

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối
với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa
Đà Nẵng”**

Sinh viên thực hiện : Trương Nguyễn Minh Hoàng

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
**“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối
với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa
Đà Nẵng”**

<Koi Resort & Spa Đà Nẵng>

Giảng viên hướng dẫn	:ThS. Lê Thị Kim Ngân
Sinh viên thực hiện	:Trương Nguyễn Minh Hoàng
Mã số sinh viên	:2254040021
Khoá học	:2022 – 2026
Lớp	:22DL1

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

MỤC LỤC

MỤC LỤC	i
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	iv
DANH MỤC BẢNG BIỂU	v
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT, KÍ HIỆU	vi
LỜI CẢM ƠN	vii
LỜI CAM ĐOAN	viii
PHẦN MỞ ĐẦU	ix
1. Lý do chọn đề tài	ix
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	x
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	x
4. Phương pháp nghiên cứu.....	x
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KHÁCH SẠN	1
1.1. Hoạt động kinh doanh khách sạn	1
1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn.....	1
1.1.2. Đặc điểm của kinh doanh khách sạn.....	1
1.2. Bộ phận nhà hàng thuộc khách sạn.....	3
1.2.1. Khái niệm bộ phận nhà hàng.....	3
1.2.2. Vai trò của bộ phận nhà hàng.....	3
1.2.3. Cơ cấu tổ chức của bộ phận nhà hàng	3
1.2.4. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận nhà hàng	4
1.2.5. Các loại hình phục vụ ăn uống tại nhà hàng	5
1.2.6 Đặc điểm của dịch vụ buffet sáng	6
1.3. Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn	7
1.3.1. Khái niệm khách du lịch.....	7
1.3.2. Khái niệm sự hài lòng của khách hàng	8
1.3.3. Khái niệm về thang đo chất lượng dịch vụ	10
1.3.4. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng.....	11

1.3.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại resort	12
1.3.5.1. Chất lượng món ăn đồ uống.....	12
1.3.5.2. Đội ngũ nhân viên	13
1.3.5.3. Cơ sở Vật chất và không gian	13
1.3.5.4 Quy Trình và chất lượng phục vụ	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KOI RESORT & SPA ĐÀ NẴNG	16
2.1. Giới thiệu tổng quan về Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng	16
2.1.1. Một số thông tin chung về Koi	16
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng: ...	18
2.1.3. Các sản phẩm dịch vụ của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:	21
2.1.2.1. <i>Dịch vụ lưu trú:</i>	21
2.1.2.2. <i>Dịch vụ ăn uống:</i>	22
2.1.2.3. <i>Dịch vụ bổ sung</i>	23
2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Koi Resort & Spa Đà Nẵng:	23
2.2.1. Phân tích một số nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:.....	23
2.2.2 Tình hình thu hút khách trong giai đoạn 2022 – 2024 của Koi Resort & Spa Đà Nẵng:	26
2.2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2022-2024.....	27
2.3. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng	28
2.3.1. <i>Giới thiệu về dịch vụ buffet sáng tại khách sạn</i>	28
2.3.2. <i>Mô tả khảo sát về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng</i>	30
2.3.3. <i>Kết quả khảo sát sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng</i>	32
2.3.3.1. <i>Mô tả đặc điểm khách hàng tham gia khảo sát</i>	32
2.3.3.2. <i>Mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn</i> ..	33

2.3.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng	34
2.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng.....	39
2.4.1. Món ăn đồ uống	39
2.4.2. Nhân viên phục vụ	40
2.4.3. Cơ sở vật chất và không gian	42
2.4.4. Quy trình phục vụ:.....	44
2.5. Đánh giá chung về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng	45
2.5.1. Những ưu điểm	45
2.5.2. Những hạn chế.....	47
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KOI RESORT & SPA ĐÀ NẴNG	50
3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của nhà hàng	50
3.1.1. Mục tiêu phát triển	50
3.1.2. Định hướng phát triển	50
3.2. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng.....	51
3.2.1. Món ăn đồ uống.....	51
3.2.2. Nhân viên phục vụ.....	53
3.2.3. Cơ sở vật chất không gian	55
3.2.4. Quy trình phục vụ	57
PHẦN KẾT LUẬN.....	60
TÀI LIỆU THAM KHẢO	61
PHỤ LỤC	62
Phụ Lục 1	62

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1 Logo Koi Resort & Spa Đà Nẵng	16
Hình 2.2 Koi Resort & Spa Đà Nẵng.....	16
Hình 2.3 Sơ đồ cơ cấu tổ chức	18
Hình 2.4: Sơ đồ quy trình phục vụ.....	44

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1 Hạng phòng của Koi	21
Bảng 2.2 Nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng.....	23
Bảng 2.3 Số liệu về ngày khách và lượt khách thu hút được.....	26
Bảng 2.4 Kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2022-2024	27
Bảng 2.5: Các mục hỏi về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại resort.....	31
Bảng 2.6. Ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình.....	32
Bảng 2.7: Đặc điểm khách hàng tham gia khảo sát	33
Bảng 2.8: Kết quả đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn	34
Bảng 2.9: Kết quả đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng	34
Bảng 2.10: Kết quả đánh giá về món ăn đồ uống	35
Bảng 2.11: Kết quả đánh giá về nhân viên phục vụ.....	36
Bảng 2.12: Kết quả đánh giá kết quả về cơ sở vật chất và không gian.....	37
Bảng 2.13: Đánh giá kết quả về quy trình phục vụ và thanh toán	38
Bảng 2.14 Nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng.....	40

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT, KÍ HIỆU

F&B: Food and Beveraga

VIP: Very Important Person

VNĐ: Việt Nam đồng

POS: Point of Sale

LỜI CẢM ƠN

Khóa luận tốt nghiệp này là kết quả của một quá trình học tập, nghiên cứu nghiêm túc và không thể hoàn thành nếu thiếu sự hướng dẫn tận tình, sự giúp đỡ quý báu của các thầy cô, bạn bè và gia đình. Với lòng biết ơn sâu sắc, em xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới những người đã đồng hành cùng em trong suốt chặng đường vừa qua. Trước hết, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới cô Lê Thị Kim Ngân, người đã trực tiếp hướng dẫn, định hướng và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực hiện khóa luận. Với sự tận tâm, nhiệt huyết cùng những ý kiến đóng góp quý giá, cô đã giúp em từng bước hoàn thiện đề tài, vượt qua những khó khăn và thử thách trong quá trình nghiên cứu. Em cũng xin chân thành cảm ơn Khoa Du Lịch, Ban chủ nhiệm Khoa cùng toàn thể các thầy cô giảng viên của Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã truyền đạt cho em những kiến thức bổ ích, trang bị cho em nền tảng vững chắc về chuyên môn, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi để em có thể thực hiện và hoàn thành khóa luận này. Bên cạnh đó, em xin được gửi lời cảm ơn tới các cơ quan, tổ chức, đơn vị và cá nhân đã hỗ trợ em trong quá trình thu thập tài liệu, khảo sát và nghiên cứu thực tế. Những thông tin và dữ liệu quý giá mà em nhận được đã góp phần quan trọng giúp khóa luận được hoàn thiện và mang tính thực tiễn cao hơn. Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn đến những người bạn thân thiết đã luôn bên cạnh, chia sẻ, hỗ trợ và tiếp thêm sức mạnh tinh thần cho em trong suốt thời gian thực hiện khóa luận.

Do kiến thức và kinh nghiệm thực tế còn hạn chế, khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo, góp ý từ quý thầy cô và các bạn để đề tài được hoàn thiện hơn trong tương lai.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn !

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng khóa luận tốt nghiệp với đề tài “Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng” là kết quả của quá trình nghiên cứu khoa học nghiêm túc, trung thực và độc lập do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn tận tình của cô Lê Thị Kim Ngân, giảng viên Khoa du lịch, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

Toàn bộ nội dung trình bày trong khóa luận này được tôi tổng hợp, phân tích và viết ra dựa trên các tài liệu, số liệu tham khảo có nguồn gốc rõ ràng và đã được trích dẫn, dẫn nguồn đầy đủ theo đúng quy định về đạo đức học thuật. Tôi không sao chép, vay mượn hay sử dụng bất kỳ phần nội dung nào từ các công trình nghiên cứu khác mà không có sự cho phép hay trích dẫn rõ ràng.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Hội đồng chấm khóa luận, nhà trường và pháp luật về tính trung thực, nguyên bản của nội dung khóa luận này. Nếu có bất kỳ hành vi gian lận học thuật nào bị phát hiện, tôi xin cam kết hoàn toàn chịu trách nhiệm và chấp nhận mọi hình thức xử lý theo quy định hiện hành.

Khóa luận là kết quả của một quá trình học tập, rèn luyện và nghiên cứu nghiêm túc trong suốt thời gian qua, đồng thời là cơ hội để tôi áp dụng những kiến thức đã học vào thực tiễn, góp phần nhỏ bé vào lĩnh vực nghiên cứu mà tôi theo đuổi.

Đà Nẵng, ngày ... tháng ... năm ...

Người cam đoan

Trương Nguyễn Minh Hoàng

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh chất lượng cuộc sống con người ngày càng được cải thiện, nhu cầu về vật chất cũng như tinh thần của họ liên tục gia tăng. Ngày nay, hầu hết mọi người đều khao khát tìm hiểu về văn hóa, xã hội cũng như ẩm thực đặc sản của các vùng miền trong và ngoài nước. Chính vì vậy, hoạt động du lịch ngày càng phát triển và đã trở thành một xu hướng tất yếu của mỗi quốc gia trên thế giới. Điều này vừa tạo ra cơ hội nhưng cũng là thách thức không hề nhỏ đối với các lĩnh vực kinh doanh du lịch, trong đó có ngành kinh doanh nhà hàng. Mặc dù doanh thu từ kinh doanh nhà hàng không cao bằng một số lĩnh vực khác trong ngành du lịch, nhưng nó vẫn đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc thể hiện bản sắc văn hóa ẩm thực của mỗi vùng miền. Nếu dịch vụ ăn uống và cung cách phục vụ tại các nhà hàng đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng, đồng thời phong cách chế biến món ăn mang tính đặc trưng riêng có, thì điều đó sẽ góp phần tạo nên nét đẹp văn hóa độc đáo cho vùng đất đó, để lại ấn tượng khó phai trong lòng du khách. Bên cạnh việc phục vụ cho đối tượng khách du lịch, dịch vụ ăn uống ngày nay còn đáp ứng nhu cầu của nhiều đối tượng khác như phục vụ cho hội nghị, tiệc cưới, sinh nhật, liên hoan cơ quan, gia đình và bạn bè.

Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng có vị trí thuận lợi ngay trên con đường du lịch ven biển Đà Nẵng Hội An. Cùng với các dịch vụ ăn uống đa dạng và chất lượng tại khách sạn, điều này đã thu hút rất nhiều khách du lịch ghé thăm, khiến cho resort được nhiều người biết đến hơn. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay giữa các khách sạn tại Đà Nẵng, việc cung cấp dịch vụ ăn uống chất lượng là yếu tố hết sức quan trọng để tạo ra lợi thế và duy trì được vị thế của khách sạn trên thị trường. Thấu hiểu tầm quan trọng của dịch vụ ăn uống, Koi đã quan tâm đầu tư nâng cấp nhà hàng, bổ sung thêm dịch vụ buffet sáng nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ của mình. Để làm được điều đó, việc nghiên cứu, tìm hiểu về nhu cầu thực tế cũng như mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ăn sáng tại nhà hàng là hết sức cần thiết. Từ đó, khách sạn có thể đưa ra các giải pháp phù hợp và xây dựng những chiến lược phát triển dịch vụ nhà hàng một cách bài bản, khoa học.

Với những lý do kể trên, em đã quyết định chọn đề tài "Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng" làm đề tài nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình. Qua đề tài này, em mong muốn có thể áp dụng các kiến thức đã học để phân tích thực trạng hoạt động của nhà hàng, nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, từ đó đề xuất giải pháp giúp cải thiện chất lượng dịch vụ buffet sáng, góp phần nâng cao hình ảnh và sức cạnh tranh của Koi trên thị trường.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại resort.
- Đánh giá thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi.
- Đề ra một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng
- **Phạm vi nghiên cứu:**
 - + Phạm vi không gian: Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng.
 - + Phạm vi thời gian: các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ năm 2022 đến 2024. Các dữ liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 2/2025 đến 5/2025.

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để tìm hiểu sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng và đề xuất giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng.

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

+ Xây dựng khung lý thuyết: Dựa trên kết quả phân tích tài liệu, tác giả xây dựng khung lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi.

- Nghiên cứu định lượng:

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

+ Chọn mẫu và thu thập dữ liệu: Áp dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, với kích thước mẫu dự kiến là 132 khách hàng đã sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng.

+ Phân tích dữ liệu: Sử dụng phần mềm Excel để xử lý và phân tích dữ liệu nhằm mô tả đặc điểm mẫu nghiên cứu, mức độ hài lòng của khách hàng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng này đối với dịch vụ buffet sáng.

5. Bố cục khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, khóa luận gồm có 3 chương:

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

Chương 2: Thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KHÁCH SẠN

1.1. Hoạt động kinh doanh khách sạn

1.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

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

Dầu tiên, kinh doanh khách sạn chỉ là hoạt động kinh doanh dịch vụ nhằm đảm bảo chỗ ngủ qua đêm cho khách có trả tiền. Sau đó, cùng với những đòi hỏi thỏa mãn nhiều nhu cầu hơn ở mức cao hơn của khách du lịch và mong muốn của chủ khách sạn, dần dần khách sạn tổ chức thêm những hoạt động kinh doanh ăn uống. Kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng là hoạt động cung cấp các dịch vụ phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi và ăn uống cho khách. Còn theo nghĩa hẹp, kinh doanh khách sạn chỉ đảm bảo việc phục vụ nhu cầu ngủ, nghỉ cho khách

Ngày nay, nội dung của kinh doanh khách sạn ngày càng được mở rộng và phong phú đa dạng về thể loại. Vì vậy, người ta vẫn thừa nhận cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp của khái niệm “kinh doanh khách sạn”. Tuy nhiên, ngày nay khái niệm kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp đều bao gồm cả hoạt động kinh doanh các dịch vụ bổ sung

Trên phương diện chung nhất, có thể đưa ra khái niệm về kinh doanh khách sạn như sau (Định nghĩa về kinh doanh khách sạn của Ts.Nguyễn Văn Anh và Ths. Hoàng Thị Lan Hương): “Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách nhằm đáp ứng nhu cầu ăn, nghỉ và giải trí của họ tại các điểm du lịch nhằm mục đích có lãi”

1.1.2. Đặc điểm của kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn là một hoạt động kinh tế dịch vụ cao cấp mang tính tổng hợp. Tập hợp dịch vụ trong khách sạn được phân chia thành dịch vụ cơ bản và dịch vụ bổ sung để cung cấp cho khách du lịch và khách địa phương.

Hoạt động kinh doanh khách sạn diễn ra liên tục: Khách sạn luôn hoạt động 24/24 giờ, các nhân viên lưu phải thay ca dao làm việc đảm bảo sự luôn sẵn sàng để cung cấp dịch vụ cho khách, không có thời gian tạm ngừng hoạt động để nghỉ như trong các doanh nghiệp thông thường

Hoạt động kinh doanh khách sạn sử dụng rất nhiều lao động trực tiếp. Một ngày làm việc phải chia làm nhiều ca với đầy đủ các bộ phận và nhân viên cho từng ca. Vì vậy tổng số nhân viên khách sạn sử dụng rất lớn, hầu hết các khâu phục vụ là không thể cơ khí hóa hay tự động hóa được. Vào thời kỳ cao điểm khách sạn còn phải sử dụng một lượng lớn lao động không thường xuyên

Hoạt động kinh doanh khách sạn cần một lượng vốn ban đầu là rất lớn và Cần một thời gian để duy trì: khách sạn phải đầu tư một lượng tiền rất lớn để thuê mua đất ở những vị trí thuận lợi nhất của một vùng, xây dựng nhà phòng mua sắm trang thiết bị, đồng thời vốn xây dựng cơ bản và sửa chữa vốn lưu động, các quỹ dự phòng rủi ro, quỹ lương, thưởng... đều rất lớn

Hoạt động kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch. Những đời dào tài ghi du lịch phong phú, đa dạng và nhất là những nơi trung tâm kinh tế, Chính trị, văn hóa sẽ thu hút khách nhiều hơn và hoạt động kinh doanh khách sạn cũng phát triển hơn

Hoạt động kinh doanh khách sạn mang tính chu kỳ: đặc trưng này thể hiện ở sự lặp đi lặp lại của thời kỳ cao điểm hay thấp điểm hơn về lượng khách lưu trú, tiêu dùng dịch vụ trong một khách sạn tuân theo một chu kỳ thời gian tương đối ổn định nào đó. Hoạt động kinh doanh khách sạn là một phần trong hoạt động kinh doanh của ngành du lịch đây đó cũng mang tính thời vụ như tính chất hiện có của ngành du lịch, tức là đó cũng chịu sự chi phối của một số quy luật như: quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế xã hội, quy luật tâm lý con người...

