

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Thị Bích Loan và Phan Thành Hưng** - Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng tới ý định chấp nhận nhận lương hưu qua tài khoản ngân hàng của người hưởng lương hưu ở thành phố Hà Nội. **Mã số: 174.1GEMg.11** 3
Factors Affecting the Intention to Accept Pension Through the Bank Account of Pensioner in Hanoi City
- 2. Phùng Thế Đông, Nguyễn Kim Trang và Nguyễn Hương Ly** - Các yếu tố tác động đến cầu tiền ở Việt Nam. **Mã số: 174.1MEco.11** 13
Factors Impact on Money Demand in Vietnam
- 3. Đinh Xuân Bách** - Phát triển thị trường dịch vụ phụ trợ cho hệ thống điện Việt Nam khi tỷ trọng các nguồn năng lượng tái tạo tăng cao. **Mã số: 174.1TrEM.12** 25
Development of the Ancillary Services Market for Vietnam's Power System in Situation of Increasing Renewable Energy Sources
- 4. Huỳnh Thị Diệu Linh và Hoàng Thanh Hiền** - An toàn thực phẩm và xuất khẩu thủy sản từ Việt Nam sang Hoa Kỳ - tiếp cận từ hồi quy chuỗi thời gian. **Mã số: 174.1IHEM.11** 37
Food Safety And Seafood Export From Vietnam To The United States of America - A Time Series Regression Approach

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Mai Thanh Lan, Đinh Thị Hương và Bùi Thị Thu Hà** - Yếu tố tác động đến ý định khởi nghiệp xanh, lợi thế cạnh tranh xanh và phát triển bền vững của giới trẻ Việt Nam. **Mã số: 174.2BAdm.21** 47
Factors that Impact the Green Entrepreneurial Intention, Green Competitive Advantage and Sustainable Development of Vietnam Youth

- 6. Đặng Thị Lan Phương, Lê Thanh Huyền và Vũ Ngọc Diệp** - Tác động của tỉ lệ thu nhập lãi cận biên tới tỉ lệ nợ xấu của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh COVID-19. **Mã số: 174.2.FiBa.21** 62
Impact of Net Interest Margin to the Non - Performing Loan Ratio of Commercial Banks in Vietnam During COVID-19 Period
- 7. Nguyễn Hữu Khôi và Nguyễn Thị Nga** - Giá trị cảm nhận, mua hàng lặp lại và truyền miệng trong bối cảnh bán lẻ: vai trò trung gian của hài lòng và gắn bó cảm xúc. **Mã số: 174.2BMkt.21** 76
Perceived Value, Repurchase and Word-Of-Mouth in the Retailing Context: the Intermediary Roles of Satisfaction and Emotional
- 8. Đàm Thị Thuỷ và Hoàng Thị Ba** - Tác động của việc triển khai thực hành quản lý chất lượng toàn diện đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn: một nghiên cứu điển hình tại Việt Nam. **Mã số: 174.2BAdm.21** 89
Impact of Total quality management practices on hotel's performance: A research in Vietnam

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 9. Phạm Vũ Luận, Hoàng Cao Cường và Chử Bá Quyết** - Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chấp nhận xuất bản điện tử của các nhà xuất bản tại Việt Nam vận dụng khung TOE và lý thuyết khuếch tán đổi mới IDT. **Mã số: 174.3OMIs.31** 103
Studying the Factors that Influence the Decision to Accept Electronic Publishing of Publishers in Vietnam by Applying the TOE Framework and the IDT Innovation Diffusion Theory

TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC TRIỂN KHAI THỰC HÀNH QUẢN LÝ CHẤT LƯỢNG TOÀN DIỆN ĐẾN KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC KHÁCH SẠN: MỘT NGHIÊN CỨU ĐIỂN HÌNH TẠI VIỆT NAM

Đàm Thị Thuý

Trường Đại học Thủy lợi

Email: thuydt@tlu.edu.vn

Hoàng Thị Ba

Trường Đại học Thủy lợi

Email: baht@tlu.edu.vn

Ngày nhận: 18/10/2022

Ngày nhận lại: 10/01/2023

Ngày duyệt đăng: 16/01/2023

Mục đích của nghiên cứu này là thông qua việc phân tích một cách có hệ thống các nghiên cứu liên quan đến thực hành quản lý chất lượng toàn diện (TQM) trong các doanh nghiệp nói chung và các khách sạn nói riêng, các tác giả kiểm tra về mối quan hệ giữa việc áp dụng TQM, nhận thức về các yếu tố môi trường bên ngoài với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn. Dữ liệu được thu thập từ các trường phòng đến từ 115 khách sạn quy mô từ ba sao trở lên tại các địa phương Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Nha Trang, Hải Phòng với các kỹ thuật phân tích như kiểm tra độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố EFA, phân tích cụm, one way ANOVA. Kết quả chỉ ra việc triển khai áp dụng TQM một cách chính thức, bài bản có thể dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn tốt hơn những khách sạn không áp dụng chính thức. Bên cạnh đó việc nhà quản lý khách sạn đánh giá tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài tác động ở mức cao sẽ dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn đó tốt hơn.

Từ khóa: Quản lý chất lượng toàn diện, TQM, kết quả hoạt động của khách sạn, yếu tố môi trường ngoài.

JEL Classifications: D22, L83, Z32.

1. Đặt vấn đề

Trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng cũng như chịu ảnh hưởng của toàn cầu hoá, các tổ chức đang chú ý nhiều hơn đến việc phát triển và tối ưu hóa các hoạt động quản lý của họ, đặc biệt trong bối cảnh chuyên đổi số. Khả năng xác định những gì đang thay đổi trong môi trường và đáp ứng thích hợp bằng cách chọn cách tiếp cận quản lý và chiến lược thuận lợi được coi là một yếu tố quan trọng cho thành công trong kinh doanh. Hệ thống quản lý chất lượng toàn diện Total Quality Management (TQM), là phương pháp quản lý của một tổ chức tập trung vào chất lượng dựa trên sự tham gia của tất cả mọi thành viên nhằm đạt được sự thành công lâu dài nhờ việc thoả mãn khách hàng và đem lại lợi ích cho các thành viên của tổ chức

đó và cho xã hội, đã thu hút sự chú ý trong ba thập kỷ qua. Nhiều tổ chức trên thế giới đã đạt được thành công thông qua việc thực hiện các nguyên tắc TQM.

