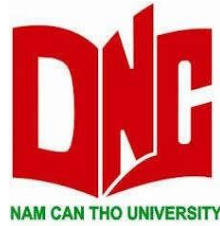


**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN NHÀ HÀNG**



BÙI THỊ BÍCH NGÂN

**XÁC ĐỊNH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NHÀ HÀNG
NINH KIỀU REVERSIDE**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP
NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH**

Mã số ngành: 7810103

Tháng 05 – Năm 2021

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA DU LỊCH VÀ QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN NHÀ HÀNG

BÙI THỊ BÍCH NGÂN

MSSV: 177670

**XÁC ĐỊNH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NHÀ HÀNG
NINH KIỀU REVERSIDE**

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

NGÀNH: QUẢN TRỊ DỊCH VỤ DU LỊCH VÀ LỮ HÀNH

Mã số ngành: 7810103

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

ThS. NGUYỄN THÀNH PHƯỚC

Tháng 05 – Năm 2021

LỜI CẢM ƠN

Qua khoảng thời gian học tập và rèn luyện tại trường Trường Đại Học Nam Cần Thơ, được sự chỉ bảo và giảng dạy nhiệt tình của quý thầy cô, đã truyền đạt cho em những kiến thức hết sức bổ ích về chuyên môn cũng như những kinh nghiệm sống quý báu. Nhờ vậy em đã hoàn thành báo cáo thực tập tốt nghiệp của mình.

Từ những kết quả đã đạt được, em xin chân thành cảm ơn:

Quý thầy cô trường Trường Đại Học Nam Cần Thơ đã dạy dỗ và truyền đạt kiến thức cho em trong thời gian qua. Đặc biệt, là thầy ThS. Nguyễn Thành Phước đã tận tình hướng dẫn giúp em có thêm quyết tâm để hoàn thành tốt bài báo cáo tốt nghiệp này.

Do kiến thức còn hạn hẹp nên không tránh khỏi những thiếu sót trong quá trình hoàn thành bài báo cáo. Em rất mong nhận được những đóng góp ý kiến của thầy để bài báo cáo tốt nghiệp này đạt được kết quả tốt hơn.

Cuối cùng em xin kính chúc toàn thể quý thầy, cô trường Đại Học Nam Cần Thơ có nhiều sức khỏe và ngày càng thành công trong công việc.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

BÙI THỊ BÍCH NGÂN

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam kết khóa luận này được hoàn thành dựa trên các kết quả nghiên cứu của tôi và các kết quả nghiên cứu này chưa được dùng cho bất cứ báo cáo tốt nghiệp cùng cấp nào khác.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2021

Người thực hiện

BÙI THỊ BÍCH NGÂN

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the entire width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Giảng viên hướng dẫn

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.

Giảng viên phản biện

MỤC LỤC

Trang

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	2
1.2.1 Mục tiêu chung.....	2
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 PHẠM VI NGHIÊN CỨU	2
1.3.1 Phạm vi không gian.....	2
1.3.2 Phạm vi thời gian	2
1.3.3 Đối tượng nghiên cứu.....	2
1.4 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI	2
1.5 BỐ CỤC CỦA ĐỀ TÀI.....	3
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	4
2.1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	4
2.1.1 Khái niệm và phân loại nhà hàng.....	4
2.1.2 Khái niệm và đặc tính của dịch vụ	4
2.1.3 Tổng quan về chất lượng dịch vụ.....	5
2.1.4 Tổng quan về sự hài lòng của khách hàng	7
2.1.5 Lược khảo tài liệu nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng	9
2.2 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT, CÁC GIẢ THUYẾT	11
2.2.1 Cơ sở đề xuất mô hình nghiên cứu.....	11
2.2.2 Giải thích các nhân tố trong mô hình và đề xuất các giả thuyết	19
CHƯƠNG 3 THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	21
3.1 QUY TRÌNH THỰC HIỆN NGHIÊN CỨU	21
3.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	21
3.2.1 Phương pháp nghiên cứu định tính	21
3.2.2 Phương pháp nghiên cứu định lượng	22
3.2.3 Phương pháp thu thập số liệu	22