Hoạt động kinh doanh khách sạn có lợi nhuận cao và tương đối ổn định, nhưng thường phải đối đầu với nhiều rủi ro không lường trước được. Khách sạn là đơn vị đáp ứng tốt nhất và đầy đủ các dịch vụ mang tính “xa xỉ”, hướng theo nhu cầu của du khách, nên lợi nhuận mà khách sạn thu được là rất cao và tương đối ổn định. Nhưng do việc dự đoán cung - cầu về khách sạn rất khó khăn, quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ lưu diễn ra đồng thời, lượng vốn đầu tư cho tài sản cố định là rất lớn... cùng những khó khăn do môi trường kinh doanh dễ gây ra (cạnh tranh gay gắt, suy thoái kinh tế...) Hay những khó khăn do thiên tai, dịch họa: bão lụt, dịch cúm gia cầm... sẽ làm cho hoạt động kinh doanh khách sạn luôn phải đối đầu với những khó khăn rất lớn

1.2. Bộ phận nhà hàng thuộc khách sạn

1.2.1. Khái niệm bộ phận nhà hàng

Bộ phận nhà hàng là một trong những bộ phận quan trọng trong ngành dịch vụ ăn uống, đặc biệt là trong các khách sạn, resort và nhà hàng độc lập. Đây là nơi trực tiếp phục vụ khách hàng, đảm bảo chất lượng dịch vụ ăn uống và trải nghiệm ẩm thực

1.2.2. Vai trò của bộ phận nhà hàng

Bộ phận nhà hàng đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ ăn uống và tạo ra trải nghiệm ẩm thực chất lượng cho khách hàng:

- Đáp ứng nhu cầu ẩm thực của khách: Cung cấp các bữa ăn chất lượng, đảm bảo dinh dưỡng và vệ sinh.
- Tăng doanh thu cho khách sạn: Nhà hàng và dịch vụ F&B thường đóng góp một phần đáng kể vào tổng doanh thu khách sạn.
- Nâng cao hình ảnh và thương hiệu khách sạn: Dịch vụ ẩm thực tốt giúp khách sạn tạo dấu ấn với khách hàng, đặc biệt là trong các khách sạn cao cấp.
- Hỗ trợ tổ chức sự kiện và tiệc tùng: Nhà hàng là nơi tổ chức tiệc cưới, hội nghị, tiệc gala, tiệc buffet, v.v., tạo thêm giá trị cho khách sạn.
- Góp phần giữ chân khách hàng: Một trải nghiệm ẩm thực tốt sẽ khuyến khích khách quay lại hoặc giới thiệu khách sạn cho người khác

1.2.3. Cơ cấu tổ chức của bộ phận nhà hàng

A. Khu vực phục vụ :

- Quản lý nhà hàng (Restaurant Manager): Chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ hoạt động của nhà hàng. Đảm bảo chất lượng phục vụ, doanh thu và sự hài lòng của khách hàng. Quản lý nhân sự, đào tạo và phân công công việc cho nhân viên
- Trợ lý quản lý nhà hàng (Assistant Restaurant Manager): Hỗ trợ quản lý nhà hàng giám sát hoạt động hàng ngày. Đảm bảo nhân viên làm việc theo quy trình tiêu chuẩn. Giải quyết các vấn đề phát sinh trong nhà hàng
- Tổ trưởng phục vụ (Captain/Head Waiter): Quản lý nhóm nhân viên phục vụ, hướng dẫn và kiểm tra công việc. Phối hợp với bếp và quầy bar để đảm bảo phục vụ nhanh chóng. Hỗ trợ xử lý khiếu nại từ khách hàng

- Nhân viên phục vụ (Waiter/Waitress): Đón tiếp khách, ghi order và phục vụ món ăn, đồ uống. Hướng dẫn khách về thực đơn, món ăn và chương trình khuyến mãi. Đảm bảo bàn ăn luôn sạch sẽ, đầy đủ dụng cụ

- Nhân viên chạy bàn (Busboy/Busgirl): Hỗ trợ nhân viên phục vụ dọn dẹp bàn ăn, thay đồ dùng mới. Đảm bảo khu vực ăn uống luôn sạch sẽ, gọn gàng

- Nhân viên quầy bar (Bartender): Pha chế đồ uống theo thực đơn, phục vụ tại quầy bar hoặc bàn ăn. Đảm bảo chất lượng đồ uống, kiểm soát nguyên liệu pha chế

B. Khu vực bếp

- Bếp trưởng (Executive Chef): Quản lý toàn bộ hoạt động của bếp, đảm bảo chất lượng món ăn. Xây dựng thực đơn, định lượng nguyên liệu và tiêu chuẩn chế biến. Kiểm soát chi phí thực phẩm và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

-Bếp phó (Sous Chef): Hỗ trợ bếp trưởng trong quản lý và giám sát bếp. Chỉ đạo chế biến món ăn theo tiêu chuẩn của khách sạn

- Tổ trưởng bếp (Chef de Partie): Phụ trách từng khu vực bếp cụ thể (bếp nóng, bếp lạnh, bếp bánh...). Đảm bảo quy trình chế biến món ăn đúng chuẩn. Phụ bếp (Commis Chef). Sơ chế nguyên liệu, hỗ trợ bếp chính chế biến món ăn. Đảm bảo vệ sinh khu vực bếp, dụng cụ chế biến.

- Nhân viên rửa chén (Steward): Rửa sạch dụng cụ bếp, chén đĩa và giữ gìn vệ sinh khu vực bếp

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

*** Chức năng:**

- Cung cấp dịch vụ ăn uống

- Phục vụ các bữa ăn tại nhà hàng, quầy bar, phòng tiệc, hoặc theo yêu cầu tại phòng (room service)

- Thiết kế thực đơn phong phú, phù hợp với đối tượng khách hàng (du khách quốc tế, khách nội địa, khách VIP...)

- Đảm bảo chất lượng món ăn và an toàn vệ sinh thực phẩm

- Tổ chức tiệc và sự kiện

○ Phối hợp với các bộ phận khác để tổ chức tiệc cưới, hội nghị, gala dinner, tiệc buffet, v.v

○ Cung cấp dịch vụ đặt tiệc theo yêu cầu, từ thực đơn đến trang trí không gian

- Quản lý nguyên liệu và kho thực phẩm
- Kiểm soát số lượng và chất lượng nguyên liệu, đảm bảo luôn tươi ngon và đầy đủ
- Phối hợp với bếp và bộ phận mua hàng để nhập và bảo quản thực phẩm đúng tiêu chuẩn
- Quản lý nhân sự và vận hành
- Đào tạo nhân viên phục vụ về kỹ năng chuyên môn, phong cách giao tiếp và thái độ phục vụ
- Đảm bảo không gian nhà hàng luôn sạch sẽ, gọn gàng và sẵn sàng phục vụ khách
- Hỗ trợ kinh doanh và quảng bá dịch vụ
- Phối hợp với bộ phận Marketing để tổ chức chương trình khuyến mãi, thu hút khách
- Xây dựng hình ảnh nhà hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ để cạnh tranh trên thị trường

*** Nhiệm vụ:**

- Hằng ngày phối hợp chặt chẽ với nhau để phục vụ mọi yêu cầu ăn uống của khách nhằm tạo hiệu quả kinh doanh
- Tổ chức sắp xếp, bố trí phòng ăn, quầy bar, phòng bếp hợp lý, gọn gàng sạch sẽ, nhất là phòng ăn còn phải có tính nghệ thuật
- Đảm bảo vệ sinh cho mọi trang thiết bị, dụng cụ phục vụ khách
- Có biện pháp phòng ngừa, bảo vệ an toàn cho khách trong khi ăn uống
- Quản lý tốt tài sản vật tư hàng hóa được giao
- Chấp hành nghiêm chỉnh các chế độ chính sách báo cáo thường ngày
- Hoàn thành tốt các chỉ tiêu kế hoạch được giao
- Thường xuyên trao đổi, học tập trau dồi thêm kiến thức về kỹ năng nghiệp vụ, văn hóa, ngoại ngữ

1.2.5. Các loại hình phục vụ ăn uống tại nhà hàng

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn – nhà hàng, có nhiều hình thức phục vụ ăn uống khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Phục vụ theo kiểu gọi món (À La Carte Service) là hình thức khách hàng tự lựa chọn từng món ăn

riêng lẻ từ thực đơn và món ăn sẽ được chế biến theo đúng yêu cầu. Nhân viên phục vụ trực tiếp tại bàn và hỗ trợ khách trong quá trình dùng bữa. Hình thức này thường xuất hiện tại các nhà hàng cao cấp, sang trọng vì mang lại trải nghiệm cá nhân hóa cao, giúp khách dễ dàng lựa chọn món ăn theo sở thích riêng. Tuy nhiên, thời gian chế biến và phục vụ thường lâu hơn do món ăn được thực hiện theo yêu cầu của từng khách. Bên cạnh đó, phục vụ theo kiểu thực đơn cố định (Set Menu Service) là hình thức khách hàng lựa chọn các thực đơn đã được thiết kế sẵn, thường bao gồm món khai vị, món chính và món tráng miệng. Hình thức này thường được áp dụng trong tiệc cưới, hội nghị hoặc phục vụ khách đoàn vì giúp tiết kiệm thời gian phục vụ, dễ kiểm soát chi phí và đảm bảo sự đồng bộ trong chất lượng món ăn. Tuy nhiên, khách hàng sẽ có ít sự lựa chọn hơn so với hình thức gọi món riêng lẻ. Ngoài ra, phục vụ tự chọn (Buffet Service) cũng là hình thức phổ biến trong các khách sạn và nhà hàng hiện nay. Với hình thức này, khách hàng có thể tự lấy món ăn từ các quầy buffet có nhiều loại thực phẩm khác nhau. Buffet thường được áp dụng trong bữa sáng khách sạn, nhà hàng buffet hoặc các buổi tiệc đứng. Ưu điểm của buffet là phục vụ nhanh, đa dạng món ăn và phù hợp với số lượng khách lớn. Tuy nhiên, hình thức này đòi hỏi không gian rộng và dễ gây lãng phí thực phẩm nếu không được quản lý tốt. Một hình thức khác là phục vụ tại phòng (Room Service), trong đó đồ ăn và thức uống sẽ được mang đến tận phòng theo yêu cầu của khách. Dịch vụ này thường có tại các khách sạn hoặc resort cao cấp nhằm mang đến sự riêng tư và tiện lợi cho khách lưu trú. Tuy nhiên, chi phí thường cao hơn và thời gian phục vụ có thể lâu hơn so với dùng bữa trực tiếp tại nhà hàng. Cuối cùng, phục vụ theo kiểu quầy bar (Bar Service) là hình thức chủ yếu phục vụ các loại đồ uống như rượu, cocktail, cà phê cùng với một số món ăn nhẹ. Nhân viên pha chế sẽ trực tiếp chuẩn bị và phục vụ đồ uống cho khách. Hình thức này tạo không gian thư giãn, giải trí và thường kết hợp với âm nhạc. Tuy nhiên, quầy bar chủ yếu tập trung vào đồ uống nên các món ăn chính thường không đa dạng.

1.2.6 Đặc điểm của dịch vụ buffet sáng

Trong hoạt động kinh doanh lưu trú, dịch vụ buffet sáng tại resort được xem là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao trải nghiệm tổng thể của khách hàng. Đây không chỉ đơn thuần là một bữa ăn mà còn là sự kết hợp giữa chất

lượng ẩm thực, phong cách phục vụ và không gian trải nghiệm, qua đó phản ánh tiêu chuẩn và hình ảnh của cơ sở lưu trú. Buffet sáng tại resort thường hướng đến việc đáp ứng nhu cầu đa dạng của nhiều nhóm khách với khẩu vị, văn hóa và thói quen ăn uống khác nhau.

Xét trên phương diện thức ăn, buffet sáng tại resort thường được xây dựng với thực đơn phong phú, kết hợp giữa ẩm thực địa phương và quốc tế. Các món ăn được bố trí theo từng khu vực riêng biệt như món nóng, món nguội, bánh mì – bánh ngọt, trái cây tươi, đồ uống và các món chế biến tại chỗ. Sự đa dạng này nhằm tạo điều kiện cho khách hàng có thể tự do lựa chọn theo sở thích cá nhân, đồng thời trải nghiệm nhiều hương vị khác nhau trong cùng một bữa ăn. Ngoài ra, yếu tố dinh dưỡng và tính thẩm mỹ cũng được chú trọng, thể hiện qua cách trình bày món ăn hấp dẫn, nguyên liệu tươi mới và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Đối với các resort cao cấp, thực đơn còn có thể được điều chỉnh linh hoạt theo mùa hoặc theo nhóm khách cụ thể như khách quốc tế, khách ăn chay hay khách có yêu cầu đặc biệt về chế độ ăn.

Về phương diện cách phục vụ, buffet sáng tại resort mang đặc trưng của hình thức tự phục vụ có sự hỗ trợ từ nhân viên. Khách hàng chủ động di chuyển và lựa chọn món ăn, trong khi nhân viên đảm nhận vai trò hướng dẫn, bổ sung món, dọn dẹp bàn ăn và hỗ trợ khi cần thiết. Phong cách phục vụ thường hướng đến sự chuyên nghiệp, thân thiện và nhanh nhẹn nhằm đảm bảo trải nghiệm liền mạch cho khách. Đặc biệt, tại các khu vực chế biến trực tiếp như quầy trứng, phở hoặc các món nóng, đầu bếp sẽ tương tác trực tiếp với khách để chế biến theo yêu cầu, tạo cảm giác cá nhân hóa dịch vụ. Bên cạnh đó, việc kiểm soát thời gian phục vụ, duy trì nhiệt độ món ăn và đảm bảo vệ sinh trong suốt quá trình hoạt động cũng là những yếu tố quan trọng trong khâu tổ chức phục vụ.

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

1.3.1. Khái niệm khách du lịch

Khách du lịch giữ vai trò nền tảng cho công tác thống kê, quản lý và hoạch định chính sách. Khách du lịch được hiểu là những cá nhân rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình để di chuyển đến một địa điểm khác trong một khoảng thời gian nhất định, nhằm mục đích tham quan, nghỉ dưỡng, công tác hoặc các nhu cầu

hợp pháp khác ngoài mục đích kiếm sống tại nơi đến. Đặc trưng cơ bản của khách du lịch nằm ở tính tạm thời của chuyến đi, sự không nhằm vào việc tạo thu nhập tại điểm đến và có sự tiêu dùng các dịch vụ du lịch trong suốt hành trình.

Dựa trên phạm vi lãnh thổ của chuyến đi, khách du lịch được phân thành hai nhóm chính là khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa. Khách du lịch quốc tế là những người thực hiện hành trình vượt qua biên giới quốc gia, bao gồm cả khách đến từ nước ngoài vào một quốc gia (khách quốc tế đến) và công dân của quốc gia đó đi du lịch ra nước ngoài (khách quốc tế đi). Nhóm khách này chịu sự điều chỉnh của các quy định liên quan đến xuất nhập cảnh, thị thực và thường có mức chi tiêu cao hơn do phát sinh nhiều chi phí như vận chuyển quốc tế, lưu trú dài ngày và các dịch vụ cao cấp.

Trong khi đó, khách du lịch nội địa là những người di chuyển trong phạm vi lãnh thổ quốc gia nơi họ cư trú mà không vượt qua biên giới quốc tế. Hoạt động du lịch nội địa diễn ra phổ biến và thường xuyên hơn, gắn liền với nhu cầu nghỉ ngơi, tham quan, thăm thân hoặc công tác ngắn hạn. Nhóm khách này ít chịu ràng buộc về thủ tục hành chính so với khách quốc tế, chi phí chuyến đi nhìn chung thấp hơn, song lại đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự ổn định và phát triển bền vững của ngành du lịch trong nước.

1.3.2. Khái niệm sự hài lòng của khách hàng

Có khá nhiều định nghĩa khác nhau về sự hài lòng của khách hàng cũng như có nhiều tranh luận về định nghĩa này

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

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

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

Sự hài lòng của khách hàng được xem là một trong những yếu tố cốt lõi quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Sự hài lòng của khách hàng được hiểu là trạng thái cảm nhận của khách hàng sau khi so sánh giữa kỳ vọng trước khi sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ với kết quả thực tế mà họ nhận được. Khi kết quả thực tế đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng; ngược lại, nếu kết quả thấp hơn kỳ vọng, sự không hài lòng sẽ xuất hiện. Do đó, sự hài lòng không chỉ mang tính chủ quan mà còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như chất lượng sản phẩm, giá cả, dịch vụ chăm sóc khách hàng và trải nghiệm tổng thể.

Việc đo lường sự hài lòng của khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc giúp doanh nghiệp nhận diện điểm mạnh, điểm yếu và điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp. Một trong những cách tiếp cận phổ biến là sử dụng các mô hình đánh giá dựa trên mức độ cảm nhận của khách hàng đối với các yếu tố cấu thành dịch vụ. Thông thường, doanh nghiệp tiến hành khảo sát thông qua bảng hỏi với các thang đo định lượng như thang Likert, trong đó khách hàng đánh giá mức độ hài lòng từ thấp đến cao đối với từng tiêu chí cụ thể.

Bên cạnh đó, các chỉ số tổng hợp như mức độ hài lòng chung, ý định quay lại hoặc mức độ sẵn sàng giới thiệu dịch vụ cho người khác cũng được sử dụng để phản ánh chất lượng trải nghiệm của khách hàng. Ngoài phương pháp định lượng, các doanh nghiệp còn kết hợp phương pháp định tính thông qua phỏng vấn sâu hoặc thu thập ý kiến phản hồi trực tiếp nhằm hiểu rõ hơn cảm nhận và mong đợi của khách hàng.

Như vậy, có thể hiểu được là cảm giác dễ chịu hoặc thất vọng phát sinh từ việc người mua so sánh giữa những lợi ích thực tế của sản phẩm và những kỳ vọng của họ. Việc khách hàng hài lòng hay không sau khi mua hàng phụ thuộc vào việc họ so sánh giữa những lợi ích thực tế của sản phẩm và những kỳ vọng của họ trước khi mua. Khái niệm sản phẩm ở đây được hiểu không chỉ là một vật thể vật chất thông thường mà nó bao gồm cả dịch vụ

1.3.3. Khái niệm về thang đo chất lượng dịch vụ

Giá trị cảm nhận của khách hàng có mối liên hệ chặt chẽ với chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng nên đo lường giá trị cảm nhận có thể được thực hiện thông qua đo lường chất lượng dịch vụ. Hai mô hình được sử dụng phổ biến nhất là SERVQUAL và SERVPERF.

a. Mô hình SERVQUAL

Căn cứ vào dịch vụ cụ thể của doanh nghiệp được khảo sát để đánh giá. Kết quả nghiên cứu nhằm nhận ra các khoảng cách giữa cảm nhận khách hàng về chất lượng dịch vụ do doanh nghiệp thực hiện và kỳ vọng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ đó. Cụ thể, theo mô hình SERVQUAL, chất lượng dịch vụ được xác định như sau: **CLDV = Mức độ cảm nhận – Giá trị kỳ vọng**

Parasuraman và các cộng sự đã giới thiệu thang đo SERVQUAL gồm 10 thành phần” .

Sau nhiều nghiên cứu kiểm định cũng như ứng dụng, SERVQUAL được thừa nhận như một thang đo có giá trị lý thuyết cũng như thực tiễn. Tuy nhiên thủ tục đo lường SERVQUAL khá dài dòng. Do vậy, đã xuất hiện một biến thể của SERVQUAL là SERVPERF.

b. Mô hình SERVPERF

Nhiều quan điểm cho rằng thang đo SERVQUAL khá dài dòng do khách hàng phải đánh giá trên hai phương tiện kỳ vọng và cảm nhận thực tế khi nhận được dịch vụ mà đôi khi sự đánh giá khiến khách hàng dễ nhầm lẫn. Trong các ý kiến phản biện, nổi bật là Cronin và Taylor (1992) đã điều chỉnh thang đo SERVQUAL thành thang đo SERVPERF. Thang đo này giữ nguyên các thành phần và biến quan sát của SERVQUAL, mà bỏ đi phần đánh giá về kỳ vọng của khách hàng, chỉ giữ lại phần cảm nhận thực tế của chất lượng dịch vụ mà họ nhận được. Chất lượng dịch vụ chính là những gì khách hàng cảm nhận được. Thang đo này được Cronin & Taylor (1992, dẫn theo Thongsamak, 2001) giới thiệu, xác định chất lượng dịch vụ bằng cách chỉ đo lường chất lượng cảm nhận (thay vì đo cả chất lượng cảm nhận lẫn kỳ vọng như SERVQUAL). Hai tác giả cho rằng chất lượng dịch vụ được phản ánh tốt nhất bởi chất lượng cảm nhận mà không cần có chất lượng kỳ vọng cũng như đánh giá trọng số của 5 thành phần. Do có xuất xứ từ thang đo SERVQUAL,

các thành phần và biến quan sát của thang đo SERVPERF này giữ như SERVQUAL. Hầu hết các công trình nghiên cứu trước đây đều kết luận rằng sử dụng mô hình SERVPERF để đánh giá giá trị cảm nhận hay chất lượng dịch vụ tốt hơn so với việc sử dụng mô hình SERVQUAL.