Xu hướng chuyên đổi số đang diễn ra mạnh mẽ tại các doanh nghiệp tại Việt Nam cũng như trên thế giới. Các doanh nghiệp đã thích nghi và dịch chuyển thành công từ công nghiệp 1.0 lên 2.0, lên 3.0, và hiện tại các doanh nghiệp đang làm quen với công nghiệp 4.0. Đáng chú ý là Công nghiệp 4.0 chủ yếu dựa vào dữ liệu lớn, mà bản chất của nó là xác định xác suất bằng các phương pháp và thủ tục toán học hỗ trợ các nhà quản lý trong quá trình ra quyết định. Khi các máy tính được kết nối với nhau và nhập dữ liệu thực vào các đám mây ảo, thông tin dữ liệu của doanh nghiệp được đồng bộ sẽ cho phép xác định nhanh hơn các vấn đề có

thể gây ra các hậu quả nghiêm trọng theo quá trình của doanh nghiệp. Xét theo khía cạnh khác, mức độ tự động hóa ngày càng tăng này có thể dẫn đến tình trạng trách nhiệm đối với người vận hành về chất lượng đang dần mờ nhạt, điều này trái với các nguyên tắc chất lượng. Khái niệm TQM như một lý thuyết quản lý tổng quát đã dần mất đi sức hấp dẫn nghiên cứu kể từ giữa những năm 1990 và trọng tâm đã chuyển sang tập trung mới vào việc áp dụng các phương pháp, công cụ và kỹ thuật TQM. Các công ty cần các bản đồ chiến lược tốt hơn được bổ sung với các phương pháp, công cụ và kỹ thuật phù hợp để đảm bảo thành công trong việc triển khai TQM của họ (Dahlggaard và các cộng sự, 2019). Nghiên cứu này được thực hiện điều tra nhằm làm rõ hơn ảnh hưởng của việc triển khai thực hành TQM đến kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đặt trong bối cảnh môi trường bên ngoài luôn biến động.

Tầm quan trọng của nghiên cứu này bắt nguồn từ ý nghĩa của ngành dịch vụ kinh doanh lưu trú của Việt Nam nói chung, vì đó là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Hiện tại, tổng số phòng cơ sở lưu trú du lịch (CSLTDL) tăng từ 69 nghìn phòng vào năm 2001 lên đến 780 nghìn phòng năm 2021 (Tổng cục du lịch, 2021). Với tổng số hơn 37000 CSLTDL ngày càng đa dạng, phong phú, ngoài khách sạn, nhà nghỉ đã hình thành nhiều loại hình khác như: khách sạn nghỉ dưỡng, căn hộ du lịch, biệt thự du lịch,... đã góp phần đưa hệ thống khách sạn Việt Nam ngang tầm với các nước phát triển du lịch trong khu vực. Sau khi diễn ra đại dịch covid 19 trong khoảng hai năm, các cơ sở kinh doanh lưu trú đang quay trở lại đà kinh doanh và cùng bắt nhịp với hoạt động của các doanh nghiệp khác trong bối cảnh chuyển đổi số trong nền công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ. Vấn đề nghiên cứu bắt nguồn từ sự thiếu hiểu biết về mối quan hệ của thực hành TQM và ảnh hưởng của chúng đến kết quả kinh doanh của các khách sạn trong ngành dịch vụ kinh doanh lưu trú tại Việt Nam. Nghiên cứu này dự kiến sẽ làm tăng thêm mối quan hệ nghiên cứu nhỏ bé giữa TQM và kết quả hoạt động kinh doanh ở các cơ sở lưu trú tại một số địa phương ở Việt Nam được đặt trong bối cảnh các yếu tố môi trường ngoài luôn biến động và hy vọng rằng các kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp một cách nhìn khác để quản lý các khách sạn có thể nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn mình thông qua việc triển khai TQM và chú ý đến các yếu tố môi trường bên ngoài.

Mục đích của nghiên cứu này là kiểm tra thực nghiệm mối quan hệ giữa việc triển khai thực hành TQM với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn tại Việt Nam và việc ý thức về các yếu tố môi trường ngoài thay đổi có tác động như thế nào đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn này. Nghiên cứu nhằm trả lời các câu hỏi cụ thể sau:

1. Việc triển khai chính thức thực hành TQM tác động như thế nào đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn?

2. Việc nhận diện tầm quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài có tác động gì đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn không?

Một khung khái niệm được phát triển trong nghiên cứu này để giả định mối quan hệ giữa việc nhận diện các yếu tố môi trường bên ngoài và việc triển khai chính thức TQM với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn. Dữ liệu cho nghiên cứu này được thu thập từ 115 khách sạn quy mô từ ba sao trở lên tại các địa phương như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Nha Trang, Hải Phòng bằng cách sử dụng phân tích cụm và các kiểm định như Chi bình phương, One way Anova. Các phát hiện chỉ ra rằng việc triển khai TQM và chú ý hơn đến môi trường kinh doanh sẽ tác động đến kết quả kinh doanh của các khách sạn theo những cách khác nhau.

Nghiên cứu của chúng tôi đóng góp một cái nhìn đa chiều trong việc khám phá các cách thức khác nhau để nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn. Kết quả nghiên cứu có thể cung cấp hướng dẫn cho các tổ chức điều chỉnh kết quả kinh doanh của khách sạn mình thông qua các yếu tố bên trong (thực hành TQM, chuyển đổi số) cũng như nhận diện các yếu tố bên ngoài. Trong phần tiếp theo, chúng tôi cung cấp tổng quan tài liệu về mối quan hệ giữa thực hành TQM và kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, giúp phát triển các giả thiết nghiên cứu. Sau đó, chúng tôi mô tả phương pháp nghiên cứu, tiếp theo là trình bày kết quả kiểm định giả thiết. Phần năm thảo luận về những phát hiện chính và ý nghĩa của những phát hiện này. Phần sáu bao gồm những hạn chế của nghiên cứu này và hướng nghiên cứu trong tương lai. Các kết luận được tóm tắt trong phần cuối cùng.

2. Tổng quan và giả thuyết nghiên cứu

Phần này bao gồm một bản tóm tắt tài liệu nghiên cứu về mối quan hệ của thực hành TQM với kết quả kinh doanh của các khách sạn và mối quan hệ giữa kết quả kinh doanh với các yếu tố môi trường bên ngoài.

Sau khi tóm tắt tài liệu, chúng tôi sẽ thiết lập các giả thiết nghiên cứu.

2.1. Thực hành TQM với kết quả hoạt động kinh doanh

Rất nhiều nghiên cứu đã cố gắng xem xét mối quan hệ giữa việc thực hành TQM với kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Salaheldin (2009) muốn xác định các yếu tố thành công quan trọng của việc thực hành TQM và đánh giá tác động của thực hành TQM đến kết quả hoạt động của tổ chức của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) trong lĩnh vực công nghiệp ở Qatar. Phân tích thực nghiệm cho thấy có một tác động tích cực đáng kể của việc triển khai TQM đối với hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các phát hiện của nghiên cứu chỉ ra các yếu tố thành công quan trọng của TQM nên được thực hiện một cách tổng thể thay vì thực hiện từng phần để có được toàn bộ tiềm năng của TQM. Cũng thực hiện nghiên cứu tại các doanh nghiệp SME, Abdullah (2010) thực hiện nghiên cứu về thực hành TQM tại các doanh nghiệp SME trong bối cảnh nền kinh tế Malaysia những năm 2010 - nền kinh tế phụ thuộc khá nhiều vào các doanh nghiệp SME. Nghiên cứu tập trung vào việc thực hành TQM cải thiện hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp SME như thế nào trong bối cảnh các doanh nghiệp phải đáp ứng những thách thức của nền kinh tế trong quá trình chuyển đổi sang trạng thái sản xuất hiện đại. Kết quả của nghiên cứu này cho thấy ba cấp độ của việc áp dụng TQM bắt đầu với kiểm soát chất lượng, sau đó là áp dụng rộng hơn với sự tham gia của quản lý với quy trình đảm bảo chất lượng và cuối cùng là áp dụng TQM trên toàn hệ thống doanh nghiệp. Tác giả chỉ ra rằng quản lý cấp cao đóng vai trò quan trọng thực hành TQM thành công. Việc áp dụng TQM ở mức độ cao nhất đã dẫn đến hệ thống dịch vụ khách hàng hiệu quả, kết quả hoạt động doanh nghiệp tăng đáng kể. Khwaja (2020) đã thực hiện nghiên cứu trong ngành kinh doanh các công ty đồ uống đa quốc gia tại thị trường Pakistan trong bối cảnh họ đang không ngừng nỗ lực tối ưu hóa chất lượng nhanh để đạt được lợi thế cạnh tranh. Nghiên cứu tập trung vào bốn yếu tố của quản lý chất lượng hiện đại (lãnh đạo, cam kết của quản lý cấp cao, quản lý theo quá trình, đào tạo) và xác định ảnh hưởng của nó đối với kết quả hoạt động của doanh nghiệp theo hướng tập trung vào khách hàng theo phương pháp tiếp cận thẻ điểm cân bằng. Các kết quả chỉ ra lãnh

