc khảo sát dành cho các khách mời đã trải nghiệm dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng. Cuộc khảo sát được tiến hành từ ngày 9/5/2026 đến ngày 12/5/2026 bằng hình thức trực tuyến qua link và mã QR. Bảng khảo sát gồm 2 phần:

- Phần 1. Thông tin cá nhân: Bao gồm các thông tin về giới tính, độ tuổi,...
- Phần 2. Nội dung khảo sát: Đánh giá trải nghiệm của khách mời đối với dịch vụ tiệc cưới tại nhà hàng.

Link khảo sát: <https://forms.gle/xrULkdWANGSm4EUC6>

Mã khảo sát:



Hình 2.7. Mã QR khảo sát khách mời tham dự tiệc cưới

2.3.3. Mô tả đặc điểm theo mẫu.

Tác giả thu về 153 bảng trả lời khảo sát của khách mời tham dự tiệc cưới. Tất cả các bảng khảo sát đủ điều kiện và hợp lệ, tác giả sử dụng 153 bảng để phân tích kết quả nghiên cứu.

✓ Về giới tính

Bảng 2.5. Đặc điểm về giới tính của khách mời

Giới tính	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Nam	61	39,8%
Nữ	92	60,2%
Tổng	153	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng số liệu 2.5 cho thấy, trong tổng số 153 khách mời tham gia khảo sát có 61 nam, chiếm 39,8% và 92 nữ, chiếm 60,2%. Như vậy, tỷ lệ khách mời nữ tham gia khảo sát cao hơn nam giới.

✓ Về độ tuổi

Bảng 2.6. Đặc điểm về độ tuổi của khách mời

Độ tuổi	Số lượng	Tỷ lệ (%)
---------	----------	-----------

Dưới 22 tuổi	53	34,6%
Từ 22 - 35 tuổi	56	36,6%
Từ 36 – 50 tuổi	32	20,9%
Từ 50 tuổi trở lên	12	7,9%
Tổng	153	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng số liệu cho thấy, trong tổng số 153 khách mời tham gia khảo sát, nhóm tuổi từ 22 - 35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 56 người, tương ứng 36,6%. Tiếp theo là nhóm dưới 22 tuổi với 53 người, chiếm 34,6%. Nhóm từ 36 - 50 tuổi có 32 người, chiếm 20,9%, trong khi nhóm từ 50 tuổi trở lên chiếm tỷ lệ thấp nhất với 12 người, tương ứng 7,9%.

✓ Về số lần tham dự

Bảng 2.7. Số lần khách mời tham dự tiệc cưới

Số lần tham dự	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1 lần	95	62,1%
2 – 3 lần	44	28,8%
Trên 3 lần	14	9,1%
Tổng	153	100%

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng số liệu cho thấy, phần lớn khách mời tham gia khảo sát đã từng tham dự tiệc cưới tại nhà hàng 1 lần với 95 người, chiếm 62,1%. Nhóm khách đã tham dự từ 2 - 3 lần có 44 người, tương ứng 28,8%, trong khi nhóm tham dự trên 3 lần chiếm tỷ lệ thấp nhất với 14 người, tương ứng 9,1%.

2.3.4. Kết quả đánh giá theo các tiêu chí

a) Phương tiện hữu hình

Bảng 2.8. Đánh giá của khách mời về phương tiện hữu hình

	Mức độ đánh giá	
--	-----------------	--

	1		2		3		4		5		Điểm đánh giá trung bình
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
HH1	0	0%	12	7,8%	15	9,8%	53	34,6%	73	47,8%	4,22
HH2	3	1,9%	9	5,8%	22	14,3%	68	44,5%	51	33,5%	4,01
HH3	2	1,3%	5	3,2%	26	16,9%	58	37,9%	62	40,7%	4,13
HH4	3	1,9%	17	11,1%	8	5,2%	72	47,2%	53	34,6%	4,01
HH5	5	3,2%	7	4,6%	13	8,6%	61	39,8%	67	43,8%	4,16
HH6	4	2,6%	12	7,8%	22	14,4%	51	33,5%	64	41,8%	4,04
Trung bình chung											4,10

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng 2.8 cho thấy, các tiêu chí thuộc nhân tố “Phương tiện hữu hình” đều được khách mời đánh giá ở khá cao từ 4,01 đến 4,22.

Xét về tiêu chí HH1 (Khách sạn có hệ thống trang thiết bị hội trường hiện đại như màn hình LED, âm thanh, ánh sáng), tiêu chí này đạt điểm rất cao, đạt 4,22. Trong đó, 82,4% khách mời đánh giá ở mức rất tốt và mức tốt.

Tiêu chí HH2 (Không gian hội trường sạch sẽ, thoáng mát, nhà vệ sinh tiện nghi) điểm đánh giá trung bình là 4,01 - thấp nhất trong nhóm phương tiện hữu hình.

Đối với tiêu chí HH3 (Không gian hội trường được trang trí đẹp mắt, sang trọng và phù hợp với không khí tiệc cưới), điểm trung bình khá cao đạt 4,13.

Tiêu chí HH4 (Không gian trang trí hội trường mang bản sắc riêng, thể hiện phong cách của cặp đôi) điểm đánh giá đạt chỉ 4,01. Cho thấy mức độ cá nhân hóa trong trang trí tiệc cưới chưa thực sự nổi bật và cần được cải thiện hơn nữa.

Tiêu chí HH5 (Nhân viên phục vụ có trang phục gọn gàng, đồng bộ và thể hiện sự chuyên nghiệp) được đánh giá cao nhất với điểm trung bình 4,16. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên có tác phong chỉnh chu và tạo thiện cảm đối với khách tham dự.

Cuối cùng, tiêu chí HH6 (Bàn tiệc và các dụng cụ ăn uống được sắp xếp gọn gàng, sạch sẽ và thẩm mỹ) đạt điểm trung bình 4,04. Trong đó, 41,8% khách mời đánh giá ở mức rất tốt và 33,5% đánh giá ở mức tốt.

b) Độ tin cậy

Bảng 2.9. Đánh giá khách mời về độ tin cậy

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
TC1	1	0,6%	10	6,5%	21	13,8%	62	40,6%	59	38,5%	4,10
TC2	3	1,9%	6	3,9%	13	8,6%	92	60,2%	39	25,4%	4,03
TC3	20	13,0%	24	15,1%	9	5,8%	57	37,3%	43	28,2%	3,52
TC4	0	0%	9	5,8%	28	18,3%	67	43,8%	49	32,1%	4,02
Trung bình chung											3,92

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng 2.9 cho thấy khách mời tham dự tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center đánh giá khá tích cực đối với yếu tố độ tin cậy, với điểm trung bình chung đạt 3,92 điểm.

Trong đó, tiêu chí TC1 “Chương trình tiệc cưới diễn ra đúng giờ và theo trình tự hợp lý” có điểm đánh giá trung bình cao nhất đạt 4,10 điểm. Đồng thời, tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5 chiếm phần lớn với lần lượt 40,6% và 38,5%. Kết quả này cho thấy đa số khách mời hài lòng về công tác tổ chức chương trình tiệc cưới của trung tâm. Việc đảm bảo thời gian và trình tự hợp lý đã góp phần tạo nên sự chuyên nghiệp và nâng cao trải nghiệm của khách tham dự

Tuy nhiên, tiêu chí TC2 “Các món ăn và đồ uống được phục vụ đầy đủ theo thực đơn” và TC3 “Chất lượng món ăn và đồ uống được duy trì ổn định từ đầu đến cuối buổi tiệc” có điểm đánh giá trung bình thấp hơn, lần lượt đạt 4,03 điểm và 3,52 điểm. Bên cạnh số lượng khách hàng hài lòng, vẫn còn tỷ lệ đáng kể khách mời đánh giá ở mức 1 và 2.

Tiêu chí TC4 “Các hoạt động trong buổi tiệc diễn ra đúng như mong đợi của khách mời” cũng được đánh giá khá cao với điểm trung bình đạt 4,02 điểm. Phần lớn khách hàng lựa chọn mức đánh giá 4 và 5, phản ánh các nghi lễ, hoạt động phục vụ và chương trình trong buổi tiệc nhìn chung đáp ứng được kỳ vọng của khách mời.

c) Năng lực phục vụ

Bảng 2.10. Đánh giá khách mời về năng lực phục vụ

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
NL1	0	0%	5	1,3%	9	3,9%	77	49,7%	62	45,1%	4,28
NL2	0	0%	4	2,6%	7	4,6%	82	52,9%	60	39,9%	4,29
NL3	0	0%	3	2,0%	9	5,9%	75	49,0%	66	43,1%	4,33
NL4	1	0,7%	3	2,0%	8	5,2%	83	54,2%	58	37,9%	4,27
Trung bình chung											4,29

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng 2.10 cho thấy khách mời đánh giá rất tích cực đối với năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center. Điểm trung bình chung đạt 4,29 điểm, đây là một trong những nhóm tiêu chí có mức đánh giá cao nhất trong khảo sát.

Trong đó, tiêu chí NL3 “Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách nhanh chóng và hiệu quả” đạt điểm trung bình cao nhất với 4,33 điểm. Đồng thời, tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5 chiếm đa số với lần lượt 49,0% và 43,1%. Kết quả này cho thấy khách mời đánh giá cao khả năng xử lý tình huống và sự linh hoạt của nhân viên trong quá trình phục vụ tiệc cưới. Đây là yếu tố quan trọng góp phần đảm bảo chương trình diễn ra thuận lợi và tạo cảm giác hài lòng cho khách tham dự.

Tiêu chí NL1 “Nhân viên phục vụ món ăn và đồ uống nhanh chóng, không để khách phải chờ lâu” đạt 4,28 điểm. Phần lớn khách hàng lựa chọn mức đánh giá 4 và 5, phản ánh tốc độ phục vụ tốt, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách mời trong buổi tiệc.

Bên cạnh đó, tiêu chí NL2 “Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách mời có yêu cầu” và NL4 “Quá trình phục vụ trong buổi tiệc diễn ra trôi chảy và không bị gián đoạn” cùng đạt mức điểm khá cao là 4,27 điểm. Điều này cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng với tinh thần hỗ trợ, sự nhiệt tình cũng như khả năng phối hợp của đội ngũ nhân viên trong suốt quá trình phục vụ tiệc cưới.

d) Sự đảm bảo

Bảng 2.11. Đánh giá khách mời về sự đảm bảo

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
DB1	0	%	2	%	6	%	76	%	69	%	4,39
DB2	2	1,3%	11	7,2%	5	3,3%	75	49,0%	60	39,2%	4,18
DB3	0	0%	2	1,3%	12	7,8%	80	52,3%	59	38,6%	4,28
DB4	0	0%	2	1,3%	15	9,8%	77	50,3%	59	38,6%	4,26
Trung bình chung											4,28

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Qua bảng 2.11 cho thấy khách mời tham dự tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center đánh giá rất tích cực đối với yếu tố sự đảm bảo, với điểm trung bình chung đạt 4,28 điểm.

Trong đó, tiêu chí DB1 “Nhân viên phục vụ có thái độ lịch sự và tạo cảm giác tin tưởng cho khách mời” đạt điểm trung bình cao nhất là 4,39 điểm. Phần lớn khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên đã tạo được ấn tượng tích cực thông qua thái độ phục vụ lịch sự, chuyên nghiệp và thân thiện, góp phần nâng cao sự hài lòng của khách mời trong quá trình tham dự tiệc cưới.

Tiêu chí DB3 “Nhân viên có thể giải đáp rõ ràng các thắc mắc của khách mời khi cần thiết” đạt 4,28 điểm. Đồng thời, tỷ lệ khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5 chiếm đa số. Kết quả này phản ánh nhân viên có khả năng giao tiếp tốt, hỗ trợ và giải đáp thông tin tương đối rõ ràng cho khách mời trong suốt buổi tiệc.

Bên cạnh đó, tiêu chí DB4 “An ninh trong buổi tiệc được đảm bảo và khách mời cảm thấy yên tâm về tài sản cá nhân” đạt 4,26 điểm. Điều này cho thấy khách hàng nhìn chung cảm thấy an tâm khi tham dự tiệc cưới nhờ công tác đảm bảo an ninh tốt.

Tuy nhiên, tiêu chí DB2 “Khách mời cảm thấy an tâm về vệ sinh an toàn thực phẩm trong buổi tiệc” có điểm thấp nhất trong nhóm, đạt 4,18 điểm. Mặc dù phần lớn khách hàng đánh giá ở mức hài lòng, nhưng một số khách mời đánh giá ở mức thấp. Điều này cho thấy trung tâm cần chú trọng đến công tác vệ sinh an toàn thực phẩm.

e) Sự cảm thông

Bảng 2.12. Đánh giá khách mời về sự cảm thông

	Mức độ đánh giá										Điểm đánh giá trung bình
	1		2		3		4		5		
	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	
CT1	0	0%	0	0%	22	14,4%	69	45,1%	62	40,5%	4,26
CT2	0	0%	1	0,7%	18	11,8%	76	49,7%	58	37,8%	4,25
CT3	1	0,7%	2	1,3%	34	22,2%	56	36,6%	60	39,2%	4,12
Trung bình chung											4,21

(Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng)

Bảng 2.12 cho thấy khách mời nhìn chung đánh giá khá tích cực về yếu tố sự cảm thông trong chất lượng phục vụ tiệc cưới, với điểm trung bình chung đạt 4,21/5.