Mô hình SERVQUAL được xây dựng dựa trên những điểm khác biệt giữa sự kỳ vọng của người tiêu dùng về dịch vụ và cảm nhận của họ sau khi sử dụng dịch vụ, hay nói cách khác mô hình SERVQUAL đo lường chất lượng cảm nhận dịch vụ thông qua đo lường giá trị kỳ vọng và giá trị cảm nhận của khách hàng. Thang đo này bao quát hầu hết khía cạnh của dịch vụ, tuy nhiên thang đo cho thấy có sự phức tạp trong đo lường, không đạt giá trị phân biệt trong một số trường hợp cũng như thủ tục đo lường khá phức tạp. Mô hình SERVPERF được các chuyên gia nghiên cứu Marketing đánh giá rằng khá tốt trong việc đo lường chất lượng dịch vụ thông qua giá trị cảm nhận dịch vụ. Điều này cũng có nghĩa, các tác giả thừa nhận rằng chất lượng dịch vụ được phản ánh tốt nhất bởi giá trị cảm nhận mà không cần có giá trị kỳ vọng.

1.3.4. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng là hai khái niệm có mối quan hệ chặt chẽ nhưng không hoàn toàn đồng nhất. Chất lượng dịch vụ được xem là đánh giá mang tính nhận thức của khách hàng về mức độ tốt hay kém của dịch vụ, trong khi sự hài lòng lại là phản ứng cảm xúc của khách hàng sau khi trải nghiệm dịch vụ đó. Chính vì vậy, CLDV thường được xem là yếu tố nguyên nhân, còn SHL là kết quả phản ánh mức độ thành công của dịch vụ trong việc đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng.

Xét về cơ chế tác động, chất lượng dịch vụ ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng thông qua việc đáp ứng hoặc không đáp ứng kỳ vọng của khách hàng. Khi khách hàng cảm nhận rằng các yếu tố cấu thành dịch vụ như độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình đều đạt hoặc vượt mức mong đợi, họ sẽ hình thành cảm nhận tích cực và dẫn đến sự hài lòng. Ngược lại, nếu một hoặc nhiều yếu tố của chất lượng dịch vụ không đạt yêu cầu, cảm nhận tiêu cực sẽ xuất hiện và làm giảm mức độ hài lòng.

Tuy nhiên, mối quan hệ giữa CLDV và SHL không chỉ đơn thuần là tuyến tính mà còn chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố trung gian khác như giá cả, giá trị cảm nhận, đặc điểm cá nhân của khách hàng và bối cảnh sử dụng dịch vụ. Trong một số trường hợp, dù chất lượng dịch vụ được đánh giá cao nhưng nếu chi phí bỏ ra vượt quá giá trị cảm nhận, mức độ hài lòng vẫn có thể không cao. Ngược lại, một dịch vụ ở mức chất lượng trung bình nhưng có giá cả hợp lý và trải nghiệm phù hợp với kỳ vọng vẫn có thể tạo ra sự hài lòng.

Ngoài ra, sự hài lòng của khách hàng còn đóng vai trò là cầu nối giữa chất lượng dịch vụ và các hành vi sau tiêu dùng như lòng trung thành, ý định quay lại và mức độ giới thiệu cho người khác. Khi chất lượng dịch vụ được duy trì ổn định và liên tục cải thiện, sự hài lòng sẽ được củng cố, từ đó tạo ra mối quan hệ lâu dài giữa khách hàng và doanh nghiệp.

1.3.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại resort

1.3.5.1. Chất lượng món ăn đồ uống

Chất lượng món ăn và đồ uống được xem là yếu tố cốt lõi ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn. Đây là yếu tố mà khách hàng cảm nhận và đánh giá rõ ràng nhất trong quá trình sử dụng dịch vụ. Chất lượng món ăn không chỉ được thể hiện qua hương vị thơm ngon, phù hợp với khẩu vị của khách mà còn được đánh giá thông qua độ tươi mới của nguyên liệu, giá trị dinh dưỡng, mức độ an toàn vệ sinh thực phẩm và cách trình bày món ăn. Một bữa buffet sáng chất lượng cần đảm bảo các món ăn được chế biến từ nguồn nguyên liệu tươi sạch, được bảo quản đúng quy trình và phục vụ ở nhiệt độ phù hợp nhằm giữ được hương vị cũng như chất lượng dinh dưỡng.

Bên cạnh đó, tính đa dạng của thực đơn cũng là một yếu tố quan trọng. Khách lưu trú tại khách sạn thường đến từ nhiều địa phương, quốc gia và có những sở thích ăn uống khác nhau. Vì vậy, thực đơn buffet cần được xây dựng phong phú với nhiều nhóm món ăn như món Á, món Âu, món chay, các loại bánh, trái cây, nước ép, trà, cà phê và các món ăn đặc sản địa phương. Việc thường xuyên thay đổi thực đơn và bổ sung các món mới cũng góp phần tạo sự mới mẻ, tránh cảm giác nhàm chán cho khách hàng. Ngoài ra, cách bài trí món ăn đẹp mắt, khoa học và hấp dẫn sẽ

kích thích vị giác, tạo ấn tượng tốt và nâng cao trải nghiệm của khách. Khi món ăn và đồ uống đáp ứng được cả về chất lượng, số lượng và sự đa dạng, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hơn và có xu hướng đánh giá tích cực về chất lượng dịch vụ của khách sạn.

1.3.5.2. Đội ngũ nhân viên

Đội ngũ nhân viên là yếu tố quan trọng quyết định chất lượng phục vụ và là cầu nối trực tiếp giữa khách sạn với khách hàng. Trong ngành dịch vụ khách sạn, đặc biệt là dịch vụ buffet sáng, nhân viên không chỉ thực hiện nhiệm vụ phục vụ mà còn góp phần tạo nên hình ảnh và uy tín của khách sạn trong mắt khách hàng. Do đó, trình độ chuyên môn, kỹ năng nghiệp vụ và thái độ phục vụ của nhân viên có ảnh hưởng rất lớn đến sự hài lòng của khách.

Nhân viên phục vụ buffet sáng cần được đào tạo bài bản về nghiệp vụ nhà hàng, nắm vững quy trình phục vụ, hiểu rõ các món ăn trong thực đơn để có thể hỗ trợ và giải đáp thắc mắc cho khách hàng khi cần thiết. Bên cạnh kiến thức chuyên môn, thái độ phục vụ cũng đóng vai trò vô cùng quan trọng. Sự thân thiện, nhiệt tình, lịch sự, tôn trọng khách hàng và tinh thần sẵn sàng hỗ trợ sẽ giúp khách cảm thấy được quan tâm và chào đón. Ngoài ra, khả năng giao tiếp tốt, xử lý tình huống linh hoạt và giải quyết các khiếu nại một cách nhanh chóng, hợp lý sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ.

Tác phong làm việc chuyên nghiệp, đồng phục gọn gàng, sạch sẽ và phong cách ứng xử văn minh cũng là những yếu tố giúp tạo dựng niềm tin và thiện cảm đối với khách hàng. Trong môi trường buffet sáng thường có lượng khách đông vào cùng một thời điểm, nhân viên cần làm việc nhanh nhẹn, phối hợp hiệu quả với các bộ phận liên quan để đảm bảo quá trình phục vụ diễn ra thuận lợi. Khi khách hàng cảm nhận được sự chuyên nghiệp và tận tâm từ đội ngũ nhân viên, họ sẽ có xu hướng đánh giá cao chất lượng dịch vụ và cảm thấy hài lòng hơn với trải nghiệm tại khách sạn.

1.3.5.3. Cơ sở Vật chất và không gian

Cơ sở vật chất và không gian phục vụ là những yếu tố hữu hình có ảnh hưởng đáng kể đến cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng. Đây là những yếu tố mà khách hàng có thể quan sát, đánh giá ngay từ khi bước vào

khu vực nhà hàng. Một hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, đầy đủ và được bảo trì tốt không chỉ hỗ trợ quá trình phục vụ mà còn thể hiện sự chuyên nghiệp và đẳng cấp của khách sạn.

Không gian nhà hàng cần được thiết kế rộng rãi, thông thoáng, sạch sẽ và đảm bảo tính thẩm mỹ. Việc bố trí bàn ghế, quầy buffet, lối đi và khu vực lấy thức ăn một cách hợp lý sẽ giúp khách hàng di chuyển thuận tiện, hạn chế tình trạng chen lấn hoặc ùn tắc trong giờ cao điểm. Ngoài ra, các yếu tố như ánh sáng, nhiệt độ, âm thanh, màu sắc trang trí và cảnh quan xung quanh cũng góp phần tạo nên bầu không khí thoải mái, dễ chịu cho khách hàng trong quá trình dùng bữa.

Bên cạnh đó, các trang thiết bị phục vụ như bàn ghế, dụng cụ ăn uống, quầy giữ nóng thức ăn, hệ thống điều hòa, máy pha cà phê, máy ép nước trái cây và các thiết bị hỗ trợ khác cần được trang bị đầy đủ, hiện đại và luôn trong tình trạng hoạt động tốt. Vấn đề vệ sinh cũng là một tiêu chí quan trọng khi đánh giá cơ sở vật chất. Khu vực ăn uống, dụng cụ phục vụ và quầy buffet phải được vệ sinh thường xuyên nhằm đảm bảo an toàn thực phẩm và tạo cảm giác an tâm cho khách hàng. Một không gian đẹp, tiện nghi và sạch sẽ sẽ giúp nâng cao trải nghiệm của khách, từ đó tác động tích cực đến mức độ hài lòng đối với dịch vụ buffet sáng.

1.3.5.4 Quy Trình và chất lượng phục vụ

Quy trình và chất lượng phục vụ là yếu tố phản ánh mức độ chuyên nghiệp và khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng của khách sạn. Một quy trình phục vụ được xây dựng khoa học, hợp lý và thực hiện đồng bộ sẽ giúp nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm thiểu sai sót và mang lại sự thuận tiện cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ buffet sáng.

Quy trình phục vụ buffet sáng thường bao gồm nhiều bước như đón tiếp khách, kiểm tra thông tin phòng, hướng dẫn khách vào bàn, giới thiệu khu vực buffet, hỗ trợ khách trong quá trình sử dụng dịch vụ, bổ sung món ăn và thức uống kịp thời, thu dọn bàn ăn cũng như tiếp nhận các ý kiến phản hồi của khách hàng. Mỗi công đoạn trong quy trình đều cần được thực hiện chính xác, nhanh chóng và nhất quán nhằm đảm bảo khách hàng nhận được sự phục vụ tốt nhất.

Chất lượng phục vụ còn được thể hiện thông qua khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Khách hàng luôn mong muốn

nhận được sự hỗ trợ kịp thời khi gặp khó khăn hoặc có yêu cầu đặc biệt. Vì vậy, việc duy trì tốc độ phục vụ hợp lý, đảm bảo các món ăn luôn được bổ sung đầy đủ, xử lý nhanh các sự cố phát sinh và giải quyết thắc mắc của khách một cách chuyên nghiệp sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ. Bên cạnh đó, sự nhất quán trong phong cách phục vụ giữa các nhân viên và các ca làm việc cũng là yếu tố quan trọng giúp tạo dựng niềm tin và sự hài lòng cho khách hàng.

Khi quy trình phục vụ được tổ chức chặt chẽ và chất lượng phục vụ luôn được duy trì ở mức cao, khách hàng sẽ cảm thấy thuận tiện, thoải mái và được tôn trọng trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Điều này không chỉ làm tăng mức độ hài lòng mà còn góp phần nâng cao hình ảnh, uy tín và khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KOI RESORT & SPA ĐÀ NẴNG

2.1. Giới thiệu tổng quan về Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng

2.1.1. Một số thông tin chung về Koi

a) Địa chỉ liên hệ và vị trí địa lý:

Tên doanh nghiệp:

Tên khách sạn: Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa DANANG

Logo thương hiệu:



Hình 2.1 Logo Koi Resort & Spa Đà Nẵng

Địa chỉ: 11 Trường Sa, quận Ngũ Hành Sơn, thành phố Đà Nẵng, Việt Nam.

Điện thoại: +84 235 3914777

Website: koiresortspa.com.vn

Email: info@koiresortspa.com.vn

Vị trí: Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng nằm trên một ốc đảo bị cô lập bên cạnh sông De Vong, khu nghỉ mang lại sự thanh bình và riêng tư cho du khách. Bãi biển Cửa Đại cách Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa vài phút đi bộ trong khi Bãi biển An Bàng cách đó 3,5 km. Sân bay gần nhất là sân bay quốc tế Đà Nẵng, cách resort 25 km.



Hình 2.2 Koi Resort & Spa Đà Nẵng

b) Lịch sử hình thành và phát triển:

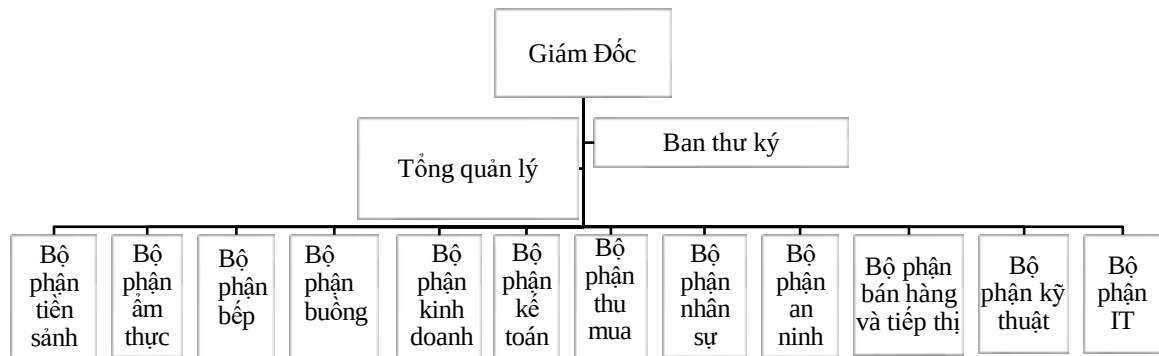
Công ty Cổ phần Du lịch Hoàng Cường được thành lập từ năm 2013 là chủ đầu tư Dự án Khu Du lịch nghỉ dưỡng cao cấp Hoàng Cường nay là một tổ hợp resort và khách sạn ven biển Đà Nẵng - KOI RESORT & SPA ĐÀ NẴNG & RESIDENCE DA NANG sang trọng được xây dựng theo tiêu chuẩn quốc tế 5 sao. Tổng diện tích 45.000 m² với 19 căn villa, 20 căn bungalow, 135 phòng hotel và 520 phòng condotel với hai loại phòng chính: Phòng hướng biển là nơi du khách có thể chiêm ngưỡng trọn vẹn vẻ đẹp của bãi biển đẹp nhất hành tinh với bãi cát trắng dài phẳng lặng và nhìn về đại dương bao la; Phòng hướng thành phố lại là nơi để du khách tận hưởng những ngôi chùa cổ kính ẩn hiện trong các ngọn núi trong quần thể Ngũ Hành Sơn và một thành phố Đà Nẵng trẻ trung, năng động và phát triển. Ngoài lượng phòng lưu trú đa dạng, khu nghỉ mát có thiết bị đồng bộ cho loại hình thương mại tiên tiến như hệ thống nhà hàng sang trọng, các phòng tiệc và nhiều phòng hội nghị lớn nhỏ ... Chúng tôi mong muốn xây dựng một đội ngũ nhân viên tâm huyết, tận tụy và giàu kỹ năng, nỗ lực mang lại một dịch vụ đỉnh cao với phong cách phục vụ chuyên nghiệp nhằm đem đến cho du khách những kì nghỉ hoàn hảo và trải nghiệm tuyệt vời.

Lấy cảm hứng từ vẻ đẹp và ý nghĩa phong thủy của loài cá Koi, biểu tượng của sự may mắn, thịnh vượng và kiên trì, Koi Resort & Spa Đà Nẵng Group đã được sinh ra với sứ mệnh mang đến những trải nghiệm nghỉ dưỡng đẳng cấp, nơi du khách tìm thấy sự bình yên và tái tạo năng lượng.

Năm 2016, Koi Resort & Spa Đà Nẵng Resort & Spa Hội An ra đời, đặt nền móng cho hành trình chinh phục trái tim du khách. Tọa lạc bên bờ biển Cửa Đại danh tiếng, khu nghỉ dưỡng nhanh chóng trở thành điểm đến yêu thích bởi dịch vụ tận tâm và kiến trúc độc đáo lấy cảm hứng từ nét đẹp quyến rũ và cổ kính của một di sản văn hóa vượt thời gian.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:

Sơ đồ cơ cấu tổ chức:



Hình 2.3 Sơ đồ cơ cấu tổ chức

(Nguồn: Phòng nhân sự Koi Resort & Spa Đà Nẵng)

Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận:

- Giám đốc:

Người nắm giữ vị trí cao nhất là Tổng giám đốc - người chịu trách nhiệm điều hành toàn bộ các hoạt động kinh doanh của khách sạn. Tổng giám đốc sẽ phải đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt nhất cho khách hàng tới trải nghiệm, đồng thời quản lý chất lượng đầu ra của các bộ phận và đảm bảo năng suất làm việc của các bộ phận. Mục tiêu lớn nhất của tổng giám đốc chính là hiệu suất và lợi nhuận.

- Ban thư ký:

Giúp Giám đốc duy trì hoạt động điều hành toàn bộ các mặt hoạt động của Khách sạn. Tổng hợp, đánh giá báo cáo tình hình hoạt động của khách sạn từ các bộ phận. Đưa ra các phương án điều chỉnh và nâng cao chất lượng dịch vụ/ chất lượng chăm sóc khách hàng. Hỗ trợ Giám đốc trong quan hệ đối nội, đối ngoại.

- Tổng quản lý:

Tổng quản lý là người quản lý chung tất cả các hoạt động của khách sạn dưới sự quản lý của tổng giám đốc. Tổng quản lý còn thường xuyên nhận được sự trợ giúp từ các phòng ban chức năng để đưa ra các quyết định, hướng dẫn và tổ chức thực hiện các quyết định được dễ dàng hơn.

- Bộ phận tiền sảnh: Chức năng chính là bộ phận được ví như bộ mặt của khách sạn trong việc giao tiếp và tạo mối quan hệ với khách hàng, với nhà cung cấp và đối tác.

Nhiệm vụ: đón tiếp, nhận, giải quyết yêu cầu của khách hàng và chuyển thông tin đến các bộ phận liên quan, hướng dẫn và giúp khách làm thủ tục nhận phòng và trả phòng.

- Bộ phận buồng phòng: Chức năng chính cung cấp sản phẩm dịch vụ chính tại khách sạn, chịu trách nhiệm về sự nghỉ ngơi lưu trú của khách hàng tại khách sạn.