đạo, cam kết của quản lý cấp cao và quảng lý theo quá trình tác động đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp theo hướng tập trung vào khách hàng. Ali và Johl (2022) đã tiếp cận TQM theo các khía cạnh của nó bao gồm TQM cứng và TQM mềm. Nhóm tác giả đã tiến hành một nghiên cứu định lượng phân tích mối quan hệ của quản lý chất lượng toàn diện 4.0 đối với hiệu suất bền vững trong các ngành sản xuất vừa và nhỏ của Malaysia. Kết quả nghiên cứu chỉ ra tác động tích cực và đáng kể của các thực hành TQM mềm (cam kết quản lý hàng đầu, tập trung vào khách hàng và đào tạo nhân viên) đối với hoạt động tài chính, xã hội và môi trường. Nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng thực hành TQM cứng (quản lý quy trình, phân tích thông tin chất lượng và công nghệ sản xuất tiên tiến) nâng cao đáng kể hiệu suất bền vững về tài chính, xã hội và môi trường.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, có một vài nghiên cứu điển hình nghiên cứu về TQM. Claver, Tari và Pereira (2006) đã nghiên cứu lý do của việc áp dụng và chứng nhận hệ thống chất lượng và các tác động tiếp theo của chúng đối với hoạt động của các khách sạn dựa trên nhận thức của hai nhà quản lý khách sạn ở Tây Ban Nha. Kết quả cho thấy lý do quan trọng nhất để áp dụng và chứng nhận hệ thống chất lượng là do hệ thống chất lượng là một cách để nâng cao chất lượng dịch vụ, phát triển văn hóa chất lượng và nâng cao hiệu quả cũng như cải thiện hình ảnh khách sạn cũng trở nên dễ dàng hơn. Mặc dù nghiên cứu chỉ ra hệ thống chất lượng có thể xác định được những tác động tích cực đến kết quả hoạt động khách sạn nhưng tác động đến hiệu quả tài chính là thấp. Wang, Chen, K. và Chen, S. (2012) cho rằng với sự cạnh tranh thị trường của ngành khách sạn đang ngày càng nóng lên, điều quan trọng là các khách sạn phải có nguồn lực dồi dào và các hình thức linh hoạt hơn để đáp ứng nhu cầu của thị trường đang thay đổi. Nghiên cứu của nhóm tác giả sử dụng mô hình khái niệm Đầu vào - Xử lý - Đầu ra (IPO) để xây dựng mô hình nghiên cứu tất cả các biến. Kết quả cho thấy TQM ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của khách sạn. Bouranta, Psoma và Pantouvakis (2017) xác định cấu trúc cơ bản của thực hành TQM và tác động của chúng đến kết quả hoạt động của công ty trong ngành khách sạn Hy Lạp. Kết quả - các yếu tố TQM hiện tại trong ngành khách sạn là thực hành chất lượng của lãnh đạo cao nhất, hoạch định chất lượng chiến lược, quản lý chất lượng nhân viên, tập trung vào khách hàng, kiến thức và giáo dục

của nhân viên tác động mạnh đến kết quả hoạt động của khách sạn. Mặt khác, các biến hiệu quả tài chính, hiệu quả hoạt động tập trung vào khách hàng và hiệu suất chất lượng dịch vụ đo lường kết quả hoạt động của khách sạn. Kết quả cũng khẳng định rằng hầu hết các yếu tố TQM là tiền thân của hoạt động kinh doanh khách sạn. Khan và Naem (2019) xem xét vai trò của thực hành TQM đối với hiệu quả hoạt động của khách sạn. Kết quả nghiên cứu cho thấy có mối quan hệ tích cực giữa thực hành TQM và hiệu quả hoạt động của các khách sạn tại các nước đang phát triển.

Từ những nghiên cứu trên, có thể thấy mối quan hệ giữa thực hành TQM và kết quả hoạt động của tổ chức được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm, trong đó nhiều nghiên cứu cung cấp bằng chứng cho thấy việc thực hiện TQM mang lại lợi ích đáng kể cho hoạt động của công ty. Các nghiên cứu đã đánh giá kết quả hoạt động của khách sạn bằng cách sử dụng chỉ số lưu trú (Wassenaar và Stafford, 1991), tốc độ tăng trưởng doanh thu hoặc tài chính và phi tài chính (Salaheldin, 2009).

- Tài chính được đo lường bằng tỷ lệ lấp đầy trên mỗi phòng, lợi nhuận gộp từ hoạt động kinh doanh và tổng lợi nhuận hoạt động trên mỗi phòng trống mỗi ngày. Bất kỳ tổ chức nào cũng cần hỗ trợ tài chính.

- Phi tài chính bao gồm hiệu quả cạnh tranh và sự hài lòng của các bên liên quan. Để tối đa hóa kết quả dài hạn, các doanh nghiệp phải xây dựng và duy trì các mối quan hệ cùng có lợi với người mua (Narver và Slater, 1990).

Do đó, nghiên cứu này dựa trên các nghiên cứu trước đó vừa chỉ ra cũng như nghiên cứu của Wang, Chen, K. và Chen, S. (2012) để phát triển các biện pháp đo lường kết quả hoạt động của khách sạn bao gồm hoạt động tài chính và dựa trên khách hàng.

2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh và các yếu tố môi trường bên ngoài

Rose và Shoham (2002) cho rằng thị trường hỗn loạn, cạnh tranh gay gắt và thay đổi công nghệ nhanh chóng làm tăng nhu cầu chủ động theo dõi và phản ứng với những thay đổi trong môi trường. Nghiên cứu của tác giả cũng đã chỉ ra rằng môi trường bên ngoài có tác động nhất định đến kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Tari và các cộng sự (2009) đã phân tích cam kết đồng thời quản lý chất lượng và môi trường và những tác động riêng biệt và chung của chúng đối với hiệu

quả hoạt động của khách sạn. Dữ liệu thực nghiệm được thu thập từ mẫu gồm 301 khách sạn từ 3 đến 5 sao ở Tây Ban Nha. Kết quả phân tích cụm, Anova và hồi quy cho thấy cam kết về chất lượng và thực hành môi trường ảnh hưởng đến hiệu suất của khách sạn.