Trong đó, tiêu chí CT1 “Nhân viên phục vụ quan tâm và chú ý đến khách mời trong suốt buổi tiệc” đạt điểm trung bình cao nhất là 4,26. Trong đó, có 45,1% khách mời đánh giá ở mức 4 và 40,5% đánh giá ở mức 5. Không có ý kiến đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên phục vụ được khách mời đánh giá cao về sự quan tâm, chu đáo và thái độ chăm sóc trong suốt buổi tiệc.

Tiêu chí CT2 “Nhân viên phục vụ linh hoạt điều chỉnh cách phục vụ phù hợp với từng khách mời” có điểm trung bình 4,25, gần tương đương CT1. Tỷ lệ khách đánh giá mức 4 và 5 lần lượt là 49,7% và 37,8%, chiếm phần lớn tổng số ý kiến khảo sát. Chỉ có 0,7% khách đánh giá ở mức 2. Kết quả này cho thấy nhân viên có khả năng xử lý tình

huống và điều chỉnh phong cách phục vụ tương đối tốt nhằm đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách mời.

Bên cạnh đó CT3 “Buổi tiệc cưới mang lại trải nghiệm đáng nhớ đối với khách mời” đạt điểm trung bình thấp hơn một chút là 4,12. Dù vẫn có tỷ lệ đánh giá tích cực cao với 36,6% ở mức 4 và 39,2% ở mức 5, nhưng tiêu chí này có số lượng đánh giá trung bình và thấp cao hơn hai tiêu chí còn lại, bao gồm 22,2% đánh giá mức 3 và xuất hiện đánh giá mức 1 (0,7%) và mức 2 (1,3%). Điều này cho thấy trải nghiệm tổng thể của buổi tiệc tuy được đánh giá tốt nhưng vẫn chưa thực sự tạo dấu ấn mạnh mẽ đối với tất cả khách mời.

2.4. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

2.4.1. Chất lượng món ăn, đồ uống

Thực đơn tiệc cưới

Royal Lotus Palace hiện cung cấp hệ thống thực đơn tiệc cưới được phân thành bốn nhóm gói với mức giá từ thấp đến cao, đáp ứng nhiều phân khúc khách hàng khác nhau.

ROYAL LOTUS HOTEL DANANG		ROYAL LOTUS HOTEL DANANG	
BỘ THỰC ĐƠN TIỆC CƯỚI GÓI STANDARD - 300,000/ KHÁCH		BỘ THỰC ĐƠN TIỆC CƯỚI GÓI LUXURY - 480,000/ KHÁCH	
THỰC ĐƠN 1	THỰC ĐƠN 4	THỰC ĐƠN 1	THỰC ĐƠN 3
1. Gỏi tiến vua tôm thịt 2. Súp cua tuyết nhĩ 3. Tôm nướng muối ớt 4. Vịt quay xốt me & bánh bao 5. Sườn heo nấu pate gà & bánh mì 6. Đồng sương dừa	1. Gỏi ngó sen tôm thịt 2. Súp mực và nấm đông cô 3. Tôm sú hấp bia & gừng 4. Vịt quay xốt mặn & bánh bao 5. Bắp bò hầm tiêu xanh & bánh mì 6. Đồng sương dừa	1. Khai vị Lotus 2. Súp măng tây tươi cua 3. Tôm sú nướng kiểu Thái 4. Cá chẽm chiên giòn xốt chanh dây 5. Bò Mỹ áp chảo 6. Gà tiềm thuốc bắc & bánh mì 7. Nho Mỹ	1. Khai vị chua cay 2. Súp bào ngư tứ vị 3. Cá mú hấp ngũ vị 4. Tôm sú nướng 5. Vịt quay Bắc Kinh & bánh bao 6. Bò câu tiềm thuốc bắc & bánh mì 7. Nho Mỹ

Hình 2.8. Thực đơn tiệc cưới đa dạng với nhiều mức giá khác nhau

(Nguồn: Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng)

Gói Standard bao gồm hai mức giá là 300.000 đồng và 340.000 đồng mỗi khách, với sáu lựa chọn thực đơn cho mỗi mức. Đây là gói phổ thông với cơ cấu từ sáu món bao gồm khai vị hoặc gỏi, súp, món hải sản hoặc gia cầm, món thịt đỏ kèm bánh mì và tráng miệng. Thực đơn ở gói này tập trung vào các nguyên liệu quen thuộc và cách chế

biến đơn giản như gà nướng, vịt quay, tôm nướng, bò lúc lắc, lagu sườn, phù hợp với đám cưới có quy mô vừa và ngân sách tiết kiệm.

Gói Deluxe gồm hai mức giá 400.000 đồng và 450.000 đồng mỗi khách, với bốn đến sáu lựa chọn thực đơn. So với gói Standard, gói Deluxe nâng cấp nguyên liệu với sự xuất hiện của các món hải sản cao cấp hơn như bào ngư, hải sâm, tôm sú, cá mú cùng các phương pháp chế biến tinh tế hơn. Cơ cấu thực đơn gói Deluxe giữ nguyên bảy món theo đúng trình tự tiệc cưới chuẩn, tăng cường tính đa dạng và trải nghiệm ẩm thực cho khách mời.

Gói Luxury ở mức 480.000 đồng mỗi khách là gói cao cấp nhất, với bốn lựa chọn thực đơn. Gói này sử dụng nguyên liệu cao cấp như bào ngư, hải sâm ngũ vị, vịt quay Bắc Kinh, bò câu tiềm thuốc bắc, bò Mỹ và nho Mỹ nhập khẩu. Phương pháp chế biến cũng phức tạp và tinh tế hơn với các kỹ thuật như tiềm thuốc bắc, áp chảo, hấp ngũ vị, thể hiện đẳng cấp ẩm thực phù hợp với đám cưới sang trọng.

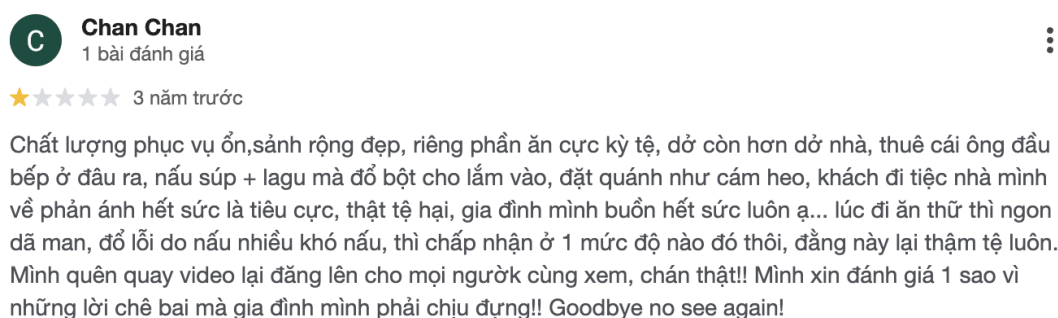
Chất lượng đồ ăn

Về sự đa dạng và phong phú của thực đơn, một số khách mời đánh giá cao số lượng và sự phong phú của các món được phục vụ. KH7 (Khách hàng số 7) ghi nhận "menu nhiều món", KH26 nhận xét "đồ ăn đa dạng", KH50 đánh giá "đồ ăn ngon, đa dạng món." Điều này phản ánh nỗ lực của khách sạn trong việc xây dựng hệ thống thực đơn phong phú với nhiều lựa chọn ở từng gói dịch vụ, đáp ứng sở thích đa dạng của khách mời đến từ nhiều nhóm tuổi và vùng miền khác nhau.

Về chất lượng ẩm thực tổng thể ở một số buổi tiệc, nhóm khách mời đánh giá điểm cao đồng đều đã ghi nhận trải nghiệm ẩm thực tốt. KH84 nhận xét "chất lượng món ăn tốt, trình bày đẹp và hợp khẩu vị của đa số khách mời", KH98 đánh giá "đồ ăn ngon, sạch sẽ", KH100 ghi nhận "đồ ăn hợp khẩu vị", KH102 phản hồi "đồ ăn ngon", KH96 nhận xét "chất lượng món ăn tốt, trình bày đẹp và hợp khẩu vị." Những phản hồi tích cực này cho thấy khi điều kiện vận hành thuận lợi, khách sạn hoàn toàn có khả năng cung cấp ẩm thực đạt chất lượng tốt, xứng tầm với tiêu chuẩn khách sạn bốn sao.

Tuy nhiên, chất lượng ẩm thực cũng là nhân tố nhận được nhiều phản hồi tiêu cực nhất trong toàn bộ kết quả khảo sát.

Vấn đề thứ nhất, kiểm soát nêm nếm chưa đạt chuẩn. Đây là phản ánh phổ biến nhất trong nhóm góp ý về ẩm thực. Khách mời ghi nhận nhiều món ăn nêm nếm quá mặn, không cân bằng hương vị. KH23 phản ánh "món ăn không hợp khẩu vị, mặn", KH24 góp ý "nêm nếm quá mặn", KH68 nhận xét "đồ ăn hơi mặn", KH111 phản hồi "món ăn nêm nếm dở tệ", KH112 góp ý "đồ ăn quá mặn, ngượng". Vấn đề này đặc biệt nghiêm trọng vì tiệc cưới phục vụ đồng thời hàng trăm khách với khẩu vị và nền văn hóa ẩm thực khác nhau, trong khi công thức nêm nếm lại thiếu sự chuẩn hóa và kiểm soát chất lượng trước khi món ăn rời khỏi bếp.



Hình 2.9. Đánh giá của khách hàng trên Google Review về chất lượng đồ ăn

(Nguồn: <https://byvn.net/1TW3>)

Vấn đề thứ hai, độ tươi của nguyên liệu, đặc biệt là hải sản. Đây là nhóm phản hồi đáng lo ngại nhất vì liên quan trực tiếp đến an toàn vệ sinh thực phẩm. KH18 phản ánh "đồ ăn lên ngượng, tanh", KH114 góp ý "đồ ăn quá dở, không tươi, trái cây có phần hỏng", KH121 phản hồi "món ăn không tươi ngon, hải sản hôi", KH108 ghi nhận "đồ ăn quá dở tệ", KH140 góp ý "đồ ăn quá mặn và hải sản không tươi." Điều đáng chú ý là hải sản là nhóm nguyên liệu xuất hiện với tần suất rất cao trong hầu hết các thực đơn ở tất cả các gói, từ tôm sú, cá chẽm, mực đến bào ngư và hải sâm, trong khi đây lại là nhóm nguyên liệu đòi hỏi điều kiện bảo quản và kiểm soát chặt chẽ nhất khi tổ chức tiệc quy mô lớn phục vụ hàng trăm khách cùng lúc.

Vấn đề thứ ba, nhiệt độ món ăn không đảm bảo. Một bộ phận khách mời phản ánh tình trạng món ăn lên ngượng, ảnh hưởng trực tiếp đến hương vị và chất lượng cảm quan. KH8 góp ý "đồ ăn không nóng", KH13 nhận xét "món ăn ngượng", KH57 ghi nhận "món ăn ra chậm, ngượng", KH112 phản hồi "đồ ăn quá mặn, ngượng", KH136 góp ý "lên món chậm." Đây là vấn đề liên quan đến quy trình phối hợp giữa bếp và đội phục vụ trong

việc đảm bảo nhiệt độ phục vụ chuẩn, đặc biệt với các món hải sản và súp vốn rất nhạy cảm với sự thay đổi nhiệt độ.

Vấn đề thứ tư, phục vụ thiếu món hoặc không đúng thực đơn. Một số khách mời phản ánh tình trạng lên thiếu món hoặc phục vụ không đúng theo thực đơn đã thỏa thuận. KH122 ghi nhận "lên món chậm và thiếu món", KH134 phản ánh "lên món thiếu", KH137 góp ý "lên thiếu món tráng miệng", KH138 nhận xét "món ăn lên lộn xộn", KH139 phản hồi "món gỏi mà không lên bánh phồng tôm ăn kèm".

