

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH

-----□□□-----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ
buffet sáng đối với khách nội địa tại
Sala Danang Beach Hotel.”**

Sinh viên thực hiện: Trần Thị Phương Giang

Đà Nẵng, tháng 06 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA DU LỊCH

-----□□□-----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ
buffet sáng đối với khách nội địa tại
Sala Danang Beach Hotel”**

<Sala Danang Beach Hotel >

Giảng viên hướng dẫn	: ThS. Đỗ Thị Thủy
Sinh viên thực hiện	: Trần Thị Phương Giang
Mã số sinh viên	: 2254040060
Khóa học	: 2022-2026
Lớp	: 22DL2

Đà Nẵng, tháng 06 năm 2026

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG TRONG KHÁCH SẠN.	1
1.1. Khái quát về kinh doanh nhà hàng trong khách sạn.....	1
1.1.1. Khái niệm kinh doanh nhà hàng.	1
1.1.2. Đặc điểm kinh doanh nhà hàng.	1
1.1.3. Vai trò kinh doanh nhà hàng.....	2
1.1.4. Các hình thức kinh doanh nhà hàng.	3
1.1.4.1. Căn cứ vào mức độ phục vụ.....	3
1.1.4.2. Căn cứ vào phương thức phục vụ.....	4
1.1.4.3. Căn cứ vào đặc điểm ẩm thực.	5
1.2. Khái quát về chất lượng dịch vụ, dịch vụ buffet sáng	5
1.2.1. Khái quát về chất lượng dịch vụ.....	5
1.2.1.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ.	5
1.2.1.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ.	6
1.2.2. Khái quát về dịch vụ buffet sáng	7
1.2.2.1. Khái niệm dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.	7
1.2.2.2. Đặc điểm dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.....	8
1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.	9
1.2.3.1. Chất lượng món ăn và đồ uống.	9
1.2.3.2. Cơ sở vật chất và không gian phục vụ.	9
1.2.3.3. Đội ngũ nhân viên.	10
1.2.3.4. Quy trình tổ chức và phục vụ.	10
1.2.3.5. Công tác quản lý và kiểm soát.	10
1.2.3.6. Đặc điểm và nhu cầu của khách hàng.	10
1.2.3.7. Yếu tố thời điểm và mùa vụ.	10
1.2.4. Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.....	11

1.2.4.1. Phương tiện hữu hình.	11
1.2.4.2. Độ tin cậy.	12
1.2.4.3. Năng lực phục vụ.	13
1.2.4.4. Sự đảm bảo.	15
1.2.4.5. Sự cảm thông.	16

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI SALA DANANG BEACH HOTEL.18

2.1. Giới thiệu tổng quan về Sala Danang Beach Hotel.18

2.1.1. Giới thiệu chung về Sala Danang Beach Hotel.18

2.1.2. Lịch sử hình thành, Sứ mệnh, Tầm nhìn và Giá trị cốt lõi của Sala Danang Beach Hotel.19

2.1.2.1. Lịch sử hình thành:19

2.1.2.2. Sứ mệnh:20

2.1.2.3. Tầm nhìn:21

2.1.2.4. Giá trị cốt lõi:21

2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.22

2.1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sala Danang Beach Hotel.22

2.1.3.2. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.23

2.1.3.3. Lĩnh vực hoạt động của Sala Danang Beach Hotel.27

2.2. Khái quát về tình hình hoạt động của Sala Danang Beach Hotel28

2.2.1. Các nguồn lực của Sala Danang Beach Hotel.28

2.2.1.1. Tình hình nhân lực tại Sala Danang Beach Hotel.29

2.2.1.2. Tình hình cơ sở vật chất tại Sala Danang Beach Hotel.31

2.2.2. Tình hình kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel.32

2.2.2.1. Sản phẩm và Dịch vụ của Sala Danang Beach Hotel.33

2.2.2.1.1. Dịch vụ lưu trú	33
2.2.2.1.2. Dịch vụ ẩm thực:.....	37
2.2.2.1.3. Các dịch vụ bổ sung.....	38
2.2.2.2. Thị trường khách hàng và đối thủ cạnh tranh của Sala Danang Beach Hotel	39
2.2.2.2.1. Thị trường khách hàng.....	39
2.2.2.2.2. Đối thủ cạnh tranh.....	40
2.2.2.2.3. Kết quả kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel.	42
2.3. Thực trạng chất lượng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	43
2.3.1. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	43
2.3.1.1. Chất lượng món ăn và đồ uống.	43
2.3.1.2. Cơ sở vật chất và không gian phục vụ.	44
2.3.1.3. Đội ngũ nhân viên.	45
2.3.1.4. Quy trình tổ chức và phục vụ.	46
2.3.1.5. Công tác quản lý và kiểm soát.	47
2.3.1.6. Đặc điểm và nhu cầu của khách hàng	48
2.3.1.7. Yếu tố thời điểm và mùa vụ	49
2.3.2. Kết quả khảo sát khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	51
2.3.2.1. Thiết kế nghiên cứu.....	51
a. Thang đo.....	51
b. Phiếu khảo sát	53
c. Chọn mẫu khảo sát.	55
d. Phương pháp thu thập dữ liệu	56
2.3.2.2. Kết quả nghiên cứu.....	57
2.3.2.2.1. Mô tả mẫu	57

2.3.2.2.2. Mô tả hành vi tiêu dùng của khách hàng.	58
a. Mô tả tần suất, mục đích lưu trú	58
b. Các yếu tố khách hàng quan tâm khi lựa chọn dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	59
2.3.2.2.3. Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	60
a. Phương tiện hữu hình.....	60
b. Độ tin cậy.....	61
c. Năng lực phục vụ.	63
d. Sự đảm bảo	64
e. Sự cảm thông	66
2.3.2.2.4. Đánh giá sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	68
2.4. Đánh giá thành công và hạn chế của chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	70
2.4.1. Thành công.	70
2.4.2. Hạn chế.	72
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI SALA DANANG BEACH HOTEL.	74
3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	74
3.1.1. Phương hướng phát triển của Sala Danang Beach Hotel	74
3.1.2. Phương hướng phát triển của nhà hàng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	75
3.1.3. Mục tiêu phát triển của Sala Danang Beach Hotel.	77
3.1.4. Mục tiêu chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	77
3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	78

3.2.1. Giải pháp nâng cao hình ảnh, tính chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng của nhân viên.	78
3.2.2. Giải pháp đảm bảo sự đồng nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn.	80
3.2.3. Giải pháp hoàn thiện cơ sở vật chất và không gian phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.	81
KẾT LUẬN.	i
TÀI LIỆU THAM KHẢO.	iii
PHỤ LỤC.	iv

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.	23
Bảng 2.2. Cơ cấu nhân sự tại Sala Danang Beach Hotel năm 2024.....	29
Bảng 2.3. Cơ sở vật chất của Sala Danang Beach Hotel.....	31
Bảng 2.4.Các loại phòng lưu trú tại Sala Danang Beach Hotel.	34
Bảng 2.5. Hệ thống dịch vụ ẩm thực tại Sala Danang Beach Hotel.....	37
Bảng 2.6.Các dịch vụ bổ sung tại Sala Danang Beach Hotel.....	38
Bảng 2.7. Bảng so sánh Sala Danang Beach Hotel và các đối thủ cạnh tranh.....	40
Bảng 2.8. Kết quả hoạt động kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel trong giai đoạn 2022-2024.....	42
Bảng 2.9. Mô hình SERVQUAL của Parasuraman cùng 22 câu hỏi về chất lượng dịch vụ.	51
Bảng 2.10. Thang đo chất lượng dịch vụ ăn uống theo mô hình SERVQUAL.....	53
Bảng 2.11. Mô tả mẫu nghiên cứu	57
Bảng 2.12. Mô tả hành vi tiêu dùng của khách hàng	58
Bảng 2.13. Mô tả các yếu tố được khách hàng quan tâm khi sử dụng dịch vụ.....	59
Bảng 2.14. Kết quả khảo sát của khách hàng về phương tiện hữu hình	60
Bảng 2.15. Kết quả khảo sát của khách hàng về độ tin cậy	61
Bảng 2.16. Kết quả khảo sát của khách hàng về năng lực phục vụ.	63
Bảng 2.17. Kết quả khảo sát của khách hàng về sự đảm bảo.....	64
Bảng 2.18. Kết quả khảo sát của khách hàng về sự cảm thông.....	66
Bảng 2.19. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.....	68
Bảng 3.1. Kế hoạch đào tạo nâng cao chất lượng phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel	79

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1: Khách sạn SaLa Danang Beach Hotel.....	19
Hình 2.2. Khu vực trưng bày món ăn tại nhà hàng buffet sáng.	44
Hình 2.3.Không gian nhà hàng buffet sáng.....	45
Hình 2.4. Đồng phục nhân viên phục vụ nhà hàng.	46
Hình 2.5. Tác phong và hình ảnh nhân viên phục vụ nhà hàng.	47
Hình 2.6. Công tác quản lý và giám sát tại khu vực bếp nhà hàng.	48
Hình 2.7. Hoạt động phục vụ và chăm sóc khách hàng tại nhà hàng.....	49
Hình 2.8. Không gian và hoạt động phục vụ tại nhà hàng buffet sáng.	50

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Sơ đồ 1.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sala Danang Beach Hotel.	22
---	----

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: Trần Thị Phương Giang

MSSV: 2254040060

Lớp: 22D12

Khóa: 2022-2026

Ngành: Quản trị dịch vụ Du lịch & Lữ hành

- Tên đề tài:** Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel.
- Nội dung :** Đề tài nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel thông qua việc đánh giá chất lượng món ăn, cơ sở vật chất, quy trình phục vụ và mức độ hài lòng của khách hàng. Mục tiêu nghiên cứu nhằm đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng, xác định những ưu điểm, hạn chế và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ. Đề tài sử dụng các phương pháp thu thập tài liệu thứ cấp, quan sát thực tế, phỏng vấn sâu, điều tra bằng bảng hỏi, thống kê và phân tích số liệu để thực hiện nghiên cứu.
- Ngày giao khóa luận :** 04/03/2026
- Ngày hoàn thành khóa luận :** 01/06/2026
- Giảng viên hướng dẫn:** Ths. Đỗ Thị Thủy

Nội dung và yêu cầu Khóa luận tốt nghiệp đã được thông qua Bộ môn.

Đà Nẵng, ngày 01 tháng 06 năm 2026

Trưởng bộ môn

(ký ghi rõ họ tên)

Giảng viên hướng dẫn

(ký ghi rõ họ tên)

Sinh viên thực hiện

(ký ghi rõ họ tên)

Giang

Trần Thị Phương Giang

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

(Dùng cho người hướng dẫn)

Họ và tên sinh viên: Trần Thị Phương Giang

Họ và tên người hướng dẫn: Ths. Đỗ Thị Thủy

Tên đề tài: Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel.

Nội dung nhận xét:

1. Tinh thần, thái độ làm việc:

.....

2. Nội dung khóa luận:

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

3. Hình thức khóa luận:

.....

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

Đà Nẵng, ngày 01 tháng 06 năm 2026

Người nhận xét

Thủy

Đỗ Thị Thủy

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình thực hiện khóa luận tốt nghiệp với đề tài: “Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel”, em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ, hỗ trợ và động viên từ quý thầy cô, gia đình và đơn vị thực tập.

Trước hết, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã tận tình giảng dạy, truyền đạt những kiến thức quý báu trong suốt quá trình học tập tại trường. Những kiến thức đó là nền tảng quan trọng giúp em hoàn thành bài khóa luận này.

Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn Giảng viên hướng dẫn ThS. Đỗ Thị Thủy đã tận tình hướng dẫn, góp ý và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực hiện đề tài. Những ý kiến đóng góp và sự hướng dẫn tận tình của cô đã giúp em hoàn thiện bài khóa luận một cách tốt hơn.

Bên cạnh đó, em xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo cùng toàn thể anh/chị nhân viên tại đơn vị thực tập Sala Danang Beach Hotel đã tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ và cung cấp thông tin thực tế trong thời gian em thực tập tại khách sạn. Sự giúp đỡ nhiệt tình của mọi người đã giúp em có cơ hội học hỏi thêm nhiều kiến thức và kinh nghiệm thực tế trong lĩnh vực nhà hàng – khách sạn.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè đã luôn động viên, hỗ trợ em trong suốt quá trình học tập và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Mặc dù đã cố gắng hoàn thiện bài khóa luận với tất cả sự nỗ lực của bản thân, tuy nhiên do còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm thực tế nên bài làm khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm và những ý kiến đóng góp từ quý thầy cô để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Giang

Trần Thị Phương Giang

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, ngành du lịch Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, đặc biệt tại các thành phố du lịch trọng điểm như Đà Nẵng. Với lợi thế về cảnh quan thiên nhiên, bãi biển Mỹ Khê nổi tiếng cùng cơ sở hạ tầng du lịch ngày càng hoàn thiện, Đà Nẵng trở thành điểm đến thu hút hàng triệu lượt khách trong và ngoài nước mỗi năm. Sự phát triển đó kéo theo sự gia tăng nhanh chóng của hệ thống khách sạn, từ bình dân đến cao cấp, tạo nên môi trường cạnh tranh gay gắt, buộc các cơ sở lưu trú phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng và giữ chân khách hàng.

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, dịch vụ ăn uống – đặc biệt là buffet sáng có vai trò rất quan trọng. Đây không chỉ là bữa ăn đầu tiên trong ngày giúp du khách nạp năng lượng mà còn là “trải nghiệm mở đầu” để họ đánh giá chất lượng dịch vụ tổng thể của khách sạn. Một bữa sáng được chuẩn bị chu đáo, đa dạng và hợp khẩu vị không chỉ mang đến sự hài lòng mà còn góp phần tạo ấn tượng tích cực, nâng cao khả năng quay lại hoặc giới thiệu cho bạn bè, người thân. Ngược lại, nếu dịch vụ buffet sáng chưa đáp ứng tốt, khách hàng có thể cảm thấy chưa hài lòng dù các dịch vụ khác được đảm bảo.

Sala Danang Beach Hotel, tọa lạc trên tuyến đường ven biển Võ Nguyên Giáp, là một khách sạn 4 sao được nhiều du khách biết đến nhờ vị trí thuận lợi, cơ sở vật chất hiện đại và chất lượng dịch vụ khá tốt. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các khách sạn cùng phân khúc tại thành phố Đà Nẵng, việc không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ là yêu cầu cần thiết để duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh. Trong đó, dịch vụ buffet sáng đóng vai trò quan trọng vì đây là một trong những dịch vụ ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm và mức độ hài lòng của khách lưu trú.

Mặc dù đã nhận được nhiều phản hồi tích cực từ khách hàng, dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel vẫn cần được nghiên cứu và hoàn thiện nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách nội địa. Việc nâng cao chất lượng buffet sáng không chỉ góp phần gia tăng sự hài lòng của khách hàng mà còn tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp, nâng cao khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Xuất phát từ thực tiễn đó, đề tài “Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel” được lựa chọn nghiên cứu nhằm đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng hiện nay, xác định những ưu điểm, hạn chế và đề xuất các giải pháp phù hợp để nâng cao chất lượng phục vụ. Kết quả nghiên cứu không chỉ có ý nghĩa đối với hoạt động kinh doanh của khách sạn mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch tại thành phố Đà Nẵng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài được thực hiện nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

- Hệ thống hóa một số khái niệm, đặc điểm và tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn.
- Khảo sát, phân tích thực trạng hoạt động buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel để chỉ ra những ưu điểm và hạn chế còn tồn tại.
- Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng.
- Đề xuất một số giải pháp khả thi nhằm nâng cao chất lượng buffet sáng, giúp khách sạn đáp ứng tốt hơn nhu cầu thực tế và gia tăng sự cạnh tranh trên thị trường.

3. Đối tượng nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel, đề tài tập trung nghiên cứu các yếu tố cấu thành và ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng như: chất lượng món ăn và đồ uống, cơ sở vật chất và không gian phục vụ, đội ngũ nhân viên, quy trình phục vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

4. Phạm vi nghiên cứu

- Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ buffet sáng và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ này trong khách sạn, đồng thời đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại nhà hàng Sala tầng 3 khách sạn Sala Danang Beach Hotel

- Về thời gian: Dữ liệu và thông tin phục vụ nghiên cứu được thu thập trong khoảng thời gian từ 2023-2025

5. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài, nghiên cứu sử dụng kết hợp nhiều phương pháp nhằm đảm bảo tính khách quan và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu, cụ thể:

- Phương pháp thu thập tài liệu thứ cấp: Tìm hiểu, tham khảo các tài liệu, sách, giáo trình và các công trình nghiên cứu có liên quan đến chất lượng dịch vụ ăn uống trong khách sạn, đặc biệt là dịch vụ buffet sáng. Đồng thời khai thác thông tin từ báo cáo hoạt động kinh doanh và tài liệu nội bộ của Sala Danang Beach Hotel.
- Phương pháp quan sát thực tế: Tiến hành quan sát trực tiếp quy trình phục vụ buffet sáng tại khách sạn để ghi nhận ưu điểm, hạn chế và đánh giá sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên.
- Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi: Thiết kế phiếu khảo sát ý kiến khách hàng đã trải nghiệm buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel nhằm thu thập thông tin về mức độ hài lòng và nhu cầu cải thiện.
- Phương pháp thống kê và phân tích số liệu: Sử dụng các công cụ thống kê để xử lý dữ liệu thu thập được, từ đó đưa ra các nhận định so sánh và rút ra kết luận phù hợp với mục tiêu nghiên cứu.

6. Bố cục đề tài

CHƯƠNG 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn.

CHƯƠNG 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

CHƯƠNG 3: Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala DaNang Beach Hotel.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ, CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI NHÀ HÀNG TRONG KHÁCH SẠN.

1.1. Khái quát về kinh doanh nhà hàng trong khách sạn.

1.1.1. Khái niệm kinh doanh nhà hàng.

Kinh doanh nhà hàng là hoạt động tổ chức và cung cấp các dịch vụ ăn uống nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và đạt được mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp. Hoạt động này bao gồm việc chế biến món ăn, phục vụ đồ uống và cung cấp các dịch vụ bổ sung nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2013), kinh doanh nhà hàng là một bộ phận quan trọng trong lĩnh vực kinh doanh du lịch – dịch vụ, thực hiện chức năng cung cấp dịch vụ ăn uống cho khách nhằm thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng và mang lại hiệu quả kinh tế cho doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, theo R. C. Mill (2011), hoạt động kinh doanh nhà hàng không chỉ đơn thuần là cung cấp thức ăn mà còn bao gồm việc tạo ra trải nghiệm dịch vụ thông qua chất lượng món ăn, không gian và phong cách phục vụ. Điều này cho thấy yếu tố trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng giữ vai trò then chốt trong hoạt động kinh doanh nhà hàng.

Ngoài ra, theo John R. Walker (2017), nhà hàng là một cơ sở kinh doanh dịch vụ chuyên cung cấp thực phẩm và đồ uống cho khách hàng tại chỗ hoặc mang đi, đồng thời phải đảm bảo các tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh và phục vụ.

Như vậy, có thể thấy kinh doanh nhà hàng là lĩnh vực dịch vụ tổng hợp, không chỉ tạo ra giá trị kinh tế mà còn góp phần quảng bá văn hóa ẩm thực và nâng cao trải nghiệm khách hàng trong ngành du lịch.

1.1.2. Đặc điểm kinh doanh nhà hàng.

Kinh doanh nhà hàng là một lĩnh vực thuộc ngành dịch vụ, do đó mang những đặc điểm riêng biệt so với các ngành sản xuất vật chất. Những đặc điểm này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động quản lý và chất lượng phục vụ của nhà hàng.

Trước hết, kinh doanh nhà hàng mang tính vô hình của sản phẩm dịch vụ. Khách hàng không thể đánh giá chất lượng dịch vụ trước khi sử dụng mà chỉ có thể cảm nhận thông qua trải nghiệm thực tế như chất lượng món ăn, thái độ phục vụ hay không gian nhà hàng. Theo R. C. Mill (2011), dịch vụ trong nhà hàng chủ yếu được đánh giá dựa trên cảm nhận của khách hàng sau khi tiêu dùng.

Bên cạnh đó, hoạt động kinh doanh nhà hàng có tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng. Quá trình chế biến món ăn và phục vụ khách diễn ra cùng lúc, khách hàng tham gia trực tiếp vào quá trình tiêu dùng dịch vụ. Điều này đòi hỏi sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận như bếp và phục vụ để đảm bảo chất lượng dịch vụ. Theo John R. Walker (2017), đây là một trong những đặc trưng cơ bản của ngành dịch vụ nhà hàng – khách sạn.

Ngoài ra, kinh doanh nhà hàng còn phụ thuộc lớn vào yếu tố con người. Chất lượng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào món ăn mà còn phụ thuộc vào thái độ, kỹ năng và phong cách phục vụ của nhân viên. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2013), nguồn nhân lực là yếu tố then chốt quyết định chất lượng dịch vụ trong ngành kinh doanh nhà hàng – khách sạn.

Thêm vào đó, kinh doanh nhà hàng có tính không thể lưu kho. Sản phẩm dịch vụ ăn uống không thể dự trữ để bán vào thời điểm khác; nếu không bán được trong ngày sẽ bị hao hụt hoặc lãng phí. Điều này đòi hỏi nhà hàng phải có kế hoạch dự báo nhu cầu và quản lý nguyên vật liệu hiệu quả.

Cuối cùng, hoạt động kinh doanh nhà hàng thường chịu ảnh hưởng của yếu tố thời điểm và thị hiếu khách hàng. Nhu cầu ăn uống thay đổi theo thời gian (giờ cao điểm, mùa vụ, xu hướng ẩm thực), do đó nhà hàng cần linh hoạt trong thực đơn và cách phục vụ để đáp ứng nhu cầu khách hàng.

1.1.3. Vai trò kinh doanh nhà hàng.

Kinh doanh nhà hàng giữ vai trò quan trọng trong đời sống xã hội cũng như trong sự phát triển của ngành du lịch. Trước hết, nhà hàng góp phần đáp ứng nhu cầu ăn uống của con người, đây là một nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống hằng ngày. Tuy nhiên, trong xã hội hiện đại, nhu cầu này không chỉ dừng lại ở việc ăn no mà còn hướng đến thưởng thức ẩm thực và trải nghiệm dịch vụ.

Bên cạnh đó, kinh doanh nhà hàng có vai trò thúc đẩy sự phát triển của ngành du lịch. Nhà hàng là một bộ phận không thể thiếu trong hệ thống dịch vụ du lịch, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch và thu hút khách. Theo Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2013), dịch vụ ăn uống là yếu tố quan trọng trong việc hoàn thiện sản phẩm du lịch tổng hợp.

Ngoài ra, hoạt động kinh doanh nhà hàng còn góp phần tạo việc làm cho người lao động ở nhiều vị trí khác nhau như đầu bếp, nhân viên phục vụ, quản lý,... qua đó giúp nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống.

Không những vậy, nhà hàng còn có vai trò gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa ẩm thực. Thông qua các món ăn truyền thống, nhà hàng góp phần quảng bá hình ảnh văn hóa của địa phương đến khách du lịch trong và ngoài nước. Theo John R. Walker (2017), dịch vụ nhà hàng không chỉ mang tính kinh tế mà còn mang giá trị văn hóa và xã hội sâu sắc.

Cuối cùng, kinh doanh nhà hàng còn đóng góp vào tăng trưởng kinh tế và nguồn thu ngân sách, thông qua các hoạt động kinh doanh và dịch vụ đi kèm.

Như vậy, có thể thấy rằng kinh doanh nhà hàng không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn có ý nghĩa xã hội và văn hóa quan trọng.

1.1.4. Các hình thức kinh doanh nhà hàng.

Trong hoạt động kinh doanh nhà hàng hiện nay, các hình thức tổ chức và phục vụ ngày càng đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu phong phú của khách hàng. Việc phân loại các hình thức kinh doanh nhà hàng không chỉ giúp doanh nghiệp xác định rõ mô hình hoạt động mà còn là cơ sở để xây dựng chiến lược kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ và khả năng cạnh tranh trên thị trường. Tùy theo tiêu chí phân loại, nhà hàng có thể được chia thành nhiều hình thức khác nhau như theo mức độ phục vụ, phương thức phục vụ và đặc điểm ẩm thực.

1.1.4.1. Căn cứ vào mức độ phục vụ.

Dựa vào mức độ phục vụ và phân khúc khách hàng, nhà hàng được chia thành các loại cơ bản sau:

- Nhà hàng cao cấp (Fine Dining): Đây là loại hình nhà hàng có tiêu chuẩn phục vụ cao, không gian sang trọng, thực đơn được xây dựng công phu và đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao. Khách hàng của loại hình này thường là những người có thu nhập cao hoặc khách quốc tế. Nhà hàng cao cấp không chỉ cung cấp dịch vụ ăn uống mà còn mang lại trải nghiệm ẩm thực tinh tế, chú trọng từ cách chế biến đến trình bày món ăn.

- Nhà hàng trung cấp (Casual Dining): Đây là loại hình phổ biến nhất hiện nay, hướng đến đối tượng khách hàng có thu nhập trung bình. Nhà hàng trung cấp thường có không gian thoải mái, phong cách phục vụ thân thiện và mức giá hợp lý. Loại hình này phù hợp với nhiều đối tượng khách như gia đình, nhóm bạn hoặc khách du lịch. Mặc dù không yêu cầu quá cao về sự cầu kỳ, nhưng vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ và món ăn ở mức ổn định.

- Nhà hàng thức ăn nhanh (Fast Food): Đây là mô hình tập trung vào tốc độ phục vụ và tính tiện lợi. Các món ăn thường được chế biến nhanh, đơn giản và có giá thành thấp. Mô hình này phù hợp với khách hàng có ít thời gian, đặc biệt là giới trẻ và khách du lịch ngắn ngày.

➔ Theo Nguyễn Văn Mạnh & Hoàng Thị Lan Hương (2013), việc phân loại nhà hàng theo mức độ phục vụ giúp đáp ứng nhu cầu đa dạng của các phân khúc khách hàng khác nhau trong ngành du lịch – khách sạn.

1.1.4.2. Căn cứ vào phương thức phục vụ.

Dựa vào cách thức phục vụ khách hàng, nhà hàng được chia thành các hình thức sau:

- Nhà hàng phục vụ theo thực đơn (À la carte): Khách hàng lựa chọn món ăn từ thực đơn và được phục vụ tại bàn. Mỗi món ăn được chế biến theo yêu cầu nên đảm bảo tính cá nhân hóa cao. Tuy nhiên, thời gian phục vụ có thể lâu hơn so với các hình thức khác.

- Nhà hàng buffet: Đây là hình thức phục vụ phổ biến trong khách sạn, đặc biệt là buffet sáng. Khách hàng có thể tự do lựa chọn món ăn theo sở thích trong một mức giá cố định.