Nhiệm vụ: chuẩn bị buồng và đảm bảo chúng luôn luôn ở chế độ sẵn sàng đón khách, vệ sinh buồng phòng hàng ngày, các khu vực tiền sảnh và khu vực công cộng, kiểm tra tình trạng phòng, vật dụng..., nắm được tình hình khách thuê phòng.

- Bộ phận ẩm thực: Chức năng chính cung cấp các dịch vụ liên quan đến thức ăn và đồ uống phục vụ cho khách hàng.

Nhiệm vụ: tổ chức hoạt động kinh doanh ăn uống gồm: chế biến, lưu thông và tổ chức phục vụ dịch vụ ăn uống tại khách sạn, tổ chức và cung cấp các dịch vụ bổ sung.

- Bộ phận bếp: Chức năng chính phục vụ suất ăn cho khách buffet lẫn à la carte và thức ăn cho nhân viên, quản lý chất lượng kết quả món ăn sau khi hoàn thành.

Nhiệm vụ: khi khách hàng order món ăn sẽ thực hiện các món ăn theo thực đơn hoặc theo khách hàng yêu cầu.

- Bộ phận kinh doanh: Chức năng tìm kiếm khách hàng cho các bộ phận khác như buồng phòng, nhà hàng,...; mở rộng thị trường, thu hút khách hàng tiềm năng cho khách sạn.

Nhiệm vụ: lên kế hoạch tìm kiếm khách hàng, tiếp thị sản phẩm, nghiên cứu thị trường, đối thủ cạnh tranh, thống kê, phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh của khách sạn để báo cáo với cấp trên về tình kinh doanh của khách sạn.

- Bộ phận kế toán: Chức năng quyết định các chiến lược về tài chính; tìm vốn, nguồn vốn cho khách sạn; theo dõi, quản lý và báo cáo sổ sách thu, chi, công nợ...

- Nhiệm vụ: lập chứng từ, báo cáo tài chính theo tháng, quý, năm. Quản lý và giám sát thu, chi.

- Bộ phận nhân sự: Chức năng quản lý, tuyển dụng chọn nhân viên cho khách sạn.

Nhiệm vụ: quản lý, đào tạo và phát triển chất lượng nguồn nhân lực của khách sạn. Tổ chức, sắp xếp nhân viên, ban hành các quy chế, tiếp nhận, giải quyết ý kiến từ cấp trên.

- Bộ phận kỹ thuật: Đảm bảo an toàn tài sản, hành lý của khách hàng, an ninh trong khách sạn. Trục ca, canh gác, hướng dẫn đậu đỗ xe cũng như giữ xe, vận chuyển hành lý cho khách,...

- Bộ phận an ninh: Đảm bảo an toàn tài sản, hành lý của khách hàng, an ninh trong khách sạn. Trục ca, canh gác, hướng dẫn đậu đỗ xe cũng như giữ xe, vận chuyển hành lý cho khách,...

- Bộ phận thu mua: Chức năng điều hành các hoạt động thu mua trong khách sạn/ nhà hàng đảm bảo cung ứng hàng hóa, đảm bảo cung ứng đầy đủ hàng hóa, vật tư cần thiết cho các bộ phận hoạt động hàng ngày.

Nhiệm vụ: Tìm kiếm lựa chọn nhà cung cấp cho khách sạn, xây dựng kế hoạch mua sắm cho hàng năm theo khung kinh phí cho phép, làm việc các nhà cung cấp đáp ứng đảm bảo các yêu cầu đã đặt ra. Giải quyết các vấn đề liên quan đến hàng hóa với khối vận hành,...

- Bộ phận công nghệ thông tin: Chức năng đóng một vai trò quan trọng trong việc quản lý và tối ưu hóa các hoạt động trong khách sạn.

Nhiệm vụ: Quản lý các hệ thống trong khách sạn, đảm bảo rằng các hệ thống khách sạn an toàn và bảo mật, bao gồm các quản lý thông tin cá nhân của khách hàng và giao dịch tài chính.

- Bộ phận bán hàng và tiếp thị: Chức năng đưa dịch vụ lưu trú và các dịch vụ khác ra ngoài thị trường thông qua các hoạt động tiếp thị và chiến lược bán hàng hợp lý.

Nhiệm vụ: triển khai các kế hoạch kinh doanh, nghiên cứu thị trường, xu hướng khách hàng, xu hướng tiêu dùng du lịch nhằm xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp cho từng thời điểm. Thiết lập các hoạt động xúc tiến du lịch quảng bá các dịch vụ của khách sạn đến các khách hàng.

2.1.3. Các sản phẩm dịch vụ của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:

2.1.2.1. Dịch vụ lưu trú:

Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng luôn chú trọng đến chất lượng cơ sở hạ tầng, không gian sống của mọi quý khách. Vì thế nên phòng ốc tại đây luôn được cam kết về chất lượng, đảm bảo đúng chuẩn 5 sao quốc tế. Koi sở hữu tới 314 căn hộ hiện đại bậc nhất hiện nay. Phòng có đầy đủ tiện nghi, có từ phòng khách đến phòng bếp cho du khách sử dụng thoải mái.

Bảng 2.1 Hạng phòng của Koi

Phòng	Diện tích	Đặc điểm	Lượng khách phù hợp
Sapphire	260m ²	Không gian được sắp xếp hợp lý giữa phòng ngủ, phòng khách và khu vực sinh hoạt chung, đồng thời được bao quanh bởi cảnh quan cây xanh nhiệt đới, tạo nên sự hài hòa giữa thiên nhiên và kiến trúc	Căn có sức chứa đủ cho 1 gia đình 6 người
Four-Bedroom Beachfront Villa	290m ²	Sở hữu vị trí sát biển, tầm nhìn hướng thẳng ra đại dương và hồ bơi riêng biệt, mang đến trải nghiệm nghỉ dưỡng sang trọng và riêng tư. Biệt thự được bố trí 4 phòng ngủ rộng rãi (3 giường king và 1 giường twin), đi kèm 4 phòng tắm en-suite hiện đại với vòi sen walk-in.	Phù hợp nhóm hoặc gia đình 7 người lớn
Three-Bedroom Duplex/Apartment	320m ²	Với hồ bơi riêng là một trong những hạng lưu trú cao cấp	Căn có sức chứa đủ cho 1

		của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Residence Đà Nẵng, được thiết kế trên hai tầng rộng rãi và sang trọng. Không gian tầng dưới bố trí phòng khách, khu vực sinh hoạt chung và hồ bơi riêng, tạo sự riêng tư và thoải mái cho khách lưu trú.	gia đình 6 người
Ruby Villa	290 m ²	là hạng phòng cao cấp lý tưởng cho gia đình hoặc nhóm bạn, mang lại không gian nghỉ dưỡng riêng tư, tiện nghi và thanh lịch. Đặc biệt, Ruby Villa có một phòng nhỏ ngay cạnh khu bếp dùng làm nơi ở cho quản gia hoặc giúp việc, phục vụ nhu cầu nghỉ dưỡng của gia đình một cách linh hoạt. Tiện nghi nội thất đảm bảo trải nghiệm lưu trú cao cấp	Phù hợp nhóm hoặc gia đình 7 người lớn

2.1.2.2. Dịch vụ ăn uống:

Dịch vụ ăn uống của khách sạn được cung cấp bởi một nhà hàng chính - nhà hàng Aqua vista phục vụ buffe sáng từ 6:30 - 22h:30 tối với sức chứa khoảng gần 300 khách. Là nơi phục vụ thực đơn gọi món hàng ngày, thực đơn theo bữa, tiệc. Không gian có sự kết hợp giữa phong cách truyền thống và hiện đại, có khu vực ban công thoáng mát, là nơi lý tưởng để khách có thể vừa thưởng thức món ăn vừa ngắm cảnh.

Ngoài ra còn có 2 quầy bar -, Umi Beach Bar với không gian mở, hướng biển, mở cửa hàng ngày từ 8h00 đến 23h00, là nơi thích hợp cho khách có thể thư giãn, chụp hình và thưởng thức các loại cocktail, beer, rượu, các món ăn nhẹ và các loại kem ni tơ đặc sắc được làm ngay tại bàn. Ngoài ra có thể lướt web, đọc sách với hệ thống wifi được kết nối miễn phí tại quầy. Sky bar với không gian lounge trên cao, sang trọng và hiện đại, lý tưởng để tận hưởng tầm nhìn toàn cảnh biển và thành phố trong những buổi tối lãng mạn.

2.1.2.3. Dịch vụ bổ sung

Spa cung cấp các dịch vụ tắm hơi, xông hơi, massage, chăm sóc và làm đẹp bằng những phương pháp trị liệu độc đáo mang lại sự cân bằng cho cơ thể. Phòng tập thể dục được trang bị với những thiết bị hiện đại phục vụ nhu cầu luyện tập thể dục, thể thao của du khách. Khách sạn còn cung cấp wifi và cũng cấp dịch vụ tư vấn tour du lịch ở những khu vực xung quanh khách sạn, phòng tập thể hình, dịch vụ thu đổi ngoại tệ, giữ hành lý..

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:

2.2.1. Phân tích một số nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:

Nguồn nhân lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng năm 2024

Bảng 2.2 Nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Độ tuổi	Trình độ chuyên môn
		Nam	Nữ		
Bộ phận nhà hàng	92	55	37	25-35 tuổi	38 người tốt nghiệp đại học 54 người tốt nghiệp cao đẳng
Bộ phận bếp	40	24	16	20-45 tuổi	12 người tốt nghiệp đại học 28 người tốt nghiệp cao đẳng
Bộ phận nhân sự	17	7	10	22-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận kinh doanh	10	4	6	25-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học

Bộ phận kế toán	14	5	9	25-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận bán hàng và tiếp thị	25	10	15	25-30 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận IT	5	5	0	25-30 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận kỹ thuật	20	16	4	25-50 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận an ninh	15	15	0	20-45 tuổi	10 người tốt nghiệp cao đẳng 5 người tốt nghiệp THPT
Tổng số lượng	351	187	164	-	-

(Nguồn: bộ phận nhân sự Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng)

Nhận xét:

Về giới tính: Nhìn chung hiện nay đa số thì nhân viên nam chiếm tỷ trọng nhiều hơn nhân viên nữ. Trong đó nhân viên nam chiếm 53,27% trên tổng số lao động của khách sạn còn nhân viên nữ chỉ chiếm 47,86%. Tuy sự chênh lệch giữa nhân viên nam và nhân viên nữ không lớn nhưng cũng đủ thấy ở một số công việc đặc thù như buồng phòng thì cần một lượng lớn nhân viên nữ tuy nhiên các công việc nặng như kỹ thuật thì nhân viên luôn chỉ có nhân viên nam.

Về trình độ học vấn: Số lượng nhân viên có trình độ đại học chiếm 59,26% lớn nhất trong tổng số, nhân viên có trình độ cao đẳng chiếm ít hơn khoảng 39,31% còn lại số lượng nhân viên có trình độ THPT chiếm khá nhỏ với khoản 1,42% trên tổng số nhân viên. Qua đây ta thấy, nhân viên có trình độ về đại học và cao đẳng luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số nhân viên, họ có trình độ chuyên môn tốt đáp ứng được nhu cầu của các khách sạn hiện nay.

Cơ sở vật chất của khách sạn Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng

Diện tích nhà hàng 4500m² khu vực có sức chứa gần 1000 khách so lượng tòa nhà . Koi Resort & Spa Đà Nẵng có 314 căn hạng phòng (bao gồm khách sạn, căn hộ, bungalow, villa).

Các khu vực tại resort cung cấp các dịch vụ giải trí cho khách du lịch như: Quầy bar, cafe và phòng lounge, hồ bơi tại Koi, phòng tập Gym, nhà hàng.

Các phòng lưu trú với đầy đủ các tiện nghi trong phòng:

- Giường ngủ êm ái với bộ ga giường cao cấp
- Tivi màn hình phẳng với nhiều kênh truyền hình
- Máy lạnh điều hòa nhiệt độ
- Bàn làm việc và ghế ngồi thoải mái
- Tủ quần áo rộng rãi
- Phòng tắm riêng với vòi sen, bồn rửa mặt, toilet và đầy đủ đồ dùng cá nhân
- Wifi miễn phí tốc độ cao
- Minibar
- Ấm đun nước và trà, cà phê
- Két sắt
- Ban công riêng (đối với một số phòng)

Cơ sở vật chất của Resort hiện tại được trang bị tương đối đầy đủ, đáp ứng các nhu cầu cơ bản cho hoạt động điều hành và kinh doanh. Koi trang bị 20 máy vi tính bàn, 10 máy in, 10 điện thoại bàn và 10 máy lọc nước, và các vật dụng khác đảm bảo khả năng xử lý công việc và trao đổi thông tin nhanh chóng, thuận lợi.

Điểm nổi bật của Koi là đầu tư vào trang thiết bị phục vụ hiện đại và chất lượng. Nhờ đó, Koi có thể đáp ứng tất cả các nhu cầu của khách hàng ngay cả những khách khó tính nhất. Nhìn chung, Koi đảm bảo đủ các yêu cầu thiết yếu để duy trì hoạt động ổn định và phát triển. Trong thời gian tới, Koi sẽ tiếp tục đầu tư vào cơ sở vật chất và các phương tiện để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và đảm bảo sự phát triển bền vững.

Nhận xét:

Đa dạng tài sản: Cơ sở vật chất có vẻ khá đa dạng, bao gồm cả đồ dùng văn phòng, thiết bị điện tử và đồ dùng nhà bếp.

Số lượng lớn: Tổng số lượng của một số loại tài sản khá lớn, cho thấy cơ sở vật chất được trang bị tương đối đầy đủ.

Tình trạng tài sản:

Tài sản còn mới: Một số loại tài sản như máy tính, máy in có số lượng còn mới khá lớn, cho thấy cơ sở vật chất được đầu tư và nâng cấp thường xuyên.

Tài sản đã qua sử dụng: Tuy nhiên, cũng có một số loại tài sản như dao, đĩa có số lượng hư hỏng khá cao, cho thấy cần phải thay thế, sửa chữa.

Giá trị tài sản: Giá trị của các loại tài sản khác nhau rất lớn, từ những tài sản có giá trị nhỏ như dao, đĩa đến những tài sản có giá trị lớn như máy tính. Điều này cho thấy cơ sở vật chất có sự phân hóa về giá trị

2.2.2 Tình hình thu hút khách trong giai đoạn 2022 – 2024 của Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng:

Bảng 2.3 Số liệu về ngày khách và lượt khách thu hút được

Năm	Quý	Lượt khách	Số ngày mở cửa	Khách/ ngày (trung bình)
2022	Q1	31.431	91	345
	Q2	43.332	92	471
	Q3	51.998	92	565
	Q4	27.946	89	314
2023	Q1	32.374	91	356
	Q2	44.632	92	485
	Q3	53.558	92	582
	Q4	10.005	89	323
2024	Q1	13.268	91	366
	Q2	15.115	92	499
	Q3	18.000	92	599
	Q4	10.000	89	333

Nguồn: (Thông tin từ Resort cung cấp)

Nhận xét:

- Nhìn chung, quý III hằng năm là giai đoạn có lượng khách cao nhất. Năm 2022, lượt khách quý III đạt 51.998 lượt với trung bình 565 khách/ngày; năm 2023 tăng lên 53.558 lượt và đạt 582 khách/ngày; đến năm 2024 tiếp tục duy trì mức cao với khoảng 599 khách/ngày. Điều này cho thấy mùa hè là thời điểm cao điểm du lịch, nhu cầu nghỉ dưỡng tăng mạnh.

- Quý II cũng ghi nhận lượng khách khá cao và có xu hướng tăng nhẹ qua các năm. Năm 2022 đạt 43.332 lượt khách, năm 2023 tăng lên 44.632 lượt. Đây là thời

điểm bắt đầu mùa du lịch nên resort thu hút được nhiều khách tham quan và nghỉ dưỡng.

- Ngược lại, quý IV thường là giai đoạn thấp điểm của resort. Lượng khách trong quý IV của các năm đều thấp hơn đáng kể so với các quý còn lại. Điều này có thể do ảnh hưởng của thời tiết cuối năm, mùa mưa bão và nhu cầu du lịch giảm.

- Năm 2023 có sự tăng trưởng tương đối ổn định so với năm 2022 ở hầu hết các quý, cho thấy hoạt động kinh doanh và khả năng thu hút khách của resort được cải thiện.

- Tuy nhiên, đến năm 2024, tổng lượt khách giảm mạnh so với hai năm trước. Mặc dù số khách trung bình mỗi ngày vẫn ở mức khá cao trong quý II và quý III, nhưng tổng lượt khách thực tế thấp hơn nhiều. Điều này cho thấy có thể resort bị ảnh hưởng bởi yếu tố thị trường, tình hình kinh tế hoặc dữ liệu chưa phản ánh đầy đủ toàn bộ lượng khách thực tế.

- Số ngày mở cửa giữa các quý tương đối ổn định, dao động từ 89 đến 92 ngày, nên sự thay đổi về lượt khách chủ yếu đến từ nhu cầu thị trường và khả năng thu hút khách của resort.