2.4.2. Đội ngũ nhân viên

Đội ngũ nhân sự trực tiếp tham gia tổ chức tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center gồm 22 người, được phân bổ theo các vị trí chức năng như sau:

Bảng 2.13. Cơ cấu nhân sự tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center

STT	Vị trí	Số lượng
1	Trưởng bộ phận	1
2	Giám sát tiệc	1
3	Tổ trưởng phục vụ nhà hàng	1
4	Thư ký	1
5	Nhân viên phục vụ	10
6	Bếp trưởng	1
7	Phó bếp trưởng	1
8	Đầu bếp	6
Tổng		22

(Nguồn: Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center)

Cơ cấu nhân sự của Royal Lotus Palace thể hiện sự phân tầng quản lý rõ ràng với một trưởng bộ phận chịu trách nhiệm điều hành chung, một giám sát tiệc phụ trách vận

hành sự kiện, một tổ trưởng phục vụ nhà hàng điều phối đội ngũ phục vụ và một thư ký hỗ trợ công tác hành chính. Khối phục vụ trực tiếp gồm 10 nhân viên, trong khi khối bếp có 9 người bao gồm bếp trưởng, phó bếp trưởng và 7 đầu bếp.

Đội ngũ nhân viên phục vụ được khách hàng đánh giá rất tích cực. Nhóm tiêu chí về năng lực phục vụ đạt điểm trung bình 4,29, cao nhất trong toàn bộ khảo sát, trong đó khả năng xử lý tình huống phát sinh đạt 4,33 điểm và thái độ lịch sự của nhân viên đạt 4,39 điểm. Phản hồi định tính từ khách mời cũng rất tích cực: KH82 nhận xét "không gian đẹp và sang trọng", KH86 đánh giá "phong cách phục vụ chuyên nghiệp đã tạo nên một trải nghiệm đẳng cấp", KH98 ghi nhận "phục vụ nhiệt tình", KH119 phản hồi "nhân viên phục vụ rất nhiệt tình, thân thiện và luôn niềm nở với khách". CH1 cũng ấn tượng nhất với việc "nhân viên khách sạn rất tận tình và chu đáo, luôn theo sát và quan tâm đến sự hài lòng của khách hàng".

Tuy nhiên, cơ cấu nhân sự hiện tại có những hạn chế sau,

Lực lượng phục vụ chính thức không đủ đáp ứng quy mô tiệc lớn. Với chỉ 10 nhân viên phục vụ và 1 tổ trưởng, trong khi tiêu chuẩn ngành đối với tiệc cưới ngồi là một nhân viên phục vụ cho 15-20 khách hoặc một nhân viên phụ trách hai bàn, đội ngũ này chỉ có khả năng đáp ứng tối đa khoảng 150-200 khách. Trong khi đó, các tiệc cưới thực tế tại trung tâm thường có quy mô từ 450-550 khách như trường hợp của CH1 và CH2, đòi hỏi phải huy động thêm nhân viên thời vụ. Đây chính là một trong những nguyên nhân khiến chất lượng phục vụ không đồng đều, dẫn đến các phản hồi như KH47 "nhân viên hơi hợt", KH90 "thái độ nhân viên phục vụ chưa tốt khi giải đáp thắc mắc", KH93 "nhân viên cần nhiệt tình hơn".

Thiếu vị trí điều phối hậu sự kiện và chăm sóc khách hàng chuyên trách. Cơ cấu hiện tại tập trung vào khâu vận hành trực tiếp mà không có vị trí chuyên trách thu thập phản hồi, theo dõi hậu sự kiện và xử lý cải tiến. Điều này lý giải tại sao việc thu thập phản hồi sau sự kiện hiện chỉ dừng ở việc gọi điện cho chủ tiệc một cách thủ công, và các góp ý của khách hàng chưa được chuyển hóa thành cải tiến hệ thống.

Khối bếp với 9 người chịu áp lực rất lớn khi phục vụ tiệc đông khách. Với quy mô 450-550 khách mỗi tiệc và thực đơn 6-7 món, áp lực thời gian và khối lượng công việc đặt lên 9 người trong bếp là rất cao. Đây có thể là nguyên nhân của các vấn đề lặp lại về chất lượng món ăn: KH112 "đồ ăn quá mặn, ngấy", KH121 "món ăn không tươi ngon,

hải sản tươi", KH136 "lên món chậm", KH137 "lên thiếu món tráng miệng". Chính CH1 cũng xác nhận "món ăn có hơi mặn so với khẩu vị chung của đa số khách mời và lên món hơi chậm một chút". Khi nhân sự bếp phải đảm nhận cùng lúc nhiều khâu từ sơ chế, nêm nếm đến trang trí và phối hợp ra món, việc kiểm soát chất lượng đồng đều giữa các bàn trở nên khó khăn.

2.4.3. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Bảng 2.14. Tổng hợp cơ sở vật chất kỹ thuật tại Royal Lotus Palace

Hạng mục	Thiết bị / Khu vực	Tổng số	Tốt	Hỏng - Cần thay mới
Hệ thống sảnh tiệc	Sảnh tiệc lớn	3	3	0
	Màn hình LED	6	5	1
	Hệ thống âm thanh	8	7	1
	Đèn sân khấu	40	36	4
	Sân khấu chính	3	3	0
Trang thiết bị phục vụ	Bàn tiệc	250	240	10
	Ghế tiệc	2.000	1.920	80
	Khăn bàn	300	270	30
	Áo ghế	2.000	1.850	150
	Bộ chén đĩa	3.500	3.300	200
	Ly thủy tinh	4.000	3.700	300
	Xe đẩy phục vụ	15	13	2
	Backdrop tiệc	10	8	2
Hệ thống bếp	Bếp công nghiệp	10	9	1
	Tủ đông bảo quản	6	5	1
	Tủ mát	8	8	0
	Kệ lưu trữ	20	18	2
	Đèn trang trí	50	45	5
Khu vực phụ trợ	Nhà vệ sinh	8	7	1

Hạng mục	Thiết bị / Khu vực	Tổng số	Tốt	Hỏng - Cần thay mới
	Phòng chờ cô dâu	3	3	0
	Ghế chờ (tiền sảnh)	30	28	2
	Quầy lễ tân	2	2	0
	Thang máy	2	2	0
Hệ thống công nghệ	Camera an ninh	25	23	2
	Thiết bị PCCC	40	40	0
	Máy chiếu	5	4	1
	Bộ phát Wi-Fi	12	11	1

(Nguồn: Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center)

Dựa vào số liệu thống kê, có thể thấy Royal Lotus Palace sở hữu hệ thống cơ sở vật chất tương đối đầy đủ với quy mô lớn, bao gồm 3 sảnh tiệc lớn, 250 bàn tiệc, 2.000 ghế, 4.000 ly thủy tinh và 3.500 bộ chén đĩa. Tuy nhiên, tỷ lệ thiết bị hỏng hoặc xuống cấp ở một số hạng mục đang ở mức đáng chú ý, đặc biệt là ly thủy tinh với 300 chiếc bị nứt và trầy, áo ghế với 150 chiếc cần thay mới và ghế tiệc với 80 chiếc đang bong sơn. Đây là cơ sở thực tế để đối chiếu với đánh giá của khách hàng qua kết quả khảo sát.

Theo đánh giá của khách hàng đã tham dự tiệc cưới tại nhà hàng, không gian hội trường và trang trí là điểm mạnh được khách mời ghi nhận nhiều nhất trong phần câu hỏi ấn tượng nhất. KH57 phản hồi "sảnh đẹp lung linh", KH83 nhận xét "không gian tiệc cưới được thiết kế sang trọng, âm cúng và rất phù hợp cho các sự kiện quan trọng", KH86 đánh giá "không gian sang trọng kết hợp với phong cách phục vụ chuyên nghiệp đã tạo nên một trải nghiệm đẳng cấp." Những phản hồi này cho thấy khi hội trường được thiết lập đúng chuẩn, không gian tiệc cưới tại Royal Lotus Palace hoàn toàn có khả năng tạo ra ấn tượng thị giác mạnh mẽ.

Tuy nhiên, quy mô sảnh tiệc chưa đáp ứng được nhu cầu khi tổ chức đám cưới quy mô lớn. Đây là vấn đề được phản ánh nhiều nhất trong nhóm góp ý về cơ sở vật chất. KH6 ghi nhận "sảnh cưới còn chật không chứa được lượng khách đông", KH110 phản ánh "sảnh nhỏ, khách phải chen chúc", KH140 góp ý "đám cưới khách đông mà sảnh rất nhỏ".

Cực kỳ tệ hại. Sảnh nhận 1000 nhưng đặt 800 đã ko chen được giữa các bàn mà đi. Đồ ăn tệ, ko đảm bảo theo yêu cầu của khách. Sân khấu đã hẹp còn đưa cả dàn nhạc lên làm cô dâu chú rể ko có chỗ xoay chuyển. Cam kết đủ kiểu nhưng ko thực hiện đúng. Y như lừa đảo. Quá sức thất vọng

Hình 2.10. Đánh giá của khách hàng trên Google Review về sảnh tiệc

(Nguồn: <https://byvn.net/1TW3>)

Tình trạng vệ sinh khu vực nhà vệ sinh và tiền sảnh. KH7 phản ánh "nhà vệ sinh bẩn", KH67 góp ý "nhà vệ sinh không có giấy", KH135 nhận xét "sảnh bẩn." Số liệu kiểm kê cũng ghi nhận 1 trong 8 khu nhà vệ sinh đang cần sửa vòi nước, phản ánh tình trạng bảo trì chưa theo kịp cường độ sử dụng thực tế.

Chất lượng hệ thống âm thanh và ánh sáng không ổn định. KH94 góp ý "hệ thống âm thanh cần được điều chỉnh ổn định hơn", KH106 phản ánh "âm thanh rè, ánh sáng lúc sáng lúc tối." Điều này hoàn toàn có cơ sở từ số liệu kiểm kê khi 1 bộ âm thanh cần sửa micro và 4 đèn sân khấu có ánh sáng yếu. Trong tiệc cưới, sự cố âm thanh và ánh sáng xảy ra trực tiếp trong các khoảnh khắc nghi lễ quan trọng không thể làm lại, vì vậy đây là nhóm thiết bị cần được ưu tiên bảo trì và thay thế trước tiên.

2.4.4. Quy trình phục vụ

Quy trình phục vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace được tổ chức theo ba giai đoạn kế tiếp gồm tiền sự kiện, trong sự kiện và hậu sự kiện.



Hình 2.11. Quy trình phục vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace

(Nguồn: Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center)

Giai đoạn 1 - Tiền sự kiện

Giai đoạn tiền sự kiện tại Royal Lotus Palace bao gồm ba bước cơ bản: soạn thảo BEO, lập kế hoạch không gian và chuẩn bị trang thiết bị, trang trí. Sau khi tiếp nhận yêu

cầu của khách hàng, nhân viên kinh doanh tiệc tiến hành tư vấn các gói dịch vụ, thực đơn, phong cách trang trí và các dịch vụ đi kèm.

STT	Dịch vụ ưu đãi	Số lượng khách			
		Tầng 1	Tầng 2		
		300 -> 399	500 -> 699	700 -> 899	900 -> 1000
1	Trang trí sân khấu	♥	♥	♥	♥
2	Trang trí bàn Gallery	♥	♥	♥	♥
3	Trang trí thảm đỏ & lối rước dâu	♥	♥	♥	♥
4	Backdrop chụp hình ngoài sảnh tiệc	♥	♥	♥	♥
5	Tháp bánh uyên ương	♥	♥	♥	♥
6	Tháp rượu hồng	♥	♥	♥	♥
7	Bàn tiếp tân & thùng đựng tiền mừng	♥	♥	♥	♥
8	Sổ và bút ký tên lưu niệm	♥	♥	♥	♥
9	Đội khánh tiết đón khách	♥	♥	♥	♥
10	Vũ điệu khai tiệc	♥	♥	♥	♥
11	MC dẫn chương trình	♥	♥	♥	♥
12	Ôé phần súp nhẹ trước giờ làm lễ	♥	♥	♥	♥
13	Đàn Organ & nhạc công	♥	♥	♥	♥
14	Âm thanh, ánh sáng	♥	♥	♥	♥
15	Màn hình LED	♥	♥	♥	♥
16	01 đêm phòng tân hôn tại khách sạn	♥	♥	♥	♥
17	Bàn ăn thử trước ngày tiệc	♥	♥	♥	♥
18	Ban nhạc với 4 nhạc công trong 2h tiệc		♥	♥	♥
19	Ca sĩ hát 02 bài				♥
20	Tặng bia (loại bia theo bia đặt tiệc)			1 thùng	2 thùng
Phụ thu từ 200 - 299 khách		5.000.000 (gồm 1-17)			
Phụ thu từ 400 - 499 khách				10.000.000 (gồm 1-18)	

Hình 2.12. Các dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace

(Nguồn: Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center)

Trên cơ sở thống nhất với chủ tiệc, hợp đồng dịch vụ được ký kết và Lệnh tổ chức sự kiện (BEO) được soạn thảo làm tài liệu vận hành nội bộ. Tiếp theo, đội ngũ điều phối tiệc tiến hành thiết kế sơ đồ mặt bằng, bố trí bàn ghế, chuẩn bị trang thiết bị âm thanh, ánh sáng, màn hình LED và trang trí không gian sảnh tiệc theo chủ đề đã thỏa thuận. Nhìn chung, giai đoạn tiền sự kiện tại Royal Lotus Palace được thực hiện tương đối bài bản và chuyên nghiệp.