Mô hình này có ưu điểm là phục vụ được số lượng lớn khách trong cùng một thời điểm, tạo sự linh hoạt cho khách hàng. Tuy nhiên, việc kiểm soát chất lượng món ăn và chi phí nguyên liệu cần được quản lý chặt chẽ.

- Nhà hàng tự phục vụ (Self-service): Ở hình thức này, khách hàng tự lấy món ăn và sử dụng dịch vụ mà không cần nhiều sự hỗ trợ từ nhân viên. Mô hình này giúp tiết kiệm chi phí nhân sự nhưng ít tạo được trải nghiệm dịch vụ chuyên nghiệp.

➔ Theo John R. Walker (2017), phương thức phục vụ là một trong những tiêu chí quan trọng để phân loại nhà hàng và ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng.

1.1.4.3. Căn cứ vào đặc điểm ẩm thực.

Dựa vào phong cách ẩm thực, nhà hàng có thể được chia thành:

- Nhà hàng Á: Phục vụ các món ăn mang phong cách châu Á như Việt Nam, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,... phù hợp với khẩu vị truyền thống của khách hàng khu vực.

- Nhà hàng Âu: Chuyên phục vụ các món ăn phương Tây như steak, pasta, salad,... thường xuất hiện trong các khách sạn hoặc nhà hàng cao cấp.

- Nhà hàng đặc sản địa phương: Tập trung vào các món ăn truyền thống của từng vùng miền, góp phần quảng bá văn hóa ẩm thực và thu hút khách du lịch.

➔ Theo R. C. Mill (2011), sự đa dạng về loại hình ẩm thực giúp nhà hàng đáp ứng tốt hơn nhu cầu và thị hiếu ngày càng phong phú của khách hàng.

1.2. Khái quát về chất lượng dịch vụ, dịch vụ buffet sáng

1.2.1. Khái quát về chất lượng dịch vụ

1.2.1.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự hài lòng của khách hàng và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Do dịch vụ có đặc điểm vô hình, không thể lưu kho và chịu ảnh hưởng lớn từ quá trình tương tác giữa người cung cấp với khách hàng nên việc đánh giá chất lượng dịch vụ thường mang tính chủ quan và phụ thuộc vào cảm nhận của người sử dụng.

Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985), chất lượng dịch vụ được xác định thông qua sự so sánh giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận của họ sau khi trải nghiệm dịch vụ. Nếu dịch vụ nhận được đáp ứng hoặc vượt quá

kỳ vọng thì khách hàng sẽ đánh giá chất lượng dịch vụ ở mức cao; ngược lại, nếu dịch vụ không đáp ứng được kỳ vọng thì chất lượng sẽ bị đánh giá thấp.

Kế thừa quan điểm này, Phạm Xuân Hậu (2011) trong Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch cho rằng chất lượng dịch vụ là kết quả của quá trình so sánh giữa sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ và cảm nhận thực tế của họ sau khi sử dụng dịch vụ. Theo tác giả, chất lượng dịch vụ thực chất là chất lượng được khách hàng cảm nhận, vì vậy việc đánh giá chất lượng không chỉ dựa vào các tiêu chuẩn kỹ thuật mà còn phụ thuộc vào mức độ thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng

Trong lĩnh vực du lịch, chất lượng dịch vụ được hiểu là mức độ đáp ứng nhu cầu, mong đợi của du khách thông qua các dịch vụ như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, tham quan và các dịch vụ bổ trợ khác. Chất lượng dịch vụ du lịch không chỉ thể hiện ở cơ sở vật chất, trang thiết bị hay quy trình phục vụ mà còn được phản ánh qua thái độ phục vụ, khả năng đáp ứng nhu cầu và những trải nghiệm mà du khách nhận được trong suốt chuyến đi.

Từ các quan điểm trên, có thể hiểu rằng chất lượng dịch vụ là mức độ đáp ứng giữa kỳ vọng của khách hàng và kết quả mà họ cảm nhận được sau khi sử dụng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ càng cao khi dịch vụ cung cấp càng thỏa mãn hoặc vượt quá mong đợi của khách hàng. Đây cũng là cơ sở quan trọng để nâng cao sự hài lòng, duy trì lòng trung thành của khách hàng và gia tăng năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

1.2.1.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ có những đặc điểm riêng biệt xuất phát từ đặc trưng của dịch vụ. Việc nhận diện các đặc điểm này giúp doanh nghiệp xây dựng và nâng cao chất lượng dịch vụ một cách hiệu quả hơn.

Thứ nhất, chất lượng dịch vụ mang tính cảm nhận và chủ quan. Khác với sản phẩm hữu hình có thể đo lường bằng các tiêu chuẩn kỹ thuật cụ thể, chất lượng dịch vụ được đánh giá chủ yếu dựa trên cảm nhận của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Cùng một dịch vụ nhưng mỗi khách hàng có thể đưa ra những đánh giá khác nhau do nhu cầu, kinh nghiệm và kỳ vọng không giống nhau.

Thứ hai, chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào sự so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận thực tế của khách hàng. Khách hàng thường hình thành những kỳ vọng nhất định trước

khi sử dụng dịch vụ. Sau khi trải nghiệm, họ sẽ so sánh kết quả nhận được với những mong đợi ban đầu để đánh giá chất lượng dịch vụ. Vì vậy, chất lượng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào những gì doanh nghiệp cung cấp mà còn phụ thuộc vào mức kỳ vọng của khách hàng.

Thứ ba, chất lượng dịch vụ mang tính không đồng nhất. Do dịch vụ được tạo ra và tiêu dùng đồng thời, có sự tham gia trực tiếp của con người nên chất lượng dịch vụ có thể thay đổi theo thời gian, địa điểm và đối tượng phục vụ. Ngay cả khi cùng một nhân viên cung cấp dịch vụ, chất lượng cũng có thể khác nhau giữa các thời điểm khác nhau.

Thứ tư, chất lượng dịch vụ gắn liền với quá trình cung cấp dịch vụ. Khách hàng không chỉ đánh giá kết quả cuối cùng mà còn đánh giá toàn bộ quá trình phục vụ. Thái độ của nhân viên, tốc độ phục vụ, khả năng giải quyết vấn đề và cách thức giao tiếp đều ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Thứ năm, chất lượng dịch vụ có tính tương đối và luôn biến động. Nhu cầu và mong đợi của khách hàng không ngừng thay đổi theo thời gian, do đó các tiêu chuẩn về chất lượng dịch vụ cũng phải được điều chỉnh và cải tiến liên tục. Một dịch vụ được đánh giá là chất lượng cao ở thời điểm hiện tại chưa chắc vẫn đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng trong tương lai.

1.2.2. Khái quát về dịch vụ buffet sáng

1.2.2.1. Khái niệm dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Dịch vụ buffet sáng là một hình thức phục vụ ăn uống phổ biến trong các khách sạn và nhà hàng hiện nay, đặc biệt tại các cơ sở lưu trú du lịch. Đây là loại hình dịch vụ mà khách hàng có thể tự do lựa chọn và sử dụng nhiều món ăn, đồ uống khác nhau trong một mức giá cố định.

Theo John R. Walker (2017), buffet là hình thức phục vụ trong đó khách hàng tự phục vụ, lựa chọn món ăn theo nhu cầu cá nhân mà không bị giới hạn số lượng trong phạm vi bữa ăn. Áp dụng vào bữa sáng, dịch vụ buffet sáng giúp khách hàng chủ động trong việc lựa chọn món ăn phù hợp với khẩu vị và thời gian của mình.

Bên cạnh đó, theo R. C. Mill (2011), dịch vụ buffet góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua sự đa dạng của thực đơn và tính linh hoạt trong phục vụ.

Điều này đặc biệt phù hợp với khách du lịch, khi nhu cầu ăn uống thường khác nhau về văn hóa và thói quen.

Dịch vụ buffet sáng thường bao gồm nhiều nhóm món như món Á, món Âu, bánh mì, trái cây, đồ uống nóng và lạnh,...nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Ngoài ra, dịch vụ này còn giúp tối ưu hóa quy trình phục vụ, giảm áp lực cho nhân viên so với hình thức phục vụ gọi món.

Như vậy, dịch vụ buffet sáng không chỉ là hình thức cung cấp bữa ăn mà còn là một trải nghiệm dịch vụ, góp phần nâng cao chất lượng phục vụ và hình ảnh của khách sạn hoặc nhà hàng.

1.2.2.2. Đặc điểm dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Dịch vụ buffet sáng tại khách sạn mang những đặc điểm cơ bản của dịch vụ ăn uống, đồng thời có những đặc trưng riêng như sau:

- Tính tự phục vụ cao: Khách hàng có thể tự lựa chọn và lấy món ăn theo nhu cầu cá nhân, không phụ thuộc hoàn toàn vào nhân viên phục vụ. Điều này giúp tạo sự linh hoạt và thoải mái trong quá trình sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, đặc điểm này cũng đòi hỏi khách sạn phải bố trí quầy buffet hợp lý để tránh tình trạng ùn tắc trong giờ cao điểm.
- Tính đa dạng và phong phú: Buffet sáng thường cung cấp nhiều loại món ăn khác nhau như món Á, Âu, món nóng, món nguội, bánh, trái cây và đồ uống nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng. Sự đa dạng trong thực đơn không chỉ giúp khách hàng có nhiều lựa chọn mà còn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Khả năng phục vụ số lượng lớn khách: Buffet sáng có thể phục vụ đồng thời nhiều khách trong cùng một thời điểm, đặc biệt là vào khung giờ cao điểm buổi sáng. Điều này giúp khách sạn tối ưu hóa hoạt động phục vụ nhưng cũng đặt ra yêu cầu cao về tổ chức và quản lý.
- Tính đồng thời giữa sản xuất và tiêu dùng: Các món ăn được chế biến và bổ sung liên tục trong quá trình khách sử dụng dịch vụ. Do đó, bộ phận bếp và bộ phận phục vụ cần phối hợp chặt chẽ để đảm bảo chất lượng món ăn.

- Khó kiểm soát chất lượng đồng đều: Do số lượng khách đông và thời gian phục vụ tập trung, chất lượng món ăn và dịch vụ có thể không đồng đều nếu không được kiểm soát tốt. Đây là một trong những thách thức lớn trong việc quản lý buffet sáng.

- Phụ thuộc vào cơ sở vật chất và tổ chức phục vụ: Chất lượng buffet sáng chịu ảnh hưởng lớn từ không gian nhà hàng, cách bố trí quầy buffet, trang thiết bị và quy trình phục vụ. Dịch vụ có thể không đồng đều nếu không được kiểm soát tốt. Đây là một trong những thách thức lớn trong việc quản lý buffet sáng.

1.2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Chất lượng dịch vụ buffet sáng là một trong những yếu tố quan trọng góp phần tạo nên sự hài lòng của khách hàng và nâng cao hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Trong thực tế, chất lượng dịch vụ này chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau, từ yếu tố hữu hình đến vô hình. Việc xác định các tiêu chí đánh giá cụ thể sẽ giúp khách sạn có cơ sở để đo lường và cải thiện chất lượng dịch vụ một cách hiệu quả

1.2.3.1. Chất lượng món ăn và đồ uống.

Đây là yếu tố cốt lõi và có ảnh hưởng trực tiếp nhất đến trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng. Các món ăn cần đảm bảo hương vị thơm ngon, phù hợp với khẩu vị của khách hàng. Đồng thời, thực đơn cần đa dạng về chủng loại như món Á, món Âu, món nóng, món nguội nhằm đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách. Bên cạnh đó, các món ăn phải đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm để đảm bảo sức khỏe cho khách hàng. Ngoài ra, cách trình bày món ăn cũng đóng vai trò quan trọng trong việc kích thích thị giác và tạo cảm giác ngon miệng.

1.2.3.2. Cơ sở vật chất và không gian phục vụ.

Cơ sở vật chất và không gian phục vụ là một tiêu chí quan trọng ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Không gian buffet sáng cần được thiết kế hợp lý, thuận tiện cho việc di chuyển và lựa chọn món ăn. Đồng thời, khu vực phục vụ phải đảm bảo sự sạch sẽ, thoáng mát và có ánh sáng phù hợp để tạo cảm giác thoải mái cho khách. Các trang thiết bị như bàn ghế, dụng cụ ăn uống và quầy buffet cần được bố trí đầy đủ và khoa học nhằm phục vụ khách một cách tốt nhất.

1.2.3.3. Đội ngũ nhân viên.

Nhân viên là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ buffet sáng. Nhân viên cần có thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình và tác phong chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách. Ngoài ra, kỹ năng giao tiếp và khả năng xử lý tình huống cũng là những yếu tố cần thiết giúp nâng cao trải nghiệm của khách hàng và tạo ấn tượng tốt đối với dịch vụ.

1.2.3.4. Quy trình tổ chức và phục vụ.

Quy trình phục vụ buffet sáng cần được tổ chức khoa học và hợp lý nhằm đảm bảo sự thuận tiện cho khách hàng. Việc bố trí quầy buffet cần dễ di chuyển, tránh gây ùn tắc trong giờ cao điểm. Các món ăn cần được bổ sung kịp thời để không xảy ra tình trạng thiếu hụt. Đồng thời, việc phân luồng khách hợp lý sẽ giúp nâng cao hiệu quả phục vụ và tạo trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.

1.2.3.5. Công tác quản lý và kiểm soát.

Hoạt động buffet sáng liên quan đến nhiều khâu như chuẩn bị nguyên liệu, chế biến và phục vụ, do đó cần có sự quản lý chặt chẽ. Việc kiểm soát nguyên vật liệu đầu vào, quản lý chi phí và hạn chế lãng phí thực phẩm là những yếu tố quan trọng. Bên cạnh đó, việc đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh và an toàn thực phẩm cũng cần được chú trọng để duy trì chất lượng dịch vụ ổn định.

1.2.3.6. Đặc điểm và nhu cầu của khách hàng.

Khách hàng sử dụng dịch vụ buffet sáng thường đến từ nhiều quốc gia và vùng miền khác nhau nên có sự khác biệt về khẩu vị, thói quen sinh hoạt và văn hóa ẩm thực. Do đó, việc hiểu rõ nhu cầu của khách hàng sẽ giúp khách sạn xây dựng thực đơn phù hợp, đáp ứng tốt hơn mong đợi của khách và nâng cao mức độ hài lòng.

1.2.3.7. Yếu tố thời điểm và mùa vụ.

Chất lượng dịch vụ buffet sáng cũng chịu ảnh hưởng bởi yếu tố thời điểm và mùa vụ. Trong các khung giờ cao điểm, đặc biệt là buổi sáng khi lượng khách tập trung đông, nếu không tổ chức phục vụ hợp lý sẽ dễ xảy ra tình trạng quá tải, thiếu món hoặc phục vụ chậm, từ đó ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng. Bên cạnh đó, vào mùa du lịch cao điểm, số lượng khách tăng mạnh cũng đặt ra yêu cầu cao hơn đối với khả năng tổ chức và quản lý của nhà hàng. Ngược lại, vào mùa thấp điểm, nhu cầu giảm có thể

ảnh hưởng đến việc duy trì chất lượng và sự đa dạng của thực đơn. Do đó, việc chủ động điều chỉnh hoạt động phục vụ theo từng thời điểm và mùa vụ là yếu tố quan trọng để đảm bảo chất lượng dịch vụ buffet sáng luôn ổn định.

1.2.4. Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Theo Parasuraman và cộng sự, chất lượng dịch vụ được cấu thành bởi năm thành phần cơ bản gồm: yếu tố hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự đồng cảm. Mô hình này được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ nhằm đánh giá mức độ đáp ứng của doanh nghiệp đối với nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, đặc biệt đối với dịch vụ buffet sáng, năm thành phần trên là cơ sở quan trọng để đánh giá chất lượng phục vụ. Yếu tố hữu hình phản ánh mức độ hiện đại của cơ sở vật chất, trang thiết bị và hình ảnh của đội ngũ nhân viên. Độ tin cậy thể hiện khả năng cung cấp dịch vụ đúng như cam kết và duy trì chất lượng ổn định. Năng lực phục vụ phản ánh trình độ chuyên môn, kỹ năng và thái độ phục vụ của nhân viên trong quá trình phục vụ khách. Sự đảm bảo liên quan đến khả năng tạo dựng niềm tin, cảm giác an tâm cho khách hàng thông qua tính chuyên nghiệp và mức độ an toàn của dịch vụ. Trong khi đó, sự đồng cảm thể hiện sự quan tâm, thấu hiểu và đáp ứng các nhu cầu riêng biệt của khách hàng.

Dựa trên mô hình SERVQUAL của Parasuraman, nghiên cứu này sử dụng năm thành phần trên làm cơ sở để đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn. Thông qua đó, có thể xác định những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

1.2.4.1. Phương tiện hữu hình.

Phương tiện hữu hình trong dịch vụ du lịch là tất cả những gì du khách có thể cảm nhận được bằng các giác quan. Nó bao gồm cơ sở vật chất, trang thiết bị, ngoại hình và trang phục của nhân viên, cùng các yếu tố cảm quan khác.

- Cơ sở vật chất: Địa điểm: vị trí, khung cảnh, không gian của điểm du lịch, khách sạn, nhà hàng... cần mang lại cảm giác thoải mái, thư thái và phù hợp với concept của dịch vụ. Kiến trúc, thiết kế nội thất: cần đẹp mắt, hài hòa, mang đậm bản sắc riêng, tạo ấn tượng khó quên cho du khách. Tiện nghi, cơ sở hạ tầng: đầy đủ, hiện đại, đáp ứng tốt nhu cầu của khách (ví dụ wifi nhanh, bãi đỗ xe rộng rãi, sảnh chờ thoải mái...). Vệ sinh,

an toàn: môi trường sạch sẽ, thoáng mát, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và phòng chống cháy nổ, an ninh...

- Trang thiết bị: Phương tiện vận chuyển: xe đời mới, sạch sẽ, bảo dưỡng tốt, an toàn, đầy đủ tiện nghi (điều hòa, wifi, ghế ngả...). Dụng cụ trong phòng: chất lượng tốt, mẫu mã đẹp, hợp thời, vận hành trơn tru (tivi, tủ lạnh, két sắt, máy sấy, bàn ủi...). Trang thiết bị vui chơi, giải trí: hiện đại, đa dạng, phù hợp với từng đối tượng khách, đảm bảo an toàn. Dụng cụ phục vụ ăn uống: sạch sẽ, chất lượng cao, bài trí đẹp mắt, phù hợp với ẩm thực phục vụ.

- Ngoại hình và trang phục nhân viên: Ngoại hình: nhân viên cần gây thiện cảm với gương mặt tươi tắn, nụ cười thân thiện, tác phong chuyên nghiệp. Đồng phục: thiết kế đẹp, phù hợp với tính chất công việc và hình ảnh thương hiệu, tạo sự đồng bộ và chuyên nghiệp. Thẻ tên, bảng tên: giúp khách dễ nhận diện, ghi nhớ tên nhân viên, tạo cảm giác gần gũi, thân thiện.

- Các yếu tố cảm quan khác: Âm thanh: nhạc nền dễ chịu, phù hợp với từng khu vực và thời điểm trong ngày. Ánh sáng: đủ độ sáng nhưng không chói, tạo cảm giác ấm cúng, lãng mạn hoặc sôi động tùy theo không gian. Màu sắc: hài hòa, tạo cảm xúc tích cực, phù hợp với tính chất dịch vụ. Mùi hương: thơm nhẹ nhàng, dễ chịu, không gây khó chịu.

1.2.4.2. Độ tin cậy.

Độ tin cậy thể hiện khả năng cung cấp dịch vụ một cách chính xác, đúng hẹn và đáng tin cậy của các nhà cung cấp dịch vụ du lịch. Điều này có nghĩa là du khách có thể hoàn toàn tin tưởng vào các dịch vụ mà họ nhận được, từ thời gian, địa điểm cho đến chất lượng dịch vụ. Trong ngành du lịch, độ tin cậy đóng vai trò then chốt vì du khách thường phải đặt trước và trả tiền cho các dịch vụ trước khi họ thực sự trải nghiệm chúng. Vì vậy, sự tin tưởng của du khách vào nhà cung cấp dịch vụ là rất quan trọng. Độ tin cậy trong chất lượng dịch vụ du lịch bao gồm các khía cạnh sau:

- Sự chính xác trong thông tin và dịch vụ du lịch: Cung cấp thông tin chính xác và đầy đủ về các sản phẩm du lịch, bao gồm lịch trình, điểm đến, phương tiện vận chuyển, chỗ ở và các dịch vụ bao gồm. Đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đúng như những gì đã được quảng cáo và cam kết với khách du lịch, không có sự sai lệch đáng kể. Cung cấp

thông tin chính xác về giá cả, các khoản phí, điều kiện hủy đặt phòng và các chính sách liên quan.

- Sự đúng hẹn trong cung cấp dịch vụ du lịch: Đảm bảo việc cung cấp dịch vụ đúng thời gian đã thỏa thuận với khách du lịch, bao gồm thời gian khởi hành, thời gian di chuyển và thời gian của các hoạt động trong chương trình du lịch. Tuân thủ lịch trình đã được lập ra và thông báo kịp thời cho khách du lịch nếu có bất kỳ thay đổi hoặc điều chỉnh cần thiết. Trong trường hợp có sự chậm trễ không thể tránh khỏi, cần thông báo ngay lập tức cho khách du lịch và đề xuất các phương án giải quyết thỏa đáng.

- Sự nhất quán trong chất lượng dịch vụ du lịch: Duy trì chất lượng dịch vụ ổn định và đồng nhất trong tất cả các khâu của chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch, từ khâu lập kế hoạch, đặt phòng, vận chuyển cho đến lưu trú và các hoạt động du lịch. Đảm bảo rằng khách du lịch luôn nhận được trải nghiệm dịch vụ với chất lượng tương đương, bất kể thời điểm họ sử dụng dịch vụ hay điểm đến họ lựa chọn. Thiết lập và duy trì các tiêu chuẩn chất lượng rõ ràng, đồng thời thường xuyên kiểm tra, giám sát và đánh giá việc tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng.

- Sự tin cậy của nhân viên trong ngành du lịch: Nhân viên phải có kiến thức chuyên môn về các sản phẩm và điểm đến du lịch, kỹ năng phục vụ và thái độ làm việc tốt. Nhân viên cần thể hiện sự trung thực, nhiệt tình và sẵn sàng hỗ trợ khách du lịch trong mọi tình huống.

- Khả năng phục hồi dịch vụ (service recovery) trong ngành du lịch: Có khả năng xử lý hiệu quả các vấn đề hoặc sai sót phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ du lịch như sự cố về phương tiện vận chuyển, lỗi đặt phòng... Nhanh chóng giải quyết các khiếu nại và phàn nàn của khách du lịch với thái độ thấu hiểu, chuyên nghiệp và hướng đến sự hài lòng của du khách. Có biện pháp khắc phục và bồi thường thỏa đáng cho khách du lịch trong trường hợp xảy ra sai sót hoặc dịch vụ không đáp ứng được kỳ vọng của du khách. Rút kinh nghiệm và cải tiến quy trình để ngăn ngừa các sai sót tương tự xảy ra trong tương lai.

1.2.4.3. Năng lực phục vụ.

Năng lực phục vụ thể hiện khả năng của nhà cung cấp dịch vụ trong việc thực hiện và cung cấp dịch vụ một cách chuyên nghiệp, hiệu quả và đáp ứng được nhu cầu

của du khách. Nó bao gồm các kỹ năng, kiến thức và thái độ cần thiết để cung cấp dịch vụ chất lượng cao cho du khách. Năng lực phục vụ liên quan đến việc hiểu rõ và đáp ứng mong đợi của du khách, giải quyết vấn đề hiệu quả và tạo ra trải nghiệm tích cực cho du khách. Các khía cạnh của năng lực phục vụ bao gồm:

- Kiến thức về du lịch: Có kiến thức sâu rộng về các điểm đến du lịch, văn hóa địa phương, lịch sử và địa lý của khu vực. Hiểu biết về các sản phẩm và dịch vụ du lịch, bao gồm tour du lịch, khách sạn, nhà hàng, phương tiện vận chuyển và các hoạt động giải trí. Nắm vững quy trình, chính sách và tiêu chuẩn phục vụ cũng như các quy định và pháp luật liên quan đến ngành du lịch.

- Kỹ năng giao tiếp và ứng xử trong du lịch: Khả năng giao tiếp rõ ràng, lịch sự và chuyên nghiệp với khách du lịch đến từ các quốc gia và văn hóa khác nhau. Lắng nghe, thấu hiểu và đáp ứng nhu cầu, mong muốn của khách du lịch một cách tận tâm. Ứng xử thân thiện, nhiệt tình, kiên nhẫn và tôn trọng sự đa dạng của khách du lịch. Kỹ năng ngoại ngữ tốt để có thể giao tiếp hiệu quả với khách du lịch quốc tế.

- Khả năng giải quyết vấn đề trong du lịch: Nhận diện và phân tích các vấn đề phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ du lịch, như sự cố lịch trình, khiếu nại của du khách, vấn đề về chất lượng dịch vụ. Đưa ra giải pháp kịp thời, hiệu quả và sáng tạo để giải quyết vấn đề, đảm bảo sự hài lòng của khách du lịch. Xử lý khiếu nại và phàn nàn của khách du lịch một cách chuyên nghiệp, công bằng và thấu hiểu, với mục tiêu giữ chân du khách và bảo vệ uy tín của công ty. Phối hợp hiệu quả với các bộ phận liên quan để giải quyết vấn đề một cách toàn diện.

- Tính chủ động và linh hoạt trong du lịch:

- Chủ động tìm hiểu sở thích, nhu cầu và mong đợi của từng khách du lịch để cung cấp dịch vụ phù hợp và cá nhân hóa trải nghiệm của họ.
- Linh hoạt trong việc điều chỉnh lịch trình, hoạt động và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu và tình huống cụ thể của khách du lịch.
- Sẵn sàng ứng phó với các tình huống bất ngờ như thay đổi thời tiết, hủy chuyến bay hoặc các sự kiện không lường trước được.
- Chủ động đề xuất và thực hiện các ý tưởng, sáng kiến để cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao trải nghiệm của khách du lịch.