2.2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.4 Kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2022-2024

Năm	Quý	Doanh thu (Tỷ VNĐ)	Chi phí (Tỷ VNĐ)	Lợi Nhuận (Tỷ VNĐ)
2022	Q1	35	27	8
	Q2	45	33	12
	Q3	60	45	15
	Q4	40	30	10
2023	Q1	38	28	10
	Q2	48	35	13
	Q3	65	48	17
	Q4	44	34	10
2024	Q1	40	30	10
	Q2	50	37	13

	Q3	70	51	19
	Q4	50	37	13

Nguồn: (Thông tin từ Resort cung cấp)

Nhận xét:

*Doanh thu tăng trưởng: Doanh thu của doanh nghiệp có xu hướng tăng trưởng qua các năm cho thấy hoạt động kinh doanh ngày càng hiệu quả (10%-12%)

*Lợi nhuận ổn định: Lợi nhuận của doanh nghiệp cũng tăng đều qua các năm, cho thấy khả năng sinh lời tốt

*Chi phí: Chi phí cũng tăng theo doanh thu, tuy nhiên tỷ lệ tăng trưởng của chi phí thấp hơn so với doanh thu, điều này cho thấy doanh nghiệp đang kiểm soát tốt chi phí

*Từ số liệu trên, có thể thấy hoạt động kinh doanh nhà hàng tại resort trong giai đoạn 2022-2024 đã đạt kết quả tích cực, với doanh thu, lượng khách và hiệu quả chi phí đều tăng trưởng qua từng năm. Tuy nhiên, hoạt động vẫn chịu ảnh hưởng rõ rệt bởi tính mùa vụ, khi doanh thu và lượng khách tập trung nhiều vào quý III hằng năm. Do đó, nhà hàng cần có các giải pháp nhằm thu hút khách trong mùa thấp điểm, đồng thời tiếp tục duy trì chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của phân khúc khách hàng cao cấp

2.3. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

2.3.1. Giới thiệu về dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

a. Vị trí, không gian nhà hàng

Vị trí tầm nhìn: Nhà hàng Aqua Vista nằm ở tầng trệt (ground floor), gần khu sảnh và khu lưu trú chính, thuận tiện cho khách dùng buffet sáng hoặc các bữa ăn trong ngày

Không gian nhà hàng: Không gian xung quanh nhà hàng, các khu ăn uống đều nằm trong tổng thể kiến trúc mở, bao quanh bởi cây xanh, hồ nước và lối đi nội khu. Điều này giúp du khách khi di chuyển từ phòng nghỉ đến nhà hàng không chỉ thuận tiện mà còn có cảm giác như đang dạo trong một khu vườn sinh thái. Một số khu vực còn có chỗ ngồi ngoài trời (alfresco), kết nối trực tiếp với thiên nhiên, tạo trải nghiệm thư giãn và thoáng đãng hơn so với không gian kín

b. Thực đơn buffet sáng tại Koi

Buffet sáng tại Koi mang đến hơn 50 món ăn, được chế biến từ nguyên liệu tươi ngon, đảm bảo chất lượng và dinh dưỡng. buffet sáng tại đây mang phong cách quốc tế với sự đa dạng của món ăn Việt Nam, món Á – Âu và thực đơn lành mạnh dành cho khách ăn kiêng hoặc theo chế độ dinh dưỡng đặc biệt

**** Khu vực món ăn Việt Nam***

Món nước truyền thống:

- Phở bò tái – chín, ăn kèm rau thơm và quẩy giòn
- Bún bò Huế, nước dùng đậm đà, đầy đủ thịt bò, giò heo
- Bún riêu cua, nước dùng thanh ngọt, ăn kèm mắm tôm
- Mì Quảng tôm thịt, sợi mì vàng dai, nước dùng béo ngậy

Món ăn nhẹ:

- Bánh cuốn nóng, nhân thịt băm, mộc nhĩ, chấm cùng nước mắm chua ngọt
- Bánh mì Việt Nam, ăn kèm pate, thịt nguội, chả lụa, bơ đường
- Cháo trắng, ăn kèm cá kho, trứng muối, gà, thịt băm, hành phi và tiêu thơm

lùng

**** Khu vực món ăn Á – Âu***

Món ăn Hàn:

- Kimchi cải thảo, kimchi củ cải, salad rong biển
- Dim sum: Há cảo tôm, xiu mại, bánh bao xá xíu

Món Âu cao cấp:

- Bò hầm rượu vang, thịt bò mềm tan, nước sốt đậm đà
- Cá hồi áp chảo sốt chanh leo, thịt cá tươi, thơm béo
- Mì Ý sốt bò băm, sốt kem nấm, phô mai Parmesan rắc trên mặt
- Khoai tây nghiền bơ sữa, ăn kèm thịt nguội

Khu vực bánh ngọt & tráng miệng:

- Bánh tươi mới nướng mỗi sáng:
- + Bánh croissant bơ, mềm xốp, ăn kèm mứt dâu
- + Bánh muffin chocolate, bánh tart trứng
- + Waffles, pancakes, ăn cùng mật ong và kem tươi
- Trái cây tươi: Dưa hấu, xoài, dứa, nho, thanh long, chuối, táo

- Các loại sữa chua và hạt dinh dưỡng

Khu vực đồ uống:

- Cà phê Việt Nam: Đậm đà, pha theo phong cách phin truyền thống
- Cà phê Espresso, Cappuccino, Latte
- Trà nóng: Trà hoa cúc, trà xanh, trà gừng mật ong
- Nước ép tươi: Cam, dưa hấu, táo, detox chanh sả

c. Thời gian & Giá Buffet Sáng

Giờ phục vụ: 06:30 – 10:00 sáng hàng ngày

Giá buffet sáng:

- + Người lớn: 800.000 VNĐ/người (tùy thời điểm & ưu đãi)
- + Trẻ em (5 – 11 tuổi): 340.000 VNĐ
- + Trẻ dưới 4 tuổi: Miễn phí

2.3.2. Mô tả khảo sát về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

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

Đối tượng khảo sát là khách hàng đã sử dụng dịch vụ buffet sáng tại Koi. Tác giả liên hệ với ban quản lý và nhân viên của nhà hàng để nhờ sự hỗ trợ. Số phiếu phát ra là 132, thu về được 120 phiếu đảm bảo yêu cầu phân tích.

Nội dung khảo sát gồm 2 phần: 1. Thông tin cá nhân khách hàng. 2. Đánh giá của khách hàng về mức độ hài lòng và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Resoet. Các mục hỏi được tham khảo từ Lê Thái Phụng (2024) và có điều chỉnh để phù hợp với dịch vụ buffet sáng tại Resoet. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đánh giá, tương ứng với 1-Rất không đồng ý đến 5-Rất đồng ý.

Bảng 2.5: Các mục hỏi về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại resort

Mục hỏi	Mã hóa
Món ăn và đồ uống	MADU
Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn.	MADU1
Món ăn có hương vị thơm ngon.	MADU2
Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới.	MADU3
Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút.	MADU4
Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	MADU5
Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.	MADU6
Nhân viên phục vụ	NVPV
Nhân viên thân thiện, nhiệt tình.	NVPV1
Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp.	NVPV2
Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng.	NVPV3
Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.	NVPV4
Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp.	NVPV5
Nhân viên có thể tự nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ.	NVPV6
Cơ sở vật chất và không gian	CSVC
Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ.	CSVC1
Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ.	CSVC2
Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện.	CSVC3
Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu.	CSVC4
Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái.	CSVC5
Nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, tiện nghi.	CSVC6
Quy trình phục vụ	QTPP
Công tác tiếp đón khách hàng được thực hiện chuyên nghiệp.	QTPP1
Khách hàng được cung cấp thông tin và hướng dẫn sử dụng dịch vụ buffet sáng	QTPP2

Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời và nhanh chóng.	QTPP3
Quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống một cách đầy đủ.	QTPP4
Dụng cụ ăn uống đã qua sử dụng được dọn dẹp để tạo không gian thoải mái cho khách tiếp tục sử dụng dịch vụ	QTPP5
Sự hài lòng của khách hàng	SHLKH
Dịch vụ buffet sáng của khách sạn đem lại những trải nghiệm tích cực cho quý khách	SHLKH1
Quý khách sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách sạn nếu có cơ hội	SHLKH2
Quý khách sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân về dịch vụ buffet sáng của khách sạn	SHLKH3

Với việc sử dụng thang đo 5 mức độ, thì giá trị khoảng cách là 0,8. Do đó, ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình được diễn giải như Bảng 2.4

Bảng 2.6. Ý nghĩa của từng mức giá trị trung bình

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

(Nguồn: Lê Thái Phụng, 2022)

2.3.3. Kết quả khảo sát sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

2.3.3.1. Mô tả đặc điểm khách hàng tham gia khảo sát

Dựa vào bảng 2.7, một số đặc điểm nổi bật của khách hàng tham gia khảo sát như sau:

Về giới tính, số lượng nam giới chiếm đa số với 65 người, tương đương 65%. Nữ giới có 55 người tham gia, chiếm tỉ lệ 35%.

Xét về độ tuổi, nhóm 36-45 tuổi có số lượng tham gia đông nhất với 51 người, chiếm (51%). Kế đến là nhóm 25-35 tuổi với 38 người (31,7%), và nhóm 46-55 tuổi với 16 người (13.4%). Nhóm dưới 25 tuổi và trên 55 tuổi có số lượng ít hơn, lần lượt là 5 người (4.1%) và 10 người (8.3%).

Cuối cùng, xét về quốc tịch, khách Việt có số lượng tham gia nhiều nhất với 45 người (37.5%)Tiếp theo là khách Trung với 25 người (20.8%) khách Hàn với 30 người (25%). Khách Anh chiếm tỉ lệ thấp nhất với 20 người, tương đương 16.7%.

Bảng 2.7: Đặc điểm khách hàng tham gia khảo sát

Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ
Giới tính		
Nam	65	65%
Nữ	55	55%
Độ tuổi		
Dưới 25 tuổi	5	4.1%
25-35 tuổi	38	31.7%
36-45 tuổi	51	42.5%
46-55 tuổi	16	13.4%
Trên 55 tuổi	10	8.3%
Quốc tịch		
Việt Nam	45	37.5%
Anh	20	16.7%
Hàn	30	25%
Trung	25	20.8%

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

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

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng nhìn chung khá hài lòng với dịch vụ buffet sáng của khách sạn, với điểm trung bình là 4,1/5,0, được đánh giá ở mức tốt.

Phần lớn khách đều cảm thấy có trải nghiệm tích cực khi sử dụng dịch vụ, thể hiện qua mức điểm 4.5 cho câu hỏi liên quan đến cảm nhận chung – một con số rất ấn tượng. Bên cạnh đó, 4.1 điểm cho thấy đa số khách sẵn sàng quay lại dùng buffet nếu có dịp, chứng tỏ chất lượng dịch vụ đã tạo được sự tin tưởng.

Tuy nhiên, khi nói đến việc giới thiệu cho bạn bè hay người thân, mức điểm chỉ đạt 3,5 – điều này cho thấy vẫn còn một số khách chưa thực sự ấn tượng đến mức muốn chia sẻ trải nghiệm của mình. Đây cũng là một điểm mà khách sạn có thể lưu ý, để tiếp tục cải thiện chất lượng và tạo ra những dấu ấn đặc biệt hơn trong lòng khách hàng.

Bảng 2.8: Kết quả đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn

Mục hỏi	Điểm trung bình	Nhận xét
Dịch vụ buffet sáng của khách sạn đem lại những trải nghiệm tích cực cho quý khách	4,5	Rất hài lòng
Quý khách sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ buffet sáng của khách sạn nếu có cơ hội	4,5	Rất hài lòng
Quý khách sẽ giới thiệu cho bạn bè, người thân về dịch vụ buffet sáng của khách sạn	3,4	Trung bình
Trung bình	4,1	Hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

2.3.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng

Bảng 2.9: Kết quả đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ buffet sáng

Yếu tố	Điểm trung bình	Nhận xét
Món ăn đồ uống	4,0	Hài lòng
Nhân viên phục vụ	3,9	Hài lòng
Cơ sở vật chất và không gian	4,5	Rất hài lòng
Quy trình phục vụ và thanh toán	3,4	Trung bình
Sự hài lòng của khách hàng	4,0	Hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

*** Nhận xét**

Qua kết quả khảo sát, có thể thấy nhìn chung khách hàng khá hài lòng với dịch vụ buffet sáng. Cụ thể, món ăn và đồ uống được đánh giá tốt với điểm trung bình 4,0, cho thấy thực đơn và chất lượng món ăn đáp ứng được kỳ vọng của khách

hàng. Đội ngũ nhân viên phục vụ cũng được đánh giá khá tốt 3,9 điểm, phản ánh thái độ phục vụ thân thiện, chuyên nghiệp, tuy nhiên vẫn còn một số ý kiến góp ý nhỏ cần được tiếp thu để cải thiện hơn nữa

Điểm nổi bật nhất trong khảo sát là cơ sở vật chất và không gian, đạt 4,5 điểm mức “Rất tốt”. Điều này cho thấy khách hàng đánh giá cao về không gian thoáng đãng, sạch sẽ, tiện nghi của khu vực buffet

Ngược lại, quy trình phục vụ và thanh toán lại là điểm yếu khi chỉ đạt 3,4 điểm, mức “Trung bình”. Đây là vấn đề cần được ưu tiên cải thiện, bởi các thủ tục chậm trễ hoặc thiếu linh hoạt có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm tổng thể của khách hàng

Cuối cùng, mức độ hài lòng chung của khách hàng đạt 4,0 điểm tương ứng “Tốt”, cho thấy dịch vụ buffet sáng nhìn chung đã đáp ứng được nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng, nhưng vẫn còn dư địa để nâng cao chất lượng, đặc biệt là ở khâu phục vụ và thanh toán

a. Món ăn đồ uống

Bảng 2.10: Kết quả đánh giá về món ăn đồ uống

Mục hỏi	Điểm trung bình	Nhận xét
1. Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn.	4.0	Hài Lòng
2. Món ăn có hương vị thơm ngon.	4.3	Rất hài lòng
3. Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới.	3.4	Trung bình
4. Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút.	4.5	Rất hài lòng
5. Đồ uống có chất lượng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	4.1	Hài lòng
6. Món ăn và đồ uống đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm.	4.0	Hài lòng
Trung bình	4.0	Hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

***Nhận xét**

Dựa trên kết quả khảo sát ý kiến khách hàng về món ăn và đồ uống trong buffet sáng của khách sạn, nhìn chung, chất lượng dịch vụ được đánh giá khá tốt với điểm trung bình chung là 4.0/5. Trong đó, món ăn được khen nhiều nhất về hương vị thơm ngon 4.3 điểm Rất tốt và cách trình bày đẹp mắt, thu hút 4.5 điểm, cho thấy khách hàng khá hài lòng với trải nghiệm ăn uống.

Ngoài ra, các tiêu chí như thực đơn đa dạng 4.0 điểm, đồ uống chất lượng 4.1 điểm và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm 4.0 điểm đều được đánh giá ở mức tốt, cho thấy khách sạn đang làm khá tốt trong việc duy trì chất lượng dịch vụ ổn định.

Tuy nhiên, nguyên liệu sử dụng trong món ăn chỉ đạt 3.4 điểm, được đánh giá ở mức trung bình, đây là điểm cần lưu ý cải thiện để tăng thêm sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng.

b. Nhân viên phục vụ

Bảng 2.11: Kết quả đánh giá về nhân viên phục vụ

Mục hỏi	Điểm trung bình	Nhận xét
7. Nhân viên thân thiện, nhiệt tình.	4,0	Hài lòng
8. Tác phong phục vụ của nhân viên thể hiện sự chuyên nghiệp.	4,3	Rất hài lòng
9. Nhân viên hiểu rõ về các món ăn, đồ uống để tư vấn cho khách hàng.	3,5	Hài lòng
10. Nhân viên đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.	4,0	Hài lòng
11. Nhân viên xử lý các tình huống phát sinh một cách chuyên nghiệp.	4,0	Hài lòng
12. Nhân viên có thể tự nhận biết nhu cầu của khách hàng để chủ động phục vụ.	3,5	Hài lòng
Trung bình	3,9	Hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

***Nhận xét**

Theo kết quả khảo sát từ khách hàng về đội ngũ nhân viên phục vụ tại buffet sáng của khách sạn, nhìn chung, dịch vụ được đánh giá khá tích cực với điểm trung bình là 3.9/5, tương ứng với mức tốt

Điểm nổi bật nhất là tác phong phục vụ chuyên nghiệp của nhân viên với 4.3 điểm, cho thấy khách hàng đánh giá cao sự chẩn chu và thái độ làm việc nghiêm túc. Ngoài ra, các tiêu chí như thân thiện, nhiệt tình, phản hồi nhanh, hay xử lý tình huống linh hoạt đều đạt 4.0 điểm, cho thấy nhân viên đã tạo được cảm giác dễ chịu và đáng tin cậy trong quá trình phục vụ

Tuy nhiên, một vài khía cạnh vẫn còn cần cải thiện, cụ thể là khả năng hiểu rõ về món ăn để tư vấn cho khách và tự nhận biết nhu cầu để phục vụ chủ động, cả hai tiêu chí này chỉ đạt 3.5 điểm. Điều này cho thấy nhân viên vẫn còn thiếu một chút về kiến thức sản phẩm và khả năng quan sát tinh tế để phục vụ khách tốt hơn.

c. Cơ sở vật chất và không gian

Bảng 2.12: Kết quả đánh giá kết quả về cơ sở vật chất và không gian

Mục hỏi	Điểm trung bình	Nhận xét
13. Nhà hàng được thiết kế phù hợp với phong cách phục vụ.	4,2	Rất hài lòng
14. Không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ.	4,5	Rất hài lòng
15. Bàn ghế được sắp xếp hợp lý, tạo cảm giác thoải mái và thuận tiện.	4,6	Rất hài lòng
16. Hệ thống âm thanh trong nhà hàng phù hợp, tạo không gian dễ chịu.	4,5	Rất hài lòng
17. Nhiệt độ trong nhà hàng luôn được điều chỉnh hợp lý, tạo cảm giác thoải mái.	4,5	Rất hài lòng
18. Nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, tiện nghi.	4,5	Rất hài lòng
Trung bình	4,5	Rất hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

***Nhận xét**

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng về cơ sở vật chất và không gian của dịch vụ buffet sáng tại resort, có thể thấy khách hàng đánh giá rất cao ở hạng mục này với điểm trung bình lên đến 4.5/5, tương ứng với mức rất tốt.

Hầu hết các yếu tố đều đạt điểm số ấn tượng: không gian nhà hàng thoáng đãng, sạch sẽ 4.5 điểm, bàn ghế sắp xếp hợp lý, tiện lợi 4.6 điểm, hệ thống âm thanh 4.5 điểm và nhiệt độ bên trong nhà hàng luôn được điều chỉnh phù hợp 4.5 điểm. Những con số này cho thấy khách sạn đã làm rất tốt trong việc tạo ra một không gian ăn uống thoải mái, dễ chịu và thuận tiện cho khách hàng.