Subramanian, Kumar và Strandholm (2009) đã thực hiện nghiên cứu về mối quan hệ giữa định hướng thị trường, kết quả hoạt động của tổ chức trong điều kiện các yếu tố môi trường khác nhau. Các biến về môi trường được sử dụng bao gồm sự bất ổn về thị trường, cường độ cạnh tranh và sự phát triển của công nghệ. Kết quả nghiên cứu cho thấy các tổ chức tiên tiến về công nghệ có thể dẫn đầu thông qua việc tiếp tục cải tiến sản phẩm và dịch vụ hoặc quản lý quy trình tiên tiến. Khi sự hỗn loạn của thị trường, công nghệ và cường độ cạnh tranh thấp, các tổ chức có thể tập trung vào lợi thế cạnh tranh bằng cách tập trung vào sự hài lòng của khách hàng (Subramanian, Kumar và Strandholm, 2009).

Nghiên cứu của Wang, Chen, K. và Chen, S. (2012) cũng cho thấy các yếu tố môi trường như liệt kê ở trên có vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa thực hành TQM và kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn.

2.3. Giả thiết nghiên cứu

Mối quan hệ rõ ràng giữa thực hành TQM và kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đã được ghi nhận trong các tài liệu.

Hasan và Kerr (2003) đã nghiên cứu mối quan hệ giữa TQM và kết quả hoạt động của các tổ chức dịch vụ của Úc và ủng hộ quan điểm rằng chủ yếu hai yếu tố TQM như vai trò của lãnh đạo cao nhất và sự hài lòng của khách hàng dẫn đến năng suất và chất lượng cao hơn. Yang (2006) đã xem xét tác động của thực hành TQM đến kết quả hoạt động của công ty và nhận thấy rằng tất cả các thực hành TQM đều ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng. Nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng việc triển khai TQM giúp nâng cao hình ảnh của công ty và cải thiện sự hài lòng của nhân viên cũng như nhận thức về chất lượng. Baird, Hu và Reeve (2011) nhận thấy rằng ba yếu tố TQM (quản lý chất lượng của nhà cung cấp, quản lý quá trình, thông tin và báo cáo chất lượng) góp phần đạt được các mục tiêu về kết quả hoạt động của tổ chức. Lam và các cộng sự (2012) cũng đưa ra một số bằng chứng về tác động tích cực của thực hành TQM đối với chất lượng dịch vụ trong ngành dịch vụ tại Malaysia.

Các nghiên cứu trước đây trong lĩnh vực dịch vụ và đặc biệt là trong lĩnh vực khách sạn cũng đã xác nhận rằng các doanh nghiệp áp dụng TQM đạt được hiệu suất cao hơn (Kumar và Garg, 2011). Hay như Sila và Ebrahimpour (2003) phân tích các thực hành TQM (lãnh đạo, tập trung vào khách và thị trường, thông tin và phân tích, tập trung vào nguồn nhân lực, quy trình, lập kế hoạch chiến lược) của ba khách sạn hạng sang nhấn mạnh rằng những thực hành này đã góp phần ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của khách sạn. Một nghiên cứu tương tự khác, ở các khách sạn từ ba đến năm sao ở Tây Ban Nha, xác định rằng cam kết về chất lượng và thực hành môi trường ảnh hưởng đến hoạt động của khách sạn. Ngoài ra, Claver-Cortés và các cộng sự (2008) ủng hộ rằng các yếu tố quản lý nhất định như đào tạo, ICT, quản lý môi trường và hiệu suất có thể được nâng cao khi khách sạn từ ba đến năm sao cam kết TQM nhiều hơn. Wang, Chen, K., và Chen, S., (2012) nhận thấy rằng định hướng thị trường có tác động trung gian giữa thực hành TQM và hiệu quả hoạt động của khách sạn. Họ cũng chỉ ra các khách sạn áp dụng TQM đạt được những cải tiến trong việc tập trung vào khách hàng, hợp tác nội bộ/bên ngoài, lãnh đạo, cải tiến liên tục, quản lý quy trình, đào tạo nhân viên, trao quyền và khen thưởng. Thực hành TQM cũng tác động đến kết quả hoạt động về kết quả tài chính, kết quả hoạt động, sự hài lòng của khách hàng, sự hài lòng của nhân viên và chất lượng sản phẩm/dịch vụ (Kumar và Garg, 2011).

Một số nghiên cứu đã gợi ý rằng các công ty áp dụng TQM có lợi thế cạnh tranh hơn so với không áp dụng TQM (Brah, Serene và Rao, 2002). Hơn nữa, các nghiên cứu đã báo cáo khác nhau rằng TQM và hiệu suất của tổ chức có liên quan tích cực với nhau (Demirbag và các cộng sự, 2006). Như đã chỉ ra ở trên, nhiều nghiên cứu trong ngành khách sạn đã xác định được hiệu quả hoạt động tốt hơn ở các khách sạn cam kết TQM (Claver, Tarí và Pereira, 2006); (Wang, C., Chen, K. & Chen, S., 2012) và TQM có khả năng cải thiện sự hài lòng của khách hàng và cuối cùng là hiệu quả tài chính (Claver-Cortés và các cộng sự, 2008).

Nghiên cứu này đề xuất rằng việc áp dụng TQM của khách sạn có thể cải thiện kết quả hoạt động của các khách sạn. Và dựa vào những lập luận ở trên, ta có giả thiết nghiên cứu sau:

H1: Việc triển khai thực hành TQM một cách chính thức hay không có tác động khác nhau đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn.

Môi trường bên ngoài khách sạn ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa hoạch định chiến lược và kết quả hoạt động (Phillips, 1999). Chỉ có cạnh tranh mới giúp các chủ khách sạn có xu hướng hiểu rõ điểm mạnh, điểm yếu và kết quả hoạt động liên quan đến việc cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể khi tìm kiếm thông tin về khách hàng và sửa đổi các dịch vụ của họ dựa trên dữ liệu khách hàng.

Các tổ chức khác nhau bị ảnh hưởng bởi số lượng các yếu tố môi trường khác nhau. Các yếu tố môi trường bên ngoài thay đổi nhanh chóng, không chắc chắn và phức tạp, đồng thời cũng tạo ra các vấn đề cho tổ chức. Vì vậy các tổ chức cần chú ý đến sự biến động của yếu tố môi trường ngoài (Wang, C., Chen, K. & Chen, S., 2012).

TQM nhấn mạnh đến các góc độ hệ thống để giải quyết các vấn đề quản lý và nhấn mạnh đến những thay đổi môi trường bên ngoài trong hoạt động của tổ chức. Wang, Chen, K., và Chen, S., (2012) đã phát hiện ra rằng các yếu tố môi trường bên ngoài tác động gián tiếp tới TQM và kết quả hoạt động của khách sạn.

