



POSTER

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÀ TRUYỀN MIỆNG ĐIỆN TỬ TRONG NHÀ HÀNG PHÚ NHUẬN THUỘC KHÁCH SẠN MƯỜNG THANH

Tác giả:

Trần Quang Trung

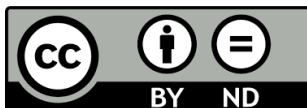
Đào Thị Thảo Linh

Đơn vị:

Khoa Du lịch

Năm xuất bản:

2026



Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và truyền miệng điện tử trong nhà hàng Phú Nhuận thuộc khách sạn Mường Thanh © 2026 bởi **Trần Quang Trung, Đào Thị Thảo Linh** được cấp phép theo **CC BY-ND 4.0**.

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Dương Vũ Mạnh Duy

Sinh viên thực hiện: Trần Quang Trung

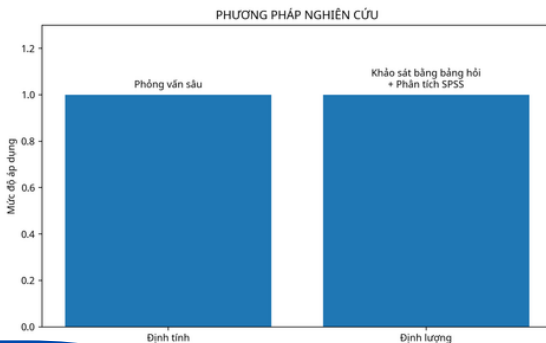
Đào Thị Thảo Linh

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá tác động của các thành phần chất lượng dịch vụ đến hành vi truyền miệng điện tử (eWOM) của khách hàng tại Nhà hàng Phú Nhuận – Khách sạn Mường Thanh Luxury Sài Gòn. Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính và định lượng, trong đó dữ liệu được thu thập thông qua phỏng vấn sâu và khảo sát bằng bảng hỏi, sau đó xử lý bằng phần mềm để phân tích và đánh giá các yếu tố nghiên cứu. Nhằm khẳng định nâng cao chất lượng dịch vụ là giải pháp quan trọng để thúc đẩy eWOM và tăng khả năng cạnh

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính và định lượng, thu thập dữ liệu qua phỏng vấn và khảo sát khách hàng, xử lý bằng SPSS để phân tích các yếu tố tác động đến eWOM tại Nhà hàng Phú Nhuận – Mường Thanh Luxury Sài Gòn (2025).



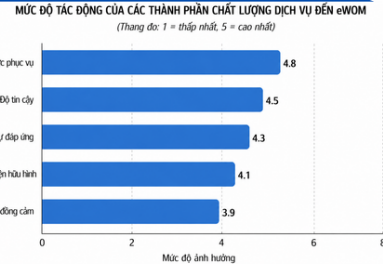
Tính cấp thiết

Đánh giá tác động của các thành phần chất lượng dịch vụ đến hành vi truyền miệng điện tử (eWOM) của khách hàng tại Nhà hàng Phú Nhuận – Mường Thanh Luxury Sài Gòn và đề xuất giải pháp cải thiện.

Tài liệu tham khảo

Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Service Quality.
Hennig-Thurau và cộng sự (2004). Electronic Word-of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms.
Zeithaml, Berry và Parasuraman (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality.

Kết quả và thảo luận



Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ tác động tích cực đến hành vi truyền miệng điện tử (eWOM) của khách hàng. Trong đó, năng lực phục vụ là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất.

Kết quả này phù hợp với mô hình SERVQUAL của Parasuraman, Zeithaml và Berry và các nghiên cứu về eWOM của Hennig-Thurau và cộng sự khi cho rằng chất lượng dịch vụ càng cao thì khách hàng càng có xu hướng chia sẻ trải nghiệm tích cực.



Kết luận

Nghiên cứu xác định chất lượng dịch vụ có tác động tích cực đến hành vi truyền miệng điện tử (eWOM) của khách hàng tại Nhà hàng Phú Nhuận – Mường Thanh Luxury Sài Gòn. Trong đó, năng lực phục vụ là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến xu hướng chia sẻ và giới thiệu dịch vụ.

Giải pháp

Nâng cao năng lực phục vụ thông qua đào tạo kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống và chăm sóc khách hàng.
Chuẩn hóa quy trình phục vụ nhằm tăng tính nhất quán và tốc độ đáp ứng.
Khuyến khích khách hàng chia sẻ trải nghiệm tích cực trên các nền tảng trực tuyến để gia tăng eWOM và nhận diện thương hiệu.