Ngoài ra, khu vực nhà vệ sinh cũng nhận được đánh giá cao với 4.5 điểm, khẳng định sự quan tâm của khách sạn đến vệ sinh và tiện nghi trong từng chi tiết nhỏ.

d. Quy trình phục vụ và thanh toán

Bảng 2.13: Đánh giá kết quả về quy trình phục vụ và thanh toán

Mục hỏi	Điểm trung bình	Nhận xét
19. Công tác tiếp đón khách hàng được thực hiện chuyên nghiệp.	3,9	Hài lòng
20. Khách hàng được hướng dẫn sử dụng dịch vụ buffet sáng một cách nhiệt tình.	3,3	Trung bình
21. Bổ sung đồ ăn, thức uống kịp thời và nhanh chóng.	3,5	Hài lòng
22. Quan sát và bổ sung dụng cụ ăn uống một cách đầy đủ.	3,3	Trung bình
23. Dọn dẹp các dụng cụ ăn uống để tạo không gian thoải mái cho khách tiếp tục sử dụng dịch vụ buffet sáng.	3,5	Hài lòng
Trung bình	3,5	Hài lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát khách hàng

****Nhận xét***

Qua kết quả khảo sát về quy trình phục vụ và thanh toán trong dịch vụ buffet sáng của khách sạn, có thể thấy mức độ hài lòng của khách hàng ở mức khá, với điểm trung bình là 3.4/5, được xếp vào mức tốt, tuy nhiên vẫn còn một số điểm cần cải thiện

Khách hàng đánh giá công tác tiếp đón chuyên nghiệp (3.9 điểm) và việc dọn dẹp khu vực ăn uống để tạo không gian thoải mái (3.5 điểm) ở mức tốt, cho thấy nhân viên đã phân nào đảm bảo sự gọn gàng và niềm nở trong khâu phục vụ

Tuy nhiên, một số yếu tố khác lại chỉ ở mức trung bình, chẳng hạn như: hướng dẫn khách sử dụng dịch vụ một cách nhiệt tình (3.3 điểm) và bổ sung dụng cụ ăn uống đầy đủ (3.3 điểm). Những điểm này cho thấy trải nghiệm của khách vẫn chưa thực sự trọn vẹn, có thể gây ra sự thiếu tiện nghi hoặc cảm giác bị "bỏ quên" trong quá trình sử dụng buffet

2.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

2.4.1. Món ăn đồ uống

****Lựa chọn nguyên liệu***

Nguồn gốc nguyên liệu: Koi hợp tác với các nhà cung cấp thực phẩm uy tín trong nước và quốc tế để đảm bảo nguyên liệu luôn đạt chất lượng cao. Tất cả nguyên liệu thực phẩm như hải sản tươi sống, thịt bò Mỹ, gà hữu cơ, và rau quả tươi đều được nhập từ các nguồn đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm

Nguyên liệu tươi mới: Mọi nguyên liệu trong bếp đều được nhập hàng ngày, từ rau quả đến thịt cá, luôn đảm bảo chất lượng và độ tươi mới nhất. Hải sản được nhập trực tiếp từ các chợ hải sản lớn và các nhà cung cấp uy tín để đảm bảo độ tươi

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

****Quy trình chế biến***

Vệ sinh an toàn thực phẩm: Quy trình chế biến tại Koi luôn tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Bếp được khử trùng liên tục, và các

dụng cụ chế biến như dao, thớt, nồi, chảo luôn được vệ sinh sạch sẽ trước và sau mỗi lần sử dụng

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

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

****Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm tại Koi***

Kiểm tra nhiệt độ: Đảm bảo các món ăn, đặc biệt là hải sản, thịt gia cầm và thịt đỏ, phải được nấu chín đến nhiệt độ yêu cầu (ví dụ: thịt bò chín tới 63°C, thịt gà đạt 75°C)

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

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

2.4.2. Nhân viên phục vụ

****Số lượng, cơ cấu theo giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn***

Bảng 2.14 Nguồn lực của Koi Resort & Spa Đà Nẵng

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Độ tuổi	Trình độ chuyên môn
		Nam	Nữ		
Bộ phận tiền sảnh	25	10	15	22-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận buồng phòng	88	36	52	22-40 tuổi	42 người tốt nghiệp đại học 46 người tốt nghiệp cao đẳng
Bộ phận nhà hàng	92	55	37	25-35 tuổi	38 người tốt nghiệp đại học 54 người tốt nghiệp cao đẳng

Bộ phận bếp	40	24	16	20-45 tuổi	12 người tốt nghiệp đại học 28 người tốt nghiệp cao đẳng
Bộ phận nhân sự	17	7	10	22-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận kinh doanh	10	4	6	25-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận kế toán	14	5	9	25-35 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận bán hàng và tiếp thị	25	10	15	25-30 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận IT	5	5	0	25-30 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận kỹ thuật	20	16	4	25-50 tuổi	Tất cả đều tốt nghiệp đại học
Bộ phận an ninh	15	15	0	20-45 tuổi	10 người tốt nghiệp cao đẳng 5 người tốt nghiệp THPT
Tổng số lượng	351	187	164	-	-

(Nguồn: bộ phận nhân sự Koi Resort & Spa Đà Nẵng Da Nang)

***Phong cách phục vụ của nhân viên phục vụ**

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

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

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

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

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

Chia ca: Ca sáng – Ca chiều – Ca tối (hoặc theo nhu cầu thực tế của nhà hàng). Sắp xếp chông ca khi có giờ cao điểm (trưa, tối, cuối tuần, lễ Tết) để luôn có đủ người. Cần có dự phòng nhân sự (người thay thế khi có người nghỉ phép hoặc phát sinh khẩn cấp)

Phân vai trò rõ ràng: Tổ trưởng phục vụ có nhiệm vụ quản lý nhân sự ca đó, kiểm tra chất lượng phục vụ, điều phối khi đông khách. Nhân viên chính có nhiệm vụ ghi món, phục vụ chính, giao tiếp trực tiếp với khách. Nhân viên phụ/hỗ trợ: có nhiệm vụ bê món, dọn bàn, rót nước, mang thực đơn, hỗ trợ setup

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

Đào tạo kỹ năng đồng đều: Tất cả nhân viên cần được đào tạo kiến thức cơ bản như: quy trình phục vụ, giao tiếp, xử lý tình huống, vệ sinh an toàn thực phẩm... Nhân viên có thể luân chuyển vị trí khi cần, đảm bảo không bị phụ thuộc quá mức vào một cá nhân

Phối hợp nhóm hiệu quả: Khi khách yêu cầu thay đổi hoặc phát sinh tình huống, các nhân viên phải liên hệ ngay với bếp, thu ngân, tổ trưởng để xử lý nhanh chóng. Tổ chức họp giao ca để cập nhật tình hình, chia sẻ kinh nghiệm và phân công cụ thể mỗi ca. Dùng công cụ hỗ trợ (hệ thống đặt món, máy POS, bộ đàm nội bộ...) để tăng hiệu quả giao tiếp trong nội bộ

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

2.4.3. Cơ sở vật chất và không gian

****Diện tích, không gian, view***

Tổng diện tích nhà hàng tầm cỡ 500m² nhà hàng được thiết kế theo kiểu không gian mở, kết hợp hậu hiện đại. Phong cách kiến trúc chủ đạo có sự hòa quyện của nét hậu hiện đại và cổ điển. Từng đường nét trang trí đều được chần chu, tinh tế. Bên cạnh đó, khách sạn còn sử dụng những đường cong parabol bắt mắt và màu xanh mang đậm hơi thở biển khơi. Nằm trên tầng 32, Nhà hàng Altitude được bao

quanh bởi những ô cửa kính trong suốt có view hướng ra thiên nhiên, mở ra tầm nhìn toàn cảnh tuyệt đẹp ôm trọn thành phố bên dòng sông Hàn, tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên tạo cảm giác gần gũi, dễ chịu và thơ mộng

****Các khu vực***

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

Khu vực trong nhà dành cho khách: gồm các không gian thư giãn, phòng ăn, quầy bar hoặc lounge, được bài trí ấm cúng, tiện nghi, tạo điều kiện để khách nghỉ ngơi, gặp gỡ hoặc thưởng thức ẩm thực

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

Quầy bar được bố trí kín đáo ở phía trong, tạo nên một không gian riêng tư, yên tĩnh, tách biệt khỏi khu vực đón khách và phòng ăn

**** Bàn ghế, nội thất***

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

**** Hệ thống âm thanh – ánh sáng – nhiệt độ***

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

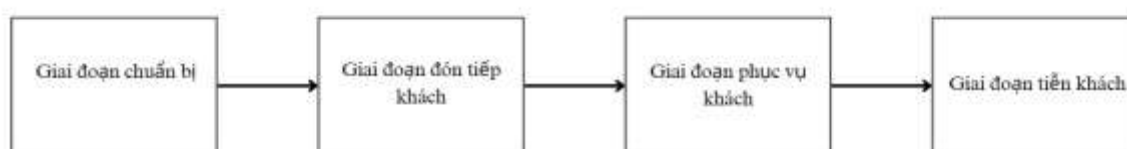
Ánh sáng: Ban ngày tận dụng ánh sáng tự nhiên qua kính lớn. Ban đêm sử dụng đèn trần, đèn bàn và đèn trang trí, ánh sáng màu vàng ấm tạo cảm giác thư giãn

Nhiệt độ, thông gió: Khu trong nhà: máy lạnh công suất lớn, chạy ổn định, giữ nhiệt độ từ 25–27°C. Khu vực bếp trong có quạt công nghiệp bố trí đều, đảm bảo thoát khí và dễ chịu cả mùa hè

***Nhà vệ sinh**

Có 3 phòng vệ sinh riêng biệt nam, nữ và phòng dành cho người khuyết tật nằm ở cuối khu vực trong nhà. Diện tích mỗi phòng: khoảng 6m². Trang bị gương lớn, bồn rửa, xả phòng nước và giấy đầy đủ. Khử mùi tự động, lau dọn theo ca 2–3 tiếng/lần. Sàn chống trơn, có thùng rác riêng từng buồng

2.4.4. Quy trình phục vụ:



Nguồn: Nhà hàng cung cấp

Hình 2.4: Sơ đồ quy trình phục vụ

*** Giai đoạn chuẩn bị**

Kiểm tra vệ sinh khu vực nhà hàng: sàn, bàn ghế, khăn trải bàn, ly tách, dụng cụ buffet

Kiểm tra số lượng và chất lượng món ăn, đồ uống buffet

Setup đầy đủ dụng cụ: dao, nĩa, muỗng, đĩa, ly, khăn giấy trên bàn

Đảm bảo bếp mở, quầy buffet, quầy pha chế sạch sẽ, sẵn sàng hoạt động

*** Giai đoạn đón tiếp khách**

Nhân viên lễ tân trực cửa chào khách: “ Chào buổi sáng quý khách, chúc quý khách một ngày tốt lành ”

Kiểm tra số phòng, số khách ăn sáng (dựa trên danh sách đặt phòng)

Dẫn khách đến bàn đã được setup sẵn, hỏi khách có nhu cầu bàn riêng, bàn gần cửa sổ, hoặc bàn lớn cho gia đình

Giới thiệu sơ qua vị trí quầy buffet, bếp mở, quầy đồ uống

*** Giai đoạn phục vụ khách**

Nhân viên phục vụ bàn: Chủ động hỏi khách có nhu cầu nước uống (trà, cà phê, nước ép). Định kỳ đi kiểm tra, dọn đĩa/ly bẩn, châm thêm khăn giấy, thay dao

nữa nếu cần. Luôn quan sát để kịp thời hỗ trợ khách (giúp lấy món, tư vấn món đặc biệt, giới thiệu món địa phương)

Nhân viên bếp và refill buffet: Đảm bảo món ăn luôn đầy đủ, được refill kịp thời. Kiểm tra nhiệt độ thực phẩm nóng, lạnh, thay chảo, món mới khi gần cạn. Vệ sinh quầy buffet thường xuyên, tránh rơi vãi thức ăn.

Nhân viên pha chế (nếu có quầy cà phê, trà, nước ép): Pha chế theo yêu cầu, đảm bảo phục vụ nhanh, đẹp mắt. Kiểm tra ly, tách sạch sẽ, không bị sứt mẻ

*** Giai đoạn tiễn khách**

Khi khách chuẩn bị rời bàn, phục vụ nhanh chóng dọn dẹp, xếp ghế gọn gàng

Lễ tân/chủ nhà hàng chào khách: “ Cảm ơn quý khách đã dùng bữa tại nhà hàng, chúc quý khách một ngày tuyệt vời ”

Dọn dẹp, set up lại bàn để sẵn sàng đón lượt khách tiếp theo

2.5. Đánh giá chung về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

2.5.1. Những ưu điểm

Qua kết quả khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại khách sạn, có thể thấy phần lớn khách hàng đánh giá tích cực về các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ. Điều này cho thấy khách sạn đã có những nỗ lực đáng kể trong việc nâng cao chất lượng phục vụ, đáp ứng tương đối tốt nhu cầu và mong đợi của khách hàng. Những ưu điểm nổi bật được thể hiện thông qua chất lượng món ăn và đồ uống, đội ngũ nhân viên phục vụ, cơ sở vật chất và không gian nhà hàng cũng như quy trình phục vụ.

Chất lượng món ăn và đồ uống là một trong những yếu tố được khách hàng đánh giá cao nhất. Các món ăn trong thực đơn buffet sáng được chế biến phù hợp với khẩu vị của nhiều đối tượng khách, từ khách nội địa đến khách quốc tế. Nguồn nguyên liệu được lựa chọn kỹ lưỡng, đảm bảo độ tươi ngon và chất lượng, góp phần tạo nên hương vị hấp dẫn cho các món ăn. Thực đơn buffet khá đa dạng với nhiều nhóm món ăn khác nhau như món ăn truyền thống Việt Nam, món ăn quốc tế, các loại bánh, trái cây tươi, nước ép và đồ uống nóng. Sự đa dạng này giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn trong bữa ăn sáng, đồng thời đáp ứng được nhu cầu và sở thích của nhiều đối tượng khách khác nhau. Hình thức trình bày món ăn được chú

trọng với cách sắp xếp khoa học, gọn gàng và đẹp mắt, tạo cảm giác hấp dẫn và kích thích vị giác. Công tác đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm được thực hiện tương đối tốt trong quá trình chế biến, bảo quản và phục vụ, giúp khách hàng cảm thấy yên tâm khi sử dụng dịch vụ.

Đội ngũ nhân viên phục vụ cũng là một điểm mạnh đáng ghi nhận của nhà hàng. Nhân viên luôn thể hiện thái độ thân thiện, lịch sự và nhiệt tình trong quá trình phục vụ khách hàng. Khi khách đến sử dụng dịch vụ, nhân viên chủ động chào đón, hướng dẫn vị trí ngồi và sẵn sàng hỗ trợ khi khách có nhu cầu. Tác phong làm việc chuyên nghiệp, nhanh nhẹn và trách nhiệm giúp quá trình phục vụ diễn ra thuận lợi, hạn chế tình trạng khách phải chờ đợi lâu. Khả năng giao tiếp và xử lý tình huống của nhân viên tương đối tốt, đặc biệt trong việc giải quyết các yêu cầu phát sinh của khách hàng. Sự tận tâm và thái độ phục vụ tích cực của nhân viên đã góp phần tạo nên môi trường phục vụ thân thiện, giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm và tôn trọng trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ.

Cơ sở vật chất và không gian nhà hàng là yếu tố tiếp theo nhận được nhiều đánh giá tích cực từ khách hàng. Khu vực buffet sáng được thiết kế rộng rãi, thoáng mát và có tính thẩm mỹ cao, tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng khi dùng bữa. Hệ thống bàn ghế được bố trí hợp lý, giúp khách dễ dàng di chuyển và lựa chọn món ăn. Không gian nhà hàng luôn được duy trì sạch sẽ, gọn gàng, tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng ngay từ khi bước vào khu vực phục vụ. Hệ thống ánh sáng, điều hòa và âm thanh được điều chỉnh phù hợp, góp phần tạo nên bầu không khí dễ chịu trong suốt thời gian dùng bữa. Các trang thiết bị phục vụ như quầy buffet, dụng cụ ăn uống và khu vực chế biến được đầu tư tương đối đầy đủ và đảm bảo điều kiện sử dụng. Khu vực vệ sinh cũng được chú trọng giữ gìn sạch sẽ và tiện nghi, đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách hiệu quả.

Quy trình phục vụ buffet sáng được tổ chức khá khoa học và hiệu quả. Công tác đón tiếp khách được thực hiện chu đáo, nhân viên luôn chủ động hướng dẫn và hỗ trợ khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Các món ăn tại quầy buffet được bổ sung tương đối kịp thời, hạn chế tình trạng thiếu món trong giờ cao điểm. Công tác vệ sinh và thu dọn bàn ăn được thực hiện thường xuyên, giúp duy trì không gian nhà hàng sạch sẽ và tạo sự thuận tiện cho khách hàng tiếp theo. Sự phối hợp giữa các bộ

phận trong nhà hàng diễn ra tương đối nhịp nhàng, góp phần đảm bảo chất lượng phục vụ ổn định. Nhờ đó, khách hàng có thể sử dụng dịch vụ một cách thuận tiện, thoải mái và ít gặp phải những bất tiện trong quá trình dùng bữa.

Nhìn chung, những ưu điểm về chất lượng món ăn và đồ uống, đội ngũ nhân viên phục vụ, cơ sở vật chất và không gian nhà hàng cũng như quy trình phục vụ đã góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn. Đây là những yếu tố quan trọng giúp gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho khách sạn và tạo nền tảng thuận lợi cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống.

2.5.2. Những hạn chế

Bên cạnh những ưu điểm đáng kể mà dịch vụ buffet sáng của khách sạn đã đạt được, vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được cải thiện để nâng cao chất lượng phục vụ. Một trong những điểm cần chú ý là chất lượng nguyên liệu sử dụng trong món ăn, đặc biệt là vấn đề tươi mới của nguyên liệu. Dù hương vị món ăn được đánh giá khá cao, song việc nguyên liệu chưa đảm bảo độ tươi mới đã khiến một số khách hàng chưa hoàn toàn yên tâm về chất lượng đầu vào của các món ăn. Điều này có thể tạo ra sự nghi ngờ đối với những khách hàng có yêu cầu cao về an toàn vệ sinh thực phẩm và chất lượng nguyên liệu. Việc duy trì nguồn cung tươi mới, ổn định sẽ giúp tăng cường sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng, đồng thời tạo nên ấn tượng tốt về sự chuyên nghiệp của khách sạn.

Về đội ngũ nhân viên phục vụ, mặc dù thái độ phục vụ của nhân viên được đánh giá cao và nhận được nhiều phản hồi tích cực về sự thân thiện và nhiệt tình, nhưng khả năng tư vấn món ăn và sự chủ động trong việc nhận biết nhu cầu của khách hàng vẫn còn hạn chế. Cụ thể, nhân viên chưa hoàn toàn chủ động trong việc giới thiệu các món ăn đặc trưng hoặc đưa ra những lời khuyên phù hợp dựa trên khẩu vị của khách. Điều này có thể làm giảm đi trải nghiệm ẩm thực của khách, khiến họ cảm thấy thiếu sự quan tâm và chu đáo trong việc phục vụ. Để nâng cao chất lượng phục vụ, khách sạn cần tập trung vào đào tạo kỹ năng tư vấn sản phẩm cho nhân viên và phát triển khả năng nhận diện nhu cầu của khách để tạo sự hài lòng tối đa.