Vi vậy ta có giả thuyết sau:

H2: Việc chú ý đến các yếu tố môi trường bên ngoài ở mức khác nhau có thể tác động khác nhau đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Dữ liệu được sử dụng trong nghiên cứu này được thu thập từ 115 khách sạn từ ba sao trở lên tại các địa phương Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Nha Trang, Hải Phòng. Đây là những thành phố lớn ở Việt Nam cũng như những địa phương này tập trung rất nhiều khu du lịch nên có rất nhiều khách du lịch, khách công vụ đến nghỉ. Dữ liệu được gửi qua đường link google form thông qua công ty CP Du lịch và Truyền thông ETV Hà Nội. Vì các công ty du lịch có mối quan hệ rất mật thiết với các khách sạn nên thông qua một công ty du lịch lâu đời như vậy, nhóm tác giả có thể dễ dàng tiếp cận với các khách sạn ở các địa phương nói trên. Mỗi khách sạn được lấy một mẫu là một nhà quản ở vị trí trưởng phòng của khách sạn đó (thường tập trung vào trưởng phòng sale/kinh doanh, phòng nhân sự... theo cách lấy mẫu thuận tiện), vì ở vị trí này họ có thể nắm được chính xác và cung cấp thông tin tốt nhất về thực trạng áp dụng TQM cũng như kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn. Thông tin về mẫu điều tra được thể hiện trong bảng 1.

Bảng 1: Thông tin về mẫu điều tra

Hạng sao	Địa điểm						Tổng
	Hà Nội	TP Hồ Chí Minh	Đà Nẵng	Nha Trang	Hải Phòng		
Ba sao	20	10	16	24	15	85	
Bốn sao	2	5	5	6	2	20	
Năm sao	4	2	2	2	0	10	
Tổng	26	17	23	32	17	115	

(Nguồn: Tác giả điều tra)

3.2. Thang đo nghiên cứu

Đo lường việc triển khai TQM tác giả để dưới dạng câu hỏi lựa chọn (Khách sạn triển khai thực hành TQM chính thức hay không chính thức), đo lường kết quả kinh doanh của các khách sạn cũng như đo lường các yếu tố môi trường bên ngoài được lấy theo nghiên cứu của Wang, Chen, K., và Chen, S., (2012).

phân mềm thống kê SPSS 26.

3.3. Phương pháp nghiên cứu

Theo phân tích ở phần tổng quan (2.1 và 2.2), tác giả muốn kiểm định mối quan hệ giữa việc triển khai TQM với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn, cũng như mức độ chú ý đến các yếu tố môi trường bên ngoài ảnh hưởng như thế nào đến kết quả hoạt

Bảng 2: Cấu trúc thang đo

Thang đo	Định nghĩa thang đo	Nguồn thang đo
Kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn	Kết quả về phía khách hàng và kết quả tài chính của các khách sạn	Jaworski và Kohli (1993); Wang, Chen, K., và Chen, S., (2012)
Các yếu tố môi trường bên ngoài	Khách sạn đặt trong bối cảnh sự bất ổn của thị trường, cường độ cạnh tranh và sự phát triển của công nghệ	Moorman and Rust (1999); Narver và Slater (1990); Wang, Chen, K., và Chen, S., (2012)

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Thang đo cụ thể được trình bày trong phần phụ lục 1. Tác giả đã thiết kế một bảng câu hỏi dựa trên thang đo. Sau đó, bảng câu hỏi được gửi cho quản lý của ba khách sạn để họ nhận xét về tính hợp lý của câu hỏi và bảng hỏi cũng như cách thức diễn đạt. Cả ba nhà quản lý đều đánh giá tính hợp lý của bảng hỏi. Như vậy, kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn bao gồm kết quả của khách hàng và kết quả tài chính với 8 mục nhỏ; các yếu tố môi trường bên ngoài gồm sự bất ổn của thị trường, cường độ cạnh tranh và sự phát triển của công nghệ với 11 mục nhỏ. Các mục được đo lường trên thang đo Likert 5 điểm từ Hoàn toàn không đồng ý đến Hoàn toàn đồng ý.

Bảng câu hỏi được thiết kế trên google form và gửi đến các nhà quản lý của các khách sạn thông qua đường link google form bằng các nền tảng như zalo, facebook, email ... Dữ liệu thu về được xử lý trên

động kinh doanh của các khách sạn. Để đạt được mục đích đó, tác giả sử dụng một số phương pháp thống kê sau:

- Kiểm tra độ tin cậy của thang đo Kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn và Các yếu tố môi trường bên ngoài bằng kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA.

- Kiểm định One way ANOVA giữa các cặp biến Có thực hiện TQM chính thức hay không với Kết quả hoạt động của khách sạn về phía khách hàng và Có thực hiện TQM chính thức hay không với Kết quả hoạt động của khách sạn về khía cạnh tài chính để kiểm định sự khác biệt có ý nghĩa thống kê của các khách sạn thực hiện TQM chính thức và không chính thức liên quan đến kết quả đầu ra.

- Phân tích cụm Cluster để chia nhóm các mức độ chú ý về các yếu tố môi trường bên ngoài của các nhà

quản lý khách sạn sau đó quay lại kiểm định sự khác nhau có ý nghĩa thống kê về các nhóm này để xem xét mối liên hệ của chúng với kết quả hoạt động của các khách sạn bằng kiểm định One way ANOVA.

3.4. Kiểm tra độ tin cậy thang đo

Để kiểm tra độ tin cậy của hai thang đo là kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn và các yếu tố môi trường bên ngoài, tác giả tiến hành hai kiểm định là độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA.

Công cụ Cronbach's Alpha dùng để loại bỏ biến rác trước khi tiến hành phân tích. Kiểm định độ tin cậy của các biến trong hai thang đo nói trên của các khách sạn dựa vào hệ số kiểm định Cronbach's alpha của các thành phần thang đo và hệ số Cronbach's alpha của mỗi biến đo lường. Các biến có hệ số tương quan tổng - biến nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại. Một thang đo có độ tin cậy tốt khi nó biến thiên trong khoảng (0.7 - 0.8). Nếu Cronbach's alpha > hoặc = 0.6 là thang đo có thể chấp nhận được về mặt tin cậy. Bảng 3 cho thấy giá trị Cronbach's Alpha của tất cả các thang đo. Có thể thấy, hầu hết các thang đo đều có giá trị tin cậy từ 0.7 trở lên, cho thấy thang đo đang được sử dụng có thể dùng để tiến hành phân tích các bước tiếp theo.

Bảng 3: Kiểm tra độ tin cậy của thang đo

Tên thang đo	Giá trị trung bình	S.D	Hệ số Cronbach's Alpha
OPcusto	4.226	2.502	0.865
OPfina	4.028	2.491	0.877
EEmarket	4.218	2.858	0.848
Eecompe	4.013	2.502	0.778
EEttech	3.882	2.274	0.857

(Nguồn: Tác giả phân tích SPSS)

Phương pháp phân tích nhân tố là tên gọi chung của một nhóm các thủ tục được sử dụng chủ yếu để thu nhỏ và tóm tắt các dữ liệu để xác định các nhóm tiêu chí đánh giá các vấn đề liên quan đến thực hành TQM của các khách sạn. Phương pháp phân tích EFA (Exploratory Factor Analysis) thuộc nhóm phân tích đa biến phụ thuộc lẫn nhau, nghĩa là không có biến phụ thuộc và biến độc lập mà nó dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau. EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F ($F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Cơ sở của việc rút gọn này là dựa vào mối quan hệ tuyến tính của các nhân tố với các biến quan sát. Bảng 4 trình bày kết quả phân tích nhân tố của hai

thang đo Kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn và Các yếu tố môi trường ngoài.