CH1 (chủ tiệc tổ chức tiệc cưới quy mô 550 khách vào tháng 8/2025) cho biết "Nhân viên tư vấn rất nhiệt tình và giải đáp mọi thắc mắc mà chúng tôi đưa ra, họ đưa ra cho chúng tôi rất nhiều lựa chọn từ khâu trang trí đến menu món ăn... Việc ký kết hợp đồng cũng diễn ra nhanh chóng vì đôi bên đều đạt được thỏa thuận và hợp đồng cũng rất rõ ràng". Tương tự, CH2 (tổ chức tiệc quy mô 450 khách vào tháng 10/2025) cũng phản hồi tích cực: "Tôi liên hệ với họ qua email của Khách sạn và được họ liên hệ lại rất nhanh chóng. Tôi được nhân viên tư vấn khá nhiều các gói dịch vụ ở đây và nhân viên rất nhiệt tình giải đáp các câu hỏi của tôi. Việc ký kết hợp đồng diễn ra hoàn hảo, các điều khoản rõ ràng và có sự đối chiếu giữa tôi và phía nhà cung cấp".

Giai đoạn 2 - Trong sự kiện

Giai đoạn trong sự kiện tại Royal Lotus Palace bao gồm ba bước chính: thiết lập hội trường, vận hành buổi tiệc kết hợp xử lý sự cố phát sinh, và giám sát điều phối toàn bộ quá trình. Trước giờ đón khách, đội ngũ phục vụ tiến hành thiết lập sảnh tiệc theo sơ đồ đã được phê duyệt, kiểm tra dụng cụ, bố trí bàn ghế, hoàn thiện trang trí và vận hành thử hệ thống âm thanh, ánh sáng.

Khâu thiết lập hội trường và đón khách nhìn chung nhận được phản hồi tích cực. CH1 cho biết "sảnh đón khách và sảnh tiệc cưới cũng như bàn tiệc được bố trí rất đẹp và hợp ý tôi", còn CH2 ấn tượng nhất ở "Sảnh cưới và sân khấu được trang trí rất đúng ý tôi". Nhiều khách mời cũng có cùng cảm nhận, KH57 nhận xét "sảnh đẹp lung linh", KH83 đánh giá "không gian tiệc cưới được thiết kế sang trọng, ấm cúng và rất phù hợp cho các sự kiện quan trọng". Điều này cho thấy khâu thiết lập không gian được thực hiện đúng tiêu chuẩn và tạo được ấn tượng thị giác tích cực ngay từ đầu buổi tiệc.

Khâu vận hành buổi tiệc là điểm yếu nghiêm trọng nhất của toàn bộ quy trình. Vấn đề trung tâm nằm ở sự thiếu phối hợp giữa bếp và đội phục vụ, thể hiện qua ba nhóm phản ánh lặp đi lặp lại trong khảo sát. Vấn đề chất lượng món ăn không ổn định. CH1 đề xuất "Tôi nghĩ khách sạn nên điều chỉnh lại cách nêm nếm món ăn". Sự đồng thuận giữa chủ tiệc và khách mời cho thấy đây không phải là vấn đề cảm tính cá biệt mà là sai sót có tính hệ thống ở khâu kiểm soát chất lượng trước khi món ăn rời khỏi bếp. KH138 nhận xét "món ăn lên lộn xộn", KH139 phản hồi "món gỏi mà không lên bánh phồng tôm ăn kèm". Những phản ánh này cho thấy sự phối hợp giữa bếp và đội phục vụ chưa nhịp nhàng, dẫn đến tình trạng món ăn ra không đúng nhiệt độ, không đúng thời điểm, thậm chí thiếu món hoặc lệch trình tự so với thực đơn đã thỏa thuận.

Khâu giám sát và điều phối ngược lại nhận được đánh giá khá tích cực. CH1 đánh giá cao đội ngũ giám sát khi chia sẻ điều ấn tượng nhất là "Nhân viên khách sạn rất tận tình và chu đáo, luôn theo sát và quan tâm đến sự hài lòng của khách hàng".

Khâu xử lý sự cố phát sinh được thực hiện kín đáo và hiệu quả. Cả CH1 và CH2 đều xác nhận "không có sự cố" trong buổi tiệc của mình. Tuy nhiên, một số tình huống nhỏ tại các bàn xa khu vực trung tâm sảnh vẫn lọt qua tầm giám sát, như phản ánh của KH85 về việc "cải thiện trải nghiệm khách mời bằng cách giảm thời gian chờ giữa các món ăn" hay KH86 đề xuất "cải thiện khâu tổ chức để đảm bảo các hoạt động diễn ra

mạch lạc và liền mạch hơn". Điều này cho thấy việc giám sát tốt ở cấp độ tổng thể nhưng chưa bao quát được toàn bộ các bàn trong những buổi tiệc đông khách từ 450-550 người.

Giai đoạn 3 - Hậu sự kiện

Giai đoạn hậu sự kiện tại Royal Lotus Palace bao gồm ba bước chính: thu dọn sau sự kiện, hoàn tất thanh toán và lưu trữ hồ sơ. Sau khi tiệc kết thúc và toàn bộ khách mời rời khỏi sảnh, đội ngũ phục vụ tiến hành thu dọn dụng cụ, phân loại đồ vải và bàn ghế, đồng thời hoàn tất thủ tục thanh toán với chủ tiệc. Toàn bộ hồ sơ liên quan đến sự kiện được lưu trữ phục vụ công tác báo cáo và tham khảo.

Khâu thanh toán và bảo quản tài sản được thực hiện chuyên nghiệp. CH1 đánh giá cao công tác bảo quản tài sản: "Tôi rất an tâm vì các đồ dùng cá nhân của khách hàng và quà tặng được nhân viên giữ từ đầu đến cuối buổi tiệc khi được yêu cầu giữ đồ". Cả hai chủ tiệc đều xác nhận thông tin cá nhân và chi tiết sự kiện được bảo mật tốt trong suốt quá trình tổ chức.

Khâu thu thập phản hồi đang được thực hiện nhưng theo phương thức thủ công và thiếu hệ thống. CH1 cho biết "ngay sau 1 ngày chúng tôi đã được nhân viên gọi điện để hỏi xem có hài lòng với dịch vụ mà họ cung cấp không. Họ cũng gửi lời cảm ơn đến chúng tôi rất chân tình". CH2 cũng xác nhận "sau khi kết thúc buổi tiệc phía khách sạn đã liên hệ để biết tôi có hài lòng về buổi tiệc hay không cũng như chưa hài lòng chỗ nào". Đây là điểm tích cực thể hiện khách sạn có ý thức về tầm quan trọng của giai đoạn hậu sự kiện. Tuy nhiên, phương thức thu thập phản hồi hiện nay chỉ giới hạn ở việc gọi điện cho chủ tiệc, trong khi nhóm khách mời tham dự, những người trực tiếp trải nghiệm dịch vụ phục vụ hoàn toàn không được tiếp cận.

Khâu họp rút kinh nghiệm sau sự kiện cũng là một bước còn thiếu trong quy trình hiện tại. Đây là cơ chế cần thiết để biến phản hồi từ chủ tiệc và khách mời thành hành động cải tiến cụ thể, với sự tham gia của trưởng các bộ phận bếp, phục vụ và kỹ thuật. Sự thiếu vắng buổi họp định kỳ này chính là một trong những nguyên nhân khiến các vấn đề về nêm nếm món ăn, tốc độ phục vụ và phối hợp bếp, phục vụ vẫn lặp đi lặp lại qua các sự kiện mà chưa có dấu hiệu được giải quyết triệt để.

2.4.5. Công tác quản lý, giám sát

Công tác quản lý và giám sát tại Royal Lotus Palace được triển khai ở hai tầng: tầng chiến lược do ban lãnh đạo định hướng và tầng vận hành do trưởng ca giám sát trực tiếp.

Ở tầng chiến lược, ban lãnh đạo đã xây dựng hệ thống tiêu chuẩn dịch vụ tương đối rõ ràng thông qua hệ thống gói thực đơn phân tầng (Standard, Deluxe, Luxury) và quy trình ký kết hợp đồng minh bạch. CH1 đánh giá "việc ký kết hợp đồng cũng diễn ra nhanh chóng vì đôi bên đều đạt được thỏa thuận và hợp đồng cũng rất rõ ràng", CH2 ghi nhận "các điều khoản rõ ràng và có sự đối chiếu giữa tôi và phía nhà cung cấp". Tuy nhiên, hệ thống tiêu chuẩn hiện mới chỉ tập trung vào các yếu tố hữu hình như thực đơn và trang trí, trong khi các tiêu chuẩn về nêm nếm món ăn, độ tươi nguyên liệu và tốc độ phục vụ chưa được cụ thể hóa thành chỉ số đo lường. Hệ quả là chất lượng vận hành thực tế không đồng đều giữa các sự kiện, dẫn đến phản hồi tiêu cực lặp lại nhiều lần về cùng một nhóm vấn đề.

Ở tầng vận hành, công tác giám sát trực tiếp tại sảnh đạt kết quả tích cực rõ rệt với nhóm tiêu chí năng lực phục vụ đạt điểm trung bình 4,29 – cao nhất trong khảo sát. CH1 ấn tượng nhất với việc "nhân viên khách sạn rất tận tình và chu đáo, luôn theo sát và quan tâm đến sự hài lòng của khách hàng", và cả hai chủ tiệc đều xác nhận không có sự cố nghiêm trọng xảy ra.

Tuy nhiên, công tác giám sát vẫn còn ba hạn chế. Thứ nhất, giám sát mới tập trung vào khâu phục vụ tại sảnh mà chưa kiểm soát chặt khâu bếp, nơi phát sinh các vấn đề về nêm nếm, độ tươi và nhiệt độ món ăn. Điều này lý giải vì sao cùng một buổi tiệc có thể nhận phản hồi tích cực về thái độ phục vụ nhưng tiêu cực về món ăn, như trường hợp KH119 vừa khen "nhân viên phục vụ rất nhiệt tình, thân thiện" vừa phản ánh "đồ ăn rất mặn".

Phạm vi giám sát chưa bao quát toàn bộ các bàn trong những sự kiện đông khách từ 450-550 người. Các phản hồi như KH138 "món ăn lên lộn xộn", KH139 "món gỏi mà không lên bánh phồng tôm ăn kèm", KH137 "lên thiếu món tráng miệng" cho thấy có những bàn xa khu vực trung tâm đã lọt qua tầm giám sát. Giám sát chưa tích hợp việc kiểm tra các yếu tố hậu cần như nhà vệ sinh, bãi đỗ xe, hệ thống âm thanh, ánh sáng trong suốt sự kiện. KH7 phản ánh "nhà vệ sinh bẩn", KH67 "nhà vệ sinh không có giấy",

KH106 "âm thanh rè, ánh sáng lúc sáng lúc tối", những vấn đề có thể được xử lý nhanh chóng nếu có cơ chế kiểm tra định kỳ.

2.4.6. Tính cá nhân hoá dịch vụ

Trong bối cảnh nhu cầu khách hàng ngày càng đa dạng và đề cao dấu ấn riêng, tính cá nhân hóa dịch vụ trở thành yếu tố quan trọng tạo nên sự khác biệt và nâng cao năng lực cạnh tranh của trung tâm tiệc cưới. Tại Royal Lotus Palace, yếu tố này thể hiện ở hai khía cạnh: sự đồng hành cá nhân hóa trong quá trình chuẩn bị và mức độ cá nhân hóa thực sự trong sản phẩm dịch vụ.

Sự đồng hành cá nhân hóa trong quá trình chuẩn bị là điểm mạnh nổi bật của Royal Lotus Palace, được cả hai chủ tiệc đánh giá cao. CH1 cho biết "họ luôn nhắn tin cũng như chụp hình các khâu chuẩn bị và hỏi tôi xem có vừa ý hay không", còn CH2 xác nhận "họ luôn hỏi ý kiến của tôi, hỏi tôi có cần thay đổi gì nữa không". Cách tiếp cận chủ động này thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối với chủ tiệc trong suốt giai đoạn chuẩn bị. Khi chủ tiệc đưa ra yêu cầu điều chỉnh, khách sạn cũng thể hiện sự linh hoạt cao. CH1 chia sẻ "chúng tôi có một vài yêu cầu nhỏ về việc chỉnh lại cổng đón khách và Khách sạn cũng rất nhiệt tình đón nhận và chỉnh theo ý của tôi", trong khi CH2 cho biết "họ rất lắng nghe ý kiến của tôi trong việc tôi yêu cầu cách bố trí bàn tiệc". Khả năng tiếp nhận và đáp ứng yêu cầu phát sinh này là biểu hiện tích cực của tính cá nhân hóa ở khâu vận hành.