1.2.4.4. Sự đảm bảo.

Sự đảm bảo là một yếu tố quan trọng trong chất lượng dịch vụ du lịch, thể hiện khả năng của nhà cung cấp dịch vụ trong việc tạo ra sự tin tưởng và an tâm cho du khách. Các khía cạnh của sự đảm bảo bao gồm:

- An toàn và an ninh trong du lịch: Đảm bảo an toàn cho khách du lịch trong suốt hành trình, bao gồm an toàn giao thông, an toàn tại điểm đến và an toàn trong quá trình sử dụng các dịch vụ du lịch. Thực hiện các biện pháp bảo vệ an ninh tại các khu du lịch, khách sạn, nhà hàng và các điểm tham quan, như kiểm soát ra vào, giám sát an ninh và ứng phó với tình huống khẩn cấp. Tuân thủ các quy định và tiêu chuẩn an toàn trong ngành du lịch, như tiêu chuẩn an toàn phòng cháy chữa cháy, an toàn thực phẩm và an toàn vệ sinh. Cung cấp thông tin và hướng dẫn về an toàn cho khách du lịch, đặc biệt trong các hoạt động du lịch mạo hiểm hoặc tại các điểm đến có nguy cơ cao.

- Bảo mật thông tin khách du lịch: Bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu của khách du lịch, như thông tin liên lạc, thông tin thanh toán và thông tin hộ chiếu/visa. Có chính sách bảo mật thông tin rõ ràng và tuân thủ các quy định về bảo vệ dữ liệu trong ngành du lịch và quốc gia liên quan. Sử dụng các biện pháp kỹ thuật và tổ chức để ngăn chặn truy cập trái phép, rò rỉ thông tin và sử dụng thông tin du khách một cách không đúng mục đích. Chỉ chia sẻ thông tin khách du lịch với bên thứ ba khi được sự đồng ý của du khách và vì mục đích phục vụ cho chuyến du lịch.

- Chính sách bảo hành và đảm bảo trong du lịch: Cung cấp các chính sách bảo hành và đảm bảo cho các sản phẩm và dịch vụ du lịch, như bảo hiểm du lịch, bảo hành dịch vụ lưu trú và bảo hành phương tiện vận chuyển. Đưa ra các cam kết về chất lượng dịch vụ, như cam kết về tiêu chuẩn phòng khách sạn, chất lượng bữa ăn và độ tin cậy của lịch trình. Có quy trình xử lý khiếu nại và bồi thường rõ ràng, công bằng cho khách du lịch trong trường hợp không đáp ứng được cam kết chất lượng hoặc gây thiệt hại cho du khách. Hỗ trợ khách du lịch trong việc thực hiện các chính sách bảo hiểm và giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình sử dụng dịch vụ.

- Truyền thông và minh bạch trong du lịch: Cung cấp thông tin rõ ràng, chính xác và minh bạch về các sản phẩm, dịch vụ du lịch, bao gồm lịch trình, giá cả, điều khoản và điều kiện đặt phòng/tour. Thông báo công khai và dễ tiếp cận về các chính sách bảo hành, đổi trả, hoàn tiền và xử lý khiếu nại trong du lịch. Giải thích rõ ràng về quyền lợi

và trách nhiệm của khách du lịch khi sử dụng dịch vụ, bao gồm các quy định về hủy đặt phòng, thay đổi lịch trình và các điều kiện khác. Cập nhật kịp thời cho khách du lịch về bất kỳ thay đổi nào liên quan đến chuyến đi, như thay đổi lịch trình, điểm đến hoặc dịch vụ. - Cung cấp kênh truyền thông và hỗ trợ du khách dễ dàng tiếp cận và sử dụng, như tổng đài, email và chatbot để giải đáp thắc mắc và xử lý khiếu nại.

1.2.4.5. Sự cảm thông.

Sự cảm thông thể hiện khả năng của nhà cung cấp dịch vụ trong việc thấu hiểu, chia sẻ và đáp ứng nhu cầu, mong muốn và cảm xúc của du khách. Sự đồng cảm đòi hỏi sự quan tâm chân thành, lắng nghe tích cực và khả năng đặt mình vào vị trí của du khách để hiểu được trải nghiệm và mong đợi của họ. Các khía cạnh của sự đồng cảm bao gồm:

- Lắng nghe tích cực: Chú ý và lắng nghe một cách chân thành những chia sẻ, phản hồi và yêu cầu của khách du lịch. Nắm bắt được nhu cầu, mong muốn và cảm xúc của khách du lịch thông qua lời nói, ngôn ngữ cơ thể và hành vi. Đặt câu hỏi để hiểu sâu hơn về sở thích, mong đợi và các vấn đề mà khách du lịch quan tâm.

- Thấu hiểu và chia sẻ: Đặt mình vào vị trí của khách du lịch để hiểu được trải nghiệm và cảm xúc của họ trong suốt hành trình du lịch. Thể hiện sự thấu hiểu và chia sẻ với những khó khăn, thách thức hoặc cảm xúc mà khách du lịch gặp phải trong quá trình trải nghiệm dịch vụ. Cố gắng nhìn nhận vấn đề từ góc độ của khách du lịch để đưa ra giải pháp và hỗ trợ phù hợp.

- Cá nhân hóa trải nghiệm du lịch: Hiểu và đáp ứng nhu cầu, sở thích và mong muốn cá nhân của từng khách du lịch. Điều chỉnh cách tiếp cận, tư vấn và cung cấp dịch vụ phù hợp với phong cách, văn hóa và ngân sách của khách du lịch. - Tạo ra trải nghiệm du lịch độc đáo, đáng nhớ và phù hợp với từng cá nhân.

- Chăm sóc khách du lịch: Thể hiện sự quan tâm chân thành đến sự hài lòng, an toàn và tiện nghi của khách du lịch trong suốt hành trình. Chủ động hỗ trợ, hướng dẫn và giải quyết các vấn đề, thắc mắc của khách du lịch một cách tận tâm và kịp thời. Duy trì sự tương tác và hỗ trợ khách du lịch trước, trong và sau chuyến đi.

- Xây dựng mối quan hệ với khách du lịch: Tạo dựng sự gần gũi, thân thiện và tin tưởng với khách du lịch thông qua giao tiếp chân thành, lịch sự và đồng cảm. Hiểu và đáp ứng nhu cầu cảm xúc của khách du lịch, như sự tôn trọng, sự công nhận và sự trân trọng

trong suốt trải nghiệm du lịch. Xây dựng mối quan hệ lâu dài, tích cực với khách du lịch, tạo ấn tượng tốt và khuyến khích họ quay trở lại trong tương lai.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI SALA DANANG BEACH HOTEL.

2.1. Giới thiệu tổng quan về Sala Danang Beach Hotel.

2.1.1. Giới thiệu chung về Sala Danang Beach Hotel.



Tên khách sạn: Sala Danang Beach Hotel

Địa chỉ: 36-38 Đ. Lâm Hoàng, Phước Mỹ, Sơn Trà, Đà Nẵng

Số điện thoại: 0236 3658 555

Email: info@saladn.com

Website: <https://saladanangbeach.com>

Khách sạn Sala Danang Beach Hotel là một trong những cơ sở lưu trú nổi bật tại thành phố Đà Nẵng, trực thuộc hệ thống Sala Hotel Group. Khách sạn tọa lạc tại địa chỉ 36–38 Lâm Hoàng, phường Phước Mỹ, quận Sơn Trà, TP. Đà Nẵng, nằm ngay đối diện bãi biển Mỹ Khê – một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh do tạp chí Forbes bình chọn. Với vị trí thuận lợi, từ khách sạn chỉ mất khoảng 5 phút di chuyển là có thể đến trung tâm thành phố và các điểm du lịch nổi tiếng như cầu Rồng, cầu Sông Hàn hay bán đảo Sơn Trà.

Được thiết kế theo phong cách hiện đại, sang trọng nhưng vẫn gần gũi với thiên nhiên, Sala Danang Beach Hotel mang đến cho du khách không gian nghỉ dưỡng thoải mái, tiện nghi và ấm cúng. Khách sạn sở hữu hệ thống phòng đa dạng, từ phòng Superior hướng phố đến các hạng phòng Suite và Family cao cấp với tầm nhìn hướng biển Mỹ Khê tuyệt đẹp. Bên cạnh đó, khách sạn còn có nhiều tiện ích nổi bật như hồ bơi vô cực trên tầng cao, rooftop bar với view toàn cảnh thành phố và biển, nhà hàng sang trọng, phòng gym, spa – sauna, cũng như dịch vụ đưa đón sân bay miễn phí.

Không chỉ nổi bật ở cơ sở vật chất, khách sạn còn gây ấn tượng với chất lượng dịch vụ chuyên nghiệp, đội ngũ nhân viên thân thiện, nhiệt tình. Khách lưu trú thường

đánh giá cao buffet sáng phong phú, không gian ẩm thực tinh tế cũng như trải nghiệm trà chiều tại rooftop bar. Với những lợi thế về vị trí, dịch vụ và tiện ích, Sala Danang Beach Hotel đã và đang trở thành điểm đến được nhiều du khách trong và ngoài nước lựa chọn khi đến tham quan và nghỉ dưỡng tại thành phố biển Đà Nẵng.



Hình 2.1: Khách sạn SaLa Danang Beach Hotel.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.1.2. Lịch sử hình thành, Sứ mệnh, Tầm nhìn và Giá trị cốt lõi của Sala Danang Beach Hotel.

2.1.2.1. Lịch sử hình thành:

Sala Danang Beach Hotel là một trong những khách sạn 4 sao nổi bật nằm trên tuyến đường ven biển Mỹ Khê – một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh do Forbes bình chọn. Khách sạn tọa lạc tại địa chỉ 36 – 38 Lâm Hoàn, phường Phước Mỹ, quận Sơn Trà, thành phố Đà Nẵng, vị trí thuận lợi khi chỉ cách trung tâm thành phố và sân bay quốc tế Đà Nẵng khoảng 10 phút đi xe.

Khách sạn do Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Phú Kim đầu tư, dưới sự điều hành của ông Lê Văn Bính. Sau một thời gian xây dựng và hoàn thiện, ngày 25/5/2019, Sala Danang Beach Hotel chính thức khai trương và đi vào hoạt động, đánh dấu bước khởi đầu cho hành trình phát triển trong ngành du lịch – dịch vụ lưu trú tại Đà Nẵng.

Khách sạn được thiết kế theo phong cách hiện đại, trẻ trung với 25 tầng và 162 phòng nghỉ đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao. Ngoài dịch vụ lưu trú, Sala Danang Beach Hotel còn chú trọng phát triển hệ thống tiện ích đa dạng như: nhà hàng – café, hồ bơi ngoài trời, phòng gym, spa, phòng hội nghị – sự kiện, cũng như các dịch vụ chăm sóc khách hàng tận tình. Chính sự kết hợp giữa không gian sang trọng, tiện nghi và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp đã giúp Sala nhanh chóng ghi dấu ấn trong lòng du khách.

Trong quá trình hoạt động, Sala Danang Beach Hotel không ngừng cải thiện chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách du lịch trong và ngoài nước. Khách sạn đã nhận được nhiều phản hồi tích cực trên các nền tảng trực tuyến như Agoda, Booking hay Tripadvisor, đặc biệt được đánh giá cao về vị trí, sự sạch sẽ và thái độ phục vụ.

Đến nay, sau hơn 4 năm đi vào hoạt động, Sala Danang Beach Hotel đã khẳng định được vị thế của mình trên thị trường du lịch Đà Nẵng. Khách sạn không chỉ là điểm lưu trú lý tưởng cho khách nghỉ dưỡng và công tác, mà còn góp phần quảng bá hình ảnh một thành phố biển năng động, hiện đại đến với bạn bè quốc tế.

2.1.2.2. Sứ mệnh:

Sala Hotel Group, trong đó Sala Danang Beach Hotel là một thành viên tiêu biểu, định hướng phát triển với sứ mệnh mang đến cho du khách những trải nghiệm nghỉ dưỡng thoải mái, tiện nghi và trọn vẹn nhất. Không chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống và giải trí theo tiêu chuẩn quốc tế, Sala còn mong muốn trở thành cầu nối để quảng bá văn hóa, ẩm thực và những giá trị truyền thống đặc sắc của địa phương đến gần hơn với bạn bè trong và ngoài nước.

Sứ mệnh của Sala thể hiện rõ sự kết hợp giữa yếu tố hiện đại và bản sắc truyền thống. Trong mỗi dịch vụ mà khách sạn cung cấp, du khách không chỉ cảm nhận được sự chuyên nghiệp, thân thiện và chu đáo, mà còn có cơ hội trải nghiệm những nét độc đáo riêng biệt của văn hóa vùng miền. Chính điều này đã góp phần tạo nên dấu ấn riêng,

giúp Sala trở thành một thương hiệu uy tín trong ngành khách sạn – du lịch tại Việt Nam.

2.1.2.3. Tầm nhìn:

Sala Hotel Group khát khao xây dựng thương hiệu khách sạn nghỉ dưỡng ven biển miền Trung, nơi du khách không chỉ tìm thấy sự thư giãn trong không gian hiện đại, chất lượng mà còn có cơ hội được trải nghiệm văn hóa và ẩm thực địa phương một cách tinh tế. Các khách sạn như Sala Danang Beach Hotel và Sala Tuy Hoa Beach Hotel là minh chứng cho tầm nhìn đó, khi vừa đáp ứng yêu cầu nghỉ ngơi cao cấp, vừa tôn vinh bản sắc vùng miền. Trong tương lai, Sala sẽ tiếp tục mở rộng mạng lưới tại Quy Nhơn và các điểm khác, hướng đến trở thành thương hiệu nghỉ dưỡng hàng đầu tại khu vực.”

2.1.2.4. Giá trị cốt lõi:

Từ sứ mệnh trên, Sala Hotel Group đã xây dựng cho mình hệ thống giá trị cốt lõi làm nền tảng cho mọi hoạt động. Những giá trị này không chỉ định hướng sự phát triển lâu dài của thương hiệu, mà còn là kim chỉ nam cho đội ngũ nhân sự trong quá trình phục vụ khách hàng. Cụ thể gồm:

(1). Chất lượng dịch vụ chuyên nghiệp:

- Sala luôn coi sự hài lòng của khách hàng là ưu tiên hàng đầu. Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, phục vụ tận tâm, chu đáo và chuyên nghiệp. Mỗi chi tiết nhỏ trong dịch vụ đều được chú trọng nhằm mang lại cho khách hàng cảm giác thoải mái và an tâm nhất.

(2). Hài hòa giữa hiện đại và truyền thống:

- Sala không chỉ hướng đến sự sang trọng, hiện đại trong thiết kế và tiện nghi, mà còn khéo léo lồng ghép các yếu tố văn hóa, nghệ thuật và ẩm thực truyền thống của Việt Nam. Nhờ đó, khách sạn vừa đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng cao cấp, vừa đem lại cho du khách những trải nghiệm đậm chất bản địa.

(3). Trải nghiệm độc đáo – gây ấn tượng:

- Điểm khác biệt của Sala là không chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú đơn thuần, mà luôn cố gắng tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ cho khách hàng. Mỗi dịch vụ, từ không gian phòng nghỉ, nhà hàng cho đến các tiện ích bổ sung, đều được thiết kế nhằm mang lại sự mới mẻ, để lại ấn tượng sâu sắc cho du khách.

(4). *Gắn kết vùng miền – quảng bá bản sắc địa phương:*

- Thông qua các hoạt động dịch vụ, đặc biệt là lĩnh vực ẩm thực, Sala chú trọng đưa những nét đặc trưng vùng miền đến gần hơn với khách hàng. Đây không chỉ là cách để khách sạn tạo điểm nhấn khác biệt, mà còn góp phần bảo tồn và lan tỏa các giá trị văn hóa truyền thống của Việt Nam ra thế giới.

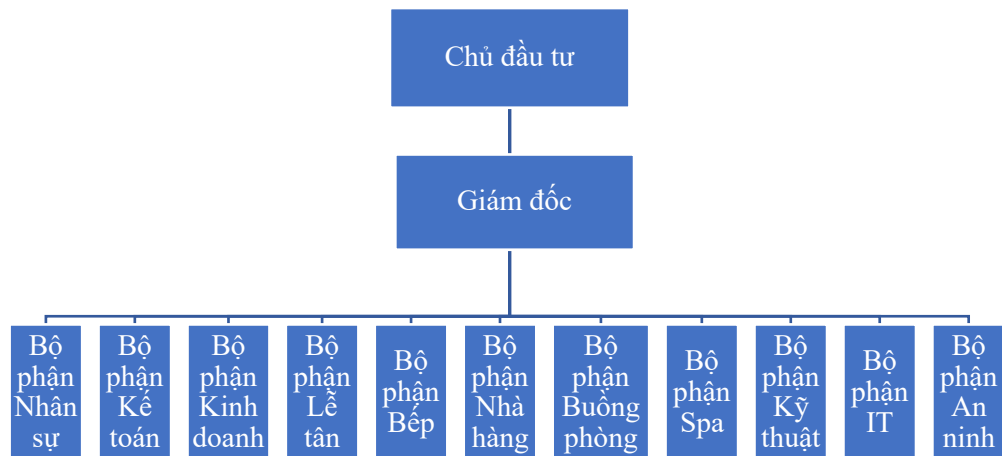
(5). *Phát triển bền vững:*

- Bên cạnh mục tiêu kinh doanh, Sala còn hướng đến sự phát triển bền vững, coi trọng yếu tố môi trường và cộng đồng. Các hoạt động của khách sạn đều được triển khai với tinh thần trách nhiệm xã hội, nhằm tạo ra giá trị lâu dài cho cả doanh nghiệp, khách hàng và cộng đồng địa phương.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.

2.1.3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sala Danang Beach Hotel.

Sơ đồ 1.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sala Danang Beach Hotel.



Nguồn: Bộ phận nhân sự Sala Danang Beach Hotel, 2026.

2.1.3.2. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.1. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong Sala Danang Beach Hotel.

Bộ phận	Chức năng	Nhiệm vụ
Chủ đầu tư	Định hướng và cung cấp nguồn vốn cho khách sạn.	Ra quyết định chiến lược. Giám sát hoạt động kinh doanh. Đảm bảo lợi nhuận lâu dài.
Giám đốc	Quản lý, điều hành toàn bộ hoạt động khách sạn.	Xây dựng kế hoạch. Quản lý nhân sự và tài chính. Báo cáo cho chủ đầu tư.
Bộ phận Nhân sự	Quản lý nguồn nhân lực, đảm bảo nhân sự phù hợp và chất lượng. Xây dựng văn hóa doanh nghiệp và môi trường làm việc hiệu quả	Tuyển dụng, đào tạo và phát triển đội ngũ nhân viên. Quản lý hồ sơ nhân viên, hợp đồng lao động và chính sách phúc lợi. Thực hiện đánh giá hiệu quả công việc định kỳ. Giải quyết các vấn đề liên quan đến quan hệ lao động. Xây dựng các chương trình gắn kết nhân viên, nâng cao tinh thần làm việc.
Bộ phận Kinh doanh	Tìm kiếm khách hàng và phát triển thị trường cho khách sạn. Nâng cao doanh thu và xây dựng thương hiệu Sala Hotel.	Xây dựng kế hoạch kinh doanh và triển khai hoạt động marketing. Thực hiện các chương trình quảng bá, truyền thông và hợp tác với đối tác. Khai thác khách hàng từ nhiều phân khúc: khách du lịch, đoàn hội nghị, công ty lẻ hành. Theo dõi, phân tích thị trường để đưa ra chiến lược phù hợp.

		Hỗ trợ chăm sóc khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ.
Bộ phận Lễ tân	Là bộ phận đại diện hình ảnh của khách sạn, tiếp xúc trực tiếp với khách hàng đầu tiên. Đảm bảo quy trình nhận – trả phòng diễn ra nhanh chóng, chính xác và chuyên nghiệp.	Thực hiện thủ tục check-in, check-out cho khách. Cung cấp thông tin về dịch vụ, giá cả, chính sách và các chương trình khuyến mãi. Giải đáp thắc mắc, tiếp nhận phản hồi và xử lý phàn nàn của khách. Phối hợp với các bộ phận khác để đáp ứng yêu cầu của khách kịp thời. Quản lý hệ thống đặt phòng, giữ phòng và lưu trữ hồ sơ khách hàng.
Bộ phận Bếp	Đảm nhận việc chế biến và cung cấp món ăn chất lượng cho khách sạn. Đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và sáng tạo ẩm thực.	Lên thực đơn phong phú, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách. Chế biến món ăn đúng quy chuẩn chất lượng và khẩu vị. Đảm bảo vệ sinh khu bếp, dụng cụ và nguyên liệu chế biến. Kiểm soát nguyên vật liệu, quản lý nhập – xuất kho thực phẩm. Phối hợp chặt chẽ với bộ phận Nhà hàng để phục vụ khách nhanh chóng.
Bộ phận Nhà hàng	Phục vụ ăn uống cho khách, mang đến trải nghiệm ẩm thực chất lượng. Là cầu nối trực tiếp giữa khách hàng và bộ phận bếp	Chuẩn bị không gian nhà hàng sạch sẽ, thoáng mát, sang trọng. Phục vụ đồ ăn, thức uống theo đúng quy trình phục vụ tiêu chuẩn.

		Đáp ứng yêu cầu của khách hàng, tạo sự hài lòng trong dịch vụ. Quản lý nhân viên phục vụ, đảm bảo tác phong chuyên nghiệp. Hỗ trợ các sự kiện, tiệc cưới, hội nghị tại khách sạn.
Bộ phận Buồng phòng	Đảm bảo không gian phòng ở và khu vực công cộng sạch sẽ, tiện nghi. Mang đến sự thoải mái và an toàn cho khách lưu trú.	Dọn dẹp, thay ga trải giường, khăn tắm, bổ sung đồ dùng phòng. Kiểm tra tình trạng phòng trước khi giao khách. Giữ vệ sinh hành lang, khu công cộng, phòng hội nghị. Báo cáo kịp thời các hư hỏng để bộ phận kỹ thuật sửa chữa. Đáp ứng yêu cầu đặc biệt của khách về tiện nghi phòng.
Bộ phận Spa	Cung cấp các dịch vụ chăm sóc sức khỏe và làm đẹp cho khách hàng như massage, chăm sóc da, xông hơi. Đảm bảo mang lại trải nghiệm thư giãn, thoải mái và hài lòng cho khách. Tư vấn dịch vụ phù hợp với nhu cầu và tình trạng của khách hàng. Đảm bảo vệ sinh, an toàn trong quá trình phục vụ. Quản lý, bảo quản trang thiết bị và sản phẩm spa.	Thực hiện các liệu trình chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp. Tư vấn và giới thiệu dịch vụ, sản phẩm spa. Quản lý lịch hẹn và điều phối nhân sự. Kinh doanh dịch vụ và sản phẩm spa. Đào tạo, nâng cao tay nghề cho nhân viên.
Bộ phận Kỹ thuật	Vận hành, bảo trì và sửa chữa hệ thống kỹ thuật của khách sạn.	Kiểm tra, bảo dưỡng hệ thống điện, nước, điều hòa, thang máy định kỳ.

	Đảm bảo cơ sở vật chất hoạt động ổn định và an toàn.	Sửa chữa, thay thế các thiết bị hư hỏng. Hỗ trợ kỹ thuật cho các sự kiện, hội nghị trong khách sạn. Đảm bảo an toàn lao động và phòng cháy chữa cháy. Đề xuất nâng cấp, cải tiến trang thiết bị khi cần thiết.
Bộ phận IT	Quản lý hệ thống công nghệ thông tin và mạng lưới dữ liệu trong khách sạn. Đảm bảo hoạt động thông tin liên lạc và hệ thống đặt phòng diễn ra ổn định.	Quản lý, bảo trì phần mềm quản lý khách sạn (PMS). Đảm bảo hệ thống internet, wifi, mạng nội bộ hoạt động thông suốt. Hỗ trợ các bộ phận khi gặp sự cố liên quan đến máy tính, thiết bị công nghệ. Bảo mật dữ liệu khách hàng và thông tin nội bộ. Cập nhật, nâng cấp hệ thống công nghệ theo xu hướng mới.
Bộ phận An ninh	Bảo đảm an toàn tính mạng, tài sản cho khách và nhân viên. Giữ gìn trật tự, an ninh trong khuôn viên khách sạn.	Kiểm soát ra vào, giám sát các khu vực quan trọng. Tuần tra, xử lý các tình huống khẩn cấp hoặc sự cố an ninh. Hỗ trợ khách trong việc giữ gìn tài sản và an toàn cá nhân. Phối hợp với chính quyền địa phương khi có vấn đề phát sinh. Đảm bảo công tác phòng cháy chữa cháy và an ninh trật tự.

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2026.

2.1.3.3. Lĩnh vực hoạt động của Sala Danang Beach Hotel.

Sala Danang Beach Hotel hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú và du lịch. Là khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao, Sala không chỉ cung cấp dịch vụ phòng nghỉ mà còn phát triển đa dạng các loại hình dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu phong phú của khách hàng. Cụ thể:

- Dịch vụ lưu trú.

Cung cấp hệ thống phòng nghỉ hiện đại, sang trọng với nhiều hạng phòng khác nhau (Superior, Deluxe, Suite, Family Suite, ...) phù hợp với nhu cầu và khả năng chi trả của khách hàng.

Dịch vụ đi kèm bao gồm dọn phòng, giặt ủi, phục vụ tại phòng (room service) nhằm mang lại sự tiện nghi và thoải mái cho khách lưu trú.

- Dịch vụ ẩm thực.

Nhà hàng tại khách sạn phục vụ đa dạng các món ăn Á – Âu, đặc sản địa phương và thực đơn buffet phong phú.

Ngoài ra, quầy bar và café là không gian để khách thưởng thức đồ uống, gặp gỡ, thư giãn trong thời gian lưu trú.

- Dịch vụ hội nghị – sự kiện.

Sala Danang Beach Hotel sở hữu phòng hội nghị, phòng tiệc được trang bị cơ sở vật chất hiện đại, thích hợp để tổ chức hội thảo, hội nghị, tiệc cưới, tiệc sinh nhật và các sự kiện doanh nghiệp.

- Dịch vụ giải trí và chăm sóc sức khỏe.

Hồ bơi ngoài trời, phòng gym, spa & massage giúp khách hàng thư giãn, phục hồi năng lượng.

Khách sạn còn bố trí khu vực vui chơi dành riêng cho trẻ em, tạo nên không gian nghỉ dưỡng phù hợp cho gia đình.

- Dịch vụ hỗ trợ du lịch.

Cung cấp dịch vụ đặt tour tham quan, đặt vé máy bay, cho thuê xe du lịch để hỗ trợ khách khám phá Đà Nẵng và các điểm đến lân cận như Hội An, Huế, Bà Nà Hills.

Tư vấn thông tin du lịch, hỗ trợ khách trong suốt quá trình lưu trú.

Như vậy, lĩnh vực hoạt động của Sala Danang Beach Hotel không chỉ gói gọn trong dịch vụ lưu trú, mà còn mở rộng sang nhiều dịch vụ bổ trợ khác, tạo nên một hệ sinh thái dịch vụ toàn diện. Điều này giúp khách sạn vừa đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống, vừa hỗ trợ khách trải nghiệm du lịch trọn vẹn tại thành phố Đà Nẵng.