Theo kết quả chạy trên SPSS, hệ số KMO của hai thang đo kết quả hoạt động kinh doanh và các yếu tố môi trường bên ngoài lần lượt là 0.828 và 0.748, kiểm định Barlett có sig nhỏ hơn 0.05, giá trị Eigenvalue của các biến đều lớn hơn 1 nên việc phân tích nhân tố cho 2 thang đo này là phù hợp. Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các mục nhỏ của mỗi thang đo đều hội tụ về thang đo phụ ban đầu trong phụ lục 1. Vậy nên ta có thể kết luận thang đo Kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn và Các yếu tố môi trường ngoài được đưa vào từ đầu thích hợp để sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

Từ những phân tích ở trên, ta thấy các thang đo được đưa vào phân tích đều tin cậy có hội tụ, sau đó, mỗi thang đo nhỏ được tính trung bình cộng theo mỗi thang đo phụ của nó để tiến hành các phân tích tiếp theo.

4. Kiểm định giả thiết

Để kiểm tra xem việc có thực hiện TQM một cách chính thức tại khách sạn hay không có tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn theo hai khía cạnh là khách hàng và tài chính, tác giả tiến hành kiểm định One way ANOVA giữa các cặp biến: Có thực hiện

TQM chính thức không - kết quả về phía khách hàng, Có thực hiện TQM chính thức không - kết quả tài chính. Kết quả thu được thể hiện trong bảng 5 như sau:

Như vậy, từ kết quả phân tích ở trên, có thể thấy việc các khách sạn chính thức triển khai TQM có thể dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn khác nhau - hỗ trợ giả thiết H1.

Để kiểm định giả thiết H2, nhóm tác giả tiến hành phân tích cụm với ba thang đo phụ Sự bất ổn của thị trường, Cường độ cạnh tranh, Sự phát triển của công nghệ trong thang đo Các yếu tố bên ngoài, sau đó sẽ tiến hành kiểm định với mức độ nhận thức về các yếu tố môi trường bên ngoài của mỗi khách sạn theo cụm

Bảng 4: Kết quả phân tích nhân tố của thang đo Kết quả hoạt động kinh doanh và thang đo các yếu tố môi trường ngoài của các khách sạn

Tên biến	Thành phần	
	1	2
OPcusto1		.883
OPcusto2		.838
OPcusto3		.778
OPcusto4		.649
OPfina1	.812	
OPfina2	.858	
OPfina3	.799	
OPfina4	.806	

Tên biến	Thành phần		
	1	2	3
EEmarket1	.769		
EEmarket2	.783		
EEmarket3	.831		
EEmarket4	.768		
Eecompe1		.830	
Eecompe2		.845	
Eecompe3		.724	
Eecompe4		.529	
EEttech1			.844
EEttech2			.857
EEttech3			.832

(Nguồn: Tác giả phân tích trên SPSS)

mới tìm ra được với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn. Trước hết nhóm tác giả tiến hành phân tích cụm thứ bậc để xác định số cụm cần thiết, bằng cách áp dụng thủ tục Ward (bảng kết quả ở phụ lục 3), dựa vào cột Coefficient ta thấy khoảng cách giữa các cụm đột ngột tăng lên trong giai đoạn 113 và 114 nên phương án chia thành 3 cụm là phù hợp. Tiếp tục phân tích cụm không thứ bậc với số cụm tìm được là 3 bằng SPSS, ta có giá trị trung bình của các biến phụ Sự bất ổn của thị trường, Cường độ cạnh tranh, Sự phát triển của công nghệ của các cụm như sau (Bảng 6):

Dựa vào bảng 6 ta thấy, việc nhận diện được các yếu tố môi trường bên ngoài của lãnh đạo các khách sạn được chia thành 3 nhóm, nhóm 1 (có 68 mẫu) là ý

thức cao về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài tác động đến khách sạn, nhóm 2 (14 mẫu) là những người có ý thức thấp về ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài và nhóm 3 (33 mẫu) là những nhà lãnh đạo nhận thức ở giữa hai nhóm 1 và 2. Dựa kết quả phân nhóm trên vào tiến hành kiểm định để xem nhận thức khác nhau về các yếu tố môi trường bên ngoài của các nhà quản lý khách sạn có dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn có sự khác biệt không. Ta thu được kết quả như sau (Bảng 7):

Từ kết quả phân tích ở bảng 7, ta có thể thấy mức độ nhận thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài khác nhau của các quản lý khách sạn có thể dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của khách

Bảng 5: Kết quả kiểm định One Way ANOVA giữa hai biến có thực hiện TQM chính thức hay không với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn

Có thực hiện TQM chính thức không - kết quả về phía khách hàng			
Tên kiểm định	F	Sig	Kết luận
Kiểm định phương sai (Test of Homogeneity)		0.783	Giả định phương sai bằng nhau của các nhóm không bị vi phạm. Kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng tốt.
ANOVA	7.798	0.001	Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về việc khách sạn có thực hiện TQM chính thức hay không sẽ tác động khác nhau đến kết quả hoạt động về phía khách hàng.
Có thực hiện TQM chính thức không - kết quả tài chính			
Kiểm định phương sai (Test of Homogeneity)		0.216	Giả định phương sai bằng nhau của các nhóm không bị vi phạm. Kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng tốt.
ANOVA	15.530	0.001	Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về việc khách sạn có thực hiện TQM chính thức hay không sẽ tác động khác nhau đến kết quả hoạt động về tài chính.

(Nguồn: Tác giả phân tích trên SPSS)

Bảng 6: Giá trị trung bình của các biến thuộc yếu tố môi trường của phân cụm không thứ bậc

Các yếu tố môi trường ngoài	Các nhóm		
	1	2	3
EEtech	4.150	3.170	3.632
EEcompe	4.440	3.232	3.461
EEmarket	4.471	2.412	4.460

(Nguồn: Tác giả phân tích SPSS)

sạn có sự khác biệt theo cả hai khía cạnh về phía khách hàng lẫn kết quả tài chính - hỗ trợ giả thiết H2.

5. Thảo luận và hàm ý

Trong phần này, nhóm tác giả thảo luận về những phát hiện chính và ý nghĩa với các nhà quản lý. *Đầu tiên*, theo như kết quả kiểm định One way ANOVA ở bảng 5, kết quả đã chỉ ra là có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn xét theo cả hai khía cạnh về phía khách hàng và kết quả tài chính với hai nhóm khách sạn là có thực hiện TQM chính thức và không thực hiện TQM chính thức. Vậy sự khác biệt cụ thể về kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn ở đây là gì? Nhóm tác giả

thông kê bảng chéo trong bảng 8, kết quả ở bảng 8 tiết lộ rằng việc chính thức triển khai TQM tại khách sạn sẽ dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn theo chiều hướng tốt hơn.