Tuy nhiên, tính cá nhân hóa hiện vẫn còn dừng ở mức tiếp nhận yêu cầu của khách hàng chứ chưa chủ động kiến tạo các phương án mang dấu ấn riêng. Cả hai chủ tiệc đều thừa nhận họ chủ yếu sử dụng các gói dịch vụ có sẵn. CH2 phản hồi "Tôi chỉ yêu cầu làm theo gói dịch vụ có sẵn nên không có gì phải thay đổi", trong khi CH1 cho biết "Ở đây nhân viên chỉ tư vấn cho tôi gói dịch vụ có sẵn".

2.5. Nhận xét chung

Trên cơ sở phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thông qua kết quả khảo sát 153 khách mời, phỏng vấn sâu hai chủ tiệc và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng, có thể đưa ra những nhận xét tổng quát về ưu điểm và hạn chế của trung tâm như sau.

2.5.1. Ưu điểm

Đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp và tận tâm. Đây là điểm mạnh nổi bật

nhất của Royal Lotus Palace, được khách hàng đánh giá cao nhất trong toàn bộ khảo sát. Nhân viên thể hiện thái độ lịch sự, nhiệt tình và khả năng xử lý tình huống linh hoạt. Cả chủ tiệc và khách mời đều đánh giá cao sự chu đáo, tận tình của đội ngũ phục vụ trong suốt quá trình tổ chức tiệc. Đây là tài sản quý giá tạo nên ấn tượng tích cực cho khách hàng và là nền tảng để xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững.

Không gian hội trường sang trọng, trang thiết bị hiện đại. Cơ sở vật chất của trung tâm được đầu tư bài bản với hệ thống sảnh tiệc đẹp mắt, trang thiết bị âm thanh, ánh sáng, màn hình LED đáp ứng tiêu chuẩn khách sạn 4 sao. Đây là yếu tố tạo ấn tượng thị giác mạnh mẽ cho khách mời ngay từ khoảnh khắc đầu tiên bước vào không gian sự kiện và được nhiều khách hàng đánh giá là điểm ấn tượng nhất.

Quy trình tư vấn và ký kết hợp đồng minh bạch, chuyên nghiệp. Khách sạn đã xây dựng được hệ thống gói thực đơn phân tầng rõ ràng cùng quy trình tư vấn nhiệt tình, hợp đồng minh bạch và sự đồng hành sát sao với chủ tiệc trong giai đoạn chuẩn bị. Đây là điểm mạnh được cả hai chủ tiệc xác nhận, thể hiện tính chuyên nghiệp ngay từ giai đoạn tiền sự kiện.

Đảm bảo an ninh và bảo mật thông tin tốt. Công tác bảo quản tài sản như phong bì mừng, quà tặng và đồ dùng cá nhân của khách mời được thực hiện chu đáo. Thông tin cá nhân của chủ tiệc và chi tiết sự kiện cũng được bảo mật trong suốt quá trình tổ chức, tạo cảm giác an tâm cho khách hàng.

2.5.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả tích cực đã đạt được, chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center vẫn còn tồn tại một số hạn chế khác phục.

Thứ nhất, chất lượng món ăn không ổn định. Vấn đề về nêm nếm món ăn quá mặn, hải sản không tươi, món ăn lên ngượng và lên thiếu món xuất hiện với tần suất cao trong phản hồi của khách mời. Chính chủ tiệc cũng xác nhận trải nghiệm tương tự. Đây là điểm yếu cốt lõi xuất phát từ việc thiếu chuẩn hóa công thức nêm nếm, kiểm soát chất lượng nguyên liệu chưa chặt chẽ và sự phối hợp giữa bếp với đội phục vụ chưa nhịp nhàng, đặc biệt trong các tiệc quy mô lớn.

Thứ hai, quy mô sảnh tiệc và cơ sở vật chất phụ trợ chưa đáp ứng tiệc đông khách. Nhiều khách hàng phản ánh tình trạng sảnh chật chội khi tổ chức tiệc với số lượng khách

lớn từ 450-550 người. Bên cạnh đó, các yếu tố hậu cần như nhà vệ sinh, bãi đỗ xe (không có mái che), hệ thống âm thanh và ánh sáng còn xảy ra trục trặc trong quá trình sử dụng. Một số trang thiết bị có dấu hiệu xuống cấp như ly thủy tinh, áo ghế, đèn sân khấu cần được thay mới.

Thứ ba, quy trình phục vụ còn thiếu một số bước quan trọng so với chuẩn ngành. Đối chiếu với quy trình tổ chức tiệc cưới chuyên nghiệp, quy trình hiện tại của Royal Lotus Palace còn bỏ sót bốn bước cốt lõi. Ở giai đoạn tiền sự kiện, trung tâm chưa có bước lập kế hoạch nhân sự chi tiết với việc xác định tỷ lệ nhân viên trên số khách, phân công vị trí cụ thể cho từng người, đồng thời cũng chưa xây dựng Run of Show – kịch bản chi tiết đến từng phút tích hợp hoạt động của MC, nghi lễ, đội phục vụ và bếp. Đây chính là một trong những nguyên nhân khiến việc phối hợp giữa các bộ phận trong ngày tiệc thiếu nhịp nhàng. Ở đầu giai đoạn trong sự kiện, trung tâm chưa tổ chức họp triển khai trước sự kiện (Pre-event Briefing) khoảng 30-60 phút trước giờ đón khách để toàn đội nắm rõ kịch bản, phân công và các tín hiệu phối hợp. Ở giai đoạn hậu sự kiện, trung tâm chưa thực hiện họp rút kinh nghiệm (Post-event Debriefing) với sự tham gia của các trưởng bộ phận bếp, phục vụ và kỹ thuật để tổng kết, phân tích sự cố và đề ra giải pháp cải thiện cho các sự kiện tiếp theo. Sự thiếu vắng của bốn bước này chính là nguyên nhân gốc rễ khiến các vấn đề về phối hợp, lên món chậm, thiếu món lặp đi lặp lại qua nhiều sự kiện mà chưa được khắc phục triệt để.

Thứ tư, tính cá nhân hóa dịch vụ chưa được phát huy. Khách sạn chủ yếu phục vụ theo các gói dịch vụ có sẵn, chưa thực sự đi sâu vào việc đề xuất và kiến tạo trải nghiệm mang dấu ấn riêng của từng cặp đôi. Mặc dù trung tâm thể hiện sự linh hoạt khi tiếp nhận yêu cầu điều chỉnh từ chủ tiệc, nhưng tính chủ động trong tư vấn cá nhân hóa từ phía khách sạn vẫn còn hạn chế. Đây là điểm yếu trong bối cảnh khách hàng ngày càng đề cao dấu ấn cá nhân trong lễ cưới.

Thứ năm, cơ cấu nhân sự chưa cân đối với quy mô vận hành. Với chỉ 10 nhân viên phục vụ chính thức và 9 người trong khối bếp, đội ngũ chưa đủ đáp ứng các tiệc cưới đông khách. Việc phụ thuộc vào nhân viên thời vụ có thể dẫn đến chất lượng phục vụ không đồng đều giữa các sự kiện. Khối bếp chịu áp lực rất lớn về thời gian và khối lượng công việc là một trong những nguyên nhân gốc rễ của các vấn đề về chất lượng món ăn.

Thứ sáu, công tác quản lý và giám sát còn khoảng trống. Hoạt động giám sát hiện tập trung chủ yếu vào khâu phục vụ tại sảnh, trong khi khâu kiểm soát chất lượng tại bếp chưa được chú trọng tương ứng. Phạm vi giám sát cũng chưa bao quát toàn bộ các bàn trong những sự kiện đông khách, dẫn đến tình trạng lên món sai trình tự hoặc thiếu món mà không được phát hiện kịp thời.

Thứ bảy, cơ chế thu thập phản hồi và cải tiến chưa có hệ thống. Việc thu thập phản hồi sau sự kiện hiện chỉ giới hạn ở việc gọi điện cho chủ tiệc, hoàn toàn bỏ qua nhóm khách mời tham dự, những người trực tiếp trải nghiệm dịch vụ. Đây là nguyên nhân khiến các vấn đề lặp đi lặp lại qua nhiều sự kiện mà chưa được giải quyết triệt để.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 đã phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thông qua tổng quan về đơn vị, kết quả khảo sát khách hàng và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.

Trên cơ sở khảo sát 153 khách mời theo mô hình SERVPERF kết hợp phỏng vấn sâu hai chủ tiệc và tham khảo đánh giá trên Google Reviews, kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại trung tâm nhìn chung được khách hàng đánh giá tích cực. Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, không gian hội trường sang trọng, quy trình tư vấn minh bạch và công tác bảo mật, an ninh là những điểm mạnh nổi bật. Tuy nhiên, chất lượng món ăn không ổn định, quy mô sảnh tiệc chưa đáp ứng tiệc đông khách, tính cá nhân hóa dịch vụ chưa phát huy, cơ cấu nhân sự chưa cân đối và quy trình phục vụ còn thiếu một số bước quan trọng như lập kế hoạch nhân sự, Run of Show, họp triển khai và họp rút kinh nghiệm là những hạn chế cần khắc phục.

Những phân tích trong Chương 2 đã phản ánh tương đối toàn diện thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace, đồng thời chỉ ra các ưu điểm cần phát huy và hạn chế cần cải thiện. Đây là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới của trung tâm trong Chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI TẠI ROYAL LOTUS PALACE WEDDING & CONVENTION CENTER THUỘC KHÁCH SẠN ROYAL LOTUS ĐÀ NẴNG

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển du lịch và dịch vụ khách sạn tại Đà Nẵng

Đà Nẵng được xác định là một trong những trung tâm du lịch trọng điểm của cả nước, với mục tiêu trở thành điểm đến du lịch quốc tế hàng đầu khu vực Đông Nam Á. Theo Nghị quyết số 43-NQ/TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển thành phố Đà Nẵng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, du lịch và dịch vụ chất lượng cao được xác định là một trong những trụ cột kinh tế mũi nhọn của thành phố. Quyết định số 1287/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch thành phố Đà Nẵng thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 cũng nhấn mạnh việc phát triển Đà Nẵng trở thành trung tâm du lịch chất lượng cao, đẳng cấp quốc tế.

Trong định hướng này, ngành dịch vụ khách sạn và tổ chức sự kiện được khuyến khích phát triển theo hướng chuyên nghiệp hóa, hiện đại hóa và đa dạng hóa sản phẩm. Đặc biệt, phân khúc dịch vụ tiệc cưới tại các khách sạn cao cấp được dự báo sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh trong giai đoạn tới do ba xu hướng nổi bật. Thu nhập của tầng lớp trung lưu tại Đà Nẵng và các tỉnh miền Trung tăng trưởng ổn định, kéo theo nhu cầu tổ chức tiệc cưới tại khách sạn ngày càng phổ biến thay vì tại nhà hàng truyền thống. Xu hướng "destination wedding" - tổ chức tiệc cưới điểm đến đang phát triển mạnh, với Đà Nẵng là một trong những điểm đến hàng đầu tại Việt Nam nhờ vị trí ven biển và hạ tầng du lịch phát triển.

Lượng khách quốc tế đến Đà Nẵng tổ chức sự kiện ngày càng gia tăng, đặc biệt từ các thị trường Hàn Quốc, Trung Quốc, Ấn Độ và châu Âu. Bên cạnh cơ hội, môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực dịch vụ tiệc cưới tại Đà Nẵng cũng ngày càng khốc liệt với sự xuất hiện của nhiều trung tâm tiệc cưới quy mô lớn và các khách sạn 4-5 sao đầu tư mạnh vào phân khúc này. Định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng đến năm 2030 cũng nhấn mạnh việc xây dựng môi trường du lịch văn minh, chuyên nghiệp và bền vững, trong đó chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng là yếu tố cốt lõi.

3.1.2. Định hướng phát triển của Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

Trên cơ sở tầm nhìn trở thành một trong những khách sạn 4 sao hàng đầu tại Đà Nẵng và sứ mệnh mang đến trải nghiệm nghỉ dưỡng đẳng cấp cho khách hàng, Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng xác định bốn định hướng phát triển chính cho hoạt động kinh doanh dịch vụ tiệc cưới trong giai đoạn 2026 - 2030.

Trung tâm hướng tới việc duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ, đầu tư đồng bộ về cơ sở vật chất, thay thế các trang thiết bị xuống cấp và phát triển đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp. Mục tiêu đặt ra là đưa Royal Lotus Palace trở thành lựa chọn hàng đầu của khách hàng khi tổ chức tiệc cưới quy mô vừa và lớn tại thành phố, với chỉ tiêu cụ thể là gia tăng số lượng tiệc cưới tổ chức tại trung tâm trung bình 15-20% mỗi năm và đạt tỷ lệ khách hàng giới thiệu (Net Promoter Score) trên 70%.

Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ tiệc cưới và nâng cao tính cá nhân hóa. Trung tâm hướng tới việc xây dựng các gói dịch vụ linh hoạt theo nhiều phân khúc và phong cách khác nhau, từ tiệc cưới truyền thống Á Đông đến tiệc cưới hiện đại theo phong cách phương Tây, từ tiệc cưới trong nhà đến tiệc cưới ngoài trời kết hợp không gian sảnh tiệc. Đặc biệt, trung tâm chú trọng phát triển dịch vụ tiệc cưới mang dấu ấn riêng của từng cặp đôi, đáp ứng nhu cầu của phân khúc khách hàng trẻ và khách hàng quốc tế đang ngày càng đề cao tính độc bản trong lễ cưới.

Tăng cường hiệu quả vận hành và quản lý chất lượng dịch vụ. Trung tâm hướng tới việc chuẩn hóa quy trình phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế thông qua việc bổ sung các bước còn thiếu như lập kế hoạch nhân sự chi tiết, xây dựng Run of Show, tổ chức họp triển khai trước sự kiện và họp rút kinh nghiệm sau sự kiện. Đồng thời, ứng dụng công nghệ trong quản lý đặt tiệc, theo dõi tiến độ chuẩn bị và thu thập phản hồi khách hàng nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ ổn định và đồng đều giữa các sự kiện. Mục tiêu là giảm thiểu tỷ lệ phàn nàn của khách hàng và xây dựng cơ chế cải tiến liên tục dựa trên dữ liệu thực tế.

Xây dựng thương hiệu Royal Lotus Palace gắn liền với hai giá trị cốt lõi: sự sang trọng và sự tận tâm. Trên cơ sở phát huy điểm mạnh hiện có về không gian hội trường đẳng cấp và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, trung tâm hướng tới việc đầu tư mạnh vào hoạt động marketing, đặc biệt là marketing trên các nền tảng số như Google, Facebook, Instagram và TikTok, nơi tập trung phần lớn khách hàng tiềm năng trong

phân khúc tiệc cưới. Việc tận dụng những hình ảnh và đánh giá tích cực từ các sự kiện đã tổ chức sẽ giúp lan tỏa thương hiệu và thu hút khách hàng mới một cách hiệu quả.

3.1.3. Cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center

Kết quả phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace ở Chương 2 thông qua khảo sát 153 khách mời, phỏng vấn sâu hai chủ tiệc và tham khảo đánh giá trên Google Reviews đã chỉ ra một bức tranh hai mặt rõ rệt, vừa là cơ sở vừa là động lực để đề xuất các giải pháp cụ thể.

Về điểm mạnh cần phát huy, trung tâm có năm lợi thế cốt lõi: đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp với thái độ phục vụ nhiệt tình được khách hàng đánh giá cao nhất trong khảo sát; không gian hội trường sang trọng tạo ấn tượng thị giác mạnh mẽ; quy trình tư vấn và ký kết hợp đồng minh bạch, nhanh chóng; công tác bảo mật thông tin và bảo quản tài sản tốt; và sự đồng hành sát sao của khách sạn với chủ tiệc trong giai đoạn chuẩn bị. Đây là những giá trị nền tảng đã được kiểm chứng qua phản hồi thực tế và cần được duy trì, phát huy trong các giải pháp tiếp theo.

Về hạn chế cần khắc phục, kết quả phân tích đã làm bộc lộ bảy nhóm vấn đề cần được giải quyết một cách hệ thống. *Thứ nhất*, chất lượng món ăn không ổn định với tình trạng nê nê quá mặn, hải sản không tươi, món ăn lên ngượng và lên thiếu món. *Thứ hai*, quy mô sảnh tiệc và cơ sở vật chất phụ trợ chưa đáp ứng tốt các tiệc đông khách, một số trang thiết bị như ly thủy tinh, áo ghế, đèn sân khấu đã xuống cấp cần thay mới. *Thứ ba*, quy trình phục vụ còn thiếu bốn bước quan trọng so với chuẩn ngành: lập kế hoạch nhân sự chi tiết, xây dựng Run of Show, họp triển khai trước sự kiện và họp rút kinh nghiệm sau sự kiện. *Thứ tư*, tính cá nhân hóa dịch vụ chưa được phát huy, trung tâm chủ yếu phục vụ theo các gói có sẵn mà chưa chủ động đề xuất các phương án mang dấu ấn riêng. *Thứ năm*, cơ cấu nhân sự chưa cân đối với quy mô vận hành, đặc biệt khối phục vụ và khối bếp chịu áp lực lớn khi tiếp nhận các tiệc 450-550 khách. *Thứ sáu*, công tác quản lý giám sát còn khoảng trống, đặc biệt ở khâu kiểm soát chất lượng bếp và phạm vi giám sát các bàn xa khu vực trung tâm. *Thứ bảy*, cơ chế thu thập phản hồi chưa có hệ thống, chỉ giới hạn ở việc gọi điện cho chủ tiệc mà bỏ qua nhóm khách mời.

3.2. Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

3.2.1. Nâng cao chất lượng món ăn

Chất lượng món ăn không ổn định là hạn chế nghiêm trọng nhất được phản ánh trong kết quả khảo sát, với nhiều khách mời ghi nhận tình trạng món ăn quá mặn, hải sản không tươi, món lên nguội và lên thiếu. Để khắc phục triệt để vấn đề này, Royal Lotus Palace cần triển khai đồng bộ ba nhóm giải pháp sau.

Thứ nhất, chuẩn hóa công thức nêm nếm. Bộ phận bếp cần xây dựng bộ công thức nêm nếm tiêu chuẩn (recipe card) cho từng món trong thực đơn tiệc cưới, ghi rõ khối lượng gia vị theo từng mẻ nấu tương ứng với số lượng suất ăn. Trưởng bếp phải thực hiện kiểm tra nêm nếm bắt buộc đối với từng món trước khi ra khỏi bếp, đặc biệt là các món nước và các món có gia vị phức tạp. Việc nêm nếm theo cảm tính cần được loại bỏ hoàn toàn, thay bằng quy trình đo lường có kiểm soát nhằm đảm bảo độ nhất quán giữa các mẻ nấu và giữa các buổi tiệc khác nhau.

Thứ hai, kiểm soát chất lượng nguyên liệu đầu vào. Trung tâm cần thiết lập bộ tiêu chí kiểm định nguyên liệu đầu vào, đặc biệt đối với hải sản và các thực phẩm tươi sống. Nhân viên bếp phụ trách tiếp nhận nguyên liệu phải được đào tạo kỹ năng kiểm tra chất lượng: quan sát màu sắc, mùi, kết cấu và độ tươi của nguyên liệu trước khi nhập kho. Bất kỳ lô nguyên liệu nào không đạt tiêu chuẩn đều phải bị trả lại nhà cung cấp ngay lập tức. Ngoài ra, cần xây dựng danh sách nhà cung cấp đối tác tin cậy, ưu tiên các đơn vị có chứng nhận an toàn thực phẩm và cam kết giao hàng đúng giờ trước ngày tổ chức tiệc.

Thứ ba, cải thiện phối hợp giữa bếp và đội phục vụ trong việc lên món. Trưởng ca phục vụ và trưởng bếp cần phối hợp xây dựng bảng tiến độ lên món (food timing chart) cho từng sự kiện, xác định rõ thời điểm bắt đầu nấu và thời điểm ra món của từng tiết mục trong chương trình tiệc. Nhân viên phục vụ chịu trách nhiệm từng khu vực bàn cần có checklist kiểm tra đủ món trước khi phục vụ, tránh tình trạng thiếu món kèm hoặc lên sai trình tự.

3.2.2. Cải thiện cơ sở vật chất

Vấn đề sảnh tiệc chật chội và trang thiết bị xuống cấp là hạn chế thứ hai được phản ánh nhiều nhất, ảnh hưởng trực tiếp đến ấn tượng tổng thể của khách mời. Trung tâm cần triển khai các biện pháp cải thiện theo hai hướng song song.

Về tối ưu hóa sức chứa, trong ngắn hạn, khi quy mô sảnh không thể mở rộng ngay, trung tâm cần xem xét điều chỉnh giới hạn số khách phù hợp với diện tích thực tế theo tiêu chuẩn 1,5-2 m² mỗi người để đảm bảo sự thoải mái cho khách mời. Đội ngũ kinh doanh cần tư vấn thẳng thắn để khách hàng lựa chọn sức chứa phù hợp thay vì nhận tiệc vượt quá khả năng đảm bảo chất lượng. Về lâu dài, ban lãnh đạo nên nghiên cứu phương án kết hợp linh hoạt giữa các sảnh hoặc mở rộng không gian tiền sảnh để bố trí khu vực đón khách, góp phần giảm tải mật độ trong phòng tiệc chính.

Về thay mới và bảo trì trang thiết bị, trung tâm cần lập kế hoạch đầu tư thay thế ngay các hạng mục đã xuống cấp nghiêm trọng: 300 ly thủy tinh bị nứt trầy, 150 áo ghế cần thay, 4 đèn sân khấu có ánh sáng yếu, 1 bộ âm thanh cần sửa micro. Đây là những thiết bị xuất hiện trực tiếp trong tầm mắt khách mời, ảnh hưởng lớn đến ấn tượng thị giác và trải nghiệm âm thanh trong những khoảnh khắc nghi lễ quan trọng. Ngoài ra, cần xây dựng lịch bảo trì định kỳ cho hệ thống âm thanh, ánh sáng, nhà vệ sinh và hệ thống điều hòa trước mỗi sự kiện, đồng thời bổ sung quy trình kiểm tra định kỳ nhà vệ sinh tối thiểu mỗi 45 phút trong suốt thời gian diễn ra tiệc.

3.2.3. Hoàn thiện quy trình phục vụ

Qua quá trình đối chiếu giữa quy trình hiện tại và tiêu chuẩn ngành, tác giả đề xuất xây dựng quy trình chuẩn gồm đầy đủ các bước cần thiết nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và hoàn thiện hơn trong hoạt động phục vụ tại Royal Lotus Palace.



Hình 3.1. Quy trình phục vụ tiệc cưới

(Nguồn: Nguyễn Xuân Vinh, 2024)

Giai đoạn 1: Tiền sự kiện

Bước đầu tiên cần bổ sung là lập kế hoạch nhân sự chi tiết. Hiện tại, trung tâm chỉ có 10 nhân viên phục vụ chính thức, không đủ đáp ứng các tiệc quy mô 450–550 khách mà không huy động thêm nhân viên thời vụ. Để khắc phục triệt để, bộ phận quản lý cần xây dựng bảng tính nhân sự chuẩn cho từng sự kiện, xác định số nhân viên cần thiết theo tỷ lệ 1 nhân viên phục vụ 15 - 20 khách hoặc 1 nhân viên phụ trách 2 bàn, 1 giám sát cho 10 - 15 bàn. Sau khi xác định số lượng, từng nhân viên, bao gồm cả nhân viên thời vụ, phải được phân công vị trí và khu vực phụ trách cụ thể trước ngày tổ chức, đồng thời chỉ định rõ người dự phòng thay thế cho từng vị trí quan trọng để đảm bảo không có điểm bỏ trống trong quá trình phục vụ.

Bước thứ hai cần bổ sung là xây dựng Run of Show, kịch bản tích hợp chi tiết đến từng phút cho toàn bộ buổi tiệc. Đây là tài liệu vận hành trung tâm, tích hợp đồng bộ lịch trình của MC, trình tự các nghi lễ cưới, thời điểm bắt đầu nấu và ra từng món ăn, hoạt động của đội phục vụ, bộ phận bếp và kỹ thuật âm thanh ánh sáng. Ví dụ, khi MC giới thiệu cô dâu chú rể tiến vào sảnh, toàn bộ hoạt động phục vụ phải tạm dừng hoàn toàn; khi nghi lễ trao nhẫn bắt đầu, bếp phải sẵn sàng để ra món tiếp theo ngay sau khi nghi lễ kết thúc. Sự đồng bộ này chỉ có thể đạt được khi có một kịch bản tích hợp được xây dựng từ trước và phổ biến đến tất cả các bộ phận liên quan tối thiểu 48 giờ trước ngày tổ chức sau khi được chủ tiệc xác nhận lần cuối. Run of Show cũng cần bao gồm các phương án dự phòng cho các tình huống phổ biến như khách đến trễ, thiết bị âm thanh có sự cố hoặc chủ tiệc yêu cầu điều chỉnh chương trình vào phút chót.