Một yếu tố quan trọng khác cần lưu ý là quy trình phục vụ và thanh toán. Dù công tác tiếp đón khách hàng được thực hiện chuyên nghiệp, nhưng việc hướng dẫn khách sử dụng dịch vụ buffet sáng một cách nhiệt tình vẫn chưa được thực hiện đầy đủ. Đặc biệt, công tác bổ sung món ăn và dụng cụ ăn uống chưa được thực hiện kịp thời trong một số tình huống, gây ra sự gián đoạn trong quá trình sử dụng dịch vụ. Sự chậm trễ này đã phần nào ảnh hưởng đến sự hài lòng chung của khách hàng, làm giảm đi sự ấn tượng tốt về dịch vụ của khách sạn. Để cải thiện vấn đề này, khách sạn cần rà soát và điều chỉnh lại quy trình phục vụ để đảm bảo tính liên tục và kịp thời trong việc cung cấp đồ ăn, đồ uống và các dụng cụ cần thiết cho khách

Cuối cùng, một điểm cần được lưu ý là mức độ sẵn sàng giới thiệu dịch vụ buffet sáng của khách sạn cho bạn bè, người thân chỉ đạt mức trung bình. Mặc dù nhiều khách hàng cảm thấy hài lòng với dịch vụ (được thể hiện qua ý định quay lại sử dụng dịch vụ), nhưng họ vẫn chưa thực sự cảm thấy ấn tượng đủ để chia sẻ và quảng bá dịch vụ cho người khác. Điều này cho thấy rằng dù chất lượng dịch vụ đã đạt được một mức độ nhất định, nhưng khách sạn vẫn chưa tạo ra những dấu ấn đặc biệt hoặc trải nghiệm đáng nhớ để khách hàng cảm thấy muốn chia sẻ với những người xung quanh. Để khắc phục tình trạng này, khách sạn cần phát triển các chiến lược marketing nội bộ và các chương trình khuyến mãi để kích thích sự chia sẻ của khách hàng, từ đó gia tăng sự phổ biến và uy tín của dịch vụ

*** Nguyên nhân**

Nguyên nhân khách quan: có thể thấy rằng chất lượng dịch vụ buffet sáng chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bên ngoài mà khách sạn khó kiểm soát hoàn toàn. Một trong những nguyên nhân đáng chú ý là tình trạng quá tải vào giờ cao điểm. Trong những khung giờ từ 7 giờ đến 9 giờ sáng, lượng khách đổ về dùng bữa thường đông vượt dự kiến, gây áp lực lớn lên đội ngũ nhân viên phục vụ. Hậu quả là nhân viên khó có thể đảm bảo phục vụ kịp thời, dẫn đến tình trạng chậm bổ sung món ăn, dụng cụ ăn uống hoặc không kịp dọn dẹp khu vực ăn uống, ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách. Bên cạnh đó, sự đa dạng về quốc tịch, văn hóa và khẩu vị của khách lưu trú tại khách sạn, đặc biệt tại các khách sạn quốc tế, cũng đặt ra yêu cầu cao cho việc xây dựng thực đơn buffet. Việc đáp ứng đầy đủ nhu cầu ẩm thực của các nhóm khách đến từ nhiều quốc gia như Hàn Quốc, Nhật Bản, châu Âu,

Trung Quốc hay Việt Nam đòi hỏi khách sạn phải có sự nghiên cứu kỹ lưỡng, đầu tư công phu. Tuy nhiên, hiện tại khách sạn vẫn chưa thực hiện tốt khâu này, dẫn đến thực đơn chưa thực sự phong phú, gây ra sự thiếu hụt trải nghiệm đối với một số nhóm khách. Ngoài ra, việc phụ thuộc vào nguồn cung cấp nguyên liệu, nhất là các nguyên liệu nhập khẩu theo mùa vụ, khiến khách sạn gặp khó khăn trong việc duy trì độ tươi ngon ổn định của món ăn. Khi nguồn cung bị gián đoạn hoặc chất lượng nguyên liệu không đạt yêu cầu, điều này tất yếu sẽ tác động tiêu cực đến chất lượng dịch vụ mà khách hàng cảm nhận được.

Nguyên nhân chủ quan: các yếu tố nội tại của khách sạn đã góp phần không nhỏ làm hạn chế chất lượng dịch vụ buffet sáng. Đầu tiên phải kể đến công tác đào tạo nhân viên, vốn chưa được triển khai đồng bộ và bài bản. Đội ngũ nhân viên phục vụ, đặc biệt là nhân viên mới hoặc nhân viên thời vụ, chưa được trang bị đầy đủ kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý tình huống cũng như kiến thức về các món ăn, dẫn đến khả năng tư vấn khách hàng còn hạn chế. Hệ quả là khi khách cần tư vấn lựa chọn món phù hợp, nhân viên khó đáp ứng tốt, làm giảm sự hài lòng của khách. Thêm vào đó, quy trình phục vụ, đặc biệt là quy trình bổ sung món ăn, dụng cụ ăn uống, vẫn tồn tại nhiều bất cập. Hiện nay, khách sạn chưa xây dựng được một quy trình chặt chẽ, thiếu sự phân công nhiệm vụ cụ thể và thiếu cơ chế giám sát thường xuyên, khiến việc bổ sung diễn ra chậm trễ, chỉ thực hiện khi có yêu cầu từ khách, thay vì chủ động. Điều này không chỉ làm giảm tính chuyên nghiệp trong mắt khách hàng mà còn ảnh hưởng đến hiệu quả vận hành của cả bộ phận F&B. Cuối cùng, hoạt động truyền thông và marketing nội bộ cũng là một nguyên nhân quan trọng nhưng dễ bị bỏ qua. Việc chưa có các chương trình quảng bá hấp dẫn, chưa xây dựng được các chiến dịch truyền thông để tạo dấu ấn mạnh mẽ khiến dịch vụ buffet sáng chưa thực sự nổi bật trong tâm trí khách hàng. Dù khách cảm thấy hài lòng khi trải nghiệm, nhưng họ chưa có đủ động lực và ấn tượng để giới thiệu dịch vụ đến người thân, bạn bè, khiến khả năng lan tỏa thương hiệu của nhà hàng bị hạn chế.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BUFFET SÁNG TẠI KOI RESORT & SPA ĐÀ NẴNG

3.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của nhà hàng

3.1.1. Mục tiêu phát triển

Nhà hàng xác định rõ ràng mục tiêu phát triển trong ngắn hạn và dài hạn nhằm khẳng định vị thế là một trong những resort 5 sao hàng đầu tại Đà Nẵng. Với tầm nhìn mang đến những trải nghiệm lưu trú cao cấp, dịch vụ ẩm thực, đặc biệt là buffet sáng đạt chuẩn quốc tế, resort hướng tới phục vụ đa dạng đối tượng khách hàng, từ khách du lịch trong nước đến khách quốc tế, từ khách nghỉ dưỡng gia đình, cặp đôi đến khách công tác

Để duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh, resort đề ra mục tiêu duy trì tốc độ tăng trưởng lượng khách lưu trú hàng năm, đặc biệt chú trọng khai thác hiệu quả vào các mùa cao điểm du lịch như dịp hè, lễ tết, hoặc các sự kiện quốc tế tổ chức tại Đà Nẵng. Song song đó, resort đặt trọng tâm vào việc không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú, ẩm thực, tiện ích nhằm đáp ứng tốt hơn kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng, từ đó gia tăng tỷ lệ khách hàng trung thành và tỷ lệ quay lại

Một mục tiêu quan trọng khác là phát triển bền vững đi đôi với tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh, đảm bảo biên lợi nhuận ổn định qua từng năm. Điều này đòi hỏi resort phải có những chiến lược đồng bộ từ chất lượng sản phẩm dịch vụ, quản trị vận hành, quản lý nhân sự đến tiếp thị thương hiệu và chăm sóc khách hàng

3.1.2. Định hướng phát triển

Định hướng dịch vụ: Nhà hàng xác định lấy khách hàng làm trung tâm trong mọi hoạt động. Đặc biệt, dịch vụ buffet sáng – một trong những dịch vụ được khách hàng quan tâm nhất – được ưu tiên cải tiến liên tục về chất lượng món ăn, đa dạng hóa thực đơn, đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, nâng cao phong cách phục vụ, từ đó nâng cao trải nghiệm tổng thể của khách

Định hướng cơ sở vật chất: Khách sạn tiếp tục đầu tư bảo trì, nâng cấp không gian lưu trú và nhà hàng Aqua Vista – nơi phục vụ buffet sáng, duy trì sự sang trọng, hiện đại nhưng vẫn tạo cảm giác gần gũi, ấm cúng. Việc tận dụng tối đa ưu

điểm về vị trí đắc địa, kiến trúc hiện đại, tầm nhìn biển của khách sạn sẽ góp phần tạo ra không gian trải nghiệm độc đáo, khác biệt.

Định hướng nhân sự: Nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố then chốt. Nhà hàng chú trọng nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng phục vụ, giao tiếp ngoại ngữ cho nhân viên. Đặc biệt, đào tạo đội ngũ nhân viên phục vụ buffet sáng với kỹ năng tư vấn món ăn, chăm sóc khách hàng tinh tế, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách quốc tế.

Định hướng thị trường: Nhà hàng đẩy mạnh hoạt động marketing, quảng bá thương hiệu Koi trên các nền tảng quốc tế như TripAdvisor, Agoda, Booking.com..., kết hợp mở rộng hợp tác với các công ty lữ hành, hãng hàng không, đơn vị tổ chức sự kiện để thu hút khách du lịch từ các thị trường trọng điểm như Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, châu Âu.

Định hướng bền vững: Theo xu hướng du lịch xanh, resort áp dụng các biện pháp tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu rác thải nhựa, tăng cường sử dụng nguyên liệu địa phương trong dịch vụ ăn uống. Việc phát triển bền vững không chỉ giúp khách sạn nâng cao hình ảnh thương hiệu mà còn góp phần bảo vệ môi trường

3.2. Giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resoert & Spa Đà Nẵng

3.2.1. Món ăn đồ uống

Đa dạng hóa thực đơn: Một thực đơn đa dạng chính là chìa khóa để thu hút và giữ chân khách hàng, đặc biệt trong bối cảnh khách sạn phục vụ cả khách nội địa và khách quốc tế với những khẩu vị, thói quen ẩm thực khác nhau. Khách sạn cần thường xuyên cập nhật, làm mới thực đơn buffet sáng, thay đổi theo tuần hoặc theo mùa để tránh sự nhàm chán. Việc bổ sung các món ăn đặc sản địa phương như mì Quảng, bánh bèo, bánh nậm, bánh bột lọc, bún chả cá, gỏi cá Nam Ô... không chỉ giúp quảng bá văn hóa ẩm thực Đà Nẵng mà còn mang đến trải nghiệm thú vị cho khách quốc tế, giúp họ có cơ hội khám phá nét đặc sắc vùng miền ngay tại bàn ăn. Bên cạnh món Việt, khách sạn cũng nên kết hợp các món châu Á (cháo, súp, dimsum, sushi, mì xào, cơm chiên) và món Âu (trứng chiên, trứng luộc, xúc xích, bacon, bánh mì bơ mút, salad, phô mai, ngũ cốc ăn sáng). Sự kết hợp này không chỉ giúp thỏa mãn đa dạng khẩu vị mà còn tạo cảm giác mới mẻ, thú vị. Đặc biệt, khách

sạn cần quan tâm đến nhu cầu thay đổi món luân phiên, tránh để cùng một thực đơn lặp lại hằng ngày

Nâng cao chất lượng món ăn: Bên cạnh yếu tố đa dạng, chất lượng món ăn mới chính là “trái tim” của dịch vụ buffet sáng. Tất cả món ăn cần được chế biến từ nguyên liệu tươi ngon, rõ nguồn gốc, đảm bảo tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm. Việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín, kiểm tra chất lượng nguyên liệu đầu vào hằng ngày, và giám sát quá trình chế biến là những khâu quan trọng cần được thực hiện nghiêm túc. Đặc biệt, các món nóng như súp, phở, mì, cháo, cơm... cần được giữ nóng bằng các thiết bị chuyên dụng để đảm bảo hương vị, tránh tình trạng nguội lạnh, mất đi độ ngon vốn có. Ngoài ra, khách sạn nên quan tâm đến kỹ thuật nấu ăn của đầu bếp, ưu tiên phương pháp chế biến lành mạnh (hấp, luộc, áp chảo) để giữ được dinh dưỡng và hương vị tự nhiên, đồng thời giảm thiểu dầu mỡ, phù hợp xu hướng ăn uống khỏe mạnh hiện nay. Một điểm quan trọng khác là khâu thử món và đánh giá định kỳ. Khách sạn có thể tổ chức các buổi kiểm tra nội bộ, lấy ý kiến khách hàng thân thiết hoặc chuyên gia ẩm thực để không ngừng cải tiến chất lượng món ăn

Cải thiện cách trình bày món ăn: Một bàn buffet hấp dẫn không chỉ thỏa mãn vị giác mà còn phải cuốn hút thị giác. Cách bày biện món ăn bắt mắt, hài hòa màu sắc, sáng tạo trong trang trí sẽ tạo ấn tượng mạnh và nâng tầm trải nghiệm của khách hàng. Khách sạn nên đào tạo đội ngũ bếp và nhân viên phục vụ kỹ năng decor món ăn. Chẳng hạn, món salad có thể được bày theo hình bông hoa, món bánh có thể cắt sẵn thành miếng nhỏ trang trí lá bạc hà, trái cây cắt hình ngôi sao, trái tim... Ngoài ra, khu vực buffet cần được bố trí khoa học, phân khu rõ ràng (món nóng, món nguội, bánh ngọt, tráng miệng, đồ uống), biển tên món ăn song ngữ Việt – Anh để khách dễ nhận biết. Đặc biệt, tại các giờ cao điểm, việc bố trí lối đi thông thoáng, tiện lợi là vô cùng cần thiết để tránh ùn tắc, tạo cảm giác thoải mái cho khách

Đa dạng hóa đồ uống: Đồ uống là phần không thể thiếu trong buffet sáng. Ngoài các lựa chọn truyền thống như trà, cà phê, nước ép cam, dưa hấu, khách sạn có thể bổ sung thêm các loại nước detox thanh lọc, smoothie từ rau củ quả tươi, sữa hạt (hạnh nhân, óc chó, hạt điều), hoặc các loại trà thảo mộc như trà hoa cúc, trà

gừng, trà sen. Bên cạnh đó, việc sáng tạo ra các loại nước uống “signature” mang dấu ấn riêng của khách sạn (ví dụ: Altara Detox, Altara Sunrise) sẽ giúp ghi dấu ấn thương hiệu và tạo ra điểm khác biệt trên thị trường

Cải thiện khu vực bánh và tráng miệng: Khu vực bánh ngọt và tráng miệng thường là điểm nhấn cuối cùng, góp phần hoàn thiện bữa sáng buffet. Khách sạn nên chú trọng đến chất lượng các loại bánh mì, croissant, muffin, bánh tart... đảm bảo nướng mới hằng ngày để giữ được mùi thơm, độ mềm và độ giòn. Ngoài ra, trái cây theo mùa, sữa chua homemade, granola, hạt khô, mứt, mật ong... cũng nên được bổ sung để khách có nhiều lựa chọn, vừa ngon miệng vừa tốt cho sức khỏe. Phân bày trí khu vực này cũng nên được chăm chút tỉ mỉ, tạo thành một “góc ngọt ngào” để khách chụp ảnh check-in, gián tiếp giúp quảng bá khách sạn trên mạng xã hội

3.2.2. Nhân viên phục vụ

Tăng cường đào tạo nghiệp vụ:

Kỹ năng phục vụ buffet: bao gồm cách sắp xếp, set up khu vực buffet, kỹ năng refill món ăn nhanh chóng, kiểm soát vệ sinh khu vực, đảm bảo bàn tiệc luôn sạch sẽ, thơm mát và đầy đủ

Kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống: đào tạo nhân viên biết cách giao tiếp khéo léo, lắng nghe nhu cầu, giải quyết linh hoạt các yêu cầu hoặc khiếu nại của khách như thiếu món, khách dị ứng thực phẩm, yêu cầu đặc biệt...

Thực hành thực tế: tổ chức các buổi “giả lập” tình huống thực tế để nhân viên rèn luyện kỹ năng phản xạ, ứng xử nhạy bén khi tiếp xúc với khách hàng

Việc đào tạo không chỉ diễn ra trước khi nhân viên bắt đầu công việc mà cần được lặp lại định kỳ để cập nhật kiến thức, cải thiện điểm yếu và tiếp thu các xu hướng dịch vụ mới trong ngành khách sạn nhà hàng

Nâng cao kỹ năng giao tiếp ngoại ngữ: Với đặc điểm đón tiếp đông đảo khách quốc tế, Altara Suites Đà Nẵng cần đặc biệt chú trọng nâng cao kỹ năng giao tiếp ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, cho đội ngũ nhân viên phục vụ. Điều này giúp nhân viên tự tin giới thiệu món ăn, gợi ý thực đơn phù hợp, hướng dẫn khách sử dụng dịch vụ và giải thích rõ ràng khi có sự cố phát sinh. Ngoài tiếng Anh, khách sạn cũng có thể xem xét mở thêm các lớp đào tạo cơ bản về tiếng Hàn, tiếng Trung

hoặc tiếng Nhật, nhằm phục vụ tốt hơn các nhóm khách phổ biến, đồng thời tạo ra sự khác biệt, nâng cao tính cạnh tranh so với các khách sạn khác

Thái độ phục vụ thân thiện, nhiệt tình: Thái độ phục vụ chính là “chìa khóa vàng” quyết định sự hài lòng của khách hàng. Một nhân viên thân thiện, niềm nở, luôn mỉm cười và sẵn sàng giúp đỡ sẽ khiến khách hàng cảm thấy được tôn trọng, trân trọng. Khách sạn cần:

Đặt ra chuẩn mực về thái độ phục vụ: nhân viên luôn chủ động chào hỏi, mỉm cười, giữ giọng nói nhẹ nhàng, tránh cãi vã, to tiếng tại khu vực buffet

Khuyến khích sự nhiệt tình, tận tâm: nhân viên sẵn sàng tư vấn món ăn, gợi ý món phù hợp khẩu vị khách, giúp khách lựa chọn thực đơn nếu khách phân vân

Ghi nhận, khen thưởng nhân viên xuất sắc: tổ chức vinh danh nhân viên được khách khen ngợi, tạo động lực để toàn đội ngũ nỗ lực phục vụ tốt hơn

Chủ động nhận biết nhu cầu khách hàng: Một nhân viên chuyên nghiệp không chỉ chờ khách yêu cầu mà còn biết quan sát, chủ động nhận diện nhu cầu để phục vụ kịp thời. Điều này đòi hỏi nhân viên có kỹ năng quan sát tinh tế, phản xạ nhanh nhạy, chẳng hạn như:

Kịp thời thay bát đĩa, dao nĩa đã sử dụng

Bổ sung nước uống, cà phê, trà khi thấy ly của khách đã gần cạn

Hỗ trợ khách lấy món ăn tại quầy, đặc biệt là người lớn tuổi, trẻ em hoặc khách gặp khó khăn

Hỏi thăm ý kiến khách sau bữa ăn để nắm bắt cảm nhận và cải thiện dịch vụ

Sự chu đáo, tận tình này sẽ mang lại cảm giác được quan tâm, chăm sóc, giúp khách hàng gắn bó và có thiện cảm hơn với thương hiệu

Giám sát và đánh giá định kỳ: Để duy trì và nâng cao chất lượng phục vụ, khách sạn cần xây dựng cơ chế giám sát, đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên. Các biện pháp có thể áp dụng bao gồm:

Lấy ý kiến phản hồi của khách hàng: thông qua phiếu khảo sát, phỏng vấn ngắn hoặc email sau khi khách lưu trú

Kiểm tra nội bộ định kỳ: quản lý giám sát trực tiếp trong các ca làm việc, nhận diện điểm mạnh – điểm yếu của nhân viên

Khen thưởng – kỷ luật minh bạch: kịp thời ghi nhận, thưởng cho nhân viên phục vụ tốt; đồng thời nhắc nhở, hỗ trợ đào tạo lại những nhân viên chưa đạt yêu cầu

Việc đánh giá cần dựa trên các tiêu chí cụ thể như: sự nhanh nhẹn, thái độ thân thiện, khả năng giải quyết tình huống, mức độ hài lòng của khách...