2.2. Khái quát về tình hình hoạt động của Sala Danang Beach Hotel

2.2.1. Các nguồn lực của Sala Danang Beach Hotel.

Để duy trì hoạt động và phát triển bền vững, Sala Danang Beach Hotel hiện nay sở hữu nhiều nguồn lực quan trọng. Trước hết, về cơ sở vật chất – kỹ thuật, khách sạn có 162 phòng nghỉ đạt tiêu chuẩn 4 sao quốc tế, được thiết kế hiện đại và chia thành nhiều hạng phòng như Superior, Deluxe, Suite hay Family Suite nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Bên cạnh hệ thống phòng, khách sạn còn có đầy đủ các công trình tiện ích như hồ bơi ngoài trời, nhà hàng, quầy bar – café, spa, phòng gym, khu vui chơi trẻ em và khu vực hội nghị – tiệc cưới. Các trang thiết bị tiện nghi trong phòng được trang bị đầy đủ từ điều hòa, tivi, minibar, kết sắt cho đến hệ thống âm thanh, ánh sáng hiện đại phục vụ hội nghị. Đặc biệt, vị trí tọa lạc ngay bãi biển Mỹ Khê cũng được xem là lợi thế lớn, giúp khách sạn thu hút lượng lớn khách du lịch trong và ngoài nước.

Về nguồn lực tài chính, Sala Danang Beach Hotel được đầu tư bởi Công ty TNHH Dịch vụ Du lịch Phú Kim, nhờ vậy có tiềm lực ổn định để duy trì vận hành, nâng cấp cơ sở vật chất cũng như triển khai các chiến lược marketing. Doanh thu của khách sạn đến từ nhiều mảng như dịch vụ lưu trú, ẩm thực, hội nghị – sự kiện và các dịch vụ bổ trợ khác như spa, tour tham quan hay cho thuê xe.

Đối với nguồn lực nhân sự, khách sạn có đội ngũ quản lý nhiều kinh nghiệm trong ngành khách sạn – du lịch, đóng vai trò định hướng chiến lược phát triển. Nhân viên phục vụ tại các bộ phận lễ tân, buồng phòng, nhà hàng phần lớn trẻ trung, năng động và được đào tạo nghiệp vụ bài bản, có khả năng giao tiếp ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế. Khách sạn cũng thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo và bồi dưỡng kỹ năng nhằm nâng cao chất lượng nhân sự.

Ngoài ra, Sala Danang Beach Hotel còn có nguồn lực về thương hiệu và thị trường. Sau hơn bốn năm hoạt động, khách sạn đã xây dựng được hình ảnh uy tín, tạo

được niềm tin trong lòng khách hàng. Đồng thời, khách sạn duy trì mối quan hệ hợp tác với nhiều công ty lữ hành, đơn vị tổ chức sự kiện và các kênh OTA như Agoda, Booking hay Traveloka để mở rộng nguồn khách. Lượng khách hàng thân thiết của khách sạn cũng ngày càng tăng, tập trung chủ yếu vào phân khúc khách nghỉ dưỡng, khách công vụ và khách quốc tế đến từ Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản và châu Âu.

Cuối cùng là nguồn lực công nghệ – quản lý. Sala Danang Beach Hotel đã ứng dụng các phần mềm quản lý khách sạn hiện đại nhằm tối ưu quy trình vận hành, quản lý đặt phòng và nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng. Khách sạn còn đẩy mạnh hoạt động truyền thông trực tuyến thông qua website, Facebook, Instagram hay TikTok, kết hợp với hệ thống đặt phòng online thuận tiện, giúp thương hiệu tiếp cận nhiều thị trường trong và ngoài nước.

Tóm lại, Sala Danang Beach Hotel hiện sở hữu đầy đủ các nguồn lực về cơ sở vật chất, tài chính, nhân sự, thương hiệu và công nghệ. Đây chính là nền tảng quan trọng để khách sạn duy trì khả năng cạnh tranh và phát triển mạnh mẽ trong ngành dịch vụ lưu trú tại Đà Nẵng.

2.2.1.1. Tình hình nhân lực tại Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.2. Cơ cấu nhân sự tại Sala Danang Beach Hotel năm 2024.

Cơ cấu	Chi tiết	Số lượng	TT (%)
Giới tính	Nam	58	40.56%
	Nữ	85	54.44%
	Tổng	143	100%
Độ tuổi	<30	60	41.96%
	30-40	50	34.97%
	>40	33	23.08%
	Tổng	143	100%
	Đại học	50	34.97%
	Cao đẳng	40	27.97%

Trình độ chuyên môn	Trung cấp	30	20.98%
	Trung học phổ thông	23	16.08%
	Tổng	143	100%
Trình độ ngoại ngữ	Anh	95	66.43%
	Trung	30	20.98%
	Khác (Nhật, Hàn, ...)	18	12.59%
	Tổng	143	100%

Nguồn: Bộ phận nhân sự Sala Danang Beach Hotel, 2026.

Nhận xét:

- Cơ cấu theo giới tính: Nữ chiếm tỷ lệ cao hơn (54,44%) so với nam (40,56%). Điều này cho thấy khách sạn chú trọng đến sự khéo léo, tinh tế trong phục vụ, đặc biệt ở các vị trí cần giao tiếp và chăm sóc khách hàng như buồng phòng, lễ tân, F&B, spa.
- Cơ cấu theo độ tuổi: Đội ngũ nhân sự trẻ, dưới 30 tuổi chiếm 41,96%, từ 30–40 tuổi chiếm 34,97% và trên 40 tuổi chiếm 23,08%. Cơ cấu này khá cân đối: vừa có lực lượng trẻ trung, năng động dễ đào tạo, vừa có lực lượng dày dặn kinh nghiệm đảm bảo sự ổn định và chuyên nghiệp trong công việc.
- Cơ cấu theo trình độ chuyên môn: Đa số nhân viên có trình độ từ trung cấp trở lên (hơn 80%), trong đó cao nhất là đại học (34,97%) và cao đẳng (27,97%). Điều này thể hiện khách sạn chú trọng tuyển dụng nhân lực có chuyên môn để đáp ứng yêu cầu chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, vẫn còn một bộ phận nhân viên chỉ có trình độ trung học phổ thông (16,08%), cần được đào tạo thêm để nâng cao nghiệp vụ.
- Cơ cấu theo trình độ ngoại ngữ: Phần lớn nhân viên sử dụng được tiếng Anh (66,43%), cho thấy khách sạn có khả năng phục vụ khách quốc tế. Ngoài ra còn có nhân sự biết tiếng Trung (20,98%) và các ngoại ngữ khác như Hàn, Nhật (12,59%), tuy tỷ lệ chưa cao nhưng góp phần tạo sự đa dạng và tăng khả năng cạnh tranh trong thị trường khách quốc tế.

2.2.1.2. Tình hình cơ sở vật chất tại Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.3. Cơ sở vật chất của Sala Danang Beach Hotel.

Hạng mục	Nội dung chi tiết
Quy mô khách sạn	Khách sạn 4 sao, cao 25 tầng, tọa lạc tại 36–38 Lâm Hoàn, quận Sơn Trà, Đà Nẵng, ngay gần bãi biển Mỹ Khê.
Tổng số phòng	~162 phòng các hạng phòng đa dạng từ Superior đến Suite, Apartment.
Các hạng phòng & diện tích	- Superior City View: 25 m² - Superior Partial Sea View: 28 m² - Deluxe Sea View: 32 m² - Junior Suite: 45 m² - Sala Suite: 48 m² - Premium Suite: 55 m² - Family Suite (Connecting): 56 m² - Kyoto Suite: 65 m² - Osaka Apartment: 87 m² - Presidential Suite: 111 m² - Two Bedroom Apartment: 175 m²
Trang thiết bị trong phòng	- Giường đôi/đơn, ga gối cao cấp - Điều hòa nhiệt độ trung tâm - Tivi màn hình phẳng, truyền hình cáp - Wifi miễn phí - Minibar, ấm đun nước, máy pha cà phê (một số hạng) - Bồn tắm nằm/ buồng tắm đứng - Máy sấy tóc, bộ đồ dùng cá nhân - Bàn làm việc, tủ quần áo, kết sắt an toàn
Khu vực ẩm thực	- Nhà hàng chính phục vụ buffet sáng và thực đơn Âu – Á

	- Nhà hàng tầng trệt, tầng 3 và tầng thượng với phong cách khác nhau - Quầy bar, coffee lounge
Khu vực giải trí – tiện ích	- Hồ bơi ngoài trời view biển - Phòng gym hiện đại - Spa & massage, phòng xông hơi - Sky bar trên tầng cao
Khu vực hội nghị – sự kiện	- Phòng hội nghị, hội thảo có sức chứa 150–200 khách - Trang bị âm thanh, ánh sáng, máy chiếu, màn hình LED hiện đại
Cơ sở vật chất khác	- Sân lễ tân rộng, quầy lễ tân 24/7 - Thang máy tốc độ cao - Bãi đậu xe riêng miễn phí - Hệ thống camera an ninh 24/24 - Hệ thống PCCC đạt chuẩn - Khu vui chơi trẻ em (một số thời điểm có hoạt động)
Dịch vụ hỗ trợ	- Giặt ủi, dọn phòng hàng ngày - Đặt tour, đưa đón sân bay - Thu đổi ngoại tệ, cho thuê xe - Business center, dịch vụ in ấn, photocopy

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2026

2.2.2. Tình hình kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel.

Trong những năm gần đây, tình hình kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel nhìn chung có nhiều chuyển biến tích cực, gắn liền với sự phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ của ngành du lịch Đà Nẵng. Trước thời kỳ dịch Covid-19, khách sạn duy trì lượng khách ổn định, đặc biệt là vào các mùa cao điểm du lịch biển từ tháng 5 đến tháng 8 hằng năm. Do vị trí thuận lợi gần biển Mỹ Khê và cơ sở vật chất đạt chuẩn 4 sao, khách

sản thu hút được nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, trong đó nổi bật là khách du lịch nội địa, khách châu Á (Hàn Quốc, Trung Quốc) và một phần khách châu Âu.

Giai đoạn 2020 – 2021, do ảnh hưởng của dịch bệnh, lượng khách du lịch đến Đà Nẵng sụt giảm nghiêm trọng, dẫn đến công suất phòng và doanh thu của khách sạn giảm mạnh. Tuy nhiên, khách sạn vẫn duy trì hoạt động ở mức cơ bản, tập trung khai thác khách nội địa, đồng thời kết hợp với các nền tảng đặt phòng trực tuyến để giữ chân khách hàng và tạo nguồn doanh thu duy trì.

Từ năm 2022 trở lại đây, tình hình kinh doanh của khách sạn có sự phục hồi rõ rệt nhờ sự mở cửa du lịch quốc tế và các chính sách kích cầu của thành phố Đà Nẵng. Lượng khách quốc tế, đặc biệt là khách Hàn Quốc và khách từ khu vực Đông Nam Á, tăng trưởng nhanh chóng, kéo theo công suất phòng đạt mức khá cao vào mùa cao điểm. Doanh thu từ dịch vụ lưu trú và ăn uống chiếm tỷ trọng lớn, trong khi dịch vụ hội nghị – sự kiện và các dịch vụ bổ sung (spa, gym, tour) cũng bắt đầu đóng góp ngày càng nhiều.

Trong giai đoạn hiện tại, Sala Danang Beach Hotel tiếp tục duy trì vị thế cạnh tranh nhờ vào ưu thế vị trí, chất lượng dịch vụ ổn định và chiến lược quảng bá linh hoạt. Tuy vậy, khách sạn cũng phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt từ các khách sạn 4 – 5 sao khác trong khu vực ven biển Mỹ Khê. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh, khách sạn đang chú trọng đa dạng hóa dịch vụ, mở rộng hợp tác với các công ty lữ hành, đồng thời tăng cường quảng bá trên nền tảng trực tuyến nhằm thu hút thêm khách hàng quốc tế và khách nội địa cao cấp.

2.2.2.1. Sản phẩm và Dịch vụ của Sala Danang Beach Hotel.

Là khách sạn 4 sao nằm ngay cạnh bãi biển Mỹ Khê, Sala Danang Beach Hotel không chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú tiêu chuẩn quốc tế mà còn đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ nhằm mang đến cho khách hàng trải nghiệm toàn diện. Cụ thể:

2.2.2.1.1. Dịch vụ lưu trú

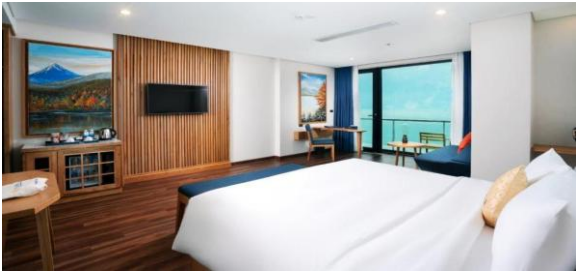
Sala Danang Beach Hotel có 162 phòng nghỉ hiện đại, được thiết kế thanh lịch với tông màu trang nhã, hướng ra biển Mỹ Khê hoặc trung tâm thành phố. Các hạng phòng đa dạng đáp ứng nhu cầu khác nhau của du khách, từ nghỉ dưỡng gia đình, cặp đôi cho đến khách công tác. Mỗi phòng đều được trang bị đầy đủ tiện nghi cao cấp,

không gian thoáng đãng, mang đến sự thoải mái và cảm giác thư giãn trọn vẹn trong suốt kỳ lưu trú. Khách sạn bao gồm các loại phòng , hạng phòng như sau:

Bảng 2.4.Các loại phòng lưu trú tại Sala Danang Beach Hotel.

Loại phòng	Đặc điểm
 Deluxe Twin Balcony Sea View	Có diện tích 32m², được trang bị 2 giường đơn, ban công rộng hướng trực diện biển. Không gian thoáng đãng với cửa sổ lớn mang gió biển mát lạnh, thích hợp cho 2 khách (hoặc 3 khách khi kê thêm giường phụ)
 Suite Partial Sea View	Diện tích 45m², được thiết kế thoáng đãng với ban công nhìn ra một phần biển xanh. Không gian phòng trang bị giường đôi lớn, bồn tắm sang trọng cùng nội thất tiện nghi, phù hợp cho 2 khách hoặc tối đa 3 khách khi kê thêm giường phụ.
 Two Bedroom Apartment Panoramic View	Diện tích 45m², được thiết kế thoáng đãng với ban công nhìn ra một phần biển xanh. Không gian phòng trang bị giường đôi lớn, bồn tắm sang trọng cùng nội thất tiện nghi, phù hợp cho 2 khách hoặc tối đa 3 khách khi kê thêm giường phụ.

 Premium Suite Balcony Sea View	Diện tích rộng 175m², mang đến tầm nhìn toàn cảnh biển Mỹ Khê và bán đảo Sơn Trà tuyệt đẹp. Căn hộ gồm 2 phòng ngủ, phòng khách sang trọng và khu bếp hiện đại, được trang bị đầy đủ tiện nghi cao cấp. Với sức chứa tối đa 4 khách, đây là lựa chọn lý tưởng cho gia đình hoặc nhóm bạn muốn tận hưởng kỳ nghỉ.
 SALA Suite	Diện tích 48m², hướng trực diện biển Mỹ Khê, là lựa chọn lý tưởng cho các cặp đôi trong kỳ nghỉ trăng mật hoặc những dịp kỷ niệm đặc biệt.
 Superior Double City View	Diện tích 25m², được thiết kế ấm cúng với cửa kính lớn hướng ra thành phố Đà Nẵng. Phòng trang bị giường đôi, phòng tắm vòi sen hiện đại, phù hợp cho 2 khách muốn trải nghiệm không gian nghỉ dưỡng thoải mái ngay trung tâm thành phố.
 Family Suite Panoramic View	Diện tích 56m², gồm 2 phòng thông nhau qua cửa nối, rất phù hợp cho các gia đình. Với tầm nhìn góc biển và thành phố, cùng trang bị 1 giường đôi và 2 giường đơn, phòng có sức chứa tối đa 4 khách

 Superior Partial Sea View	Có diện tích 28m², sở hữu tầm nhìn kết hợp giữa biển và thành phố. Không gian được thiết kế ấm cúng với giường đôi, phòng tắm vòi sen hiện đại, phù hợp cho 2 khách.
 President Suite	Có diện tích 50m² có view hướng trực tiếp ra biển. Phòng Presidential Suite chia làm 2 phòng (double và twin) phù hợp với nhu cầu của du khách.
 Phòng Kyoto	Có diện tích rất rộng 65m², có view trực diện biển Mỹ Khê, có bồn tắm nằm, phong cách - nội thất trang trí theo kiểu Nhật. Có 1 giường đôi cỡ lớn và 1 phòng trà riêng.
 Phòng Osaka	Có diện tích 87m², có view biển, căn hộ 1 phòng ngủ, có bồn tắm nằm, có bếp và phòng khách, giường double. Đầy đủ trang thiết bị, nội thất hiện đại mang phong cách Nhật.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ salahotelgroup.com, 2026.

2.2.2.1.2. Dịch vụ ẩm thực:

Tại Sala Đà Nẵng Beach Hotel, dịch vụ ẩm thực là sự kết hợp hoàn hảo giữa hương vị đậm đà của ẩm thực Việt Nam và phong cách quốc tế tinh tế. Với nguyên liệu tươi ngon được chọn lọc kỹ càng cùng đội ngũ đầu bếp tài năng, nhà hàng mang đến cho bạn trải nghiệm ẩm thực độc đáo trong không gian sang trọng, thoáng đãng hướng ra biển xanh mát, tạo nên những khoảnh khắc thưởng thức ẩm thực khó quên.

Bảng 2.5. Hệ thống dịch vụ ẩm thực tại Sala Danang Beach Hotel.

Khu vực kinh doanh ẩm thực	Vị trí	Thời gian phục vụ	Đặc điểm nổi bật
 S'Café	Tầng 1	07:00-21:00	Phục vụ cà phê, trà, cocktail và đồ uống nhẹ.
 Sala Restaurant	Tầng 3	06:30-10:00	Nhà hàng buffet Á – Âu với sức chứa khoảng 250 khách.
 Pool & Palms Bar	Tầng 25	07:00-23:00	Quầy bar cạnh hồ bơi vô cực, phục vụ đồ uống và đồ ăn nhẹ.
 Yamazaki Restaurant	Tầng 26	10:00-23:00	Nhà hàng Nhật Bản phục vụ thực đơn À la carte với các món ăn truyền thống và hiện đại.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ salahotelgroup.com, 2026.

2.2.2.1.3. Các dịch vụ bổ sung.

Bảng 2.6. Các dịch vụ bổ sung tại Sala Danang Beach Hotel.

Dịch vụ bổ sung	Thông tin
 Zen Spa	Zen Spa (Tầng 23): Hoạt động 09:00–22:00, cung cấp các liệu pháp thư giãn và chăm sóc sức khỏe.
 Gym	Gym (Tầng 23): Hoạt động 24/7, trang bị hệ thống máy tập hiện đại.
 Kid room	Kid Room (Tầng 23): Khu vui chơi dành cho trẻ em với nhiều hoạt động giải trí an toàn.
 Ballroom- Phòng tổ chức hội nghị	Ballroom (Tầng 2): Không gian hội nghị và tổ chức sự kiện với sức chứa khoảng 500 khách.

 Hồ bơi vô cực	Hồ bơi vô cực (Tầng 25): Hồ bơi ngoài trời với tầm nhìn hướng biển, phục vụ miễn phí cho khách lưu trú.
---	--

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ salahotelgroup.com, 2026.

➔ Với hệ thống sản phẩm và dịch vụ đa dạng, Sala Danang Beach Hotel không chỉ đáp ứng nhu cầu lưu trú cơ bản mà còn mang đến trải nghiệm nghỉ dưỡng – ẩm thực – giải trí trọn vẹn, góp phần nâng cao sự hài lòng của khách hàng và xây dựng hình ảnh thương hiệu bền vững.

2.2.2.2. Thị trường khách hàng và đối thủ cạnh tranh của Sala Danang Beach Hotel

2.2.2.2.1. Thị trường khách hàng

Khách hàng mục tiêu của Sala Danang Beach Hotel khá đa dạng, bao gồm cả khách du lịch trong nước và quốc tế:

- Khách du lịch nội địa: Chủ yếu là gia đình, cặp đôi, nhóm bạn trẻ đến Đà Nẵng nghỉ dưỡng, tắm biển và tham quan các điểm du lịch nổi tiếng như Bà Nà Hills, Ngũ Hành Sơn, phố cổ Hội An. Phân khúc này thường tập trung vào mùa hè (tháng 5 – 8) và các dịp lễ, Tết.
- Khách du lịch quốc tế: Bao gồm du khách đến từ Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản và các nước châu Âu. Họ thường lựa chọn Đà Nẵng như một điểm nghỉ dưỡng biển kết hợp khám phá văn hóa. Khách quốc tế chiếm tỷ trọng lớn trong mùa cao điểm du lịch quốc tế (từ tháng 10 đến tháng 3 năm sau).
- Khách công vụ và MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition): Một bộ phận khách đến Đà Nẵng để công tác, tham dự hội nghị, hội thảo hoặc các sự kiện doanh nghiệp. Đây là phân khúc mang lại nguồn thu ổn định, đặc biệt nhờ vị trí khách sạn thuận lợi và cơ sở vật chất hội nghị hiện đại.

- Khách gia đình có trẻ nhỏ: Với tiện ích như hồ bơi, khu vui chơi cho trẻ em, khách sạn cũng hướng tới nhóm khách hàng này, đáp ứng nhu cầu nghỉ dưỡng kết hợp chăm sóc gia đình.

Nhìn chung, thị trường khách hàng của Sala khá rộng, tập trung vào nhóm khách trung và cao cấp, có nhu cầu nghỉ dưỡng chất lượng và trải nghiệm dịch vụ đa dạng.

2.2.2.2.2. Đối thủ cạnh tranh.

Bảng 2.7. Bảng so sánh Sala Danang Beach Hotel và các đối thủ cạnh tranh.

Tiêu chí	Sala Danang Beach Hotel	Diamond Sea Hotel	Mandila Beach Hotel	Holiday Beach Hotel
Vị trí	Võ Nguyên Giáp, sát biển Mỹ Khê, view đẹp	Võ Nguyên Giáp, nhìn thẳng biển Mỹ Khê	Võ Nguyên Giáp, gần trung tâm, view biển đẹp	Gần biển Mỹ Khê, thuận tiện di chuyển
Hạng sao	4 sao	4 sao	4 sao	4 sao
Số lượng phòng	~162 phòng	~124 phòng	~130 phòng	~110 phòng
Phong cách thiết kế	Hiện đại, pha Á Đông, nhiều không gian xanh	Hiện đại, sang trọng, tông sáng	Tối giản, trẻ trung, view biển	Hiện đại, ấm cúng, hướng gia đình
Dịch vụ nổi bật	Buffet sáng đa dạng, hồ bơi vô cực, spa, bar tầng thượng, xe đưa đón	Rooftop bar, hồ bơi ngoài trời, spa, gym	Hồ bơi vô cực, rooftop bar, spa, hội nghị	Nhà hàng quốc tế, spa, hồ bơi, gym, dịch vụ gia đình
Thị trường	Nội địa + quốc tế (Hàn, Trung, Âu)	Khách Hàn, Trung, nội địa cao cấp	Khách Hàn, giới trẻ thích nghỉ dưỡng	Khách gia đình, khách đoàn, nội địa + quốc tế

khách chính				
Điểm mạnh	Buffet sáng nổi bật, quy mô lớn, dịch vụ đa dạng, nhân viên thân thiện	Rooftop bar đẹp, dịch vụ chuyên nghiệp	Thiết kế hiện đại, hồ bơi vô cực, hút khách trẻ	Phù hợp gia đình, không gian ấm cúng
Điểm hạn chế	Ngoại ngữ nhân viên chưa đa dạng, đôi khi quá tải	Ít phòng, buffet chưa phong phú bằng Sala	Thiếu dịch vụ cho gia đình, nghỉ dưỡng ngắn ngày	Quy mô nhỏ, ít tiện ích cao cấp

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ các website các khách sạn, 2026

2.2.2.2.3. Kết quả kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.8. Kết quả hoạt động kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel trong giai đoạn 2022-2024.

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024	
	(Số tiền)	(TT %)	(Số tiền)	(TT %)	(Số tiền)	(TT %)
Tổng doanh thu	82.650	87,20	91.480	96,85	96.720	100,00
Lưu trú	66.200	80,10	70.050	76,60	72.950	75,45
Dịch vụ ăn uống	10.150	12,28	11.280	12,34	12.450	12,87
Dịch vụ bổ sung	4.350	5,26	4.720	5,10	4.640	4,80
Tổng chi phí	67.800	82,02	71.200	77,84	73.600	76,10
Lợi nhuận	14.850	17,98	20.280	22,16	23.120	23,90

Nguồn: Bộ phận Kế toán Sala Danang Beach Hotel.

Nhận xét:

Qua bảng số liệu kết quả hoạt động kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel giai đoạn 2022–2024 có thể thấy:

- Tổng doanh thu của khách sạn có xu hướng tăng đều qua các năm. Cụ thể, từ 82,65 tỷ đồng năm 2022 lên 91,48 tỷ đồng năm 2023, và đạt 96,72 tỷ đồng vào năm 2024. Điều này cho thấy tình hình kinh doanh ổn định, có sự tăng trưởng tích cực.
- Doanh thu lưu trú luôn chiếm tỷ trọng cao nhất (trên 75%), chứng tỏ hoạt động kinh doanh phòng là nguồn thu chủ lực của khách sạn. Tuy nhiên, tỷ trọng này có xu hướng giảm nhẹ do khách sạn dần chú trọng hơn đến các dịch vụ khác.
- Dịch vụ ăn uống và dịch vụ bổ sung có mức tăng trưởng tốt. Tỷ trọng của dịch vụ ăn uống tăng từ 12,28% (2022) lên 12,87% (2024), phản ánh chiến lược phát triển dịch vụ nhà hàng – ẩm thực khá hiệu quả.

- Tổng chi phí cũng tăng qua các năm, tuy nhiên mức tăng chậm hơn doanh thu, nhờ đó lợi nhuận ròng được cải thiện rõ rệt. Cụ thể, lợi nhuận từ 14,85 tỷ đồng (2022) tăng lên 23,12 tỷ đồng (2024), tỷ suất lợi nhuận tăng từ 17,98% lên gần 24%.

➔ Nhìn chung, hoạt động kinh doanh của Sala Danang Beach Hotel trong giai đoạn 2022–2024 đạt hiệu quả tích cực, vừa đảm bảo sự tăng trưởng ổn định về doanh thu, vừa nâng cao hiệu quả lợi nhuận.