Ngoài ra, đối với bước lập kế hoạch không gian vốn đã có trong quy trình của trung tâm nhưng chưa giải quyết được vấn đề cốt lõi: sảnh tiệc chật chội khi tổ chức tiệc đông khách. Nhiều khách mời phản ánh "sảnh nhỏ, khách phải chen chúc" khi quy mô lên đến 450–550 người. Trong khi chờ phương án mở rộng dài hạn, đội ngũ kinh doanh cần điều chỉnh ngay tiêu chuẩn tư vấn: giới hạn số khách theo diện tích thực tế với mức tối thiểu 1,5 m² mỗi người, và không nhận tiệc vượt quá ngưỡng này dù khách hàng có yêu cầu. Khi lập sơ đồ mặt bằng, cần ưu tiên đảm bảo lối đi thông thoáng tối thiểu 1,5 m giữa các hàng bàn thay vì cố nhồi thêm bàn để tối đa hóa số khách. Ngoài ra, cần bố trí khu vực đón khách cocktail tại tiền sảnh trước giờ tiệc chính nhằm phân tán mật độ và tạo không gian đệm cho khách mời giao lưu trước khi vào sảnh.

Giai đoạn 2: Trong sự kiện

Bước quan trọng cần bổ sung vào đầu giai đoạn này là tổ chức họp triển khai trước sự kiện (Pre-event Briefing) khoảng 30–60 phút trước giờ đón khách. Buổi họp tập hợp toàn bộ nhân viên phục vụ, bếp và kỹ thuật tại một điểm để trưởng ca phổ biến tổng quan sự kiện và các thời điểm then chốt trong Run of Show, xác nhận phân công khu vực phụ trách cho từng người, thống nhất các tín hiệu phối hợp giữa bếp và đội phục vụ, kiểm tra đồng phục và tác phong toàn đội, đồng thời thông báo các yêu cầu ẩm thực đặc biệt của khách như ăn chay hoặc dị ứng thực phẩm. Kinh nghiệm thực tiễn trong ngành khẳng định đây là bước dự phòng quan trọng nhất: một buổi briefing được thực hiện bài bản giúp giảm thiểu tối đa sai sót trong vận hành và đảm bảo mọi nhân viên, kể cả nhân viên thời vụ, sẵn sàng ứng phó với các tình huống bất ngờ ngay từ phút đầu tiên.

Trong quá trình vận hành buổi tiệc, trung tâm cần bổ sung cơ chế giám sát bao quát toàn bộ sảnh, đặc biệt là các bàn xa khu vực trung tâm, nơi các phản hồi như "món ăn lên lộn xộn" hay "lên thiếu món tráng miệng" cho thấy đã lọt qua tầm giám sát hiện tại. Mỗi nhân viên phụ trách khu vực cần có checklist kiểm tra đủ món trước khi phục vụ từng bàn, và trưởng ca cần di chuyển có hệ thống bao phủ toàn bộ sảnh ít nhất mỗi 15 phút. Bên cạnh đó, cần thiết lập kênh liên lạc nhanh giữa trưởng ca và bếp trưởng, có thể thông qua bộ đàm hoặc ứng dụng nhắn tin nội bộ để xử lý các tình huống phát sinh về tiến độ lên món mà không làm gián đoạn dòng chảy chương trình.

Giai đoạn 3: Hậu sự kiện

Bước quan trọng nhất cần bổ sung vào giai đoạn này là tổ chức họp rút kinh nghiệm (Post-event Debriefing) vào đầu tuần làm việc sau mỗi sự kiện, với sự tham gia bắt buộc của trưởng bộ phận phục vụ, bếp trưởng và trưởng kỹ thuật. Nội dung buổi họp gồm bốn phần: tổng kết những điểm vận hành thành công để củng cố thực hành tốt; phân tích chi tiết từng sự cố phát sinh dù nhỏ, xác định nguyên nhân gốc rễ thay vì chỉ mô tả hiện tượng; đề ra hành động khắc phục cụ thể với người chịu trách nhiệm và thời hạn hoàn thành rõ ràng; và ghi nhận, khen thưởng những cá nhân hoặc bộ phận có đóng góp xuất sắc. Toàn bộ nội dung phải được ghi chép vào sổ nhật ký cải tiến và lưu trữ cùng hồ sơ sự kiện, tạo thành kho dữ liệu tham chiếu cho các sự kiện tiếp theo. Đây là cơ chế then chốt để các vấn đề lặp lại như nêm nếm quá mặn, lên món chậm hay thiếu

món vốn đã được phản ánh qua nhiều sự kiện liên tiếp trong kết quả khảo sát không tiếp tục xảy ra ở sự kiện kế tiếp.

Song song với hợp rút kinh nghiệm nội bộ, trung tâm cần mở rộng cơ chế thu thập phản hồi ra ngoài phạm vi chủ tiệc. Hiện tại, việc gọi điện hỏi thăm chủ tiệc sau sự kiện là điểm tích cực, nhưng hoàn toàn bỏ qua nhóm khách mời tham dự, những người trực tiếp trải nghiệm dịch vụ ăn uống và phục vụ trong suốt buổi tiệc. Trung tâm cần triển khai thêm phiếu khảo sát trực tuyến gửi đến khách mời thông qua chủ tiệc trong sau sự kiện, tập trung vào các tiêu chí đã được xác định là điểm yếu: chất lượng và nhiệt độ món ăn, tốc độ phục vụ và mức độ đầy đủ của thực đơn. Dữ liệu từ khảo sát khách mời cùng với phản hồi từ chủ tiệc và biên bản hợp rút kinh nghiệm sẽ tạo thành một hệ thống thông tin phản hồi toàn diện, giúp ban quản lý có cơ sở để ra quyết định cải tiến có hệ thống và đo lường hiệu quả qua từng giai đoạn.

3.2.4. Nâng cao tính cá nhân hóa dịch vụ tiệc cưới

Trong bối cảnh khách hàng, đặc biệt là thế hệ trẻ, ngày càng đề cao dấu ấn riêng trong lễ cưới, việc trung tâm chỉ cung cấp các gói dịch vụ có sẵn là một điểm yếu cạnh tranh cần khắc phục. Giải pháp hướng tới nâng cao tính cá nhân hóa gồm hai nội dung cốt lõi.

Thứ nhất, chuyển từ tư vấn bị động sang tư vấn chủ động. Nhân viên kinh doanh tiệc cần được đào tạo kỹ năng tư vấn theo câu chuyện của cặp đôi, thay vì chỉ giới thiệu danh sách gói dịch vụ. Trước buổi gặp mặt tư vấn, nhân viên nên tìm hiểu sơ bộ về cặp đôi (phong cách, sở thích, nghề nghiệp, câu chuyện tình yêu) để chủ động đề xuất các ý tưởng trang trí, thực đơn và các chi tiết cá nhân hóa phù hợp. Ví dụ thực tế: nếu cặp đôi yêu thích biển, nhân viên có thể chủ động đề xuất tông màu xanh lam, trang trí vỏ sò và thực đơn hải sản đặc trưng của Đà Nẵng thay vì chờ khách yêu cầu.

Thứ hai, xây dựng thư viện ý tưởng cá nhân hóa. Trung tâm nên tổng hợp các phương án trang trí, chủ đề, thực đơn đặc biệt và dịch vụ bổ sung theo từng phong cách (truyền thống, hiện đại, tối giản, ngoài trời) thành bộ tài liệu tham khảo sinh động, kèm hình ảnh thực tế từ các sự kiện đã tổ chức tại trung tâm. Bộ tài liệu này vừa là công cụ tư vấn trực quan cho nhân viên kinh doanh, vừa là kênh marketing hiệu quả khi chia sẻ trên mạng xã hội, giúp khách hàng tiềm năng hình dung được giá trị thực tế của dịch vụ.

3.2.5. Nâng cao nguồn nhân lực

Cơ cấu nhân sự hiện tại với 10 nhân viên phục vụ và 9 người khối bếp chỉ đủ phục vụ tối đa khoảng 150-200 khách, trong khi quy mô tiệc thực tế lên đến 450-550 khách. Đây là bất cân đối cơ cấu cần được giải quyết theo hai hướng.

Thứ nhất, xây dựng đội ngũ cộng tác viên thời vụ chất lượng cao. Thay vì tuyển dụng nhân viên thời vụ theo từng sự kiện một cách bị động, trung tâm cần chủ động xây dựng danh sách cộng tác viên tin cậy, được đào tạo theo tiêu chuẩn dịch vụ của khách sạn, sẵn sàng huy động theo lịch đã đặt trước. Nên hợp tác với các trường cao đẳng, đại học ngành du lịch – khách sạn tại Đà Nẵng để tiếp cận nguồn sinh viên thực tập có kỹ năng và thái độ tốt. Mỗi cộng tác viên phải trải qua ít nhất một buổi đào tạo định hướng về quy trình phục vụ và tiêu chuẩn ứng xử của trung tâm trước khi được tham gia phục vụ thực tế.

Thứ hai, tăng cường nhân lực khối bếp theo hướng chuyên môn hóa. Cần xem xét bổ sung ít nhất 2-3 đầu bếp phụ hoặc bếp thứ có kinh nghiệm chế biến tiệc cưới quy mô lớn. Đồng thời, nên phân công rõ vai trò chuyên biệt trong bếp: người phụ trách kiểm soát chất lượng và nêm nếm, người phụ trách điều phối ra món, người phụ trách sơ chế, tránh tình trạng một người kiêm nhiệm quá nhiều công đoạn khi tiệc đông khách.

3.2.6. Tăng cường công tác quản lý và giám sát chất lượng

Hoạt động giám sát hiện tập trung tại sảnh trong khi bếp và các khu vực phụ trợ còn bị bỏ ngỏ. Để lấp đầy khoảng trống này, cần triển khai đồng thời ba biện pháp sau.

Bổ sung kiểm soát chất lượng tại bếp, cần chỉ định một vị trí giám sát chất lượng bếp (Kitchen Quality Controller) chịu trách nhiệm kiểm tra từng mẻ món ăn trước khi ra khỏi bếp: kiểm tra nêm nếm, nhiệt độ, trang trí và đầy đủ thành phần. Đây là điểm kiểm soát then chốt giúp ngăn chặn các sự cố về chất lượng món ăn trước khi đến tay khách mời.

Phân vùng giám sát sảnh tiệc, với các sự kiện từ 300 khách trở lên, cần phân chia sảnh thành các khu vực giám sát rõ ràng và chỉ định một nhân viên giám sát phụ trách từng khu. Trưởng ca chịu trách nhiệm điều phối tổng thể, không giao toàn bộ việc bao quát cho một người duy nhất. Mỗi nhân viên giám sát khu có trách nhiệm kiểm tra định kỳ 15-20 phút một lần toàn bộ bàn trong khu vực của mình.

Tích hợp giám sát hậu cần vào lịch trực sự kiện, cần bổ sung vào trách nhiệm của nhân viên trực sự kiện việc kiểm tra định kỳ nhà vệ sinh (bổ sung giấy, vệ sinh, sửa vòi nước), bãi đỗ xe và khu tiền sảnh trong suốt thời gian diễn ra tiệc. Những phản ánh về nhà vệ sinh bẩn, thiếu giấy hoàn toàn có thể được xử lý ngay trong buổi tiệc nếu có cơ chế kiểm tra chủ động.

3.2.7. Xây dựng hệ thống thu thập phản hồi và cải tiến liên tục

Cơ chế thu thập phản hồi hiện tại chỉ giới hạn ở cuộc gọi điện thoại cho chủ tiệc sau sự kiện, hoàn toàn bỏ qua nhóm hàng trăm khách mời, những người trực tiếp trải nghiệm từng khâu dịch vụ. Đây là khoảng trống thông tin lớn cần được lấp đầy bằng hệ thống thu thập phản hồi đa kênh.

Kênh thứ nhất là mã QR trên bàn tiệc. Trung tâm thiết kế thẻ in nhỏ đặt tại mỗi bàn tiệc, in mã QR dẫn đến biểu mẫu khảo sát ngắn (5-7 câu) về chất lượng món ăn, thái độ phục vụ, không gian và âm thanh ánh sáng. Khách mời có thể điền phản hồi ngay trong buổi tiệc hoặc sau khi về nhà theo đường link ngắn kèm theo. Đây là phương thức thu thập phản hồi từ đại đa số khách mời mà không gây phiền nhiễu hay làm gián đoạn không khí tiệc.

Kênh thứ hai là phỏng vấn ngắn có cấu trúc với chủ tiệc. Tiếp tục duy trì cuộc gọi điện thoại cho chủ tiệc sau sự kiện, nhưng bổ sung thêm một bộ câu hỏi có cấu trúc thay vì hỏi chung chung, bao gồm: đánh giá riêng từng khâu (đón khách, món ăn, phục vụ, âm thanh ánh sáng, thu dọn), điểm nổi bật nhất và điểm cần cải thiện nhất. Song song đó, gửi đường link khảo sát online cho chủ tiệc để chuyển tiếp đến những khách mời thân thiết, nhằm thu thập thêm phản hồi từ nhóm khách mời tham dự.