Bảng 8 cho thấy những khách sạn áp dụng TQM một cách bài bản, chính thức thì giá trị trung bình về kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn sẽ cao hơn những khách sạn không áp dụng. Do đó, các khách sạn muốn nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn mình thì cần cân nhắc đến việc triển khai áp dụng TQM một cách nghiêm túc. Kết quả nghiên cứu này cũng được hỗ trợ bởi rất nhiều nghiên cứu thực nghiệm của các tác giả khác rằng thực hành TQM sẽ

Bảng 7: Tóm tắt về kết quả kiểm định giữa hai biến về nhận thức các yếu tố môi trường bên ngoài với kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn

Ý thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài - kết quả về phía khách hàng			
Tên kiểm định	Test statistic	Sig	Kết luận
Kiểm định Kruskal-Wallis	22.388	0.001	Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về việc khách sạn về việc mức độ nhận thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài sẽ tác động khác nhau đến kết quả hoạt động về phía khách hàng.
So sánh giữa các nhóm (Pairwise comparisons)		0.015 0.001 0.011	Sự khác biệt về kết quả về phía khách hàng xảy ra ở cả 3 nhóm.
Ý thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài - kết quả tài chính			
Kiểm định phương sai (Test of Homogeneity)		0.111	Giả định phương sai bằng nhau của các nhóm không bị vi phạm. Kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng tốt.
ANOVA	43.465	0.001	Có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về việc khách sạn về việc mức độ nhận thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài sẽ tác động khác nhau đến kết quả hoạt động về tài chính.
So sánh giữa các nhóm (Kiểm định Dunnett t)		0.001	Sự khác biệt về kết quả tài chính xảy ra ở cả 3 nhóm.

(Nguồn: Tác giả phân tích SPSS)

Bảng 8: Thống kê mô tả bảng chéo giữa hai biến có thực hiện chính thức TQM không với kết quả kinh doanh của các khách sạn

Có thực hiện chính thức TQM hay không	Số mẫu trong mỗi nhóm	Giá trị trung bình về kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn về khách hàng	Giá trị trung bình về kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn về tài chính
Khách sạn của tôi thực hiện TQM một cách chính thức, bài bản	100	4.305	4.128
Khách sạn tập trung làm hài lòng khách hàng, chú trọng cải tiến quy trình dịch vụ ... nhưng chưa từng nghe nói đến TQM tại khách sạn này	14	3.643	3.268

(Nguồn: Tác giả phân tích SPSS)

dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp tốt hơn (Claver-Cortés và các cộng sự, 2008), (Kumar và Garg, 2011).

Thứ hai, kết quả kiểm định Kruskal - Wallis và kiểm định phương sai ở bảng 7 cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mối quan hệ giữa việc nhà quản lý nhận thức và đánh giá mức độ quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài ở mức khác nhau cũng sẽ tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn theo hướng khác nhau. Vậy liệu nhà quản lý khách sạn có ý thức cao về tác động của các yếu tố bên ngoài có dẫn đến kết quả kinh doanh của khách sạn đó tốt hơn không? Nhóm tác giả thống kê mô tả bằng chéo về quan hệ giữa các yếu tố này trong bảng 9.

Bảng 9: Thống kê mô tả bằng chéo giữa hai biến ý thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài với kết quả kinh doanh của các khách sạn

Ý thức về tầm quan trọng của các yếu tố môi trường ngoài	Số mẫu trong mỗi nhóm	Giá trị trung bình về kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn về khách hàng	Giá trị trung bình về kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn về tài chính
Ý thức cao	67	4.452	4.309
Ý thức thấp	14	3.500	3.053
Ý thức trung bình	33	4.060	3.871

(Nguồn: Tác giả phân tích SPSS)

Theo số liệu thống kê trong bảng 9, ta thấy việc nhà quản lý đánh giá cao ảnh hưởng của các yếu tố môi trường ngoài tác động đến hoạt động của khách sạn sẽ dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn đó cao hơn những khách sạn có nhà quản lý đánh giá thấp ảnh hưởng của các yếu tố này. Kết quả này cũng được hỗ trợ bởi các kết luận tương tự của những nghiên cứu trước đó như nghiên cứu của Tari và các cộng sự (2009), Wang, Chen, K. và Chen, S. (2012).

Tóm lại, việc áp dụng bài bản, chính thức thực hành TQM trong khách sạn cũng như nhận thức được tầm quan trọng của các yếu tố môi trường bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các khách sạn sẽ ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh

của khách sạn theo hướng tích cực, xét trên cả hai khía cạnh tài chính và về phía khách hàng. Do đó, các nhà quản lý khách sạn cần phải xem xét triển khai thực hành TQM trong khách sạn một cách nghiêm túc, không mang tính hình thức hay đối phó để nâng cao kết quả hoạt động của khách sạn mình. Đặc biệt, trong bối cảnh các yếu tố môi trường ngoài đang đầy biến động, các doanh nghiệp đang chuyển đổi số mạnh mẽ cũng như cường độ cạnh tranh gay gắt hơn thì việc nhận thức được các yếu tố này sẽ tác động mạnh đến hoạt động của khách sạn sẽ giúp cho nhà quản lý có những biện pháp triển khai trong nội bộ để đối phó với các yếu tố môi trường một cách phù hợp.

6. Hạn chế của nghiên cứu

Nghiên cứu này có một vài hạn chế cần xem xét. Thứ nhất, nghiên cứu sử dụng dữ liệu chủ quan và định tính dựa trên khảo sát. Nghiên cứu dựa trên nhận thức của người trả lời để sử dụng kết quả khảo sát. Mặc dù chúng tôi đã hướng đến khách thể là quản lý cấp trường phòng của mỗi khách sạn khảo sát, tuy nhiên điều này có thể gây ra những lo ngại tiềm ẩn về tính khái quát hoá của dữ liệu mặc dù hầu hết kiểm định trong bài đều dựa trên những giả thiết nghiêm ngặt như phương sai không đổi và kiểm định độ tin cậy là 95%.

Thứ hai, nghiên cứu đo lường việc triển khai TQM chỉ dựa trên câu trả lời của nhà quản lý theo hai khía cạnh là có triển khai chính thức hay không. Các nghiên

cứu trong tương lai cần tiến hành kiểm tra mức độ áp dụng TQM trong khách sạn theo các thang đo của TQM và kiểm định xem nó ảnh hưởng như thế nào đến kết quả hoạt động kinh doanh của các khách sạn.

7. Kết luận

Nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm và góc độ nhìn nhận khác về việc đề nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn thì các nhà quản lý ngoài việc chú trọng thực hiện TQM một cách chính thức, bài bản còn phải luôn luôn đánh giá đúng mức tác động của các yếu tố môi trường bên ngoài tác động đến hoạt động của khách sạn. Chỉ khi các nhà quản lý nhìn nhận được tầm quan trọng của các yếu tố thị trường, cường độ cạnh tranh, công nghệ phát triển ra sao thì mới có những thay đổi phù hợp và sử dụng hợp lý các nguồn lực bên trong khách sạn nhằm nâng cao kết quả hoạt động của khách sạn mà họ quản lý trên hai khía cạnh kết quả về khách hàng và kết quả tài chính.