2.3. Thực trạng chất lượng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

2.3.1. Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Qua quá trình quan sát và tìm hiểu thực tế tại Sala Danang Beach Hotel, có thể thấy chất lượng dịch vụ buffet sáng tại đây chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau trong quá trình phục vụ. Những yếu tố này xuất phát từ món ăn, không gian, nhân viên cũng như cách tổ chức phục vụ tại nhà hàng. Cụ thể như sau:

2.3.1.1. Chất lượng món ăn và đồ uống.

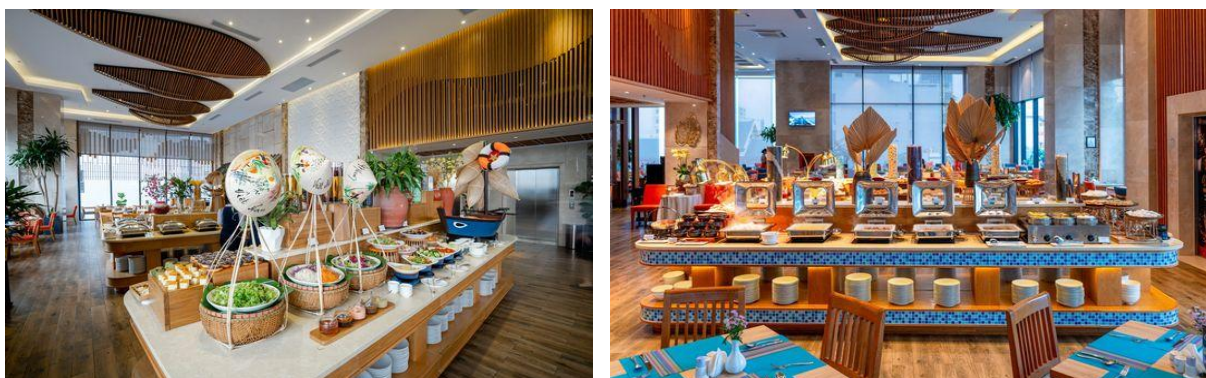
Chất lượng món ăn và đồ uống là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel. Hiện nay, buffet sáng của khách sạn phục vụ nhiều món ăn quen thuộc như cơm, mì, trứng, xúc xích, bánh mì, trái cây và các loại nước uống cơ bản nhằm đáp ứng nhu cầu ăn sáng của khách hàng. Nhìn chung, các món ăn được chế biến sạch sẽ, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và phù hợp với nhiều đối tượng khách.

Tuy nhiên, thực đơn buffet sáng vẫn chưa thật sự đa dạng, các món ăn còn lặp lại giữa các ngày và chủ yếu tập trung vào một số món cơ bản. Đối với khách lưu trú trong nhiều ngày, điều này dễ tạo cảm giác nhàm chán và làm giảm sự hứng thú khi sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Ngoài ra, vào thời điểm đông khách, một số món nóng như trứng, mì hoặc các món chiên đôi lúc không giữ được độ nóng lâu hoặc bị hết tạm thời nhưng chưa được bổ sung kịp thời. Điều này ảnh hưởng đến cảm nhận của khách hàng về chất lượng món ăn và trải nghiệm sử dụng dịch vụ.

Bên cạnh đó, cách trình bày món ăn tại quầy buffet vẫn còn khá đơn giản, chủ yếu sắp xếp theo khay và chưa có nhiều điểm nhấn về hình thức. Vì vậy, khả năng tạo sự thu hút về mặt trình bày đối với khách hàng vẫn còn hạn chế.

Nhìn chung, chất lượng món ăn và đồ uống tại nhà hàng đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách hàng. Tuy nhiên, khách sạn vẫn cần cải thiện thêm về sự đa dạng thực đơn, cách trình bày món ăn và tốc độ bổ sung món trong giờ cao điểm nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng.



Hình 2.2. Khu vực trưng bày món ăn tại nhà hàng buffet sáng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.2. Cơ sở vật chất và không gian phục vụ.

Khu vực nhà hàng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel có không gian tương đối rộng rãi, sạch sẽ và được bố trí gần khu vực view biển, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi dùng bữa. Bàn ghế, dụng cụ ăn uống và quầy buffet được trang bị khá đầy đủ, đáp ứng nhu cầu cơ bản của khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Ngoài ra, không gian nhà hàng được thiết kế hiện đại và có ánh sáng tự nhiên, góp phần tạo cảm giác dễ chịu cho khách hàng.

Tuy nhiên, vào khung giờ cao điểm buổi sáng, lượng khách tập trung đông khiến không gian tại một số khu vực trở nên khá chật và đông đúc, đặc biệt là khu vực quầy món nóng. Điều này làm khách hàng gặp khó khăn khi di chuyển hoặc phải chờ trong lúc lấy món ăn.

Bên cạnh đó, một số bàn ăn sau khi khách rời đi chưa được dọn dẹp kịp thời, khiến khách đến sau phải chờ hoặc tự tìm bàn khác. Việc bố trí lối đi giữa các quầy buffet ở một số khu vực vẫn chưa thật sự thuận tiện khi lượng khách tăng cao.

Nhìn chung, cơ sở vật chất và không gian phục vụ tại nhà hàng đáp ứng khá tốt nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, khách sạn vẫn cần cải thiện thêm về cách bố trí không gian và khả năng xử lý trong giờ cao điểm nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng.



Hình 2.3. Không gian nhà hàng buffet sáng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.3. Đội ngũ nhân viên.

Nhân viên phục vụ tại Sala có thái độ khá thân thiện, lịch sự và sẵn sàng hỗ trợ khách khi cần. Đây là điểm tích cực giúp tạo cảm giác thoải mái cho khách khi sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Về trình độ học vấn, đội ngũ nhân viên chủ yếu tốt nghiệp đại học, phần lớn thuộc các chuyên ngành liên quan đến du lịch, khách sạn hoặc quản trị dịch vụ. Nhờ đó, nhân viên có nền tảng kiến thức cơ bản về nghiệp vụ phục vụ và hiểu được quy trình hoạt động trong môi trường nhà hàng – khách sạn.

Tuy nhiên, mặc dù có trình độ học vấn tương đối tốt, nhưng kinh nghiệm thực tế của một số nhân viên còn hạn chế, đặc biệt là nhân viên mới. Điều này dẫn đến sự khác biệt trong khả năng xử lý tình huống và mức độ linh hoạt trong công việc.

Về trình độ chuyên môn, nhân viên đã được đào tạo các nghiệp vụ cơ bản như set up bàn, phục vụ buffet, dọn dẹp và hỗ trợ khách. Nhìn chung, nhân viên nắm được công việc và thực hiện đúng quy trình. Tuy nhiên, trong giờ cao điểm, khi lượng khách tăng cao, nhân viên đôi khi chưa kịp đáp ứng hết nhu cầu của khách, việc dọn bàn và hỗ trợ còn chậm.

Bên cạnh đó, khả năng giao tiếp tiếng Anh của nhân viên ở mức cơ bản, có thể giao tiếp những nội dung đơn giản như chào hỏi, hướng dẫn hoặc hỗ trợ khách. Tuy nhiên, khi khách có yêu cầu cụ thể hơn hoặc hỏi sâu về món ăn, nhân viên đôi khi còn lúng túng và cần nhờ sự hỗ trợ từ đồng nghiệp.

Ngoài ra, một số nhân viên chưa thực sự chủ động trong việc quan sát và hỗ trợ khách, chủ yếu phục vụ khi có yêu cầu trực tiếp, điều này phần nào ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách.



Hình 2.4. Đồng phục nhân viên phục vụ nhà hàng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.4. Quy trình tổ chức và phục vụ.

Quy trình phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel được thực hiện theo các bước cơ bản nhằm đảm bảo khách hàng được phục vụ thuận tiện và nhanh chóng.

Trước giờ phục vụ, nhân viên tiến hành chuẩn bị khu vực buffet, sắp xếp bàn ghế, kiểm tra dụng cụ ăn uống và bổ sung các món ăn tại quầy buffet. Đồng thời, bộ phận bếp cũng chuẩn bị món ăn để đảm bảo phục vụ khách hàng đầy đủ trong thời gian buffet sáng.

Khi khách đến sử dụng dịch vụ, nhân viên sẽ đón tiếp, kiểm tra thông tin phòng và hướng dẫn khách vào khu vực dùng bữa. Khách hàng có thể tự lựa chọn món ăn và đồ uống theo nhu cầu tại các quầy buffet được bố trí trong nhà hàng. Trong quá trình khách dùng bữa, nhân viên thường xuyên hỗ trợ, dọn dẹp bàn ăn và bổ sung món ăn khi cần thiết nhằm đảm bảo chất lượng phục vụ.

Nhìn chung, quy trình phục vụ tại khách sạn được tổ chức tương đối rõ ràng và tạo thuận lợi cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, vào giờ cao điểm vẫn xảy ra tình trạng đông khách tại một số quầy buffet, đặc biệt là khu vực món nóng. Bên cạnh đó, việc bổ sung món ăn đôi lúc chưa kịp thời, gây thiếu món tạm thời và ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng.

Ngoài ra, sự phối hợp giữa bộ phận bếp và bộ phận phục vụ trong một số thời điểm chưa thực sự đồng đều, dẫn đến việc phục vụ còn chậm khi lượng khách tăng cao. Điều này cho thấy quy trình phục vụ tuy đã được xây dựng khá đầy đủ nhưng vẫn cần được cải thiện thêm để nâng cao hiệu quả phục vụ trong thực tế.



Hình 2.5. Tác phong và hình ảnh nhân viên phục vụ nhà hàng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.5. Công tác quản lý và kiểm soát.

Công tác quản lý và kiểm soát tại bộ phận nhà hàng của Sala Danang Beach Hotel được thực hiện nhằm đảm bảo chất lượng phục vụ và đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Trước giờ phục vụ, quản lý và nhân viên sẽ kiểm tra khu vực nhà hàng, dụng cụ ăn uống, vệ sinh không gian cũng như số lượng món ăn để đảm bảo mọi hoạt động được chuẩn bị đầy đủ trước khi đón khách. Đồng thời, các món ăn cũng được kiểm tra về chất lượng và hình thức trình bày trước khi đưa ra quầy buffet.

Trong quá trình phục vụ, quản lý nhà hàng thường xuyên theo dõi tình trạng hoạt động tại các quầy buffet nhằm kịp thời bổ sung món ăn và hỗ trợ xử lý các vấn đề phát sinh. Bên cạnh đó, thái độ phục vụ và tác phong làm việc của nhân viên cũng được giám sát để đảm bảo khách hàng được phục vụ nhanh chóng và thuận tiện.

Nhìn chung, công tác quản lý và kiểm soát tại bộ phận nhà hàng được thực hiện tương đối đầy đủ, góp phần duy trì chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, vào các khung giờ cao điểm vẫn xảy ra tình trạng đông khách, dẫn đến việc kiểm soát tại một số khu vực chưa thực sự chặt chẽ. Một số món ăn chưa được bổ sung kịp thời, ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng.

Ngoài ra, việc phối hợp giữa bộ phận bếp và bộ phận phục vụ đôi lúc chưa đồng đều trong thời điểm lượng khách tăng cao. Công tác tiếp nhận và xử lý phản hồi của khách hàng tuy đã được thực hiện nhưng chưa thật sự thường xuyên. Vì vậy, nhà hàng cần tăng cường công tác giám sát và phối hợp giữa các bộ phận nhằm nâng cao chất lượng phục vụ trong thời gian tới.



Hình 2.6. Công tác quản lý và giám sát tại khu vực bếp nhà hàng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.6. Đặc điểm và nhu cầu của khách hàng

Khách hàng sử dụng dịch vụ tại nhà hàng của Sala Danang Beach Hotel bao gồm cả khách nội địa và khách quốc tế với độ tuổi, nhu cầu và khẩu vị khá đa dạng. Phần lớn khách hàng có nhu cầu sử dụng buffet sáng với không gian thoải mái, món ăn đa dạng và chất lượng phục vụ tốt. Bên cạnh đó, nhiều khách hàng cũng quan tâm đến thái độ phục vụ của nhân viên và sự thuận tiện trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Hiện nay, thực đơn buffet sáng của nhà hàng có nhiều món ăn Á – Âu nhằm đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Tuy nhiên, một số món ăn vẫn

còn mang tính phổ biến và chưa thật sự đa dạng đối với từng nhóm khách cụ thể. Các món ăn dành cho khách ăn chay hoặc khách có chế độ ăn đặc biệt vẫn còn hạn chế.

Ngoài ra, nhu cầu của khách hàng thay đổi khá thường xuyên, đặc biệt là khách quốc tế với khẩu vị và thói quen ăn uống khác nhau. Tuy nhiên, việc nghiên cứu và phân tích nhu cầu khách hàng của nhà hàng vẫn chưa được thực hiện thường xuyên, dẫn đến khả năng cá nhân hóa dịch vụ chưa cao.

Nhìn chung, bộ phận nhà hàng đã cố gắng đáp ứng nhu cầu cơ bản của khách hàng trong quá trình phục vụ. Tuy nhiên, nhà hàng vẫn cần cải thiện thêm về sự đa dạng của thực đơn và nâng cao khả năng nắm bắt nhu cầu khách hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.



Hình 2.7. Hoạt động phục vụ và chăm sóc khách hàng tại nhà hàng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

2.3.1.7. Yếu tố thời điểm và mùa vụ

Yếu tố thời điểm và mùa vụ có ảnh hưởng khá lớn đến hoạt động phục vụ tại bộ phận nhà hàng của Sala Danang Beach Hotel. Vào các khung giờ cao điểm buổi sáng, lượng khách sử dụng buffet tăng cao dẫn đến tình trạng đông khách tại một số quầy thức ăn. Điều này khiến nhân viên phải làm việc với cường độ cao hơn và đôi lúc chưa thể hỗ trợ khách hàng kịp thời.

Bên cạnh đó, vào thời điểm đông khách, việc bổ sung món ăn tại quầy buffet đôi khi còn chậm, gây ra tình trạng thiếu món tạm thời và ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng. Không gian nhà hàng cũng trở nên đông đúc hơn, đặc biệt trong mùa du lịch cao điểm khi số lượng khách lưu trú tăng mạnh. Điều này tạo áp lực khá lớn cho bộ phận phục vụ và bộ phận bếp trong quá trình vận hành.

Ngược lại, vào mùa thấp điểm hoặc các khung giờ ít khách, chất lượng phục vụ thường ổn định hơn do nhân viên có nhiều thời gian chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, số lượng món ăn trong buffet đôi lúc được điều chỉnh giảm để phù hợp với lượng khách thực tế, làm cho thực đơn chưa thật sự đa dạng như vào mùa cao điểm.

Nhìn chung, yếu tố thời điểm và mùa vụ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng phục vụ tại nhà hàng. Vì vậy, khách sạn cần có sự phân bổ nhân sự và chuẩn bị món ăn hợp lý hơn trong các giai đoạn cao điểm nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ và nâng cao sự hài lòng của khách hàng.



Hình 2.8. Không gian và hoạt động phục vụ tại nhà hàng buffet sáng.

Nguồn: salahotelgroup.com, 2026.

➔**Kết luận:** Từ thực tế tại Sala Danang Beach Hotel có thể thấy, chất lượng dịch vụ buffet sáng vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thực đơn chưa đa dạng, phục vụ chưa kịp thời vào giờ cao điểm và quy trình vận hành chưa tối ưu. Tuy nhiên, khách sạn vẫn có những điểm mạnh như không gian đẹp, sạch sẽ và đội ngũ nhân viên thân thiện.

Những yếu tố này là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng trong phần tiếp theo.

2.3.2. Kết quả khảo sát khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

2.3.2.1. Thiết kế nghiên cứu

a. Thang đo

* Thang đo Parasuraman 22 biến

Dựa trên định nghĩa truyền thống về chất lượng dịch vụ, Parasuraman đã xây dựng thang đo SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ gồm 22 biến thuộc 5 thành phần để đo lường chất lượng kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận. Bên cạnh đó, thang đo SERVPERF được phát triển bởi Cronin và Taylor (1992). Thang đo này bao gồm 22 biến quan sát, được rút gọn từ mô hình SERVQUAL bằng cách lược bỏ phần đo lường kỳ vọng và chỉ tập trung đánh giá mức độ cảm nhận thực tế của khách hàng

Bảng 2.9. Mô hình SERVQUAL của Parasuraman cùng 22 câu hỏi về chất lượng dịch vụ.

Sự tin tưởng (reliability)	Khi công ty xyz hứa làm điều gì đó vào thời gian nào đó thì họ sẽ làm. Khi bạn gặp trở ngại, công ty xyz chứng tỏ mối quan tâm thực sự muốn giải quyết trở ngại đó. Công ty xyz thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu. Công ty xyz cung cấp dịch vụ đúng như thời gian họ đã hứa. Công ty xyz lưu ý để không xảy ra một sai sót nào.
Sự phản hồi (responsiveness)	Nhân viên công ty xyz cho bạn biết khi nào thực hiện dịch vụ. Nhân viên công ty xyz nhanh chóng thực hiện dịch vụ cho bạn. Nhân viên công ty xyz luôn sẵn sàng giúp bạn. Nhân viên công ty xyz không bao giờ quá bận đến nỗi không đáp ứng yêu cầu của bạn.

Sự đảm bảo (assurance)	Cách cư xử của nhân viên xyz gây niềm tin cho bạn. Bạn cảm thấy an toàn trong khi giao dịch với công ty xyz. Nhân viên công ty xyz luôn niềm nở với bạn. Nhân viên công ty xyz có đủ hiểu biết để trả lời câu hỏi của bạn.
Sự cảm thông (empathy)	Công ty xyz luôn đặc biệt chú ý đến bạn. Công ty xyz có nhân viên biết quan tâm đến bạn. Công ty xyz lấy lợi ích của bạn là điều tâm niệm của họ. Nhân viên công ty xyz hiểu rõ những nhu cầu của bạn. Công ty xyz làm việc vào những giờ thuận tiện.
Sự hữu hình (tangibility)	Công ty xyz có trang thiết bị rất hiện đại. Các cơ sở vật chất của công ty xyz trông rất bắt mắt. Nhân viên công ty xyz ăn mặc rất tươm tất. Các sách ảnh giới thiệu của công ty xyz có liên quan đến dịch vụ trông rất đẹp.

Nguồn: Tài liệu Servqual của Parasuraman gốc

*** Thang đo chất lượng dịch vụ ăn uống theo mô hình SERVQUAL**

Bảng 2.10. Thang đo chất lượng dịch vụ ăn uống theo mô hình SERVQUAL

Phương tiện hữu hình
1. Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại.
2. Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt.
3. Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp.
4. Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn.
Độ tin cậy
5. Nhà hàng phục vụ đúng thời gian công bố.
6. Nhà hàng quan tâm giải quyết các vấn đề mà khách phản nản.
7. Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn.
8. Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo.
9. Hoá đơn thanh toán chính xác, không có sai sót
Năng lực phục vụ
10. Nhân viên thông báo chính xác khi nào món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ.
11. Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng.
12. Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần.
13. Nhân viên luôn coi việc phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu.
Sự đảm bảo
14. Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng.
15. Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng.
16. Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng
17. Nhân viên am hiểu về thực đơn đề tư vãn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.
Sự cảm thông
18. Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.
19. Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.
20. Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng.
21. Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.
22. Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng.

Nguồn: Lê Thái Phụng (2024), Giáo trình quản trị chất lượng dịch vụ du lịch, Đà

Nẵng, NXB Đà Nẵng

b. Phiếu khảo sát

Phiếu khảo sát được xây dựng nhằm thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel. Nội dung bảng khảo sát gồm 6 phần chính như sau:

Phần 1: Câu hỏi gạn lọc

Phần này nhằm xác định đúng đối tượng khảo sát là những khách hàng đã từng sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel. Những khách hàng chưa từng sử dụng dịch vụ sẽ kết thúc khảo sát tại đây.

Phần 2: Câu hỏi khởi động

Phần này bao gồm các câu hỏi nhằm tìm hiểu thông tin ban đầu của khách hàng như:

- Số lần sử dụng buffet tại khách sạn
- Mục đích lưu trú
- Những yếu tố khách hàng quan tâm khi sử dụng buffet sáng

Thông qua các câu hỏi này, tôi có thể hiểu rõ hơn về nhu cầu và trải nghiệm của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng.

Phần 3: Đánh giá chất lượng dịch vụ

Đây là phần nội dung chính của bảng khảo sát, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ “Hoàn toàn không đồng ý” đến “Hoàn toàn đồng ý” để đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Nội dung đánh giá gồm 5 nhóm yếu tố:

- Phương tiện hữu hình
- Độ tin cậy
- Năng lực phục vụ
- Sự đảm bảo
- Sự cảm thông

Các tiêu chí đánh giá tập trung vào cơ sở vật chất, chất lượng món ăn, thái độ phục vụ, khả năng hỗ trợ khách hàng và sự quan tâm của nhân viên đối với khách hàng.

Phần 4: Mức độ hài lòng

Phần này nhằm đánh giá mức độ hài lòng chung của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ buffet sáng. Nội dung khảo sát bao gồm:

- Chất lượng món ăn
- Không gian phục vụ
- Nhân viên phục vụ

- Quy trình phục vụ
- Ý định quay lại sử dụng dịch vụ

Phần 5: Ý kiến của khách hàng

Phần này được thiết kế dưới dạng câu hỏi mở nhằm ghi nhận thêm các ý kiến thực tế từ khách hàng, bao gồm:

- Điều khách hàng hài lòng nhất khi sử dụng dịch vụ buffet sáng
- Những đề xuất nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel

Phần 6: Thông tin chung

Phần cuối cùng nhằm thu thập một số thông tin cá nhân cơ bản của khách hàng phục vụ cho quá trình phân tích dữ liệu, bao gồm:

- Giới tính
- Độ tuổi
- Nghề nghiệp
- Quốc tịch

Những thông tin thu thập được từ bảng khảo sát là cơ sở để tôi phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại Sala Danang Beach Hotel.

c. Chọn mẫu khảo sát.

Trong nghiên cứu này, tôi sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện để tiến hành khảo sát các khách hàng đã từng sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Phương pháp này được lựa chọn vì phù hợp với điều kiện thực tế, giúp tôi dễ dàng tiếp cận đối tượng khảo sát cũng như tiết kiệm thời gian và chi phí trong quá trình thu thập dữ liệu. Dữ liệu được thu thập thông qua Google Form dành cho khách hàng đã trải nghiệm dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

*** Kích thước mẫu khảo sát**

Đề tài sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thông qua phiếu khảo sát online (Google Form) gửi đến khách hàng nội địa sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Bảng khảo sát của nghiên cứu gồm 38 câu hỏi, trong đó có 29 biến quan sát dùng để đánh giá chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng. Theo nguyên tắc xác định kích thước mẫu, số lượng mẫu tối thiểu cần đạt ít nhất gấp 5 lần số biến quan sát. Vì vậy, nghiên cứu cần tối thiểu 145 mẫu khảo sát.

d. Phương pháp thu thập dữ liệu

Trong quá trình thực hiện khảo sát, tôi đã phát ra 250 phiếu khảo sát đến khách hàng tại Sala Danang Beach Hotel. Sau khi thu thập dữ liệu, tôi thu về được 230 phiếu khảo sát. Tuy nhiên, thông qua câu hỏi gạn lọc về việc khách hàng đã từng sử dụng dịch vụ buffet sáng hay chưa, có 13 phiếu không phù hợp với đối tượng nghiên cứu nên bị loại bỏ. Vì vậy, số phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng cho quá trình phân tích dữ liệu là 217 phiếu. Số lượng mẫu này đáp ứng yêu cầu nghiên cứu và đảm bảo độ tin cậy cho kết quả phân tích.

2.3.2.2. Kết quả nghiên cứu

2.3.2.2.1. Mô tả mẫu

Bảng 2.11. Mô tả mẫu nghiên cứu

		Tần suất	Tỷ lệ %	Tỷ lệ % hợp lệ	Tỷ lệ % tích lũy
Giới tính	Nam	81	37,3	37,3	37,3
	Nữ	136	62,7	62,7	100,0
	Tổng cộng	217	100,0	100,0	
Độ tuổi	Dưới 18	26	12,0	12,0	12,0
	18–25	45	20,7	20,7	32,7
	26–35	86	39,6	39,6	72,4
	36–50	44	20,3	20,3	92,6
	Trên 50	16	7,4	7,4	100,0
	Tổng cộng	217	100,0	100,0	
Nghề nghiệp	Công chức/Viên chức	31	14,3	14,3	14,3
	Học sinh/Sinh viên	59	27,2	27,2	41,5
	Kinh doanh	63	29,0	29,0	70,5
	Lao động tự do	22	10,1	10,1	80,6
	Nhân viên văn phòng	31	14,3	14,3	94,9
	Nội trợ	11	5,1	5,1	100,0
	Tổng cộng	217	100,0	100,0	

Nguồn: Kết quả tổng hợp của đề tài

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy trong tổng số 217 khách hàng tham gia khảo sát, nữ giới chiếm tỷ lệ cao hơn với 62,7%, trong khi nam giới chiếm 37,3%. Điều này cho thấy nữ giới là nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn khá nhiều.

Về độ tuổi, nhóm khách hàng từ 26–35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 39,6%, tiếp theo là nhóm 18–25 tuổi chiếm 20,7% và nhóm 36–50 tuổi chiếm 20,3%. Nhóm trên 50 tuổi và dưới 18 tuổi chiếm tỷ lệ thấp hơn lần lượt là 7,4% và 12%. Kết quả này cho thấy phần lớn khách hàng sử dụng dịch vụ thuộc nhóm tuổi lao động và có nhu cầu du lịch, nghỉ dưỡng tương đối cao.

Xét về nghề nghiệp, nhóm kinh doanh chiếm tỷ lệ cao nhất với 29%, tiếp theo là học sinh/sinh viên với 27,2%. Công chức/viên chức và nhân viên văn phòng cùng chiếm 14,3%, trong khi lao động tự do và nội trợ chiếm tỷ lệ thấp hơn. Điều này cho thấy dịch vụ buffet sáng của khách sạn thu hút khá đa dạng đối tượng khách hàng.