Kênh thứ ba là theo dõi và phản hồi đánh giá trên Google Reviews và mạng xã hội. Cần chỉ định nhân viên phụ trách theo dõi định kỳ các đánh giá trực tuyến và phản hồi lịch sự, chuyên nghiệp đối với từng đánh giá, kể cả tích cực lẫn tiêu cực. Đây vừa là cách thể hiện trách nhiệm với khách hàng, vừa là tín hiệu tốt đối với khách hàng tiềm năng khi tìm kiếm thông tin về trung tâm. Toàn bộ phản hồi từ các kênh trên cần được tổng hợp định kỳ hàng tháng thành báo cáo phân tích xu hướng, làm đầu vào cho buổi họp cải tiến nội bộ giữa các bộ phận liên quan.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở định hướng phát triển du lịch Đà Nẵng đến năm 2030 và kết quả phân tích thực trạng tại Chương 2, Chương 3 đã đề xuất bảy giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng.

Các giải pháp được đề xuất bao gồm nâng cao chất lượng món ăn thông qua chuẩn hóa công thức nêm nếm và kiểm soát nguyên liệu đầu vào; cải thiện cơ sở vật chất bằng cách điều chỉnh tiêu chuẩn sức chứa và thay thế trang thiết bị xuống cấp; hoàn thiện quy trình phục vụ theo hướng bổ sung các bước còn thiếu so với tiêu chuẩn ngành đồng thời nâng cao chất lượng các bước đã có; nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống.

Các giải pháp có mối liên hệ chặt chẽ và bổ trợ lẫn nhau, hướng đến mục tiêu xây dựng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace ổn định và đồng đều, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của trung tâm trong bối cảnh thị trường dịch vụ tiệc cưới tại Đà Nẵng ngày càng phát triển.

KẾT LUẬN

Chất lượng dịch vụ tiệc cưới là yếu tố cốt lõi quyết định năng lực cạnh tranh của các khách sạn trong bối cảnh thị trường ngày càng phát triển và nhu cầu của khách hàng ngày càng cao. Xuất phát từ thực tiễn đó, khóa luận đã tập trung nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace.

Chương 1 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ tiệc cưới và chất lượng dịch vụ tiệc cưới, vận dụng mô hình SERVPERF làm khung lý thuyết đo lường với năm thành phần gồm phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông. Đồng thời, chương đã phân tích sáu nhóm nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tiệc cưới.

Ở Chương 2, trên cơ sở khảo sát 153 khách mời kết hợp phỏng vấn sâu hai chủ tiệc và tham khảo đánh giá trên Google Reviews, khóa luận đã làm rõ thực trạng chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace với những điểm mạnh nổi bật gồm đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, không gian hội trường sang trọng, quy trình tư vấn minh bạch và công tác bảo mật an ninh tốt. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra bảy nhóm hạn chế cần khắc phục: chất lượng món ăn không ổn định, cơ sở vật chất chưa đáp ứng tiệc đông khách, quy trình phục vụ thiếu một số bước quan trọng, tính cá nhân hóa dịch vụ chưa được phát huy, cơ cấu nhân sự chưa cân đối, công tác quản lý giám sát còn khoảng trống và cơ chế thu thập phản hồi chưa có hệ thống.

Ở Chương 3, từ những hạn chế được xác định, khóa luận đã đề xuất bảy giải pháp cụ thể, có tính khả thi và gắn liền với thực tiễn vận hành của trung tâm, bao gồm nâng cao chất lượng món ăn, cải thiện cơ sở vật chất, hoàn thiện quy trình phục vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống, nâng cao chất lượng điểm tham quan, nâng cao chất lượng dịch vụ hướng dẫn và nâng cao chất lượng dịch vụ bổ sung.

Mặc dù đã cố gắng tiếp cận vấn đề một cách toàn diện, khóa luận vẫn còn một số hạn chế nhất định. Phạm vi khảo sát giới hạn trong khoảng thời gian ngắn và số lượng chủ tiệc được phỏng vấn sâu còn ít, do đó kết quả nghiên cứu mang tính tham khảo hơn là đại diện tuyệt đối. Tác giả hy vọng những đề xuất trong khóa luận sẽ là tài liệu tham khảo hữu ích để ban lãnh đạo Royal Lotus Palace tiếp tục hoàn thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao sự hài lòng của khách hàng và củng cố vị thế cạnh tranh trên thị trường dịch vụ tiệc cưới tại Đà Nẵng trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Nguyễn Văn Mạnh & Hoàng Thị Lan Hương (2008). *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*. Hà Nội: NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.

Nguyễn Xuân Vinh (2024). *Giáo trình Quản trị tiệc*. Đại học Kiến trúc Đà Nẵng.

ThS Lê Thái Phụng (2024). *Quản trị chất lượng dịch vụ*. Nhà xuất bản Đà Nẵng - Đà Nẵng

Website: <https://royallotusdanang.com/vi/>

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI

Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng

(Đối tượng: Khách mời tham gia tiệc cưới)

Kính gửi Quý khách,

Tôi là Lê Thị Kiều Nga, sinh viên khoa Du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, hiện đang thực hiện đề tài nghiên cứu về chất lượng dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus Đà Nẵng. Kính mong Quý khách dành chút thời gian hoàn thành phiếu khảo sát này. Mọi thông tin được bảo mật hoàn toàn và chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn!

Phần I. Thông tin chung

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ

2. Độ tuổi: ☐ Dưới 22 tuổi ☐ 22–35 tuổi ☐ 36–50 tuổi ☐ Trên 50 tuổi

3. Số lần tham dự tiệc cưới tại khách sạn: ☐ 1 lần ☐ 2–3 lần ☐ Trên 3 lần

Phần II. Đánh giá chất lượng dịch vụ tiệc cưới

Đối với dịch vụ tiệc cưới của Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center, Quý khách vui lòng cho biết nhận định của mình về các yếu tố được liệt kê bên dưới.

Mức độ như sau:

1 - Rất không hài lòng; 2 – Không hài lòng; 3 - Bình thường; 4 – Hài lòng; 5 - Rất hài lòng

Yếu tố	1	2	3	4	5
I. Phương tiện hữu hình (HH)					
1. Khách sạn có hệ thống trang thiết bị hội trường hiện đại (màn hình LED, âm thanh, ánh sáng)					
2. Không gian hội trường sạch sẽ, thoáng mát và nhà vệ sinh tiện nghi					
3. Không gian hội trường được trang trí đẹp mắt, sang trọng và phù hợp với không khí tiệc cưới					
4. Không gian trang trí hội trường mang bản sắc riêng, thể hiện phong cách của cặp đôi					
5. Nhân viên phục vụ có trang phục gọn gàng, đồng bộ và thể hiện sự chuyên nghiệp					
6. Bàn tiệc và các dụng cụ ăn uống được sắp xếp gọn gàng, sạch sẽ và thẩm mỹ.					
II. Độ tin cậy (TC)					
7. Chương trình tiệc cưới diễn ra đúng giờ và theo trình tự hợp lý					
8. Các món ăn và đồ uống được phục vụ đầy đủ theo thực đơn					
9. Chất lượng món ăn và đồ uống được duy trì ổn định từ đầu đến cuối buổi tiệc					
10. Các hoạt động trong buổi tiệc (nghỉ lễ, phục vụ, chương trình) diễn ra đúng như mong đợi của khách mời					
III. Năng lực phục vụ (NL)					
11. Nhân viên phục vụ món ăn và đồ uống nhanh chóng, không để khách phải chờ lâu					
12. Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách mời có yêu cầu					
13. Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách nhanh chóng và hiệu quả					

Yếu tố	1	2	3	4	5
14. Quá trình phục vụ trong buổi tiệc diễn ra trôi chảy và không bị gián đoạn					
IV. Sự đảm bảo (DB)					
15. Nhân viên phục vụ có thái độ lịch sự và tạo cảm giác tin tưởng cho khách mời					
16. Khách mời cảm thấy an tâm về vệ sinh an toàn thực phẩm trong buổi tiệc					
17. Nhân viên có thể giải đáp rõ ràng các thắc mắc của khách mời khi cần thiết					
18. An ninh trong buổi tiệc được đảm bảo và khách mời cảm thấy yên tâm về tài sản cá nhân					
V. Sự cảm thông (CT)					
19. Nhân viên phục vụ quan tâm và chú ý đến khách mời trong suốt buổi tiệc					
20. Nhân viên phục vụ linh hoạt điều chỉnh cách phục vụ phù hợp với từng khách mời					
21. Buổi tiệc cưới mang lại trải nghiệm đáng nhớ đối với khách mời					

Phần III. Đánh giá chung

1. Điều Quý khách ấn tượng và hài lòng nhất khi tham gia tiệc cưới tại Royal Lotus Palace?

.....

.....

2. Theo Quý khách, dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace cần cải thiện điều gì nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới?

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của Quý khách!

PHIẾU KHẢO SÁT

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TIỆC CƯỚI

**Royal Lotus Palace Wedding & Convention Center thuộc Khách sạn Royal Lotus
Đà Nẵng**

(Đối tượng: Chủ tiệc cưới)

Mã phỏng vấn:	PV – ____
Ngày phỏng vấn:	____ / ____ / 2026
Hình thức:	☐ Trực tiếp ☐ Điện thoại ☐ Video call
Thời gian tổ chức tiệc:	Tháng ____ / ____
Quy mô buổi tiệc:	____ bàn
Gói dịch vụ sử dụng:	☐ Cơ bản ☐ Tiêu chuẩn ☐ Cao cấp ☐ Tùy chỉnh

I. Tổng quan trải nghiệm

Câu 1. Anh/chị có thể chia sẻ lý do chọn Royal Lotus Palace để tổ chức tiệc cưới không? Điều gì đã thu hút anh/chị đến với địa điểm này so với các lựa chọn khác tại Đà Nẵng?

Câu 2. Nhìn lại toàn bộ quá trình từ lần đầu liên hệ đến khi buổi tiệc kết thúc, anh/chị đánh giá như thế nào về chất lượng dịch vụ tiệc cưới của khách sạn?

II. Quá trình tư vấn và ký kết hợp đồng

Câu 3. Quá trình tiếp cận, tư vấn và ký kết hợp đồng với khách sạn diễn ra như thế nào?

Câu 4. Khách sạn có thực sự lắng nghe và tùy chỉnh dịch vụ theo đúng phong cách và mong muốn riêng của anh/chị không, hay chỉ áp dụng theo gói dịch vụ có sẵn?

III. Công tác chuẩn bị trước sự kiện

Câu 5. Trong suốt giai đoạn chuẩn bị trước ngày cưới, anh/chị có cảm thấy được đồng hành và hỗ trợ đầy đủ từ phía khách sạn không?

Câu 6. Buổi tổng duyệt trước ngày tiệc (nếu có) diễn ra như thế nào? Anh/chị có hài lòng với sự chuẩn bị của đội ngũ khách sạn tại thời điểm đó không?

IV. Mức độ thực hiện đúng hợp đồng

Câu 7. Buổi tiệc có diễn ra đúng với những gì đã được cam kết trong hợp đồng về thực đơn, trang trí, nhân sự và kịch bản chương trình không?

Câu 8. Chất lượng món ăn và đồ uống trong ngày tiệc có đáp ứng đúng như thực đơn đã thỏa thuận không?

Câu 9. Có sự cố nào xảy ra trong buổi tiệc không? Nếu có, khách sạn xử lý như thế nào và anh/chị có hài lòng với cách giải quyết đó không?

V. Bảo mật thông tin và bảo quản tài sản

Câu 10. Anh/chị có cảm thấy an tâm về việc bảo quản các tài sản quan trọng như phong bì mừng, quà tặng và đồ dùng cá nhân trong suốt buổi tiệc không?

Câu 11. Thông tin cá nhân và chi tiết sự kiện của anh/chị có được khách sạn bảo mật tốt trong suốt quá trình tổ chức không?

VI. Chăm sóc sau sự kiện

Câu 12. Sau khi buổi tiệc kết thúc, khách sạn có chủ động liên hệ hỏi thăm hoặc thu thập phản hồi từ anh/chị không?

VII. Tổng kết và đề xuất

Câu 13. Điều gì trong toàn bộ trải nghiệm dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace khiến anh/chị ấn tượng và hài lòng nhất?

Câu 14. Nếu được thay đổi một điều duy nhất về dịch vụ tiệc cưới tại Royal Lotus Palace, anh/chị muốn thay đổi điều gì và tại sao?

Câu 15. Anh/chị có điều gì muốn chia sẻ thêm để giúp khách sạn nâng cao chất lượng dịch vụ tiệc cưới trong thời gian tới không?

HÌNH ẢNH PHÒNG VẤN KHÁCH HÀNG