Xây dựng văn hóa dịch vụ: Cuối cùng, để nâng tầm chất lượng dịch vụ, Altara Suites cần hình thành văn hóa dịch vụ xuyên suốt, giúp tất cả nhân viên hiểu rõ mục tiêu chung: “Sự hài lòng của khách hàng là ưu tiên hàng đầu.” Văn hóa này cần được nuôi dưỡng qua:

Truyền thông nội bộ thường xuyên: chia sẻ những câu chuyện đẹp về phục vụ khách hàng, lan tỏa tinh thần tích cực

Đào tạo giá trị cốt lõi: giúp nhân viên hiểu rõ vai trò của mình, nâng cao lòng tự hào nghề nghiệp

Đặt ra các khẩu hiệu dễ nhớ: ví dụ “Mỉm cười là món quà miễn phí quý giá nhất,” hoặc “Altara tận tâm từ chi tiết nhỏ nhất”

Khi nhân viên có ý thức phục vụ từ tâm, khách sạn sẽ tạo ra một môi trường dịch vụ ấm áp, gần gũi, và chuyên nghiệp – điều mà thực khách không chỉ cảm nhận mà còn sẵn lòng chia sẻ, giới thiệu đến bạn bè, người thân

3.2.3. Cơ sở vật chất không gian

Bảo trì và nâng cấp cơ sở vật chất: Để đảm bảo không gian buffet luôn ở trong trạng thái tốt nhất, khách sạn cần xây dựng kế hoạch bảo trì định kỳ cho toàn bộ hệ thống cơ sở vật chất, bao gồm:

Bàn ghế: Kiểm tra độ chắc chắn, vệ sinh bề mặt, thay thế các ghế bị lung lay, bàn bị trầy xước hoặc hư hỏng

Quầy thức ăn: Đảm bảo quầy buffet sạch sẽ, bề mặt không bị bong tróc, kính chắn thức ăn trong suốt và chắc chắn, các thiết bị hâm nóng, tủ lạnh trưng bày hoạt động ổn định

Hệ thống điều hòa, âm thanh, ánh sáng: Kiểm tra công suất điều hòa, đảm bảo làm mát đồng đều toàn bộ không gian. Hệ thống loa cần được bảo trì để âm thanh phát ra nhẹ nhàng, không bị rè, tránh gây khó chịu. -Ánh sáng nên thay thế ngay các bóng đèn hỏng, điều chỉnh cường độ sáng phù hợp với từng thời điểm trong ngày

Thiết bị bổ sung: Các thiết bị như máy pha cà phê, máy ép nước trái cây, lò nướng bánh, tủ hâm nóng cần được kiểm tra thường xuyên, vệ sinh sạch sẽ, thay mới nếu cần thiết để đảm bảo an toàn thực phẩm và duy trì chất lượng dịch vụ

Việc bảo dưỡng định kỳ không chỉ giúp giảm thiểu rủi ro hỏng hóc bất ngờ, mà còn góp phần duy trì hình ảnh chuyên nghiệp, chín chu, mang lại sự yên tâm tuyệt đối cho khách hàng

Cải thiện không gian nhà hàng: Cách bố trí không gian đóng vai trò then chốt trong việc mang lại sự thoải mái, riêng tư và tiện lợi cho thực khách. Khách sạn nên xem xét:

Sắp xếp bàn ghế hợp lý: Đảm bảo khoảng cách tối thiểu giữa các bàn để khách dễ dàng di chuyển, trò chuyện mà không bị ảnh hưởng bởi bàn bên cạnh. Cần bố trí lối đi đủ rộng, đặc biệt tại khu vực quầy buffet, nhằm tránh ùn tắc trong giờ cao điểm

Phân khu rõ ràng: Xây dựng khu vực riêng dành cho gia đình có trẻ nhỏ (có ghế trẻ em, không gian rộng để xe đẩy), khu vực yên tĩnh cho khách doanh nhân hoặc khách đi một mình, từ đó đáp ứng đa dạng nhu cầu

Nội thất đồng bộ: Sử dụng nội thất hài hòa với phong cách tổng thể của khách sạn, ưu tiên những thiết kế sang trọng, tinh tế nhưng vẫn đảm bảo sự tiện dụng

Tối ưu hóa ánh sáng và âm thanh: Ánh sáng và âm thanh là hai yếu tố “mềm” nhưng có tác động rất lớn đến cảm nhận của khách hàng

Ánh sáng: Ban ngày, tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên bằng hệ thống cửa kính lớn, tạo cảm giác thoáng đãng, tràn đầy năng lượng. Buổi tối hoặc sáng sớm, sử dụng ánh sáng đèn vàng nhẹ để tạo bầu không khí ấm cúng, dễ chịu

Âm thanh: Lựa chọn nhạc nền phù hợp (nhạc hòa tấu, nhạc acoustic nhẹ nhàng), đảm bảo âm lượng vừa phải để khách hàng cảm thấy thư giãn, không bị ồn ào hay lấn át tiếng trò chuyện. Hệ thống loa cần được bố trí đều để âm thanh phân bổ hài hòa khắp không gian

Nâng cấp khu vực nhà vệ sinh: Khu vực nhà vệ sinh tuy không nằm trực tiếp trong khu vực nhà hàng nhưng lại ảnh hưởng lớn đến ấn tượng tổng thể của khách hàng. Altara Suites nên:

Đảm bảo vệ sinh sạch sẽ, khử mùi thường xuyên

Bổ sung đầy đủ vật dụng cần thiết như giấy vệ sinh, xà phòng rửa tay, nước rửa tay kháng khuẩn

Trang bị nội thất hiện đại, sen vòi cảm ứng, đèn chiếu sáng tiết kiệm điện

Tạo điểm nhấn bằng hương thơm dịu nhẹ, tranh treo tường hoặc cây xanh nhỏ, mang lại cảm giác dễ chịu, thoải mái

Bố trí khu vực buffet khoa học: Một khu vực buffet được phân chia khoa học sẽ giúp khách dễ dàng lựa chọn món ăn, tránh ùn tắc, đặc biệt trong giờ cao điểm

-Phân khu rõ ràng: Chia thành các khu như món nóng (phở, mì, súp), món nguội (salad, sushi), khu vực bánh ngọt, khu vực tráng miệng, đồ uống. Việc này giúp khách hàng định hướng dễ dàng, tiết kiệm thời gian chọn món

-Đặt biển tên song ngữ: Các món ăn cần có biển tên rõ ràng bằng tiếng Việt và tiếng Anh, kèm ghi chú về thành phần (nếu có thể), giúp khách quốc tế dễ nhận diện và lựa chọn phù hợp

-Bố trí quầy hợp lý: Những món ăn phổ biến, thường được nhiều khách lựa chọn nên đặt ở vị trí dễ tiếp cận, để giảm tải ùn tắc. Những món đặc biệt hoặc ít người biết có thể đặt ở góc nhỏ kèm nhân viên hướng dẫn, giới thiệu

3.2.4. Quy trình phục vụ

Chuẩn hóa quy trình đón tiếp khách: Ngay từ giây phút khách bước vào nhà hàng, ấn tượng đầu tiên đóng vai trò rất quan trọng trong việc định hình cảm nhận của họ về dịch vụ. Khách sạn cần xây dựng một quy trình đón tiếp thống nhất, bao gồm:

-Bố trí nhân viên đón khách tại cửa ra vào với thái độ niềm nở, nụ cười thân thiện, đồng thời thực hiện lời chào tiêu chuẩn, thể hiện sự chuyên nghiệp

-Hướng dẫn khách đến bàn ngồi phù hợp (đã được đặt trước hoặc sắp xếp theo số lượng khách đi cùng), kéo ghế lịch sự khi cần, giúp khách cảm thấy được chào đón

-Giới thiệu ngắn gọn cho khách về quy trình buffet sáng, vị trí các quầy đồ ăn, khu vực tráng miệng, đồ uống, khu vực phục vụ đặc biệt (nếu có), giúp khách dễ dàng hòa nhập vào không gian

-Hỏi thăm khách về nhu cầu đặc biệt, ví dụ: ghế trẻ em, yêu cầu ăn chay, dị ứng thực phẩm để kịp thời hỗ trợ

Nâng cao tốc độ và sự chính xác trong phục vụ: Một bữa buffet chất lượng đòi hỏi sự đồng bộ từ quầy thức ăn đến bàn khách, tránh gián đoạn khiến khách mất hứng thú:

- Tại quầy buffet: Nhân viên bếp và phục vụ cần phối hợp nhịp nhàng để đảm bảo các món ăn luôn đầy đủ, nóng sốt (với món nóng) hoặc mát lạnh đúng chuẩn (với món lạnh), không để tình trạng hết món kéo dài. Nhân viên nên chủ động quan sát, bổ sung kịp thời, tránh để khách phải báo thiếu món

- Tại bàn ăn: Đĩa, ly, muỗng, nĩa, đũa cần được bổ sung liên tục. Nếu khách lỡ làm rơi dụng cụ, nhân viên nên nhanh chóng thay mới mà không để khách phải yêu cầu

- Tương tác chủ động: Khi khách tỏ ý cần giúp đỡ (chẳng hạn khó lấy món ở quầy cao), nhân viên nên sẵn sàng hỗ trợ

Quy trình dọn dẹp bàn ăn: Dọn dẹp là một khâu quan trọng, giúp duy trì sự sạch sẽ, gọn gàng và tạo cảm giác dễ chịu trong suốt bữa ăn. Khách sạn cần lưu ý:

- Khi khách dùng xong đĩa hoặc ly, nhân viên nên chủ động quan sát và dọn dẹp nhanh chóng, nhẹ nhàng, hạn chế tiếng ồn, tránh làm phiền khách

- Không nên để bàn ăn tồn đọng nhiều đĩa bẩn, giấy ăn thừa, vì sẽ gây cảm giác lộn xộn, giảm chất lượng trải nghiệm.

- Trong trường hợp khách rời bàn tạm thời (đi lấy món, đi vệ sinh), nhân viên cần chú ý để không dọn nhầm đồ khách còn sử dụng.

Quy trình xử lý phản hồi và khiếu nại: Phản hồi của khách hàng, dù tích cực hay tiêu cực, đều là cơ hội quý giá để cải thiện dịch vụ. Khách sạn cần thiết lập quy trình rõ ràng:

- Tiếp nhận: Khi khách phàn nàn, nhân viên cần chủ động lắng nghe với thái độ cầu thị, không tranh cãi hay đổ lỗi.

- Giải quyết tại chỗ: Nếu vấn đề nằm trong khả năng giải quyết (ví dụ: món ăn bị nguội, hết món, bàn bẩn), nhân viên nên xử lý ngay, đồng thời xin lỗi khách lịch sự.

- Báo cáo cấp trên: Với những vấn đề vượt quá thẩm quyền (ví dụ: khiếu nại về giá cả, chính sách), nhân viên cần báo ngay cho quản lý để có hướng xử lý phù hợp.

-Ghi nhận: Tất cả các phản hồi nên được ghi nhận đầy đủ, phân loại và báo cáo định kỳ để phân tích, tìm ra giải pháp cải tiến lâu dài.

Thanh toán nhanh gọn: Đối với khách không lưu trú mà chỉ sử dụng dịch vụ buffet sáng, khâu thanh toán đóng vai trò cuối cùng, để lại ấn tượng chót lại toàn bộ trải nghiệm

-Đảm bảo quy trình thanh toán diễn ra nhanh chóng, chính xác, tránh để khách chờ đợi lâu

-Đào tạo nhân viên thành thạo nhiều hình thức thanh toán: tiền mặt, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, chuyển khoản, QR code, ví điện tử...

-Có sẵn biên lai/hóa đơn đầy đủ khi khách yêu cầu

-Sau thanh toán, nhân viên nên gửi lời cảm ơn và lời chào tạm biệt thân thiện, gợi nhắc khách quay lại trong lần sau

Thường xuyên rà soát và cải tiến quy trình: Một quy trình dù tốt đến đâu cũng cần được cập nhật liên tục để bắt kịp nhu cầu, xu hướng mới:

-Thực hiện khảo sát định kỳ lấy ý kiến khách hàng về chất lượng phục vụ

-Tổ chức họp nội bộ giữa các bộ phận (bếp, phục vụ, lễ tân, quản lý) để đánh giá quy trình hiện tại, nhận diện điểm chưa hợp lý

-Đào tạo lại nhân viên khi có thay đổi trong quy trình, đảm bảo mọi người đều hiểu rõ và thực hiện đồng nhất

-Khuyến khích nhân viên đóng góp ý kiến cải tiến, từ đó tạo ra văn hóa làm việc tích cực, gắn kết

PHẦN KẾT LUẬN

Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “ *Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng*” đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, hệ thống hóa được các vấn đề lý luận cơ bản, đồng thời phân tích, đánh giá thực trạng một cách khách quan và toàn diện. Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã chỉ ra được những ưu điểm, hạn chế cũng như nguyên nhân của các vấn đề liên quan, từ đó đề xuất các giải pháp thiết thực, khả thi nhằm khắc phục hạn chế, nâng cao hiệu quả hoạt động và mang lại giá trị ứng dụng thực tiễn cao

Kết quả nghiên cứu của khóa luận không chỉ đóng góp về mặt lý thuyết mà còn có ý nghĩa quan trọng đối với thực tiễn, cung cấp những thông tin, luận cứ khoa học cần thiết giúp các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp, cơ quan quản lý có thể tham khảo và áp dụng vào hoạt động thực tiễn. Mặc dù đã có nhiều nỗ lực trong suốt quá trình thực hiện, khóa luận khó tránh khỏi những hạn chế nhất định, chủ yếu do giới hạn về thời gian, phạm vi nghiên cứu và nguồn tư liệu. Tác giả nhận thức rõ những hạn chế này và mong nhận được sự góp ý, phản biện từ giảng viên hướng dẫn, hội đồng chấm khóa luận cùng các nhà nghiên cứu quan tâm để có thể hoàn thiện hơn trong những nghiên cứu sau này

Tác giả xin trân trọng gửi lời cảm ơn chân thành đến giảng viên hướng dẫn đã tận tình chỉ bảo, quý thầy cô trong khoa đã giảng dạy, truyền đạt kiến thức trong suốt quá trình học tập, cùng gia đình và bạn bè đã luôn động viên, hỗ trợ tinh thần để tác giả có thể hoàn thành tốt khóa luận này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương (2008). Giáo trình kinh doanh khách sạn
2. Fornell (1995). Customer Satisfaction and Quality
3. Hansemark và Albinsson (2004). Customer Satisfaction and Retention
4. Philip Kotler (2007). Marketing Management
5. Lê Thái Phụng (2024), Giáo trình Quản trị chất lượng dịch vụ du lịch. Đà Nẵng: NXB Đà Nẵng
6. Báo cáo tài chính của Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng năm 2022-2024
7. Các luận văn trong khoa Khách sạn - Du lịch
8. Các website:
 - <https://altarasuites.com/vi/>
 - <http://www.agoda.com>
 - <http://www.vietnamtourism.gov.vn/>
 - <http://www.ebook.edu.vn/>
 - <http://www.accorhotels.com>

PHỤ LỤC

Phụ Lục 1

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG (TIẾNG VIỆT)

Kính gửi Quý khách hàng

Tôi là Trương Nguyễn Minh Hoàng, sinh viên của trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng. Tôi đang nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng Đà Nẵng. Kính mong Quý khách dành ít phút để hoàn thành phiếu khảo sát này. Mọi phản hồi của Quý khách đều rất quý giá đối với nghiên cứu của tôi. Thông tin khảo sát sẽ được bảo mật và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn Quý khách !

Phần 1: Thông tin cá nhân

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ
2. Độ tuổi: ☐ Dưới 25 tuổi ☐ 25 – 35 tuổi
☐ 36 – 45 tuổi ☐ 46 – 55 tuổi ☐ Trên 55 tuổi
3. Quý khách có đang lưu trú tại khách sạn Altara Suites Đà Nẵng không?
☐ Có ☐ Không
4. Đây là lần thứ mấy Quý khách sử dụng dịch vụ buffet sáng tại khách sạn Altara Suites Đà Nẵng: ☐ Lần đầu tiên ☐ 2 - 4 lần ☐ Trên 4 lần

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

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

1 Rất không hài lòng, 2 Không hài lòng, 3 Bình thường, 4 Hài lòng, 5 Rất hài lòng

Tiêu chí	Đánh giá				
	1	2	3	4	5
1. Món ăn và đồ uống					
Thực đơn đa dạng, cung cấp nhiều lựa chọn hấp dẫn					
Món ăn có hương vị thơm ngon					
Nguyên liệu sử dụng trong món ăn luôn tươi mới					
Cách trình bày món ăn đẹp mắt và thu hút					

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

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

2. Quý khách vui lòng cho biết một số góp ý để nâng cao chất lượng dịch vụ buffet sáng tại Koi Resort & Spa Đà Nẵng & Spa Đà Nẵng

.....

.....

.....

.....

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

PHỤ LỤC 2:

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG (TIẾNG ANH)

Dear Valued Guests,

My name is Trương Nguyễn Minh Hoàng, a student at Danang Architecture University. I am currently conducting research on customer satisfaction with the breakfast buffet service at Altara Suites Danang. I kindly request your valuable time to complete this survey. Your feedback is highly appreciated and essential for my research. All responses will be kept confidential and used solely for research purposes.

Thank you very much for your support!

Part 1: Personal Information

1. Gender:

☐ Male ☐ Female

2. Age:

☐ Under 25 ☐ 25 – 35 ☐ 36 – 45 ☐ 46 – 55 ☐ Over 55

3. Are you currently staying at Altara Suites Da Nang?

☐ Yes ☐ No

4. How many times have you used the breakfast buffet service at Altara Suites Da Nang?

☐ First time ☐ 2 – 4 times ☐ More than 4 times

Part 2: Evaluation of Customer Satisfaction with the Resort's Breakfast Buffet Service

Please indicate your level of agreement with the following statements:

1 -Very dissatisfied, 2 -Dissatisfied, 3 - Neutral, 4 - Satisfied, 5 - Very satisfied

Criteria	Details				
	1	2	3	4	5
1. Food and Beverages					
Diverse menu offering attractive options					
Delicious and flavorful dishes					

Fresh ingredients used in all dishes					
Attractive and appealing food presentation					
High-quality beverages meeting customer needs					
Food and beverages ensuring food safety and hygiene					
2. Service Staff					
Friendly and enthusiastic staff					
Staff's appearance demonstrates professionalism					
Staff have clear knowledge about dishes and beverages to consult customers					
Staff quickly respond to customer requests					
Staff handle arising situations professionally					
Staff proactively recognize customer needs for better service					
3. Facilities and Space					
Restaurant design suits the service style					
Restaurant space is airy and clean					
Areas are logically arranged for comfort and convenience					
Sound system creates a pleasant atmosphere					
Temperature is adjusted appropriately for comfort					
Restrooms are always clean and convenient					
4. Service Process					
Customer reception is handled professionally					
Customers are provided with information and guidance on breakfast buffet service					
Dishes are replenished promptly and served hot					
Observing and replenishing utensils adequately					
Used dishes are promptly cleared to maintain a clean space					
5. Customer Experience					
Breakfast buffet service provides a positive experience for customers					
Customers would continue to use the breakfast buffet service if					

given the opportunity					
Customers would recommend the breakfast buffet service to friends and family					

2. Please provide any suggestions to improve the quality of the breakfast buffet service at Koi Resort & Spa Đà Nẵng Danang:

.....

.....

.....

.....

Thank you for taking the time to complete this survey!