2.3.2.2.2. Mô tả hành vi tiêu dùng của khách hàng.

a. Mô tả tần suất, mục đích lưu trú

Bảng 2.12. Mô tả hành vi tiêu dùng của khách hàng

		Tần suất	Tỷ lệ %	Tỷ lệ % hợp lệ	Tỷ lệ % tích lũy
Số lần sử dụng	2–3 lần	74	34,1	34,1	34,1
	Lần đầu	73	33,6	33,6	67,7
	Nhiều lần	70	32,3	32,3	100,0
	Tổng cộng	217	100,0	100,0	
Mục đích lưu trú	Du lịch	84	38,7	38,7	38,7
	Công tác	73	33,6	33,6	72,4
	Nghỉ dưỡng	48	22,1	22,1	94,5
	Thăm thân	12	5,5	5,5	100,0
	Tổng cộng	217	100,0	100,0	

Nguồn: Kết quả tổng hợp của đề tài

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng sử dụng dịch vụ buffet sáng khá đồng đều giữa các nhóm. Trong đó, khách sử dụng từ 2–3 lần chiếm tỷ lệ cao nhất với 34,1%, khách lần đầu sử dụng chiếm 33,6% và khách đã sử dụng nhiều lần chiếm 32,3%. Điều này cho thấy dịch vụ buffet sáng của khách sạn có khả năng giữ chân khách hàng tương đối tốt.

Về mục đích lưu trú, khách du lịch chiếm tỷ lệ cao nhất với 38,7%, tiếp theo là khách công tác chiếm 33,6%. Khách nghỉ dưỡng chiếm 22,1% và khách thăm thân chiếm tỷ lệ thấp nhất với 5,5%. Kết quả này cho thấy dịch vụ buffet sáng chủ yếu phục vụ nhu cầu của khách du lịch và khách công tác.

2.3.2.2.3. Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

b. Các yếu tố khách hàng quan tâm khi lựa chọn dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.13. Mô tả các yếu tố được khách hàng quan tâm khi sử dụng dịch vụ

Các yếu tố được khách hàng quan tâm	Số lượng phản hồi	Tỷ lệ phản hồi	Tỷ lệ theo mẫu
Chất lượng món ăn và đồ uống	70	28,0%	32,3%
Cơ sở vật chất và không gian	57	22,8%	26,3%
Đội ngũ nhân viên	44	17,6%	20,3%
Quy trình tổ chức và phục vụ	22	8,8%	10,1%
Sự đa dạng của menu buffet sáng	57	22,8%	26,3%
Tổng cộng	250	100,0%	115,2%

Nguồn: Kết quả tổng hợp của đề tài

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng quan tâm nhiều nhất đến “Chất lượng món ăn và đồ uống” với 70 lượt lựa chọn, chiếm 28,0% tổng số phản hồi và 32,3% số khách hàng khảo sát. Điều này cho thấy chất lượng món ăn và đồ uống là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự quan tâm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Bên cạnh đó, hai yếu tố “Cơ sở vật chất và không gian” và “Sự đa dạng của menu buffet sáng” đều có 57 lượt lựa chọn, chiếm 22,8%. Điều này cho thấy khách hàng cũng khá chú trọng đến không gian phục vụ và sự phong phú của thực đơn buffet sáng.

Ngoài ra, yếu tố “Đội ngũ nhân viên” chiếm 17,6%, cho thấy thái độ và phong cách phục vụ của nhân viên cũng có ảnh hưởng nhất định đến trải nghiệm của khách hàng.

Tuy nhiên, “Quy trình tổ chức và phục vụ” là yếu tố có tỷ lệ lựa chọn thấp nhất với 8,8%. Điều này cho thấy khách hàng ít quan tâm hơn đến quy trình phục vụ so với các yếu tố liên quan trực tiếp đến chất lượng món ăn và trải nghiệm dịch vụ.

2.3.2.2.3. Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

a. Phương tiện hữu hình

Bảng 2.14. Kết quả khảo sát của khách hàng về phương tiện hữu hình

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
HH1	Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại.	,5	7,4	37,3	54,8	,5	4,461
HH2	Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt.	,5	1,8	3,7	49,8	44,2	4,3548
HH3	Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp.	,9	5,5	24,9	48,4	20,3	3,8157
HH4	Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn.	,5	0	0	37,8	61,8	4,6037
HH CHUNG							4,3771

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tích cực về phương tiện hữu hình của nhà hàng. Trong đó, tiêu chí “Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn” có giá trị trung bình cao nhất đạt 4,6037. Điều này cho thấy khách hàng hài lòng với cách trình bày và thiết kế thực đơn. Trong đó, có khách hàng đánh giá ở mức đồng ý 37,8% và hoàn toàn đồng ý 61,8%, cho thấy thực đơn của nhà hàng đáp ứng tốt nhu cầu và tạo được ấn tượng tích cực đối với khách hàng.

Tiêu chí “Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại” cũng được đánh giá cao với giá trị trung bình đạt 4,461. Ngoài ra, “Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt” đạt 4,3548, cho thấy không gian nhà hàng tạo được ấn tượng tốt đối với khách hàng.

Tuy nhiên, tiêu chí “Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp” có giá trị trung bình thấp nhất là 3,8157. Mặc dù vẫn ở mức khá nhưng khách sạn cần chú trọng hơn đến hình ảnh và sự đồng bộ trong trang phục nhân viên nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp.

Nhìn chung, khách hàng đánh giá khá tốt về phương tiện hữu hình của nhà hàng với giá trị trung bình hữu hình chung đạt 4,3771. Điều này cho thấy cơ sở vật chất, không gian và trang thiết bị phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel đã đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách hàng. Không gian nhà hàng được thiết kế sạch sẽ, thoáng mát và tạo cảm giác thoải mái khi dùng bữa. Ngoài ra, thực đơn buffet cũng được trình bày khá hấp dẫn, giúp khách hàng dễ lựa chọn món ăn. Tuy nhiên, đồng phục của nhân viên vẫn chưa thật sự nổi bật và chuyên nghiệp nên khách sạn cần chú trọng hơn đến hình ảnh của nhân viên để tạo sự đồng bộ và chuyên nghiệp hơn trong quá trình phục vụ.

b. Độ tin cậy

Bảng 2.15. Kết quả khảo sát của khách hàng về độ tin cậy

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
DTC1	Nhà hàng phục vụ đúng thời gian cam kết	1,8	8,8	11,1	40,6	37,8	4,0369
DTC2	Nhà hàng giải quyết các khiếu nại hiệu quả	,5	0	12,9	45,2	41,5	4,2719
DTC3	Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn.	,5	3,7	30,4	36,9	28,6	3,8940
DTC4	Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo.	,5	0	,9	24,0	74,7	4,7235
DTC CHUNG							4,2316

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá độ tin cậy của dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel ở mức khá cao với giá trị trung bình chung đạt 4,2316. Điều này cho thấy nhà hàng nhìn chung đã tạo được sự tin tưởng đối với khách hàng thông qua việc phục vụ đúng thời gian cam kết, giải quyết khiếu nại tương đối hiệu quả

và đảm bảo thời gian phục vụ các món ăn, đồ uống theo thông báo. Đặc biệt, tiêu chí “Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo” được khách hàng đánh giá cao nhất với giá trị trung bình 4,7235, phản ánh khả năng đáp ứng tốt về thời gian phục vụ của nhà hàng. Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhà hàng giải quyết các khiếu nại hiệu quả” cũng đạt mức đánh giá tích cực với giá trị trung bình 4,2719, cho thấy nhà hàng đã quan tâm đến việc tiếp nhận và xử lý các ý kiến phản hồi của khách hàng.

Tuy nhiên, tiêu chí “Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn” chỉ đạt 3,8940, là mức thấp nhất trong nhóm tiêu chí về độ tin cậy. Điều này cho thấy vẫn còn sự khác biệt giữa món ăn thực tế và nội dung giới thiệu trong thực đơn, làm ảnh hưởng đến kỳ vọng của một số khách hàng. Do đó, trong thời gian tới, khách sạn cần chú trọng hơn đến việc kiểm soát chất lượng món ăn, chuẩn hóa quy trình chế biến và trình bày, đồng thời cập nhật kịp thời thực đơn khi có sự thay đổi nhằm đảm bảo tính thống nhất giữa món ăn thực tế và thông tin cung cấp cho khách hàng, từ đó nâng cao hơn nữa mức độ tin cậy và sự hài lòng đối với dịch vụ buffet sáng.

c. Năng lực phục vụ.

Bảng 2.16. Kết quả khảo sát của khách hàng về năng lực phục vụ.

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
NLPV1	Nhân viên thông báo rõ thời gian món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ.	,5	0	,5	48,4	50,7	4,4885
NLPV2	Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng.	,5	2,3	12,4	45,2	39,6	4,2120
NLPV33	Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần.	,5	0	1,4	14,3	83,9	4,8111
NLPV4	Nhân viên luôn đặt khách hàng là ưu tiên hàng đầu	,5	0	26,7	39,6	33,2	4,0507
NLPV CHUNG							4,3906

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá cao năng lực phục vụ của nhân viên nhà hàng. Trong đó, tiêu chí “Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần” đạt giá trị trung bình cao nhất là 4,8111. Điều này cho thấy đội ngũ nhân viên có tinh thần hỗ trợ và phục vụ khách hàng tốt.

Tiêu chí “Nhân viên thông báo rõ thời gian món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ” đạt 4,4885, phản ánh khả năng giao tiếp và cung cấp thông tin của nhân viên khá hiệu quả.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên phục vụ khách hàng nhanh chóng” đạt 4,2120, cho thấy khách hàng tương đối hài lòng về tốc độ phục vụ. Tuy nhiên, tiêu chí “Nhân viên luôn đặt khách hàng là ưu tiên hàng đầu” có giá trị trung bình thấp nhất là 4,0507. Nhà hàng cần chú trọng hơn đến việc cá nhân hóa trải nghiệm và nâng cao sự quan tâm đối với khách hàng.

Yếu tố năng lực phục vụ có giá trị trung bình năng lực phục vụ chung đạt 4,3906, cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng với khả năng phục vụ của nhân viên nhà hàng. Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần và phục vụ khá nhanh chóng trong quá trình dùng bữa. Điều này góp phần tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn. Tuy nhiên, việc quan tâm và chăm sóc khách hàng đôi lúc vẫn chưa thật sự đồng đều, đặc biệt vào thời điểm đông khách. Vì vậy, khách sạn cần nâng cao hơn nữa kỹ năng phục vụ và khả năng quan sát của nhân viên để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

d. Sự đảm bảo

Bảng 2.17. Kết quả khảo sát của khách hàng về sự đảm bảo.

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
SDB1	Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng.	,5	0	,9	30,4	68,2	4,6590
SDB2	Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng.	,5	0	6,5	8,3	84,8	4,7696
SDB3	Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng	,5	0	,5	18,4	80,6	4,7880
SDB4	Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.	,5	0	16,1	34,6	48,8	4,3134
SDB CHUNG							4,6325

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá rất tích cực về sự đảm bảo của nhà hàng. Trong đó, tiêu chí “Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng” đạt giá trị trung bình cao là 4,7880. Điều này cho thấy thái độ phục vụ của nhân viên tạo được thiện cảm đối với khách hàng.

Tiêu chí “Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng” đạt 4,7696, phản ánh mức độ tin tưởng cao của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ buffet sáng.

Ngoài ra, tiêu chí “Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng” đạt 4,6590. Tuy nhiên, tiêu chí “Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng” có giá trị trung bình thấp nhất là 4,3134. Điều này cho thấy nhân viên cần nâng cao kiến thức chuyên môn để hỗ trợ khách hàng tốt hơn.

Trong các yếu tố được khảo sát, sự đảm bảo là yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất với giá trị trung bình sự đảm bảo chung đạt 4,6325. Điều này cho thấy khách hàng cảm thấy khá an tâm và tin tưởng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel. Nhân viên phục vụ có thái độ lịch sự, niềm nở và tạo được thiện cảm đối với khách hàng trong quá trình phục vụ. Tuy nhiên, khả năng am hiểu thực đơn và tư vấn cho khách hàng của một số nhân viên vẫn còn hạn chế. Vì vậy, khách sạn cần tăng cường đào tạo kiến thức chuyên môn cũng như kỹ năng giao tiếp cho nhân viên nhằm nâng cao chất lượng phục vụ.

e. Sự cảm thông

Bảng 2.18. Kết quả khảo sát của khách hàng về sự cảm thông.

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
SCT1	Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.	,5	,5	2,3	24,4	72,4	4,6774
SCT2	Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.	,5	0	,9	49,8	48,8	4,4654
SCT3	Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng.	,5	0	5,1	42,4	52,1	4,4562
SCT4	Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.	,5	0	1,8	14,3	83,4	4,8018
SCT5	Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng.	,5	2,8	22,6	34,6	39,6	4,1014
SCT CHUNG							4,5005

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá khá tốt về sự cảm thông của nhà hàng đối với khách hàng. Trong đó, tiêu chí “Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng” đạt giá trị trung bình cao nhất là 4,8018. Điều này cho thấy nhà hàng chú trọng đến trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

Tiêu chí “Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng” và “Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng” lần lượt đạt 4,4654 và 4,4562, cho thấy khách hàng khá hài lòng với sự thuận tiện và thái độ phục vụ của nhân viên.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng” có giá trị trung bình thấp nhất là 4,1014. Điều này cho thấy nhà hàng cần nâng cao khả năng nắm bắt nhu cầu và sở thích của khách hàng nhằm mang lại trải nghiệm cá nhân hóa tốt hơn.

Yếu tố sự cảm thông đạt giá trị trung bình khá cao với sự cảm thông chung đạt 4,5005. Kết quả này cho thấy nhà hàng đã có sự quan tâm nhất định đối với khách hàng trong quá trình phục vụ. Nhân viên phục vụ khá tận tình và luôn cố gắng mang lại trải nghiệm tốt cho khách hàng khi sử dụng buffet sáng. Bên cạnh đó, thời gian hoạt động của nhà hàng cũng khá thuận tiện cho khách hàng. Tuy nhiên, khả năng nắm bắt nhu cầu và sở thích ăn uống của từng khách hàng vẫn chưa thật sự cao. Vì vậy, khách sạn cần chú trọng hơn đến việc tìm hiểu nhu cầu khách hàng để có thể phục vụ phù hợp hơn với từng đối tượng khách khác nhau.

2.3.2.2.4. Đánh giá sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Bảng 2.19. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Ký hiệu	Diễn giải	1	2	3	4	5	Giá trị trung bình
		(Tỷ lệ %)					
HL1	Chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng mong đợi của tôi	,5	0	,5	20,3	78,8	4,7696
HL2	Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái	,5	0	28,6	39,6	31,3	4,0138
HL3	Nhân viên phục vụ nhiệt tình và chuyên nghiệp	,5	0	5,5	24,4	69,6	4,6267
HL4	Quy trình phục vụ diễn ra nhanh chóng và thuận tiện	1,8	3,7	18,0	30,0	46,5	4,1567
HL5	Tôi sẽ quay lại sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel	,5	0	1,4	77,9	20,3	4,1751
HL6	Quý khách sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho người khác.	,5	0	,5	45,2	53,9	4,5207
HL CHUNG							4,3771

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ khảo sát của tác giả, 2026.

Nhận xét: Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng nhìn chung hài lòng với chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel. Trong đó, tiêu chí “Chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng mong đợi của tôi” có giá trị trung bình cao nhất đạt 4,7696. Điều này cho thấy chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng khá tốt kỳ vọng của khách hàng.

Bên cạnh đó, tiêu chí “Nhân viên phục vụ nhiệt tình và chuyên nghiệp” cũng được đánh giá cao với giá trị trung bình đạt 4,6267. Ngoài ra, tiêu chí “Quý khách sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho người khác” đạt 4,5207, cho thấy nhiều khách hàng có xu hướng giới thiệu dịch vụ cho người thân và bạn bè.

Tuy nhiên, tiêu chí “Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái” có giá trị trung bình thấp nhất là 4,0138. Mặc dù vẫn được đánh giá ở mức khá tốt nhưng nhà hàng vẫn cần cải thiện thêm về không gian phục vụ nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Nhìn chung, khách hàng hài lòng với chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel với giá trị trung bình hài lòng chung đạt 4,3771. Trong đó, chất lượng món ăn và thái độ phục vụ của nhân viên được khách hàng đánh giá khá cao. Ngoài ra, nhiều khách hàng cũng sẵn sàng quay lại sử dụng và giới thiệu dịch vụ buffet sáng của khách sạn cho người khác. Điều này cho thấy dịch vụ buffet sáng đã tạo được ấn tượng tương đối tốt đối với khách hàng. Tuy nhiên, không gian phục vụ và quy trình phục vụ vào giờ cao điểm vẫn cần tiếp tục được cải thiện nhằm nâng cao hơn nữa trải nghiệm của khách hàng trong thời gian tới.

➔KẾT LUẬN: Qua kết quả khảo sát về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho thấy phần lớn khách hàng đều có đánh giá tích cực đối với các yếu tố dịch vụ của nhà hàng. Các tiêu chí về phương tiện hữu hình, độ tin cậy, năng lực phục vụ, sự đảm bảo và sự cảm thông đều có mức điểm trung bình khá cao, chứng tỏ nhà hàng đã đáp ứng tương đối tốt nhu cầu của khách hàng.

Trong đó, nhóm yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất là sự đảm bảo và sự cảm thông. Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ, đồng thời đánh giá cao thái độ lịch sự, niềm nở và sự tận tình của nhân viên. Bên cạnh đó, chất lượng món ăn và đồ uống cũng đáp ứng khá tốt mong đợi của khách hàng. Nhiều khách hàng sẵn sàng quay lại sử dụng dịch vụ và giới thiệu cho người thân, bạn bè, điều này cho thấy buffet sáng của khách sạn đã tạo được sự hài lòng và để lại ấn tượng tốt đối với khách hàng.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực, vẫn còn một số tiêu chí có mức đánh giá chưa thật sự nổi bật như tính chuyên nghiệp trong đồng phục nhân viên, mức

độ hiểu rõ nhu cầu ẩm thực của khách hàng hay sự đồng nhất giữa món ăn thực tế và mô tả trong thực đơn. Điều này cho thấy nhà hàng vẫn cần tiếp tục cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

2.4. Đánh giá thành công và hạn chế của chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

2.4.1. Thành công.

Bên cạnh những kết quả tích cực được ghi nhận từ phía khách hàng, qua quá trình thực tập và tìm hiểu thực tế tại Sala Danang Beach Hotel, tác giả nhận thấy dịch vụ buffet sáng của khách sạn còn đạt được nhiều thành công trong công tác tổ chức và vận hành. Trước hết, khách sạn đã xây dựng được quy trình phục vụ buffet sáng tương đối rõ ràng, từ khâu chuẩn bị món ăn, đón tiếp khách đến phục vụ và dọn dẹp sau khi khách sử dụng dịch vụ. Nhờ đó, hoạt động phục vụ diễn ra tương đối đồng bộ và đảm bảo đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong thời gian phục vụ.

Đồng thời, công tác quản lý và kiểm soát tại bộ phận nhà hàng được thực hiện khá chặt chẽ. Khu vực phục vụ, dụng cụ ăn uống và chất lượng món ăn đều được kiểm tra thường xuyên trước khi đón khách. Trong quá trình phục vụ, quản lý nhà hàng luôn theo dõi tình hình hoạt động để kịp thời xử lý các vấn đề phát sinh, góp phần duy trì chất lượng dịch vụ và đảm bảo trải nghiệm của khách hàng.

Khách sạn cũng chú trọng đầu tư cơ sở vật chất và không gian phục vụ. Khu vực nhà hàng được bố trí tương đối hợp lý, sạch sẽ, có tầm nhìn đẹp và được trang bị đầy đủ các trang thiết bị cần thiết phục vụ hoạt động buffet sáng. Đây là điều kiện thuận lợi giúp nâng cao chất lượng phục vụ và tạo môi trường dùng bữa thoải mái cho khách hàng.

Nhìn chung, những kết quả đạt được trong công tác tổ chức, quản lý và đầu tư cơ sở vật chất đã tạo nền tảng quan trọng để Sala Danang Beach Hotel duy trì chất lượng dịch vụ buffet sáng và nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong thời gian qua.

Qua kết quả khảo sát, có thể thấy dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel đã đạt được nhiều kết quả tích cực và tạo được sự hài lòng đối với khách hàng. Đây là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao hình ảnh và chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Trước hết, chất lượng món ăn và đồ uống được khách hàng đánh giá rất cao. Phần lớn khách hàng cho rằng món ăn buffet sáng đáp ứng tốt mong đợi cả về hương vị lẫn chất lượng phục vụ. Điều này cho thấy nhà hàng đã chú trọng đầu tư vào thực đơn, đảm bảo món ăn phù hợp với nhu cầu và khẩu vị của khách hàng. Đây cũng là yếu tố quan trọng giúp nâng cao trải nghiệm của khách lưu trú khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Bên cạnh đó, thái độ và phong cách phục vụ của nhân viên cũng là điểm mạnh nổi bật của nhà hàng. Khách hàng đánh giá cao sự lịch sự, niềm nở, nhiệt tình và khả năng hỗ trợ khách hàng của đội ngũ nhân viên trong quá trình phục vụ. Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần, đồng thời tạo cảm giác thân thiện và thoải mái trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Điều này góp phần tạo nên sự chuyên nghiệp và xây dựng được thiện cảm đối với khách hàng.

Ngoài ra, nhà hàng còn tạo được sự tin tưởng cho khách hàng thông qua quy trình phục vụ và thanh toán khá chính xác, rõ ràng. Các món ăn và đồ uống được phục vụ đúng thời gian như đã thông báo, giúp khách hàng cảm thấy hài lòng và yên tâm khi sử dụng dịch vụ. Đây là yếu tố quan trọng giúp nâng cao độ tin cậy và chất lượng phục vụ của nhà hàng.

Không gian nhà hàng, trang thiết bị phục vụ và cách thiết kế thực đơn cũng được khách hàng đánh giá tích cực. Không gian được trang trí đẹp mắt, tạo cảm giác thoải mái và dễ chịu cho khách hàng khi dùng bữa. Bên cạnh đó, thực đơn được thiết kế hấp dẫn, dễ theo dõi, góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng khi lựa chọn món ăn.

Đặc biệt, nhiều khách hàng cho biết họ sẵn sàng quay lại sử dụng dịch vụ buffet sáng cũng như giới thiệu cho người thân, bạn bè. Điều này cho thấy dịch vụ buffet sáng tại khách sạn đã tạo được ấn tượng tốt và có khả năng giữ chân khách hàng trong tương lai. Đây là một thành công lớn của nhà hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và xây dựng hình ảnh thương hiệu.

2.4.2. Hạn chế.

Bên cạnh những kết quả tích cực đạt được, dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được cải thiện để nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ trong thời gian tới.

Trước hết, hình ảnh và tính chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên vẫn chưa thật sự đồng đều. Một số khách hàng cho rằng đồng phục của nhân viên chưa tạo được sự chuyên nghiệp cao và chưa có tính thống nhất rõ ràng giữa các bộ phận phục vụ. Đồng thời, khả năng nắm bắt nhu cầu, sở thích và tâm lý khách hàng của nhân viên vẫn còn hạn chế. Trong quá trình phục vụ, một số nhân viên chưa thật sự chủ động trong việc hỗ trợ khách hàng hoặc xử lý linh hoạt các tình huống phát sinh. Đặc biệt vào thời điểm buffet sáng đông khách, nhân viên chủ yếu tập trung phục vụ chung nên chưa quan tâm nhiều đến từng khách hàng cụ thể, làm giảm khả năng cá nhân hóa trải nghiệm khách hàng. Bên cạnh đó, kỹ năng giao tiếp, tác phong phục vụ và khả năng ngoại ngữ của một số nhân viên vẫn còn hạn chế, ảnh hưởng nhất định đến hiệu quả phục vụ và trải nghiệm của khách hàng. Những yếu tố này tuy không ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng món ăn nhưng phần nào làm giảm hình ảnh chuyên nghiệp của nhà hàng trong mắt khách hàng.

Mặt khác, vẫn còn sự chênh lệch giữa món ăn thực tế và mô tả trong thực đơn. Một số khách hàng cho rằng món ăn hoặc đồ uống được phục vụ chưa hoàn toàn giống với hình ảnh và nội dung mô tả trong thực đơn. Điều này có thể ảnh hưởng đến kỳ vọng và mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng. Nhà hàng cần chú trọng hơn trong việc đảm bảo tính đồng nhất giữa thực đơn và món ăn thực tế nhằm mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng.

Ngoài ra, không gian phục vụ dù được đánh giá khá tốt nhưng vẫn chưa tạo được sự thoải mái tối đa cho khách hàng. Một số khách hàng chưa thật sự hài lòng về sự sạch sẽ và cảm giác thoải mái trong khu vực dùng bữa. Đặc biệt vào những thời điểm đông khách, không gian nhà hàng đôi lúc trở nên chật chội, gây khó khăn trong quá trình di chuyển và lấy món ăn. Điều này cho thấy nhà hàng cần tiếp tục đầu tư và cải thiện cơ sở vật chất, không gian phục vụ cũng như công tác vệ sinh nhằm nâng cao trải nghiệm cho khách hàng.

Nhìn chung, những hạn chế trên cho thấy dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel vẫn còn một số điểm cần tiếp tục hoàn thiện, đặc biệt là về chất lượng nguồn nhân lực, khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng, tính đồng nhất của sản phẩm dịch vụ và không gian phục vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI SALA DANANG BEACH HOTEL.

3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

3.1.1. Phương hướng phát triển của Sala Danang Beach Hotel

Trong định hướng phát triển lâu dài, Sala Danang Beach Hotel luôn hướng đến mục tiêu xây dựng thương hiệu khách sạn chuyên nghiệp, uy tín và trở thành một trong những điểm lưu trú được khách hàng ưu tiên lựa chọn khi đến với thành phố Đà Nẵng. Với tầm nhìn trở thành thương hiệu có vị thế trong ngành du lịch Việt Nam và sứ mệnh mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng, khách sạn định hướng phát triển theo chiến lược bền vững, lấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng làm nền tảng cốt lõi trong toàn bộ hoạt động kinh doanh.

Trong chiến lược phát triển dài hạn, khách sạn tập trung đầu tư đồng bộ vào hệ thống cơ sở vật chất, trang thiết bị và các khu vực chức năng theo hướng hiện đại, tiện nghi và phù hợp với xu hướng phát triển của ngành khách sạn cao cấp. Sala Danang Beach Hotel không ngừng nâng cấp chất lượng hệ thống phòng lưu trú, khu vực nhà hàng, hồ bơi, quầy bar cùng các dịch vụ hỗ trợ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu nghỉ dưỡng, lưu trú và trải nghiệm của khách hàng trong nước cũng như quốc tế. Bên cạnh việc chú trọng đến tính tiện nghi và hiện đại, khách sạn còn hướng đến việc xây dựng không gian dịch vụ sang trọng, thân thiện và tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Song song với việc đầu tư cơ sở vật chất, Sala Danang Beach Hotel xác định nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng quyết định chất lượng dịch vụ và giá trị thương hiệu của khách sạn. Vì vậy, khách sạn luôn chú trọng xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, tận tâm, có tinh thần trách nhiệm cao và tác phong phục vụ theo tiêu chuẩn khách sạn chuyên nghiệp. Công tác đào tạo và phát triển nhân sự được triển khai thường xuyên nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, khả năng xử lý tình huống và thái độ phục vụ khách hàng. Đồng thời, khách sạn hướng đến xây dựng môi trường làm việc văn minh, chuyên nghiệp và tạo điều kiện để đội ngũ nhân viên phát triển năng lực toàn diện, góp phần nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh và hình ảnh thương hiệu của khách sạn trên thị trường.