3.2.4 Phương pháp phân tích số liệu	22
3.3 XÂY DỰNG THANG ĐO CÁC NHÂN TỐ	22
3.3.1 Thang đo của biến “Phương tiện hữu hình”	22
3.3.2 Thang đo của biến “Sự tin cậy”	23
3.3.3 Thang đo của biến “Khả năng đáp ứng”	24
3.3.4 Thang đo của biến “Sự đồng cảm”	24
3.3.5 Thang đo của biến “Sự đảm bảo”	25
3.3.6 Thang đo của biến “Giá cả cảm nhận”	25
3.3.7 Thang đo của biến “Sự hài lòng”	26
CHƯƠNG 4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	27
4.1 GIỚI THIỆU VỀ NHÀ HÀNG NINH KIỀU RIVERSIDE	27
4.1.1 Giới thiệu chung.....	27
4.1.2 Chức năng	27
4.1.3 Nhiệm vụ	27
4.2 THỰC TRẠNG NHÀ HÀNG NINH KIỀU RIVERSIDE	28
4.3 MÔ TẢ MẪU NGHIÊN CỨU.....	29
4.3.1 Về độ tuổi.....	29
4.3.2 Về giới tính.....	30
4.3.3 Về học vấn.....	30
4.3.4 Về thu nhập	31
4.4 ĐÁNH GIÁ CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI THANG ĐO	31
4.4.1 Đối với thang đo phương tiện hữu hình	32
4.4.2 Đối với thang đo sự tin cậy	32
4.4.3 Đối với thang đo khả năng đáp ứng	34
4.4.4 Đối với thang đo sự đồng cảm	35
4.4.5 Đối với thang đo sự đảm bảo	35
4.4.6 Đối với thang đo sự giá cả cảm nhận	37
4.4.7 Đối với thang đo sự hài lòng	37
CHƯƠNG 5 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	39

5.1 KẾT LUẬN	39
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	39
5.2.1 Hàm ý quản trị đối với giới tính.....	39
5.2.2 Hàm ý đối với độ tuổi	40
5.2.3 Hàm ý đối với thu nhập.....	40
5.2.4 Hàm ý đối với mức độ đảm bảo	41
5.2.5 Hàm ý đối với giá cả cảm nhận.....	41
5.2.6 Hàm ý về mức độ đáp ứng	42
5.2.7 Hàm ý về sự đồng cảm.....	42
5.3 HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI.....	43
TÀI LIỆU THAM KHẢO	44
PHỤ LỤC 1	46
PHỤ LỤC 2	49

DANH SÁCH BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 3.1: Diễn giải thang đo Phương tiện hữu hình.....	23
Bảng 3.2: Diễn giải thang đo Sự tin cậy	23
Bảng 3.3: Diễn giải thang đo Khả năng đáp ứng	24
Bảng 3.4: Diễn giải thang đo Sự đồng cảm	24
Bảng 3.5: Diễn giải thang đo Sự đảm bảo	25
Bảng 3.6: Diễn giải thang đo giá cả cảm nhận.....	25
Bảng 3.7: Diễn giải thang đo sự hài lòng.....	26
Bảng 4.1: Độ tuổi của khách hàng	29
Bảng 4.2: Giới tính của khách hàng.....	30
Bảng 4.3: Học vấn của khách hàng.....	30
Bảng 4.4: Thu nhập của khách hàng	31
Bảng 4.5: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo phương tiện hữu hình	32
Bảng 4.6: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo sự tin cậy	33
Bảng 4.7: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo khả năng đáp ứng	34
Bảng 4.8: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo sự đồng cảm	35
Bảng 4.9: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo sự đảm bảo	36
Bảng 4.10: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo giá cả cảm nhận.....	37
Bảng 4.11: Cảm nhận của khách hàng đối với thang đo sự hài lòng.....	38

DANH SÁCH HÌNH

	<i>Trang</i>
Hình 2.1 Mô hình SERVQUAL của Parasuraman	11
Hình 2.2 Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman.....	13
Hình 2.3: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVPERF	15
Hình 2.4 Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ (ACSI)	15
Hình 2.5 Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng các quốc gia EU	17
Hình 2.6: Mô hình nghiên cứu đề xuất	19
Hình 3.1: Quy trình thực hiện nghiên cứu	21

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CLDV	:	Chất lượng dịch vụ
TPCT	:	Thành phố Cần Thơ