Tài liệu tham khảo:

1. Abdullah, A. (2010). Measuring TQM implementation: a case study of Malaysian SMEs. *Measuring Business Excellence*, Vol. 14 No. 3, 3-15.
2. Ali, K. &. (2022). Impact of Total Quality Management on SMEs Sustainable Performance in the Context of Industry 4.0. *ResearchGate*.
3. Bouranta, N. . (2017). Identifying the critical determinants of TQM and their impact on company performance Evidence from the hotel industry of Greece. *The TQM Journal*, Vol. 29 Iss 1, 147 - 166.
4. Baird, K., (2011). The relationships between organizational culture, total quality management practices and operational performance. *International Journal of Operations & Production Management*.
5. Brah, Serene và Rao. (2002). Relationship between TQM and performance of Singapore companies, *Int. J. Quality and Reliability Management*, Vol. 19, No. 4., pp.356-379.
6. Claver, Tari và Pereira. (2006). Does quality impact on hotel performance?, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 18 Iss 4, pp. 350 - 358.
7. Claver□Cortés và các cộng sự. (2008). TQM, managerial factors and performance in the Spanish hotel industry. *Industrial Management & Data Systems*, ISSN: 0263-5577.
8. Dahlggaard và các cộng sự. (2019). Evolution and future of total quality management: management control and organisational learning. *Total Quality Management & Business Excellence*.
9. Demirbag và các cộng sự. (2006). An analysis of the relationship between TQM implementation and organizational performance: Evidence from Turkish SMEs. *Journal of Manufacturing Technology Management*, ISSN: 1741-038X.
10. Hasan, M. &. (2003). The relationship between TQM practices and organizational performance in service organization. *The TQM Magazine*, Vol. 15, No. 4, pp.286-291.
11. Jaworski, B. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of Marketing* 57, 53-70.
12. Khan, B. &. (2016). Measuring the impact of soft and hard quality practices on service innovation and organisational performance. *Total Quality Management & Business Excellence*.
13. Khwaja, M. (. (2020). The Impacts of Quality Management on Customer Focus in the Beverages Industry. *Proceedings on Engineering Sciences*, Vol. 02, No. 1, 81-92.
14. Kumar và Garg . (2011). TQM success factors in North Indian manufacturing and service industries. *The TQM Journal*, Vol. 23 No. 1, pp. 36-46.
15. Lam, S. . (2012). A structural equation model of TQM, market orientation and service quality: Evidence from a developing nation. *Managing Service Quality: An International Journal*.
16. Moorman, C. R. (1999). The role of marketing. *Journal of Marketing* 63 (special issue), 180-197.

17. Narver và Slater. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing* 54, 20- 35.

18. Phillips, P. (. (1999). Hotel performance and competitive advantage: a contingency approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 11 (7), 359–365.

19. Rose, G. &. (2002). Export performance and market orientation: establishing an empirical link. *Journal of Business Research* 55 (3), 215 - 237.

20. Salaheldin, I. (. (2009). Critical success factors for TQM implementation and their impact on performance of SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management Vol. 58 No. 3* , 215-237.

21. Sila, I. ,. (2003). An Examination of Quality Management in Luxury Hotels. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, Volume 4, 2004 - Issue 2* .

22. Subramanian, Kumar và Strandholm (2009). The relationship between market orientation and performance under different environmental conditions: the moderating effect of the top management team's risk taking behavior. *Academy of Strategic Management Journal* 8, 121-135.

23. Tari, J. C.-C.-M.-A. (2009). Levels of quality and environmental management in the hotel industry: their joint influence on firm performance. *International Journal of Hospitality Management* 29 (3), 500-510.

24. Tổng cục du lịch. (2021). *Du lịch Việt Nam trong đại dịch Covid-19 năm thứ 2*. Retrieved from

25. Tổng cục Du lịch: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/38231>.

26. Van Doren, C. &. (1982). Spatial analysis of the U.S. lodging industry. *Annals of Tourism Research* 9 (4), 543-563.

27. Wassenaar và Stafford. (1991). The lodging index: an economic indicator for the hotel motel industry. *Journal of Travel Research* 30 (1), 18 - 21.

28. Wang, C. , Chen, K. & Chen, S. (2012). Total quality management, market orientation and hotel performance: The moderating effects of external environmental factors, *International Journal of Hospitality Management* 31, 119 - 129.

29. Yang, C. (. (2006). The impact of human resource management practices on the implementation of total quality management, *The TQM Magazine, Vol. 18 No. 2*, pp. 162-173.

Summary

The aim of this study is, through a systematic analysis of studies related to TQM practices in enterprises and hotels in particular, the authors investigate the relationship between the application of TQM, awakening to external environmental factors with the business performance of hotels. Data were collected from department managers from 115 hotels with three or more stars in the cities of Hanoi, Ho Chi Minh City, Da Nang, Nha Trang, and Hai Phong, using analysis techniques such as scale reliability testing, EFA factor analysis, cluster analysis, and one-way ANOVA. The results show that formal and methodical implementation of TQM can lead to better business results of hotels than hotels without formal application. In addition, the hotel manager's assessment of the importance of environmental factors leads to better business results for the hotel when these factors are not only highly influential.

PHỤ LỤC 1: Thang đo

Tên biến	Diễn giải	Nguồn
1. Kết quả về phía khách hàng		
OPcusto1	Khách hàng trung thành tăng lên	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPcusto2	Tỷ lệ khách hàng hài lòng ngày càng cao	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPcusto3	Sản phẩm/ dịch vụ của khách sạn mang lại cho khách hàng giá trị thiết thực	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPcusto4	Khách hàng sẵn sàng giới thiệu về khách sạn cho người khác	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
2. Kết quả Hoạt động tài chính		
OPfina1	Thị phần của khách sạn tăng trưởng trong ba năm qua do làm hài lòng khách hàng	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPfina1	Doanh số của khách sạn đang tăng trưởng do ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của khách sạn.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPfina1	Chi phí của khách sạn đang giảm do chất lượng dịch vụ tốt, ít lỗi sai.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
OPfina1	ROI (lợi nhuận ròng /tổng chi phí đầu tư) của khách sạn tăng trưởng trong ba năm qua.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)

Tên biến	Diễn giải	Nguồn
1. Sự bất ổn của thị trường		
EEmarket1	Trong loại hình kinh doanh của chúng tôi, sở thích về sản phẩm của khách hàng thay đổi khá nhiều theo thời gian.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
EEmarket1	Khách hàng của chúng tôi có xu hướng tìm kiếm sản phẩm mới mọi lúc.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
EEmarket1	Khách hàng mới có xu hướng có những nhu cầu liên quan đến sản phẩm khác với nhu cầu của những khách hàng hiện tại của khách sạn.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
EEmarket1	Khách sạn phục vụ cho nhiều khách hàng giống như đã từng làm trong quá khứ.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
2. Cường độ cạnh tranh		
Eecompe1	Cạnh tranh trong ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú là gay gắt.	Wang Chen, K, và Chen, S., (2012)
Eecompe2	Có rất nhiều “cuộc chiến thắng tiến” trong ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
Eecompe3	Chúng tôi nghe về một động thái cạnh tranh mới hầu như mỗi ngày.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
Eecompe4	Đối thủ cạnh tranh của khách sạn tương đối yếu.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
3. Sự phát triển của công nghệ		
EEttech1	Những thay đổi về công nghệ mang đến những cơ hội lớn trong ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
EEttech2	Một số lượng lớn các ý tưởng sản phẩm mới đã được thực hiện thông qua các đột phá công nghệ trong ngành này.	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)
EEttech3	Sự phát triển công nghệ trong ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú là khá nhỏ	Wang, Chen, K, và Chen, S., (2012)