Bên cạnh hoạt động lưu trú, Sala Danang Beach Hotel cũng tập trung phát triển hệ thống dịch vụ ẩm thực theo hướng chuyên nghiệp, đa dạng và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Các nhà hàng thuộc khách sạn được định hướng phát triển đồng bộ về chất lượng món ăn, phong cách phục vụ và không gian trải nghiệm nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thực khách. Khách sạn luôn chú trọng nâng cao chất lượng nguyên liệu, đa dạng hóa thực đơn, đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm cũng như xây dựng phong cách phục vụ tận tâm và chuyên nghiệp. Đây được xem là một trong những yếu tố quan trọng góp phần tạo nên dấu ấn riêng và nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn trong lĩnh vực dịch vụ lưu trú kết hợp ẩm thực.

Ngoài ra, khách sạn cũng định hướng phát triển theo xu hướng hiện đại thông qua việc ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý, vận hành và chăm sóc khách hàng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện chất lượng dịch vụ. Sala Danang Beach Hotel đồng thời chú trọng mở rộng thị trường khách hàng, đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng cạnh tranh trong bối cảnh ngành du lịch ngày càng đổi mới và phát triển mạnh mẽ. Việc thường xuyên tiếp nhận ý kiến phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ cũng được xem là một trong những định hướng quan trọng trong chiến lược phát triển lâu dài của khách sạn.

Trong thời gian tới, Sala Danang Beach Hotel tiếp tục hướng đến mục tiêu phát triển bền vững, kết hợp hài hòa giữa hiệu quả kinh doanh, chất lượng dịch vụ và việc nâng cao hình ảnh du lịch địa phương. Với định hướng phát triển rõ ràng cùng chiến lược đầu tư lâu dài, khách sạn kỳ vọng sẽ tiếp tục nâng cao vị thế thương hiệu, tạo dựng niềm tin đối với khách hàng và từng bước khẳng định vị trí của mình trong lĩnh vực khách sạn – du lịch tại Việt Nam.

3.1.2. Phương hướng phát triển của nhà hàng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Trong định hướng phát triển chung của Sala Danang Beach Hotel, Nhà hàng Sala tại tầng 3 được xác định là một trong những bộ phận dịch vụ quan trọng góp phần tạo nên chất lượng trải nghiệm tổng thể cho khách lưu trú. Với vai trò là nhà hàng phục vụ buffet sáng chính của khách sạn, Nhà hàng Sala không chỉ đáp ứng nhu cầu ẩm thực hằng ngày mà còn là nơi mở đầu cho hành trình trải nghiệm dịch vụ của khách hàng khi lưu trú tại khách sạn. Vì vậy, nhà hàng được định hướng phát triển theo mô hình buffet

sáng hiện đại, chuyên nghiệp và mang dấu ấn riêng của thương hiệu Sala Danang Beach Hotel.

Trong chiến lược phát triển dài hạn, nhà hàng tập trung nâng cao toàn diện chất lượng dịch vụ buffet sáng theo tiêu chuẩn khách sạn cao cấp. Hệ thống thực đơn được định hướng xây dựng theo hướng đa dạng, cân bằng giữa ẩm thực truyền thống Việt Nam, các món ăn địa phương đặc trưng và các món ăn quốc tế nhằm phục vụ tốt nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Nhà hàng đặc biệt chú trọng đến yếu tố dinh dưỡng, chất lượng nguyên liệu và sự ổn định trong hương vị món ăn nhằm mang lại trải nghiệm ẩm thực tốt nhất cho khách hàng trong từng bữa ăn.

Bên cạnh việc nâng cao chất lượng món ăn, Nhà hàng Sala hướng đến xây dựng không gian buffet sáng sang trọng, hiện đại nhưng vẫn tạo cảm giác gần gũi và thoải mái cho khách hàng. Không gian nhà hàng được định hướng trở thành nơi khách hàng có thể tận hưởng bữa sáng trong môi trường thư giãn, tiện nghi và chuyên nghiệp, qua đó góp phần nâng cao giá trị trải nghiệm lưu trú tại khách sạn. Đồng thời, nhà hàng luôn chú trọng đến việc duy trì hình ảnh sạch sẽ, gọn gàng và đồng bộ trong toàn bộ khu vực phục vụ nhằm tạo ấn tượng chuyên nghiệp đối với khách hàng trong và ngoài nước.

Ngoài ra, định hướng phát triển của nhà hàng còn tập trung vào việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự theo tiêu chuẩn phục vụ chuyên nghiệp trong lĩnh vực nhà hàng – khách sạn. Khách sạn xác định con người là yếu tố cốt lõi tạo nên chất lượng dịch vụ, do đó công tác đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp, khả năng xử lý tình huống và tinh thần phục vụ luôn được chú trọng đầu tư. Đội ngũ nhân viên được định hướng xây dựng phong cách phục vụ tận tâm, chuyên nghiệp, thân thiện và linh hoạt nhằm mang đến sự hài lòng cao nhất cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Song song với đó, nhà hàng Sala cũng hướng đến việc ứng dụng công nghệ trong hoạt động quản lý và vận hành nhằm nâng cao hiệu quả phục vụ, tối ưu hóa quy trình làm việc và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Việc thường xuyên tiếp nhận phản hồi từ khách hàng để cải tiến chất lượng món ăn, phong cách phục vụ và không gian nhà hàng được xem là một trong những định hướng quan trọng nhằm giúp nhà hàng không ngừng hoàn thiện và nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực dịch vụ ẩm thực khách sạn.

Với định hướng phát triển bền vững và lấy khách hàng làm trung tâm, Nhà hàng Sala hướng đến mục tiêu trở thành điểm đến buffet sáng chất lượng và chuyên nghiệp, góp phần nâng cao giá trị thương hiệu cũng như khẳng định vị thế của Sala Danang Beach Hotel trên thị trường du lịch và dịch vụ lưu trú tại thành phố Đà Nẵng.

3.1.3. Mục tiêu phát triển của Sala Danang Beach Hotel.

Ngoài mục tiêu nâng cao chất lượng lưu trú, Sala Danang Beach Hotel còn định hướng phát triển hệ thống dịch vụ theo hướng đồng bộ và đa dạng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong nước và quốc tế. Khách sạn tập trung hoàn thiện chất lượng các dịch vụ bổ trợ, nâng cao trải nghiệm khách hàng trong toàn bộ quá trình sử dụng dịch vụ và xây dựng phong cách phục vụ mang dấu ấn riêng của thương hiệu Sala Danang Beach Hotel. Song song với đó, khách sạn cũng chú trọng mở rộng thị trường khách hàng, đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu và nâng cao khả năng cạnh tranh trong lĩnh vực khách sạn – du lịch tại thành phố Đà Nẵng.

Bên cạnh mục tiêu phát triển kinh doanh, Sala Danang Beach Hotel còn hướng đến chiến lược phát triển bền vững gắn liền với việc nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng hình ảnh thương hiệu chuyên nghiệp và góp phần quảng bá hình ảnh du lịch địa phương. Khách sạn luôn chú trọng tiếp nhận ý kiến phản hồi từ khách hàng để không ngừng cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, xem đây là cơ sở quan trọng để nâng cao mức độ hài lòng và gia tăng tỷ lệ khách hàng quay trở lại sử dụng dịch vụ trong tương lai.

Với định hướng phát triển rõ ràng cùng chiến lược đầu tư lâu dài, Sala Danang Beach Hotel kỳ vọng sẽ tiếp tục nâng cao giá trị thương hiệu, mở rộng thị trường khách hàng và từng bước khẳng định vị thế là một trong những khách sạn có chất lượng dịch vụ uy tín tại thành phố Đà Nẵng cũng như trên thị trường du lịch Việt Nam

3.1.4. Mục tiêu chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Ngoài ra, hệ thống nhà hàng cũng được định hướng phát triển theo hướng hiện đại và nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua việc đầu tư không gian phục vụ sang trọng, tiện nghi và phù hợp với nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Khách sạn đồng thời chú trọng hoàn thiện quy trình vận hành, nâng cao hiệu quả phối

hợp giữa các bộ phận và ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý nhằm tối ưu hóa chất lượng phục vụ và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Trong thời gian tới, Sala Danang Beach Hotel tiếp tục hướng đến mục tiêu xây dựng hệ thống nhà hàng có chất lượng dịch vụ chuyên nghiệp, tạo được dấu ấn riêng trong lòng khách hàng và góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của khách sạn trong lĩnh vực lưu trú kết hợp ẩm thực. Đồng thời, việc thường xuyên tiếp nhận phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng món ăn, không gian và phong cách phục vụ sẽ tiếp tục được xem là một trong những định hướng quan trọng nhằm không ngừng hoàn thiện và nâng cao giá trị dịch vụ của hệ thống nhà hàng thuộc khách sạn.

3.2. Một số giải pháp nhằm hoàn thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

3.2.1. Giải pháp nâng cao hình ảnh, tính chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng của nhân viên.

Giải pháp được đề xuất nhằm xây dựng đội ngũ nhân viên có tác phong chuyên nghiệp, thái độ phục vụ tận tình và phong cách phục vụ thống nhất, góp phần nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng. Đồng thời, việc nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng giao tiếp của nhân viên sẽ giúp cải thiện chất lượng phục vụ, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho Sala Danang Beach Hotel.

Để thực hiện giải pháp, trước hết Trưởng bộ phận F&B cần phối hợp với Giám sát nhà hàng rà soát lại quy trình phục vụ buffet sáng, đồng thời xây dựng kế hoạch đào tạo phù hợp cho từng nhóm nhân viên. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng giao tiếp, kỹ năng chăm sóc khách hàng, xử lý tình huống phát sinh trong giờ cao điểm, kỹ năng làm việc nhóm và nâng cao khả năng ngoại ngữ giao tiếp cơ bản đối với khách quốc tế. Bên cạnh đó, nhân viên cần được hướng dẫn thực hiện đúng quy trình phục vụ, tiêu chuẩn tác phong, đồng phục và thái độ làm việc nhằm tạo sự thống nhất trong toàn bộ quá trình phục vụ buffet sáng.

Đối với nhân viên mới, khách sạn cần tổ chức đào tạo trước khi bố trí tham gia phục vụ chính thức. Đồng thời, đối với nhân viên đang làm việc, khách sạn nên duy trì các buổi đào tạo định kỳ kết hợp giữa lý thuyết và thực hành nhằm nâng cao kỹ năng chuyên môn và khả năng xử lý các tình huống thực tế.

Để việc đào tạo được triển khai hiệu quả, khách sạn có thể thực hiện theo kế hoạch sau:

Bảng 3.1. Kế hoạch đào tạo nâng cao chất lượng phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel

Đối tượng đào tạo	Nội dung đào tạo	Thời gian	Địa điểm
Nhân viên phục vụ	Kỹ năng giao tiếp, chào đón và hướng dẫn khách trong khu vực buffet sáng	Tuần 1 hằng tháng	Nhà hàng buffet sáng
Nhân viên phục vụ	Kỹ năng chăm sóc khách hàng và xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình phục vụ	Tuần 2 hằng tháng	Phòng họp khách sạn
Nhân viên bếp	Quy trình chế biến, trình bày món ăn và đảm bảo chất lượng món ăn trong suốt thời gian phục vụ	Mỗi tháng 1 lần	Khu vực bếp
Giám sát nhà hàng	Kỹ năng giám sát, điều phối nhân sự và xử lý tình huống trong giờ cao điểm	Mỗi tháng 1 lần	Phòng họp khách sạn
Trưởng bộ phận F&B	Đánh giá chất lượng dịch vụ buffet sáng, quản lý nhân sự và nâng cao trải nghiệm khách hàng	Hằng quý	Phòng họp khách sạn
Toàn bộ nhân viên bộ phận F&B	Đào tạo về tiêu chuẩn phục vụ, an toàn vệ sinh thực phẩm và văn hóa phục vụ của khách sạn	Khi có quy định mới	Nhà hàng buffet sáng

Nguồn: Tác giả đề xuất, 2026.

Toàn bộ nhân viên bộ phận F&B Đào tạo về tiêu chuẩn phục vụ, an toàn vệ sinh thực phẩm và văn hóa phục vụ của khách sạn Khi có quy định mới Nhà hàng buffet sáng.

Bên cạnh công tác đào tạo, Trưởng bộ phận F&B và Giám sát nhà hàng cần thường xuyên kiểm tra tác phong, thái độ phục vụ và khả năng phối hợp của nhân viên trong từng ca làm việc để kịp thời nhắc nhở, hướng dẫn và điều chỉnh những hạn chế còn tồn tại. Đối với những nhân viên có thành tích tốt, khách sạn nên có hình thức khen thưởng hoặc biểu dương nhằm tạo động lực làm việc và nâng cao tinh thần trách nhiệm.

Sau khi triển khai giải pháp, khách sạn cần tiếp tục thu thập ý kiến phản hồi của khách hàng thông qua phiếu khảo sát hoặc góp ý trực tiếp để đánh giá hiệu quả đào tạo. Đồng thời, Trưởng bộ phận F&B cần phối hợp với Giám sát nhà hàng tổ chức đánh giá định kỳ nhằm xác định những nội dung cần bổ sung hoặc điều chỉnh trong chương trình đào tạo. Việc thực hiện tốt các giải pháp trên sẽ góp phần xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nâng cao chất lượng phục vụ buffet sáng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của

khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của Sala Danang Beach Hotel trong thời gian tới.

3.2.2. Giải pháp đảm bảo sự đồng nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn.

Qua kết quả khảo sát cho thấy một số khách hàng cho rằng món ăn hoặc đồ uống thực tế chưa hoàn toàn giống với hình ảnh và nội dung mô tả trong thực đơn buffet sáng. Điều này làm ảnh hưởng đến kỳ vọng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ và phần nào làm giảm mức độ hài lòng đối với chất lượng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Bên cạnh đó, trong quá trình phục vụ, một số món ăn chưa được trình bày đẹp mắt hoặc chất lượng món ăn chưa thật sự đồng đều trong suốt thời gian diễn ra buffet sáng. Đặc biệt vào cuối thời gian phục vụ, một số món ăn không còn giữ được hình thức và chất lượng như thời điểm ban đầu, làm giảm trải nghiệm của khách hàng. Nguyên nhân chủ yếu là do việc kiểm soát quá trình chế biến, trình bày và bổ sung món ăn chưa được thực hiện chặt chẽ. Khi có sự thay đổi về nguyên liệu hoặc món ăn, thông tin trên thực đơn hoặc bảng tên món ăn chưa được cập nhật kịp thời, dẫn đến sự khác biệt giữa món ăn thực tế và nội dung giới thiệu. Bên cạnh đó, việc kiểm tra chất lượng món ăn trong suốt thời gian phục vụ chưa được thực hiện thường xuyên, đặc biệt vào giờ cao điểm khi lượng khách đông.

Giải pháp này được đề xuất nhằm đảm bảo sự thống nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn buffet sáng, góp phần nâng cao chất lượng món ăn, đáp ứng đúng kỳ vọng của khách hàng và nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của Sala Danang Beach Hotel. Để thực hiện giải pháp, trước hết Bếp trưởng cần xây dựng tiêu chuẩn chế biến và trình bày đối với từng món ăn trong buffet sáng. Mỗi món ăn cần được quy định thống nhất về nguyên liệu, định lượng, cách chế biến và hình thức trình bày để nhân viên bếp thực hiện đồng bộ. Trước khi đưa món ăn ra quầy buffet, Bếp trưởng hoặc người được phân công cần kiểm tra hương vị, chất lượng và hình thức trình bày nhằm đảm bảo món ăn đạt tiêu chuẩn phục vụ. Trưởng bộ phận F&B cần phối hợp với Bếp trưởng và Giám sát nhà hàng thường xuyên rà soát thực đơn buffet sáng. Khi có sự thay đổi về nguyên liệu hoặc món ăn, bảng tên món ăn và thực đơn cần được cập nhật ngay để đảm bảo thông tin chính xác, tránh làm khách hàng hiểu nhầm hoặc thất vọng khi sử dụng dịch vụ.

Trong quá trình phục vụ buffet sáng, nhân viên bếp cần thường xuyên kiểm tra và bổ sung món ăn với số lượng phù hợp, tránh để thức ăn trưng bày quá lâu làm ảnh hưởng đến chất lượng và hình thức. Đối với các món ăn được nhiều khách lựa chọn, cần chuẩn bị sẵn để kịp thời bổ sung khi gần hết, hạn chế tình trạng khay thức ăn trống hoặc món ăn không còn đảm bảo chất lượng. Ngoài ra, khách sạn nên xây dựng kế hoạch thay đổi thực đơn buffet theo từng tuần hoặc theo mùa nhằm tạo sự đa dạng cho khách lưu trú nhiều ngày. Việc bổ sung các món ăn đặc sản địa phương, món ăn quốc tế và các món phù hợp với từng nhóm khách sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm ẩm thực và tạo sự mới mẻ cho buffet sáng. Để đảm bảo chất lượng nguyên liệu, khách sạn cần lựa chọn

các nhà cung cấp uy tín, kiểm tra chất lượng thực phẩm trước khi đưa vào chế biến và tuân thủ nghiêm các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm. Đồng thời, các thiết bị giữ nhiệt và dụng cụ trưng bày món ăn cần được kiểm tra thường xuyên nhằm đảm bảo món ăn luôn giữ được nhiệt độ và chất lượng trong suốt thời gian phục vụ. Bên cạnh đó, Giám sát nhà hàng cần thường xuyên kiểm tra hình thức trình bày món ăn tại quầy buffet, kịp thời nhắc nhở nhân viên chỉnh sửa khi phát hiện món ăn chưa đạt yêu cầu hoặc bổ sung ngay khi số lượng món ăn giảm. Sau mỗi ca phục vụ, Trưởng bộ phận F&B nên phối hợp với Bếp trưởng tổ chức họp ngắn để đánh giá những hạn chế còn tồn tại và đưa ra biện pháp khắc phục cho các ca phục vụ tiếp theo.

Về thời gian thực hiện, các giải pháp như xây dựng quy trình kiểm tra món ăn, cập nhật thực đơn và phân công kiểm tra chất lượng có thể triển khai ngay trong thời gian từ 1 đến 2 tháng. Đối với việc thay thế hoặc bổ sung thiết bị phục vụ buffet, khách sạn có thể thực hiện theo kế hoạch đầu tư hằng năm để phù hợp với điều kiện tài chính. Sau khi triển khai giải pháp, Trưởng bộ phận F&B cần thường xuyên theo dõi ý kiến phản hồi của khách hàng thông qua phiếu khảo sát hoặc góp ý trực tiếp để đánh giá mức độ phù hợp giữa món ăn thực tế và thực đơn. Đồng thời, cần kiểm tra định kỳ chất lượng món ăn, hình thức trình bày và việc cập nhật thực đơn nhằm kịp thời điều chỉnh những hạn chế phát sinh.

Việc thực hiện đồng bộ các giải pháp trên sẽ giúp đảm bảo sự thống nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn buffet sáng, nâng cao chất lượng phục vụ, đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của khách hàng, đồng thời góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao khả năng cạnh tranh của Sala Danang Beach Hotel.

3.2.3. Giải pháp hoàn thiện cơ sở vật chất và không gian phục vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel.

Qua kết quả khảo sát và quá trình tìm hiểu thực tế tại nhà hàng buffet sáng của Sala Danang Beach Hotel cho thấy cơ sở vật chất và không gian phục vụ tuy được khách hàng đánh giá ở mức khá tốt nhưng vẫn còn tồn tại một số hạn chế ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ buffet sáng. Trong đó, tiêu chí “Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái” có mức đánh giá thấp hơn so với nhiều tiêu chí khác. Một số khách hàng cho rằng vào giờ cao điểm, khu vực buffet trở nên khá đông đúc, gây khó khăn trong việc di chuyển và lấy món ăn. Ngoài ra, việc dọn dẹp bàn ăn đôi lúc chưa được thực hiện kịp thời khiến khách phải chờ hoặc tự tìm bàn khác trong quá trình dùng bữa.

Bên cạnh đó, cách bố trí lối đi giữa các quầy buffet vẫn chưa thật sự hợp lý khi lượng khách tăng cao. Một số khu vực như quầy món nóng, quầy nước uống thường tập trung đông khách, làm giảm sự thuận tiện trong quá trình phục vụ. Một số trang thiết bị phục vụ buffet đã được sử dụng trong thời gian dài, chưa được thay thế hoặc nâng cấp đồng bộ, ảnh hưởng đến tính thẩm mỹ cũng như hình ảnh chuyên nghiệp của nhà hàng.

Nguyên nhân của những hạn chế trên chủ yếu xuất phát từ việc lượng khách sử dụng buffet sáng tập trung vào cùng một khoảng thời gian, đặc biệt trong mùa cao điểm du lịch hoặc khi khách sạn có công suất phòng lớn. Trong khi đó, diện tích khu vực

buffet có giới hạn, cách bố trí quầy món ăn chưa tối ưu nên dễ xảy ra tình trạng ùn ứ tại một số vị trí. Ngoài ra, số lượng nhân viên phục vụ trong giờ cao điểm đôi khi chưa đáp ứng kịp khối lượng công việc như dọn bàn, bổ sung món ăn và hỗ trợ khách hàng, dẫn đến việc vệ sinh khu vực phục vụ còn chậm. Bên cạnh đó, công tác kiểm tra cơ sở vật chất và đầu tư trang thiết bị chưa được thực hiện thường xuyên nên vẫn còn một số thiết bị chưa thật sự hiện đại. Giải pháp hoàn thiện cơ sở vật chất và không gian phục vụ buffet sáng được đề xuất nhằm tạo môi trường dùng bữa thoải mái, thuận tiện, sạch sẽ và chuyên nghiệp hơn cho khách hàng. Đồng thời, việc cải thiện không gian buffet sẽ góp phần nâng cao hình ảnh của Sala Danang Beach Hotel, tăng mức độ hài lòng của khách lưu trú, giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

Để thực hiện mục tiêu này, trước hết khách sạn cần tiến hành rà soát và bố trí lại toàn bộ khu vực buffet theo hướng khoa học hơn. Khoảng cách giữa các quầy cần được điều chỉnh hợp lý nhằm tạo lối đi rộng hơn, hạn chế tình trạng chen lấn khi khách lấy thức ăn trong giờ cao điểm. Đối với các món được nhiều khách lựa chọn, khách sạn có thể bố trí thêm một quầy phục vụ phụ hoặc nhân đôi số lượng khay thức ăn để giảm thời gian chờ đợi. Ngoài việc sắp xếp lại không gian, khách sạn nên áp dụng giải pháp phân luồng khách trong khung giờ ăn sáng. Khi khách làm thủ tục nhận phòng, nhân viên lễ tân có thể giới thiệu và khuyến khích khách lựa chọn các khung giờ dùng bữa khác nhau, chẳng hạn từ 6h00–7h00, 7h00–8h00 và 8h00–9h30. Đối với các đoàn khách đông, bộ phận lễ tân cần phối hợp với bộ phận nhà hàng để thống nhất thời gian dùng bữa trước khi khách đến, hạn chế tình trạng nhiều đoàn tập trung cùng một thời điểm gây quá tải khu vực buffet. Trong giờ cao điểm, nhà hàng cần bố trí thêm nhân viên hỗ trợ tại khu vực buffet để hướng dẫn khách, phân luồng di chuyển và xử lý kịp thời các tình huống phát sinh. Đồng thời, cần tăng cường nhân viên dọn bàn nhằm đảm bảo bàn ăn được vệ sinh ngay sau khi khách rời đi, hạn chế tình trạng khách phải chờ bàn. Quản lý nhà hàng cần xây dựng quy trình kiểm tra định kỳ đối với khu vực buffet, trong đó quy định rõ thời gian kiểm tra vệ sinh quầy món ăn, sàn nhà, dụng cụ ăn uống và khu vực bàn ghế trong suốt thời gian phục vụ. Về cơ sở vật chất, khách sạn nên xây dựng kế hoạch đầu tư theo từng giai đoạn nhằm đảm bảo phù hợp với nguồn ngân sách. Trong giai đoạn đầu, ưu tiên thay thế các thiết bị đã xuống cấp như khay giữ nhiệt, bình đựng nước trái cây, xe thu gom dụng cụ và các dụng cụ phục vụ buffet. Trong giai đoạn tiếp theo, khách sạn có thể đầu tư hệ thống quầy buffet hiện đại, thiết bị giữ nhiệt tiết kiệm điện, đèn chiếu sáng phù hợp và bổ sung cây xanh hoặc các chi tiết trang trí nhằm tạo không gian sang trọng, gần gũi và nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Bên cạnh đó, khách sạn nên ứng dụng công nghệ trong công tác quản lý phục vụ buffet sáng. Bộ phận nhà hàng có thể sử dụng bảng kiểm tra điện tử hoặc mã QR để theo dõi việc vệ sinh, kiểm tra cơ sở vật chất và xác nhận các công việc đã hoàn thành theo từng ca làm việc. Điều này giúp nhà quản lý dễ dàng giám sát chất lượng phục vụ, đồng thời nâng cao ý thức và trách nhiệm của nhân viên.

Để các giải pháp được triển khai hiệu quả, khách sạn cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận nhà hàng, bộ phận kỹ thuật, bộ phận buồng phòng và bộ phận lễ tân. Bộ phận nhà hàng chịu trách nhiệm trực tiếp trong việc sắp xếp không gian, kiểm soát chất lượng phục vụ và vệ sinh khu vực buffet; bộ phận kỹ thuật chịu trách nhiệm kiểm tra,

sửa chữa và bảo dưỡng các trang thiết bị; bộ phận lễ tân phối hợp điều tiết thời gian dùng bữa của khách; bộ phận buồng phòng hỗ trợ đảm bảo vệ sinh khu vực chung khi cần thiết.

Về thời gian thực hiện, các giải pháp như bố trí lại không gian buffet, tăng cường nhân sự trong giờ cao điểm và phân luồng khách có thể triển khai trong vòng từ 1 đến 3 tháng. Đối với các hạng mục đầu tư cơ sở vật chất và thay thế trang thiết bị, khách sạn nên thực hiện theo kế hoạch từ 6 đến 12 tháng để đảm bảo phù hợp với điều kiện tài chính và không ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.

Kinh phí thực hiện có thể được trích từ ngân sách bảo trì cơ sở vật chất và ngân sách đầu tư hằng năm của khách sạn. Đối với các giải pháp không yêu cầu đầu tư lớn như sắp xếp lại không gian, tăng cường kiểm tra vệ sinh hay phân luồng khách, chi phí thực hiện tương đối thấp và hoàn toàn khả thi. Riêng các hạng mục nâng cấp trang thiết bị sẽ được thực hiện theo từng giai đoạn nhằm giảm áp lực về tài chính. Sau khi triển khai các giải pháp, bộ phận quản lý nhà hàng cần tiến hành đánh giá hiệu quả thông qua các tiêu chí cụ thể như: thời gian dọn bàn sau khi khách rời đi không vượt quá 3–5 phút; tỷ lệ khách hàng hài lòng về không gian buffet đạt từ 90% trở lên; số lượng phản ánh liên quan đến tình trạng đông đúc hoặc thiếu bàn giảm đáng kể so với trước khi thực hiện giải pháp; điểm đánh giá đối với tiêu chí “Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái” tăng lên trong các đợt khảo sát tiếp theo.

Ngoài ra, khách sạn cần thường xuyên thu thập ý kiến phản hồi của khách thông qua phiếu khảo sát, mã QR hoặc trao đổi trực tiếp sau khi sử dụng dịch vụ buffet sáng. Các ý kiến đóng góp sẽ là cơ sở để khách sạn tiếp tục điều chỉnh và hoàn thiện không gian phục vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Việc triển khai đồng bộ các giải pháp trên không chỉ góp phần nâng cao chất lượng cơ sở vật chất và không gian phục vụ buffet sáng mà còn giúp Sala Danang Beach Hotel xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng mức độ hài lòng của khách hàng và tạo lợi thế trong hoạt động kinh doanh lưu trú và dịch vụ ăn uống trong thời gian tới.

KẾT LUẬN.

Trong những năm gần đây, ngành du lịch và khách sạn tại Việt Nam nói chung và thành phố Đà Nẵng nói riêng đang ngày càng phát triển mạnh mẽ. Điều này tạo ra nhiều cơ hội nhưng đồng thời cũng đặt ra áp lực cạnh tranh rất lớn đối với các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn. Trong bối cảnh đó, chất lượng dịch vụ trở thành yếu tố quan trọng quyết định khả năng cạnh tranh, mức độ hài lòng và khả năng quay trở lại của khách hàng. Đối với khách sạn, dịch vụ buffet sáng không chỉ đơn thuần đáp ứng nhu cầu ăn uống mà còn góp phần tạo nên ấn tượng ban đầu và ảnh hưởng đến cảm nhận chung của khách hàng trong suốt quá trình lưu trú. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel là vấn đề cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn quan trọng trong giai đoạn hiện nay.

Thông qua quá trình nghiên cứu đề tài “Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel”, bài khóa luận đã hệ thống hóa được những cơ sở lý luận liên quan đến chất lượng dịch vụ buffet sáng trong khách sạn, các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cũng như các tiêu chí đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng. Đồng thời, đề tài cũng đã làm rõ vai trò của chất lượng dịch vụ trong hoạt động kinh doanh khách sạn và tầm quan trọng của việc nâng cao trải nghiệm khách hàng trong lĩnh vực nhà hàng – khách sạn hiện nay.

Bên cạnh đó, đề tài đã tiến hành khảo sát và phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel thông qua việc thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng và quá trình quan sát thực tế tại khách sạn. Kết quả nghiên cứu cho thấy dịch vụ buffet sáng của khách sạn nhìn chung đã đáp ứng được nhu cầu cơ bản của khách nội địa và nhận được nhiều đánh giá tích cực về chất lượng món ăn, thái độ phục vụ của nhân viên cũng như không gian phục vụ. Tuy nhiên, bên cạnh những ưu điểm đạt được vẫn còn tồn tại một số hạn chế như chất lượng phục vụ của nhân viên chưa thật sự đồng đều, khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng trong giờ cao điểm còn hạn chế, sự đồng nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn đôi lúc chưa đảm bảo, cơ sở vật chất và không gian buffet sáng vẫn còn một số bất cập gây ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng. Những hạn chế này phần nào làm giảm mức độ hài lòng của khách nội địa khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn.

Từ những vấn đề còn tồn tại, đề tài đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel. Các giải pháp tập trung vào việc nâng cao tính chuyên nghiệp và khả năng phục vụ của đội ngũ nhân viên thông qua đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng chăm sóc khách hàng và kỹ năng xử lý tình huống; đảm bảo sự đồng nhất giữa món ăn thực tế và thực đơn nhằm nâng cao sự hài lòng và tạo niềm tin cho khách hàng; đồng thời cải thiện cơ sở vật chất, không gian buffet sáng theo hướng hiện đại, sạch sẽ, tiện nghi và phù hợp hơn với nhu cầu thực tế của khách nội địa. Ngoài ra, đề tài cũng nhấn mạnh vai trò của công tác quản lý, kiểm tra chất lượng dịch vụ và việc thường xuyên tiếp nhận ý kiến phản hồi từ khách hàng để không ngừng hoàn thiện chất lượng phục vụ buffet sáng tại khách sạn.

Có thể thấy rằng, trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các khách sạn cùng phân khúc tại thành phố Đà Nẵng, việc nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng không chỉ giúp Sala Danang Beach Hotel nâng cao mức độ hài lòng của khách nội địa mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp, nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút khách hàng trong thời gian tới. Đồng thời, việc chú trọng nâng cao trải nghiệm khách hàng cũng là cơ sở quan trọng giúp khách sạn phát triển bền vững và từng bước khẳng định vị thế của mình trên thị trường khách sạn – du lịch tại Việt Nam.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện đề tài, tuy nhiên do hạn chế về thời gian nghiên cứu, kinh nghiệm thực tế và phạm vi khảo sát nên bài khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Vì vậy, tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp từ quý thầy cô và những người quan tâm để bài khóa luận được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, tác giả hy vọng rằng những giải pháp được đề xuất trong đề tài sẽ góp phần giúp Sala Danang Beach Hotel nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa, cải thiện trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Văn Mạnh & Hoàng Thị Lan Hương (2013), Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn, Hà Nội, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [2] R. C. Mill (2011), Restaurant Management: Customers, Operations, and Employees, Pearson Education.
- [3] John R. Walker (2017), Introduction to Hospitality Management, Pearson.
- [4] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, 64(1), tr. 12–40.
- [5] Lê Thái Phụng (2024), Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch, Đà Nẵng, NXB Đà Nẵng.
- [6] Phạm Xuân Hậu (2011), Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch, NXB Thống kê, Hà Nội.

PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI SALA DANANG BEACH HOTEL.

Kính chào quý khách!

Khảo sát này được thực hiện nhằm thu thập ý kiến đánh giá của quý khách về chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel, phục vụ cho đề tài nghiên cứu: “Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng đối với khách nội địa tại Sala Danang Beach Hotel.”

Những thông tin quý khách cung cấp sẽ chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp và hoàn toàn được bảo mật. Kính mong quý khách dành ít phút để hoàn thành bảng khảo sát dưới đây.

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

PHẦN 1 : CÂU HỎI GẶN LỘC

Quý khách đã từng sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel chưa?

- ☐ Có (Vui lòng tiếp tục trả lời)
- ☐ Chưa (Xin vui lòng dừng khảo sát tại đây, cảm ơn quý khách)

PHẦN 2: CÂU HỎI KHỞI ĐỘNG

- Số lần sử dụng buffet tại khách sạn: ☐ Lần đầu ☐ 2–3 lần ☐ Nhiều lần
- Mục đích lưu trú: ☐ Du lịch ☐ Công tác ☐ Nghỉ dưỡng ☐ Thăm thân ☐ Khác
- Điều Quý khách quan tâm khi sử dụng buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel là gì?
- ☐ Chất lượng món ăn và đồ uống
- ☐ Cơ sở vật chất và không gian phục vụ
- ☐ Đội ngũ nhân viên

☐ Quy trình tổ chức và phục vụ

☐ Sự đa dạng của menu buffet sáng

PHẦN 3: ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

Thang đo:

1 – Hoàn toàn không đồng ý

2 – Không đồng ý

3 – Bình thường

4 – Đồng ý

5 – Hoàn toàn đồng ý

(Vui lòng chọn một mức độ phù hợp nhất với ý kiến của Quý khách)

1. Phương tiện hữu hình

Phương tiện hữu hình	1	2	3	4	5
Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại.	☐	☐	☐	☐	☐
Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt.	☐	☐	☐	☐	☐
Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp.	☐	☐	☐	☐	☐
Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn.	☐	☐	☐	☐	☐

2. Độ tin cậy

Độ tin cậy	1	2	3	4	5
Nhà hàng phục vụ đúng thời gian cam kết	☐	☐	☐	☐	☐
Nhà hàng giải quyết các khiếu nại hiệu quả	☐	☐	☐	☐	☐
Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn.	☐	☐	☐	☐	☐

Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo.	☐	☐	☐	☐	☐
Hoá đơn thanh toán chính xác	☐	☐	☐	☐	☐

3. Năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ	1	2	3	4	5
Nhân viên thông báo rõ thời gian món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên luôn đặt khách hàng là ưu tiên hàng đầu	☐	☐	☐	☐	☐

4. Sự đảm bảo

Sự đảm bảo	1	2	3	4	5
Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐

5. Sự cảm thông

Sự cảm thông	1	2	3	4	5
Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng.	☐	☐	☐	☐	☐

PHẦN 4 : MỨC ĐỘ HÀI LÒNG

Mức độ hài lòng	1	2	3	4	5
Chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng mong đợi của tôi	☐	☐	☐	☐	☐
Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái	☐	☐	☐	☐	☐
Nhân viên phục vụ nhiệt tình và chuyên nghiệp	☐	☐	☐	☐	☐
Quy trình phục vụ diễn ra nhanh chóng và thuận tiện	☐	☐	☐	☐	☐
Tôi sẽ quay lại sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel	☐	☐	☐	☐	☐
Quý khách sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho người khác	☐	☐	☐	☐	☐

PHẦN 5 : Ý KIẾN CỦA KHÁCH HÀNG

- Điều quý khách hài lòng nhất khi sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach

Hotel:

- Đề xuất cải thiện dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach

Hotel:.....

PHẦN 6: THÔNG TIN CHUNG

- Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ

- Độ tuổi: ☐ <18 ☐ 18–25 ☐ 26–35 ☐ 36–50 ☐ >50

- Nghề nghiệp:

☐ Học sinh/Sinh viên

☐ Nhân viên văn phòng

☐ Kinh doanh

☐ Công chức/Viên chức

☐ Lao động tự do

☐ Nội trợ

☐ Khác

- Quốc tịch: ☐ Việt Nam

PHỤ LỤC 1: KẾT QUẢ THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU KHẢO SÁT

- Statistics

	N	
	Valid	Missing
Giới tính	217	0
Tuổi	217	0
Nghề nghiệp	217	0

Giới tính

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	81	37,3	37,3	37,3
	Nữ	136	62,7	62,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Tuổi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 18	26	12,0	12,0	12,0
	18-25	45	20,7	20,7	32,7
	26-35	86	39,6	39,6	72,4
	36-50	44	20,3	20,3	92,6
	Trên 50	16	7,4	7,4	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Nghề nghiệp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Học sinh- sinh viên	31	14,3	14,3	14,3
	Nhân viên VP	59	27,2	27,2	41,5
	Kinh doanh	63	29,0	29,0	70,5
	Công chức viên chức	22	10,1	10,1	80,6
	Lao động tự do	31	14,3	14,3	94,9
	Nội trợ	11	5,1	5,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- **Statistics**

N		
	Valid	Missing
Tần suất sử dụng dịch vụ	217	0
Mục đích sử dụng dịch vụ	217	0

Tần suất sử dụng dịch vụ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lần đầu	74	34,1	34,1	34,1
	2-3 lần	73	33,6	33,6	67,7
	Nhiều lần	70	32,3	32,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Mục đích sử dụng dịch vụ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Du lịch	84	38,7	38,7	38,7
	Công tác	73	33,6	33,6	72,4
	Nghỉ dưỡng	48	22,1	22,1	94,5
	Thăm thân	12	5,5	5,5	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

Case Summary

Cases		\$QTAMchung ^a
Valid	N	217
	Percent	100,0%
Missing	N	0
	Percent	0,0%
Total	N	217
	Percent	100,0%

a. Group

\$QTAMchung Frequencies

		Responses		Percent of
		N	Percent	Cases
Yếu tố quan tâm nhiều lựa chọn ^a	Chất lượng món ăn và đồ uống	70	28,0%	32,3%
	Cơ sở vật chất và không gian	57	22,8%	26,3%
	Đội ngũ nhân viên	44	17,6%	20,3%
	Quy trình tổ chức và phục vụ	22	8,8%	10,1%
	Sự đa dạng của menu buffet sáng	57	22,8%	26,3%
Total		250	100,0%	115,2%

a. Group

PHỤ LỤC 2. KẾT QUẢ THỐNG KÊ MÔ TẢ CÁC BIẾN QUAN SÁT CỦA THANG ĐO

- Statistics

	N		
	Valid	Missing	Mean
1. Phương tiện hữu hình. [Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại.]	217	0	4,461
1. Phương tiện hữu hình. [Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt.]	217	0	4,3548
1. Phương tiện hữu hình. [Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp.]	217	0	3,8157
1. Phương tiện hữu hình. [Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn.]	217	0	4,6037

1. Phương tiện hữu hình. [Nhà hàng có trang thiết bị phục vụ hiện đại.]

	Valid				
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	16	81	119	217
Percent	,5	7,4	37,3	54,8	100,0
Valid Percent	,5	7,4	37,3	54,8	100,0
Cumulative Percent	,5	7,8	45,2	100,0	

1. Phương tiện hữu hình. [Không gian của nhà hàng được trang trí đẹp mắt.]

Valid						
	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	4	8	108	96	217
Percent	,5	1,8	3,7	49,8	44,2	100,0
Valid Percent	,5	1,8	3,7	49,8	44,2	100,0
Cumulative Percent	,5	2,3	6,0	55,8	100,0	

1. Phương tiện hữu hình. [Thực đơn của nhà hàng được thiết kế hấp dẫn.]

	Valid			Total
	Hoàn toàn không đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	
Frequency	1	82	134	217
Percent	,5	37,8	61,8	100,0
Valid Percent	,5	37,8	61,8	100,0
Cumulative Percent	,5	38,2	100,0	

1. Phương tiện hữu hình. [Đồng phục của nhân viên nhìn chuyên nghiệp.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	2	12	54	105	44	217
Percent	,9	5,5	24,9	48,4	20,3	100,0
Valid Percent	,9	5,5	24,9	48,4	20,3	100,0
Cumulative Percent	,9	6,5	31,3	79,7	100,0	

- **Statistics**

	N		Mean
	Valid	Missing	
HHC	217	0	4,3771

Phương tiện hữu hình chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,50	2	,9	,9	1,4
	3,67	3	1,4	1,4	2,8
	3,83	2	,9	,9	3,7
	4,00	21	9,7	9,7	13,4
	4,17	32	14,7	14,7	28,1
	4,33	55	25,3	25,3	53,5
	4,50	49	22,6	22,6	76,0
	4,67	33	15,2	15,2	91,2
	4,83	12	5,5	5,5	96,8
	5,00	7	3,2	3,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- Statistics

	N		
	Valid	Missing	Mean
2. Độ tin cậy. [Nhà hàng phục vụ đúng thời gian cam kết]	217	0	4,0369
2. Độ tin cậy. [Nhà hàng giải quyết các khiếu nại hiệu quả]	217	0	4,2719
2. Độ tin cậy. [Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn.]	217	0	3,8940
2. Độ tin cậy. [Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo.]	217	0	4,7235

- 2. Độ tin cậy. [Nhà hàng phục vụ đúng thời gian cam kết]

	Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	4	19	24	88	82	217
Percent	1,8	8,8	11,1	40,6	37,8	100,0
Valid Percent	1,8	8,8	11,1	40,6	37,8	100,0
Cumulative Percent	1,8	10,6	21,7	62,2	100,0	

2. Độ tin cậy. [Nhà hàng giải quyết các khiếu nại hiệu quả]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	28	98	90	217
Percent	,5	12,9	45,2	41,5	100,0
Valid Percent	,5	12,9	45,2	41,5	100,0
Cumulative Percent	,5	13,4	58,5	100,0	

2. Độ tin cậy. [Món ăn, đồ uống được nhà hàng phục vụ giống như đã mô tả ở thực đơn.]

Valid						
	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	8	66	80	62	217
Percent	,5	3,7	30,4	36,9	28,6	100,0
Valid Percent	,5	3,7	30,4	36,9	28,6	100,0
Cumulative Percent	,5	4,1	34,6	71,4	100,0	

2. Độ tin cậy. [Các món ăn, đồ uống được phục vụ đúng thời gian như nhân viên đã thông báo.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	2	52	162	217
Percent	,5	,9	24,0	74,7	100,0
Valid Percent	,5	,9	24,0	74,7	100,0
Cumulative Percent	,5	1,4	25,3	100,0	

- **Statistics**

N			
	Valid	Missing	Mean
DTCC	217	0	4,2361

Độ tin cậy chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,60	4	1,8	1,8	2,3
	3,80	13	6,0	6,0	8,3
	4,00	29	13,4	13,4	21,7
	4,20	39	18,0	18,0	39,6
	4,40	45	20,7	20,7	60,4
	4,60	52	24,0	24,0	84,3
	4,80	25	11,5	11,5	95,9
	5,00	9	4,1	4,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- Statistics

	N		Mean
	Valid	Missing	
3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên thông báo rõ thời gian món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ.]	217	0	4,4885
3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng.]	217	0	4,2120
3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần.]	217	0	4,8111
3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên luôn đặt khách hàng là ưu tiên hàng đầu]	217	0	4,0507

3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên thông báo rõ thời gian món ăn, đồ uống sẽ được phục vụ.]

	Valid				Total
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	
Frequency	1	1	105	110	217
Percent	,5	,5	48,4	50,7	100,0
Valid Percent	,5	,5	48,4	50,7	100,0
Cumulative Percent	,5	,9	49,3	100,0	

3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	5	27	98	86	217
Percent	,5	2,3	12,4	45,2	39,6	100,0
Valid Percent	,5	2,3	12,4	45,2	39,6	100,0
Cumulative Percent	,5	2,8	15,2	60,4	100,0	

3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên luôn sẵn sàng hỗ trợ khi khách hàng cần.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	3	31	182	217
Percent	,5	1,4	14,3	83,9	100,0
Valid Percent	,5	1,4	14,3	83,9	100,0
Cumulative Percent	,5	1,8	16,1	100,0	

3. Năng lực phục vụ. [Nhân viên luôn đặt khách hàng là ưu tiên hàng đầu]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	58	86	72	217
Percent	,5	26,7	39,6	33,2	100,0
Valid Percent	,5	26,7	39,6	33,2	100,0
Cumulative Percent	,5	27,2	66,8	100,0	

- Statistics

N			Mean
	Valid	Missing	
NLPVC	217	0	4,3906

Năng lực phục vụ chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,25	1	,5	,5	,9
	3,50	3	1,4	1,4	2,3
	3,75	7	3,2	3,2	5,5
	4,00	32	14,7	14,7	20,3
	4,25	53	24,4	24,4	44,7
	4,50	64	29,5	29,5	74,2
	4,75	38	17,5	17,5	91,7
	5,00	18	8,3	8,3	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- Statistics

	N		Mean
	Valid	Missing	
4. Sự đảm bảo. [Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng.]	217	0	4,6590
4. Sự đảm bảo. [Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng.]	217	0	4,7696
4. Sự đảm bảo. [Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng]	217	0	4,7880
4. Sự đảm bảo. [Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.]	217	0	4,3134

4. Sự đảm bảo. [Thái độ phục vụ của nhân viên tạo sự tin tưởng cho khách hàng.]

	Valid				Total
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	
Frequency	1	2	66	148	217
Percent	,5	,9	30,4	68,2	100,0
Valid Percent	,5	,9	30,4	68,2	100,0
Cumulative Percent	,5	1,4	31,8	100,0	

4. Sự đảm bảo.[Khách hàng cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ ăn uống của nhà hàng.]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	14	18	184	217
Percent	,5	6,5	8,3	84,8	100,0
Valid Percent	,5	6,5	8,3	84,8	100,0
Cumulative Percent	,5	6,9	15,2	100,0	

4. Sự đảm bảo. [Nhân viên của nhà hàng luôn lịch sự, niềm nở với khách hàng]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	1	40	175	217
Percent	,5	,5	18,4	80,6	100,0
Valid Percent	,5	,5	18,4	80,6	100,0
Cumulative Percent	,5	,9	19,4	100,0	

4. Sự đảm bảo. [Nhân viên am hiểu về thực đơn để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	35	75	106	217
Percent	,5	16,1	34,6	48,8	100,0
Valid Percent	,5	16,1	34,6	48,8	100,0
Cumulative Percent	,5	16,6	51,2	100,0	

- Statistics

N			
	Valid	Missing	Mean
SDBC	217	0	4,6325

Sự đảm bảo chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,00	1	,5	,5	,9
	3,75	2	,9	,9	1,8
	4,00	8	3,7	3,7	5,5
	4,25	24	11,1	11,1	16,6
	4,50	56	25,8	25,8	42,4
	4,75	69	31,8	31,8	74,2
	5,00	56	25,8	25,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- Statistics

	N		
	Valid	Missing	Mean
5. Sự cảm thông. [Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.]	217	0	16,1
5. Sự cảm thông. [Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.]	217	0	4,4654
5. Sự cảm thông. [Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng.]	217	0	4,4562
5. Sự cảm thông. [Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.]	217	0	4,8018
5. Sự cảm thông. [Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng.]	217	0	4,1014

5. Sự cảm thông. [Nhà hàng thể hiện sự quan tâm đến từng khách hàng.]

	Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	1	5	53	157	217
Percent	,5	,5	2,3	24,4	72,4	100,0
Valid Percent	,5	,5	2,3	24,4	72,4	100,0
Cumulative Percent	,5	,9	3,2	27,6	100,0	

5. Sự cảm thông. [Thời gian hoạt động của nhà hàng thuận tiện cho mọi khách hàng.]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	2	108	106	217
Percent	,5	,9	49,8	48,8	100,0
Valid Percent	,5	,9	49,8	48,8	100,0
Cumulative Percent	,5	1,4	51,2	100,0	

5. Sự cảm thông. [Nhân viên luôn tận tình phục vụ đối với từng khách hàng.]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	11	92	113	217
Percent	,5	5,1	42,4	52,1	100,0
Valid Percent	,5	5,1	42,4	52,1	100,0
Cumulative Percent	,5	5,5	47,9	100,0	

5. Sự cảm thông. [Nhà hàng luôn mong muốn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	4	31	181	217
Percent	,5	1,8	14,3	83,4	100,0
Valid Percent	,5	1,8	14,3	83,4	100,0
Cumulative Percent	,5	2,3	16,6	100,0	

5. Sự cảm thông. [Nhân viên hiểu rõ những yêu cầu, sở thích ẩm thực của khách hàng.]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	6	49	75	86	217
Percent	,5	2,8	22,6	34,6	39,6	100,0
Valid Percent	,5	2,8	22,6	34,6	39,6	100,0
Cumulative Percent	,5	3,2	25,8	60,4	100,0	

- Statistics

	N		Mean
	Valid	Missing	
SCTC	217	0	4,5005

Sự cảm thông chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,00	1	,5	,5	,9
	3,20	1	,5	,5	1,4
	3,40	1	,5	,5	1,8
	3,60	2	,9	,9	2,8
	3,80	1	,5	,5	3,2
	4,00	12	5,5	5,5	8,8
	4,20	23	10,6	10,6	19,4
	4,40	54	24,9	24,9	44,2
	4,60	60	27,6	27,6	71,9
	4,80	41	18,9	18,9	90,8
	5,00	20	9,2	9,2	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

- Statistics

	N		
	Valid	Missing	Mean
[Chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng mong đợi của tôi]	217	0	4,7696
[Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái]	217	0	4,0138
[Nhân viên phục vụ nhiệt tình và chuyên nghiệp]	217	0	4,6267
[Quy trình phục vụ diễn ra nhanh chóng và thuận tiện]	217	0	4,1567
[Tôi sẽ quay lại sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel]	217	0	4,1751
[Quý khách sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho người khác]	217	0	4,5207

[Chất lượng món ăn và đồ uống đáp ứng mong đợi của tôi]

Valid					
	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	1	44	171	217
Percent	,5	,5	20,3	78,8	100,0
Valid Percent	,5	,5	20,3	78,8	100,0
Cumulative Percent	,5	,9	21,2	100,0	

[Không gian phục vụ sạch sẽ và thoải mái]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	62	86	68	217
Percent	,5	28,6	39,6	31,3	100,0
Valid Percent	,5	28,6	39,6	31,3	100,0
Cumulative Percent	,5	29,0	68,7	100,0	

[Nhân viên phục vụ nhiệt tình và chuyên nghiệp]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	12	53	151	217
Percent	,5	5,5	24,4	69,6	100,0
Valid Percent	,5	5,5	24,4	69,6	100,0
Cumulative Percent	,5	6,0	30,4	100,0	

[Quy trình phục vụ diễn ra nhanh chóng và thuận tiện]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	4	8	39	65	101	217
Percent	1,8	3,7	18,0	30,0	46,5	100,0
Valid Percent	1,8	3,7	18,0	30,0	46,5	100,0
Cumulative Percent	1,8	5,5	23,5	53,5	100,0	

[Tôi sẽ quay lại sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	3	169	44	217
Percent	,5	1,4	77,9	20,3	100,0
Valid Percent	,5	1,4	77,9	20,3	100,0
Cumulative Percent	,5	1,8	79,7	100,0	

[Quý khách sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng tại Sala Danang Beach Hotel cho người khác]

Valid

	Hoàn toàn không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý	Total
Frequency	1	1	98	117	217
Percent	,5	,5	45,2	53,9	100,0
Valid Percent	,5	,5	45,2	53,9	100,0
Cumulative Percent	,5	,9	46,1	100,0	

- Statistics

N			Mean
	Valid	Missing	
HLC	217	0	4,3771

Mức độ hài lòng chung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,5	,5	,5
	3,50	2	,9	,9	1,4
	3,67	3	1,4	1,4	2,8
	3,83	2	,9	,9	3,7
	4,00	21	9,7	9,7	13,4
	4,17	32	14,7	14,7	28,1
	4,33	55	25,3	25,3	53,5
	4,50	49	22,6	22,6	76,0
	4,67	33	15,2	15,2	91,2
	4,83	12	5,5	5,5	96,8
	5,00	7	3,2	3,2	100,0
Total		217	100,0	100,0	